# BALANCE DEL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA EN 2026



TRANSPARENCIA POR COLOMBIA
Capítulo Transparencia Internacional

Suecia
Sverige

## Consejo Rector

*Andrés Echavarría Olano*
*Eulalia María Arboleda de Montes Guillermo Carvajalino Sánchez José Alejandro Cortés Osorio*
*Juan Francisco Lozano Ramírez Rosa Inés Ospina Robledo Sylvia Escovar Gómez*
*Gustavo Bell Lemus*
*Jorge Mario Velásquez Jaramillo*

## Junta Directiva

*Carolina Calderón Guillot*
*Daniel Ricardo Uribe Parra*
*Eduardo Wills Herrera*
*Gloria María Borrero Restrepo*
*Juan Francisco Lozano Ramírez*
*María Elisa Bernal Bueno*
*Néstor Ricardo Rodríguez Ardila Carolina Ferro Bernal*
*Juliana Velásquez Rodríguez*

## Dirección Ejecutiva

*Gerardo Andrés Hernández Montes*



## Autores

*Sandra Ximena Martínez Rosas*
*Directora programática*

*Juan David Hincapié Gómez*
*Consultor*

*Stefany Xiomara Guevara Cifuentes*
*Consultora*

*Juan Sebastián Botero Romero*
*Coordinador de Tecnologías e Información*


---

*Somos el Capítulo Nacional de Transparencia Internacional -TI-, la Organización de la Sociedad Civil líder en el mundo en la lucha contra la corrupción que trabaja en más de 100 países.*


*© Corporación Transparencia por Colombia*
*Noviembre, 2026*



*Calle 35 # 24-19, Barrio la Soledad, Bogotá. D.C.*
transparencia@transparenciacolombia.org.co *www.transparenciacolombia.org.co*
*Bogotá, D.C.; Colombia.*


---

Este documento es financiado por la Embajada de Suecia a través de la Agencia Sueca de Desarrollo Internacional (ASDI). El contenido es responsabilidad exclusiva de Transparencia por Colombia y no refleja ni compromete el punto de vista de nuestros socios.

## INTRODUCCIÓN

La transparencia en la financiación de las campañas electorales constituye un elemento fundamental para garantizar la integridad de los procesos democráticos. El seguimiento al origen, monto y destinación de los recursos utilizados por las organizaciones políticas y las candidaturas permite identificar las condiciones en las que se desarrolla la competencia electoral, así como los riesgos asociados a la influencia indebida de intereses particulares en las elecciones y posteriormente, en las decisiones de las autoridades públicas elegidas.

Desde 2011, Transparencia por Colombia (TPC) ha desarrollado diferentes ejercicios de monitoreo y análisis del financiamiento político-electoral en el país, con el propósito de promover mayores estándares de transparencia y rendición de cuentas. Como parte de esta trayectoria, la organización desarrolló y posteriormente donó al Consejo Nacional Electoral (CNE) el aplicativo Cuentas Claras, herramienta destinada al registro y reporte de los ingresos y gastos de las campañas políticas. A partir de esta experiencia, TPC ha realizado ejercicios de seguimiento a diferentes procesos electorales nacionales y locales, generando información y análisis sobre las fuentes de financiación, la destinación de los recursos y las condiciones de transparencia en la competencia democrática.

La elección presidencial de 2026 comprendió la primera vuelta y la segunda vuelta presidencial. De conformidad con el calendario electoral establecido por la Registraduría Nacional del Estado Civil mediante la Resolución 2580 de 2025, la primera vuelta inició el 31 de enero y culminó el 31 de mayo, y, la segunda vuelta inició el 1 de junio y culminó el 21 de ese mes.

En el marco del proyecto "*Hacia un ejercicio del poder más transparente y responsable*" financiado por la Embajada de Suecia, TPC desarrolló un ejercicio de monitoreo permanente al financiamiento de las campañas a la Presidencia de la República para el año 2026, mediante la construcción de un tablero de visualización y cruce de los datos registrados en Cuentas Claras por las candidaturas durante el desarrollo de sus campañas. Este tablero se actualizó diariamente durante las dos vueltas de la elección presidencial[1]. En complemento el trabajo adelantando por TPC incluyó la elaboración de reportes diarios de seguimiento, los cuales documentaron el comportamiento de los ingresos y gastos registrados, facilitando así el análisis de las dinámicas de financiación y la identificación de tendencias y alertas sobre el uso de los recursos[2].

---

[1] Esta herramienta, disponible como parte de los contenidos del Monitor Ciudadano de la Corrupción. Fuente: https://www.monitorciudadano.co/elecciones-contratos/financiacion-presidencia-2026/

[2] Primer informe de seguimiento a la financiación de las campañas presidenciales 2026. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/primer-informe-seguimiento-financiacion-campanas-presidenciales-2026/
Segundo informe de seguimiento a la financiación de las campañas presidenciales 2026. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/segundo-informe-seguimiento-financiacion-campanas-presidenciales-2026/
Tercer informe de seguimiento a la financiación de las campañas presidenciales 2026. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/tercer-informe-de-seguimiento-a-la-financiacion-de-las-campanas-presidenciales-2026/
Cuarto informe de seguimiento a la financiación de las campañas presidenciales 2026. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/cuarto-informe-financiacion-campanas-presidenciales-2026/
Último informe de seguimiento a la financiación de las campañas presidenciales 2026. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/ultimo-informe-de-seguimiento-en-tiempo-real-al-reporte-de-la-financiacion-de-las-campanas-presidenciales-2026/

El balance del financiamiento de la campaña presidencial, que se presenta a continuación, se basa en los informes consolidados de ingresos y gastos de campaña reportados por las candidaturas que participaron tanto en la primera como en la segunda vuelta presidencial.

Para ello, examina la magnitud de los recursos movilizados, sus principales fuentes de origen, los mecanismos de financiación pública y privada, la destinación de los recursos y los principales proveedores de bienes y servicios contratados por las campañas presidenciales. Asimismo, identifica patrones y algunas situaciones que ameritan la atención de las autoridades electorales, particularmente en relación con la transparencia, la trazabilidad de los recursos, la oportunidad de la financiación estatal y la correspondencia entre los gastos reportados y las actividades desarrolladas durante la competencia electoral.

Así entonces, este documento se estructura en los siguientes apartados: el **primer capítulo**, presenta los aspectos básicos alrededor del financiamiento de las campañas presidenciales en Colombia, referenciando el marco normativo que lo regula; igualmente, este apartado relaciona el universo de datos utilizado para el análisis de todo el documento.

El **segundo capítulo**, presenta los ingresos y gastos de las campañas que participaron en la **primera vuelta presidencial**, observando los principales patrones alrededor de las fuentes de ingreso y los gastos de los recursos con los que se financiaron estas campañas; asimismo el capítulo hace un análisis frente al comportamiento del financiamiento de origen público para este tipo de campañas teniendo como referencia tanto datos históricos como los obtenidos a partir de la información reportada en Cuentas Claras.

El **tercer capítulo**, estudia el financiamiento de las dos campañas que pasaron a la **segunda vuelta presidencial**, desagregando las principales fuentes de ingresos y la destinación de los recursos utilizados por ambas campañas, detallando igualmente, los principales patrones.

Finalmente, el documento presenta una serie de **conclusiones** que recogen las principales observaciones derivadas del análisis realizado.

## CAPÍTULO I. ASPECTOS BÁSICOS SOBRE EL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS PRESIDENCIALES

### MARCO NORMATIVO

El sistema de financiación de las campañas políticas en Colombia es de carácter mixto, en tanto permite que las candidaturas accedan a recursos de origen público y privado para desarrollar actividades propias de la contienda electoral. Este modelo, establecido en el artículo 109 de la Constitución Política, reconoce la concurrencia de ambas fuentes de financiación y, al mismo tiempo, establece la obligación de rendir públicamente cuentas sobre el volumen, el origen y el destino de los recursos recibidos y ejecutados.

Sin embargo, debido a la naturaleza de la elección presidencial y a la relevancia institucional de la Presidencia de la República como máxima autoridad del poder ejecutivo, el ordenamiento jurídico establece un régimen especial de financiación para estas campañas. En particular, el artículo 11 de la Ley 996 de 2005 dispone que su financiación debe ser preponderantemente estatal.

En esta misma línea, la Corte Constitucional, mediante las sentencias C-1153 de 2005 y C-490 de 2011, señaló que la financiación preponderantemente estatal de las campañas presidenciales busca garantizar condiciones de igualdad electoral y evitar que la capacidad económica de determinados candidatos o sus financiadores tenga una incidencia desproporcionada en la competencia por acceder a la primera magistratura del Estado. Asimismo, la Corte advirtió sobre los riesgos que representa la concentración de aportes privados para la independencia de las decisiones gubernamentales y la transparencia de la función pública.

En consecuencia, el régimen de financiación presidencial contempla mecanismos de financiación pública y establece restricciones más estrictas a la participación de recursos privados, con el propósito de reducir los riesgos de captura del poder político por intereses económicos particulares y promover condiciones de mayor equidad entre las candidaturas.

#### Mecanismos de financiación pública

La financiación estatal de las campañas presidenciales se materializa mediante mecanismos directos e indirectos. Los primeros comprenden la entrega anticipada de recursos y la reposición de gastos por votos válidos obtenidos; los segundos incluyen garantías de acceso equitativo a espacios en medios de comunicación social.

- **Anticipos estatales:** corresponden a recursos públicos que se entregan antes de la elección a las candidaturas que cumplen los requisitos establecidos en el artículo 10 de la Ley 996 de 2005. Su finalidad es proporcionar recursos para financiar la propaganda electoral y otros gastos de campaña durante el desarrollo de la contienda. La ley contempla anticipos para primera y segunda vuelta, sujetos a las condiciones legales correspondientes.
- **Reposición de gastos por votos válidos:** consiste en el reconocimiento de recursos estatales con posterioridad a las elecciones, de acuerdo con el número de votos válidos obtenidos y los valores de reposición establecidos por el CNE. Este mecanismo permite recuperar, dentro de los límites legales y bajo las condiciones

exigidas, una parte o en algunos casos la totalidad de los gastos electorales realizados por las campañas.

- **Acceso a espacios en medios de comunicación:** constituye una modalidad de financiación estatal indirecta que busca garantizar condiciones de acceso equitativo a los canales de comunicación. Los artículos 22 y 23 de la Ley 996 de 2005 contemplan espacios en radio y televisión, así como el acceso al Canal Institucional y a la Radiodifusora Nacional, para que las candidaturas divulguen sus propuestas y programas de gobierno. Estas disposiciones también contemplan intervenciones y debates durante el periodo electoral.

**Fuentes y límites de la financiación privada**

Aunque la financiación privada constituye una fuente legítima dentro del sistema mixto colombiano, para las campañas presidenciales está sometida a restricciones particulares. Estas limitaciones buscan, en orden con lo mencionado por la Corte Constitucional, evitar la inequidad en la contienda y mitigar riesgos de captura del poder público.

De acuerdo con el artículo 20 de la Ley 1475 de 2011, las fuentes de financiación privada comprenden los recursos propios de los partidos y movimientos políticos destinados a sus campañas, los aportes y créditos provenientes del patrimonio de los candidatos y sus familiares, las contribuciones y donaciones de particulares y los créditos obtenidos en entidades financieras legalmente autorizadas. Estas disposiciones deben interpretarse en armonía con el régimen especial establecido por la Ley 996 de 2005 para las campañas presidenciales.

En este sentido, el artículo 14 de la Ley 996 de 2005 establece los siguientes límites para las contribuciones privadas, calculados sobre el tope máximo de gastos fijado por el CNE:

- **Aportes del candidato y sus familiares:** los recursos provenientes del candidato y de sus familiares hasta el cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad o primero civil no podrán superar, en conjunto, el 4% del tope máximo de gastos de la campaña.
- **Contribuciones individuales de personas naturales:** los aportes o donaciones de una persona natural no podrán superar el 2% del tope máximo de gastos de la campaña.
- **Total de aportes privados:** las contribuciones de personas naturales no podrán financiar más del 20% del tope máximo de gastos de la campaña presidencial.

Adicionalmente, mediante la Sentencia C-1153 de 2005, la Corte Constitucional declaró inexequibles las disposiciones que permitían la financiación de las campañas presidenciales por parte de personas jurídicas. En consecuencia, las empresas y demás personas jurídicas **no pueden realizar aportes ya sea mediante donaciones o créditos** a las campañas presidenciales.

**Fuentes de financiación prohibidas**

Además de las restricciones específicas aplicables a las campañas presidenciales, el artículo 27 de la Ley 1475 de 2011 establece un conjunto de fuentes de financiación prohibidas para los partidos, movimientos políticos y campañas electorales. Entre ellas se encuentran:

1. Los aportes provenientes, directa o indirectamente, de gobiernos o personas naturales o jurídicas extranjeras, con las excepciones legales previstas para la cooperación técnica destinada a actividades distintas de las campañas electorales.
2. Los recursos derivados de actividades ilícitas o destinados a financiar fines antidemocráticos o atentatorios contra el orden público.
3. Las contribuciones de personas que tengan derechos reales, personales, aparentes o presuntos sobre bienes respecto de los cuales se haya iniciado un proceso de extinción de dominio.
4. Las contribuciones anónimas.
5. Los aportes de personas naturales contra quienes se haya formulado imputación o acusación por los delitos expresamente señalados en la norma, relacionados con grupos armados ilegales, narcotráfico, delitos contra la administración pública, contra los mecanismos de participación democrática y de lesa humanidad.
6. Los aportes provenientes de personas que desempeñen funciones públicas, con excepción de los miembros de corporaciones públicas de elección popular, en los términos establecidos por la ley.
7. Las contribuciones de personas naturales o jurídicas cuyos ingresos en el año anterior se hayan originado en más del 50% en contratos o subsidios estatales, que administren recursos públicos o parafiscales, o que cuenten con licencias o permisos para explotar monopolios estatales o juegos de suerte y azar.

**Topes máximos de gastos de las campañas presidenciales**

Además de las restricciones sobre el origen y el volumen de los recursos privados, el ordenamiento jurídico establece límites máximos a los gastos que pueden realizar las campañas presidenciales. Estos topes buscan evitar que las diferencias en la capacidad económica de las candidaturas se traduzcan en ventajas desproporcionadas durante la competencia electoral.

Para la elección presidencial de 2026, el CNE mediante la Resolución 0715 del 30 de enero de 2026, reajustó los límites máximos de gastos permitidos para las campañas en primera y segunda vuelta, así como el valor de reposición por voto válido.

Los topes de gastos fueron los siguientes:

- **Primera vuelta:** $39.003.138.605.
- **Segunda vuelta:** $18.243.034.647.

El cumplimiento de estos límites constituye una obligación para las campañas presidenciales y sus responsables financieros. En este sentido, el artículo 15 de la Ley 1864 de 2017 incorporó al Código Penal el delito de financiación de campañas electorales con fuentes prohibidas y estableció consecuencias penales frente a determinadas conductas relacionadas con la financiación irregular. Asimismo, el ordenamiento contempla responsabilidades por la violación de los topes de gastos, de acuerdo con las disposiciones aplicables.

**Obligaciones de rendición de cuentas y presentación de informes**

La rendición de cuentas sobre los ingresos y gastos de las campañas electorales constituye un principio fundamental del sistema democrático colombiano. En este

sentido, el artículo 109 de la Constitución Política establece que las campañas deben llevar una contabilidad detallada de sus ingresos y gastos, y que esta información es de carácter público, en garantía de los principios de transparencia, publicidad y control ciudadano sobre la actividad política.

Al respecto, en Colombia existen dos obligaciones que definen los tiempos de reporte de ingresos y gastos de campaña:

- La Resolución 10753 de 2025 del CNE: Define la rendición de cuentas en tiempo real, ordena que todas las candidaturas deben registrar a través del aplicativo Cuentas Claras los ingresos y gastos ocurridos durante el desarrollo de las campañas; disposición que da como plazo máximo para este registro siete días después de ocurrido el evento económico (Artículo 6)[3].
- La Ley 1475 de 2011: Define la presentación de informes finales de ingresos y gastos de campañas, estipulando que los reportes consolidados junto con sus respectivos soportes deben presentarse a los dos meses del día de las elecciones (artículo 25). Para el caso de la elección presidencial de 2026 esta fecha, correspondió al 31 de julio para la primera vuelta, y al 21 de agosto para la segunda vuelta.

## TOTAL DE CANDIDATURAS Y RENDICIÓN DE CUENTAS

Para la primera vuelta presidencial, se inscribieron inicialmente 14 candidaturas a la Presidencia de la República. De éstas, 13 presentaron sus informes consolidados de ingresos y gastos ante el Consejo Nacional Electoral a través del aplicativo Cuentas Claras, dentro del plazo establecido por ley, es decir dos meses después del día de las elecciones (31 de julio de 2026), como se observa en la siguiente tabla:

[3] Consejo Nacional Electoral, 2025. Resolución 10753. Fuente: https://www.cne.gov.co/resoluciones-cne-2025/cne-i-2025-007112-dgc-800

**Tabla 1. Universo de candidaturas y rendición de cuentas de campaña**

| NOMBRE DEL CANDIDATO | ESTADO DE LA CANDIDATURA AL DÍA DE LA ELECCIÓN | CUMPLIÓ CON LA RENDICIÓN DE CUENTAS DE CAMPAÑA |
|---|---|---|
| ABELARDO GABRIEL DE LA ESPRIELLA OTERO | VIGENTE | SI |
| CARLOS EDUARDO CAICEDO OMAR | RENUNCIÓ | SI |
| CLARA EUGENIA LÓPEZ OBREGÓN | RENUNCIÓ | NO |
| CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNÁNDEZ | VIGENTE | SI |
| GUSTAVO MATAMOROS CAMACHO | VIGENTE | SI |
| IVÁN CEPEDA CASTRO | VIGENTE | SI |
| LUIS GILBERTO MURILLO URRUTIA | RENUNCIÓ | SI |
| MIGUEL URIBE LONDOÑO | VIGENTE | SI |
| OSCAR MAURICIO LIZCANO ARANGO | VIGENTE | SI |
| PALOMA SUSANA VALENCIA LASERNA | VIGENTE | SI |
| RAUL SANTIAGO BOTERO JARAMILLO | VIGENTE | SI |
| ROY LEONARDO BARRERAS MONTEALEGRE | VIGENTE | SI |
| SERGIO FAJARDO VALDERRAMA | VIGENTE | SI |
| SONDRA MACOLINS GARVIN PINTO | VIGENTE | SI |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- De las 14 candidaturas inicialmente inscritas en 2026 para la Presidencia de la República, tres de ellas retiraron su aspiración: Carlos Caicedo, Clara López y Luis Gilberto Murillo. Asi las cosas, 11 formulas presidenciales se mantuvieron en la contienda electoral.
- De acuerdo con el seguimiento a los reportes de ingresos y gastos durante el desarrollo de las campañas, se encuentra que el 100% de las 14 candidaturas que se inscribieron inicialmente a la contienda presidencial, cumplieron con la obligación de registrar sus ingresos y gastos durante el tiempo de desarrollo de sus campañas. Esto incluye incluso, a las tres que finalmente retiraron su candidatura.
- Respecto al envío del informe consolidado de ingresos y gastos a través de Cuentas Claras, de las 14 candidaturas iniciales, Clara López fue la única que no cumplió con esta obligación a pesar de sí haber registrado ingresos y gastos durante el tiempo que estuvo en campaña.
- Ya que la norma constitucional no presenta ninguna excepción frente a la presentación de informes y gastos de campañas, es importante mencionar que, a pesar de que las candidaturas renuncien a su aspiración, tienen la obligación de reportar los ingresos y gastos en los que incurrieron mientras estuvieron en campaña.

## CAPÍTULO II. BALANCE DEL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA PRIMERA VUELTA

Como ya se mencionó, en total 13 candidaturas cumplieron con el reporte consolidado de sus ingresos gastos de campañas dentro del plazo estipulado por ley. Este capítulo detalla la composición del monto, origen y destino de los recursos reportados a través del aplicativo Cuentas Claras, en comparación con el gasto total permitido para estas campañas.

### A. Ingresos y gastos totales

De acuerdo con la Resolución 0715 del CNE, para la primera vuelta de la elección presidencial de 2026 se fijó como tope máximo de gastos permitidos $39.003.138.605. La siguiente tabla presenta el total de ingresos y gastos reportados por cada candidatura y el porcentaje de dicho gasto frente al tope máximo permitido.

**Tabla 2. Ingresos y gastos totales de las campañas de Primera Vuelta**

| NOMBRE DEL CANDIDATO | INGRESOS | GASTOS | PORCENTAJE DEL TOPE |
|---|---|---|---|
| ABELARDO GABRIEL DE LA ESPRIELLA OTERO | $38.070.157.399 | $33.674.451.447 | 86,34% |
| CARLOS EDUARDO CAICEDO OMAR | $2.230.658.585 | $2.228.976.525 | 5,71% |
| CLARA EUGENIA LÓPEZ OBREGÓN | $36.000.000 | $36.000.000 | 0,09% |
| CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNÁNDEZ | $4.101.961.150 | $4.101.437.446 | 10,52% |
| GUSTAVO MATAMOROS CAMACHO | $65.000.000 | $65.000.000 | 0,17% |
| IVÁN CEPEDA CASTRO | $15.006.893.318 | $23.843.069.247 | 61,13% |
| LUIS GILBERTO MURILLO URRUTIA | $210.000.000 | $210.000.030 | 0,54% |
| MIGUEL URIBE LONDOÑO | $792.000.000 | $1.497.179.030 | 3,84% |
| OSCAR MAURICIO LIZCANO ARANGO | $8.410.729.035 | $8.410.729.035 | 21,56% |
| PALOMA SUSANA VALENCIA LASERNA | $37.389.915.791 | $37.389.915.790 | 95,86% |
| RAUL SANTIAGO BOTERO JARAMILLO | $1.286.450.378 | $6.386.880.204 | 16,38% |
| ROY LEONARDO BARRERAS MONTEALEGRE | $120.536.415 | $119.353.070 | 0,31% |
| SERGIO FAJARDO VALDERRAMA | $4.595.235.776 | $4.588.367.531 | 11,76% |
| SONDRA MACOLLINS GARVIN PINTO | $5.187.602.000 | $5.387.602.000 | 13,81% |
| TOTALES | $121.308.147.847 | $133.547.699.304 | – |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral y de la Resolución 0715 de 2026

- Para esta tabla de consolidados de ingresos y gastos, se incluye la información reportada por la candidata Clara López durante el tiempo que estuvo en campaña, aunque finalmente retiró su candidatura y no envió su informe final de ingresos y gastos. Estos montos se incluyen toda vez que son recursos que se invirtieron en la contienda electoral.
- El agregado de todos los ingresos y gastos muestra la inversión significativa de recursos en un periodo de 4 meses (del 31 de enero al 31 de mayo de 2026) de campaña. Por ejemplo, el total de gastos de campaña en la primera vuelta

presidencial equivale a un año completo de subsidios para más de 48.500 adultos mayores beneficiarios del programa Colombia Mayor[4]. Una mirada desagregada de cada candidatura muestra que la campaña de Abelardo De La Espriella es la que más recursos reportó con el 31,4% de los ingresos totales y el 25,2% de los gastos, seguido por las campañas de Paloma Valencia concentrando el 30,8% de los ingresos y el 28,0% de los gastos, y en tercer lugar se encuentra la campaña de Iván Cepeda con el 12,4% de ingresos y el 17,9% del total de los gastos.

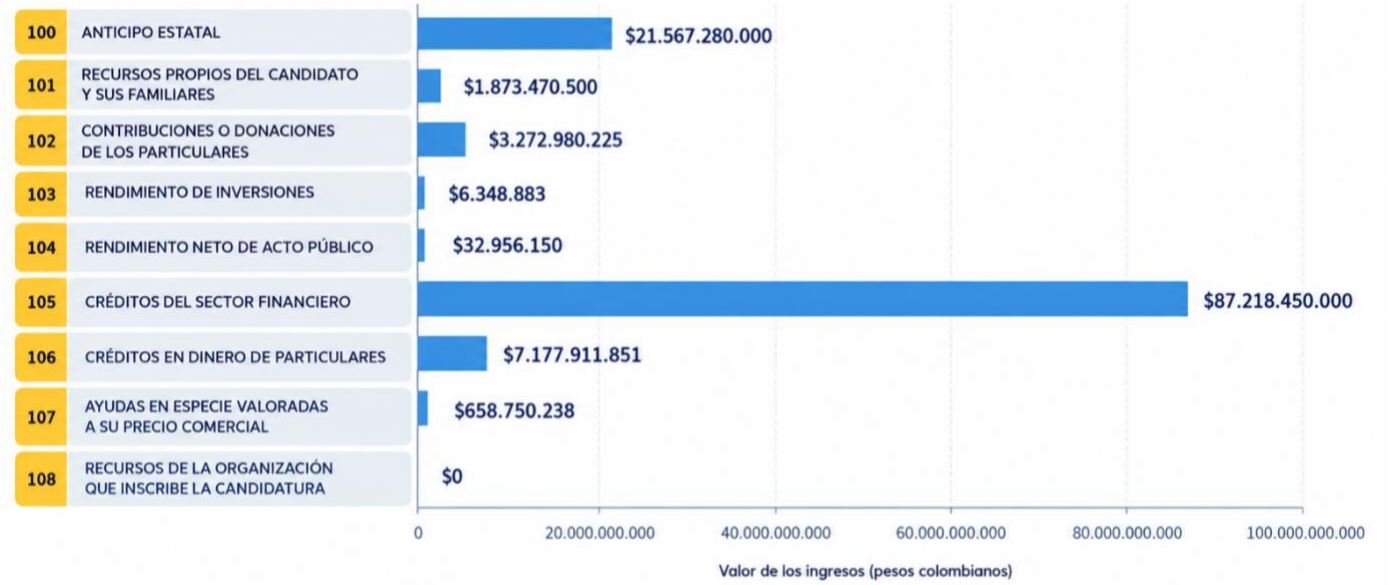
- Lo anterior muestra que dos de las 14 candidaturas concentraron la mayor cantidad de recursos. En efecto las campañas de Abelardo De La Espriella y Paloma Valencia en conjunto suman el 62,2% del total de ingresos y el 53,2% del total de gastos.
- Respecto al tope máximo de gastos permitidos, se observa que la campaña de Paloma Valencia registró la mayor cantidad de gastos llegando al 95,86%, del máximo permitido. En segundo lugar se encuentra la campaña de Abelardo De La Espriella, con el 86,34 %, seguido de Iván Cepeda, con el 61,13%.
- Las 11 candidaturas restantes registran gastos por montos inferiores al 22% del tope máximo de gastos permitidos.
- Un aspecto a destacar de esta tabla es que hay más gastos que ingresos reportados, con una diferencia de $11.746.811.477. En principio el financiamiento de las campañas electorales implica la consecución de recursos que posteriormente deben invertirse en las actividades de campaña. Con esto se puede mantener trazabilidad entre el origen y la destinación de estos fondos. Así las cosas, llama la atención que las campañas de Iván Cepeda, Miguel Uribe Londoño, Raúl Santiago Botero y Sondra Macollins Garvin, hayan reportado más gastos que ingresos, puesto que no es posible establecer en sus reportes consolidados el origen de dichos recursos. Este es un tema que deberá revisar el CNE en su proceso de auditoría y certificación de estos informes.

### B. Análisis del origen de los recursos de financiamiento de las campañas presidenciales en Primera Vuelta

La siguiente gráfica desagrega por códigos el total de los ingresos reportados en Cuentas Claras de acuerdo con su fuente de origen:

[4] Departamento para la Prosperidad Social, Programa Colombia Mayor. https://prosperidadsocial.gov.co/colombia-mayor/

**Tabla 3. Desagregación de ingresos por código primera vuelta**




Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

## Sobre el financiamiento de las campañas con recursos privados:

- A diferencia de las demás contribuciones privadas permitidas para las campañas presidenciales, los créditos con entidades financaieras pueden ser por un valor de hasta el 100% del tope de gastos máximo permitido por ley.
- En ese sentido, se encuentra que la principal fuente de financiación de las campañas presidenciales en la primera vuelta presidencial, corresponde a créditos con el sector financiero (código 105). Esta fuente de ingresos concentra el 71,6% del total reportado por las 14 candidaturas. La siguiente tabla presenta los ingresos reportados por cada candidatura por este concepto y la entidad financiera que otorgó dichos créditos:

**Tabla 4. Créditos obtenidos con entidades financieras primera vuelta**

| NOMBRE DEL CANDIDATO | CRÉDITOS CON ENTIDADES FINANCIERAS (Pesos colombianos) | ENTIDAD FINANCIERA | VALOR DEL CRÉDITO CON LA ENTIDAD FINANCIERA |
|---|---|---|---|
| ABELARDO GABRIEL DE LA ESPRIELLA OTERO | $ 36.000.000.000 | BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA COLOMBIA S.A. | $ 5.000.000.000 |
| | | BANCO DE BOGOTÁ S.A. | $ 15.000.000.000 |
| | | BANCOLOMBIA S.A. | $ 16.000.000.000 |
| CARLOS EDUARDO CAICEDO OMAR | $ 0 | | |
| CLARA EUGENIA LÓPEZ OBREGÓN | $ 0 | | |
| CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNÁNDEZ | $ 0 | | |
| GUSTAVO MATAMOROS CAMACHO | $ 0 | | |
| IVÁN CEPEDA CASTRO | $ 15.000.000.000 | CONFIAR COOPERATIVA FINANCIERA | $ 15.000.000.000 |
| LUIS GILBERTO MURILLO URRUTIA | $ 0 | | |
| MIGUEL URIBE LONDOÑO | $ 0 | | |
| OSCAR MAURICIO LIZCANO ARANGO | $ 2.000.000.000 | BANCO DE BOGOTÁ S.A. | $ 2.000.000.000 |
| PALOMA SUSANA VALENCIA LASERNA | $ 34.218.450.000 | BANCOLOMBIA S.A. | $ 34.218.450.000 |
| RAUL SANTIAGO BOTERO JARAMILLO | $ 0 | | |
| ROY LEONARDO BARRERAS MONTEALEGRE | $ 0 | | |
| SERGIO FAJARDO VALDERRAMA | $ 0 | | |
| SONDRA MACOLLINS GARVIN PINTO | $ 0 | | |
| TOTAL | $ 87.218.450.000 | | |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- Los créditos con entidades financieras por mayor valor son los reportados por los candidatos Abelardo De La Espriella (41,3%); Paloma Valencia (39,2%); e Iván Cepeda (17,2%). En conjunto, ellos tres concentran el 97,7% de los recursos reportados bajo este código.
- Los créditos otorgados a estas campañas provienen de:
    - Abelardo De La Espriella: Banco de Bogotá ($15.000 millones), Bancolombia ($12.000 millones) y BBVA ($5.000 millones)
    - Paloma Valencia: Bancolombia por $34.218 millones; e
    - Iván Cepeda: Confiar Cooperativa Financiera ($15.000 millones).
- Los bancos que más recursos aportaron a las campañas mediante créditos fueron Bancolombia ($50.218.450.000) y Banco de Bogotá ($17.000.000.000).
- Frente a los créditos financieros, es importante recordar que se pagan habitualmente mediante la pignoración del derecho a la reposición de gastos por votos válidos.

- De las tres candidaturas que reportaron los mayores ingresos para la primera vuelta, a continuación se presentan las segundas fuentes de financiación con mayor participación dentro de los ingresos de cada campaña:
- Para el caso de Abelardo De La Espriella, la segunda mayor fuente de ingresos fueron los créditos de dinero con particulares. En donde reporta que obtuvo tres créditos por $2.058.967.399, registrados en el código 106:
    - Un crédito de Carlos Andrés Ríos Puerta por $767.831.899, otro de Ana María Ríos Puerta por $897.086.164 y el último de Lilian María Pineda Aruachan por $394.049.336.

    - Frente a este último aspecto, cabe mencionar que tal y como lo reportó La Silla Vacía[5], en la declaración de conflicto de interés presentada por Carlos Andrés Ríos, director del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República - DAPRE, no se observa el registro del prestamo que él le hizo a la campaña.
- Para el caso de Paloma Valencia, su segunda principal fuente de financiación también fueron los créditos con particulares, registra en el código 106 once créditos por valor de $3.171.465.791:
    - Los créditos de mayor valor obtenidos fueron con el Partido Centro Democrático y la empresa Standar Publicitario S.A.S, respectivamente por valores de $2.000.000.000 y $600.000.000.
- Iván Cepeda reportó como su segunda fuente de financiación los rendimientos financieros en el código 103 por un valor total de $5.893.318.

### Sobre el financiamiento de campañas con anticipos estatales

De acuerdo con el artículo 22 de la Ley 1475 de 2011, los partidos, movimientos políticos y grupos significativos de ciudadanos que inscriban candidaturas pueden solicitar de manera justificada al CNE anticipo estatal por hasta el 80% del tope máximo de gastos permitidos para la campaña electoral en las que participen. Para la campaña presidencial de 2026, el límite máximo de gastos para la primera vuelta fue de $39.003.138.605 y de $18.243.034.647 para la segunda vuelta, de acuerdo con la Resolución 0715 de 2026. Además, el CNE como autoridad electoral fijó, en el mismo acto administrativo, el siguiente valor por reposición de voto válido obtenido:

**Tabla 5. Relación monto a reponer por voto válido si se accede a anticipos estatales**

| CAMPAÑA PRESIDENCIAL | Monto a reponer por cada voto válido si accede a anticipos | Monto a reponer por cada voto válido si NO accede a anticipos |
|---|---|---|
| **Primera vuelta** | $4.440 | $9.052 |
| **Segunda Vuelta** | $2.217 | $9.052 |

Fuente: Elaboración propia a partir de la Resolución 0715 de 2026 del CNE

El artículo 22 de la Ley 1475 de 2011 establece una regla general según la cual las campañas electorales que no alcancen el umbral mínimo de votación exigido para acceder a la financiación estatal mediante reposición de gastos deberán reintegrar los anticipos recibidos. Para las campañas presidenciales, dicho umbral corresponde al 4% de los votos válidos obtenidos en la elección. No obstante, el mismo artículo incorpora una excepción expresa para las campañas presidenciales, al disponer que: «*No habrá lugar a la devolución del monto recibido por concepto de anticipo, siempre que hubiere sido gastado de conformidad con la ley*».

[5] La Silla Vacía. (29 de octubre de 2026). *El gerente de la campaña endeudado que prestó $767 millones a De La Espriella.* Fuente: https://www.lasillavacia.com/silla-nacional/el-gerente-de-campana-endeudado-que-presto-767-millones-a-de-la-espriella/

Por tanto, las campañas presidenciales que hayan recibido anticipos y no hayan alcanzado el umbral electoral correspondiente **no están obligadas a reintegrar automáticamente la totalidad de los recursos recibidos.** La decisión de su devolución debe darse a partir de la verificación de que los recursos hayan sido efectivamente destinados y ejecutados en actividades de campaña.

En la primera vuelta de la campaña presidencial de 2026, los anticipos estatales (código 100) representaron el segundo mayor ingreso acumulando el 17,7% del total reportado.

El proceso para acceder a estos recursos, inicia con la solicitud de anticipo que deben hacer las organizaciones políticas que inscribieron las candidaturas ante el CNE, acompañada de las garantías exigidas por la normativa. De conformidad con el artículo 11 de la Ley 996 de 2005 y los artículos 1 al 5 del Decreto 863 de 2006, estas garantías pueden constituirse mediante: i) una póliza de seguros a favor de la Nación, que ampare la devolución de los recursos anticipados; ii) una garantía bancaria, expedida por una entidad financiera vigilada por la Superintendencia Financiera; o iii) un contrato de pignoración de recursos ciertos para la financiación estatal que le corresponda al partido político en los cuatro años siguientes.

La siguiente tabla detalla el monto entregado a cada candidatura que solicitó anticipo estatal para financiar su campaña en la primera vuelta presidencial:

**Tabla 6. Anticipos estatales y votos obtenidos primera vuelta**

| NOMBRE | VOTOS OBTENIDOS | VALOR ANTICIPO (Pesos colombianos) |
|---|---|---|
| CLAUDIA NAYIBE LÓPEZ HERNÁNDEZ | 225.517 | $ 4.000.000.000 |
| OSCAR MAURICIO LIZCANO ARANGO | 53.839 | $ 4.500.000.000 |
| RAUL SANTIAGO BOTERO JARAMILLO | 206.140 | $ 4.500.000.000 |
| SERGIO FAJARDO VALDERRAMA | 1.009.073 | $ 4.067.280.000 |
| SONDRA MACOLLINS GARVIN PINTO | 19.889 | $ 4.500.000.000 |
| **TOTALES** | **1.514.458** | **$ 21.567.280.000** |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral y de la información publicada por la Registraduría Nacional del Estado Civil.

- De las 14 candidaturas inscritas (incluyendo la de Clara López quien, no envió su informe final de ingresos y gastos aunque estuvo varias semanas en campaña presidencial), 5 recibieron anticipos estatales: Claudia López, Santiago Botero, Sergio Fajardo, Mauricio Lizcano y Sondra Macollins. El total de estos anticipos asciende a $21.567 millones.
- Según las resoluciones emitidas por el CNE (Resolución 0874 de 2026, Resolución 0875 de 2026, Resolución 0877 de 2026, Resolución 0890 de 2026, y Resolución 0891 de 2026), estos anticipos se entregaron entre el 20 y el 21 de mayo.

- Teniendo en cuenta que la jornada electoral de primera vuelta presidencial se celebró el 31 de mayo, estas fechas de entrega muestra que los recursos llegaron con muy poco tiempo de antelación, dejando un periodo muy corto para utilizarlos[6].

- Como ya se mencionó a pesar de lo estipulado en ley sobre el umbral mínimo de votos necesarios del 4%, la excepción que aplica en las elecciones presidenciales no hace obligatoria dicha devolución siempre y cuando estos recursos hayan sido utilizados conforme a la ley en el desarrollo de actividades de campaña. No obstante, teniendo en cuenta las candidaturas que recibieron anticipos, las fechas de entrega de estos recursos y el total de votos recibidos es importante plantearse las siguientes preguntas:

    - ¿Qué tan efectivo es el financiamiento público cuando llega con tan poca antelación al día de las elecciones?; ¿esto realmente permite que se inviertan adecuadamente en actividades de campaña o puede llevar a que se ajuste su reporte para dar cuenta de algo que no sucedió en la práctica?
    - Respecto a otorgar recursos públicos como forma de equilibrar la contienda, ¿qué tan evidente es la relación entre acceso a anticipos y votos obtenidos? Por ejemplo, para el caso de las elecciones presidenciales de 2026 cuatro de las cinco candidaturas no superaron el umbral mínimo del 4% de los votos.
    - Sobre la obligación que tienen las candidaturas de invertir estos recursos en actividades de campañas, y la labor de auditoria y verificación que debe ejercer el CNE, es importante fortalecer los mecanismos de verificación sobre el uso efectivo de éstos. Al respecto llama la atención el caso de la candidata Sondra Macollins:
    - Su campaña recibió $4.500 millones en anticipos estatales, pese a que finalmente obtuvo 19.987 votos (0,1%), sin alcanzar el umbral requerido para acceder a la reposición de gastos.
    - De acuerdo con la investigación periodística de La Silla Vacía[7], $3.261 millones de esos recursos (72,5% del anticipo) fueron reportados como pagos a dos organizaciones vinculadas con su entorno familiar: la Corporación Partido Digital Colombiano, de la cual la candidata figura como directora y presidenta, e Integral Servicios Profesionales (ISP), cuyos propietarios son los hijos de su esposo.
    - La investigación también plantea cuestionamientos sobre la naturaleza, capacidad operativa y habilitación comercial de las organizaciones contratadas, así como sobre la correspondencia entre algunos de los servicios reportados y las actividades efectivamente desarrolladas durante la campaña.
    - Este caso expone la necesidad de investigar y verificar que los recursos vía anticipo estatal hayan sido efectivamente ejecutados en actividades propias del desarrollo de las campañas, puesto que, la excepción de devolución prevista en el artículo 22 de la Ley 1475 de 2011 no puede interpretarse como una ausencia de controles sobre la destinación de los recursos públicos, permitiendo que candidaturas con mínimas probabilidades de éxito

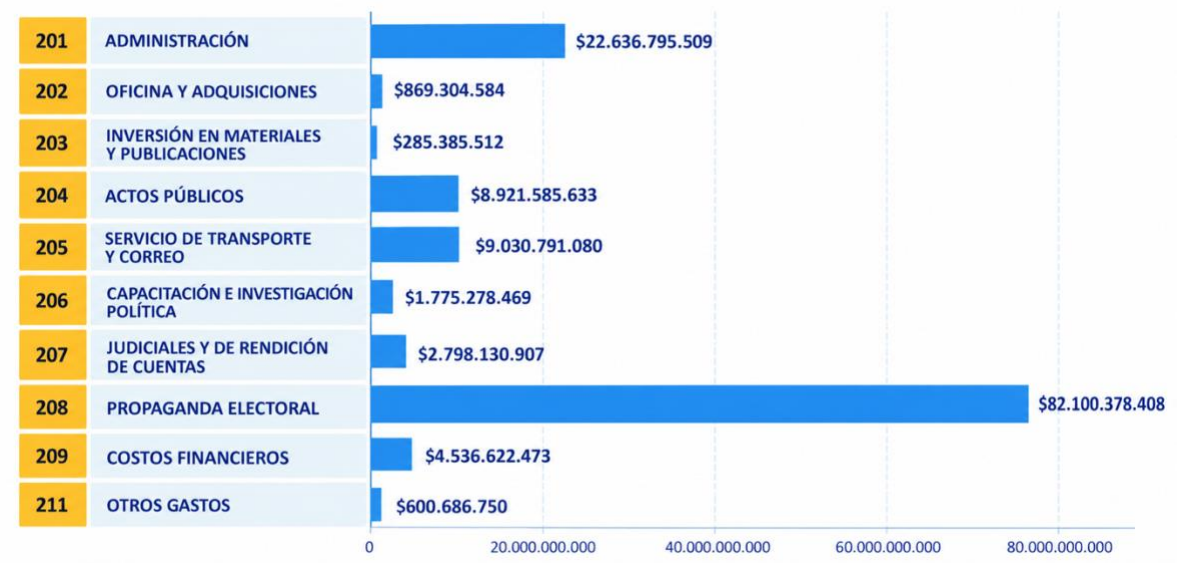
[7] Jerson Ortiz, La Silla Vacía, 6 de octubre de 2026, Sondra Macollins legalizó millonario anticipo estatal con fundaciones de su familia. Fuente: https://www.lasillavacia.com/silla-nacional/sondra-macollins-legalizo-millonario-anticipo-estatal-e…

electoral busquen acceder a estos recursos y a través de ellos financiar empresas familiares y/o aumentar su patrimonio personal.

### C. Análisis de los gastos de las campañas en la primera vuelta presidencial

La siguiente gráfica desagrega el total de gastos reportados por las 14 candidaturas de acuerdo con el concepto del gasto.

**Tabla 7. Desagregación de gastos por código primera vuelta**




Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

#### Principales sectores de bienes y servicios de campaña

Los gastos en los que se incurren en el desarrollo de las campañas presidenciales, se reflejan en la contratación de diversos bienes y servicios. Los principales sectores económicos que se contrataron por las campañas presidenciales en primera vuelta corresponden a:

**Gráfica 1. Principales sectores de bienes y servicios de campaña primera vuelta**




Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- El principal sector económico que se contrató durante la primera vuelta correspondió a empresas y personas naturales que ofrecieron bienes y servicios asociados a diseño, publicidad e impresiones, con pagos asociados a la producción de material publicitario, impresiones y piezas para la promoción de las candidaturas. Esto es congruente con que el principal gasto de campaña corresponda a propaganda electoral.

## Detalle de los principales gastos de campañas

Como se observa en la tabla 7, el principal gasto reportado corresponde a **propaganda electoral (código 208),** concentrando el 61,5% del total de gastos**.** Dentro de este código se encuentran pagos por altas sumas de dinero como se detallan a continuación:

- El mayor gasto corresponde a la campaña de Abelardo De La Espriella, quien reporta un pago de $14.178 millones a Industrial Party S.A.S., para la adquisición de microperforados y pendones.
- En segundo lugar, la campaña de Paloma Valencia pagó a Óptima S.A.S. $11.525 millones, para su estrategia publicitaria de televisión.
- En tercer lugar, la campaña de Claudia López pagó a la empresa Sintonizar Medios S.A.S. $2.465.980.502 para publicidad en medios de comunicación y plataformas digitales.

En segundo lugar de gastos se encuentran los pagos por concepto de **gastos de administración (código 201),** concentrando el 16,9% del total de gastos reportados. En este concepto se registran entre otros, pagos relacionados con el arriendo de las sedes de campaña, servicios públicos, equipos de campaña y asesores. Los valores más altos pagados por este concepto corresponden a:

- La campaña de Abelardo De La Espriella reporta pagos por $4.348 millones a la empresa Estrategia & Poder S.A.S., por la prestación de servicios profesionales de estrategia política.
- La campaña de Paloma Valencia reporta pagos a la empresa Red Empresarial de Servicios S.A.S. por un total de $1.267 millones, correspondientes al segundo mayor pago por este concepto.
- El tercer mayor pago por este concepto lo reporta la campaña de Abelardo De La Espriella por un valor de $1.428 millones a la empresa Huella Electoral.

En tercer lugar de gastos se encuentran los **servicios de transporte y correo (código 205),** concentrando el 6.8% del total. En este caso se observa que varias candidaturas contrataron a las mismas empresas para la prestación de estos servicios. Entre las principales proveedoras se encuentran las siguientes:

- Servicio Aéreo de Capurganá – SEARCA S.A.S., con pagos por $926,8 millones, provenientes de las campañas de Abelardo De La Espriella ($394,6 millones) y Paloma Valencia ($532,2 millones);
- Agencia de Viajes y Turismo Aviatur S.A.S., con $897,9 millones, correspondientes a pagos de la campaña de Paloma Valencia;
- Helistar S.A.S., con $670,4 millones, provenientes de las campañas de Abelardo De La Espriella ($463,7 millones) y Paloma Valencia ($206,7 millones).

En cuarto lugar de gastos se encuentran los **actos públicos (código 204),** con el 6,7% del total**.** Respecto a los pagos por este concepto se observa lo siguiente:

- Iván Cepeda reportó pagos por valor de $4.135 millones por concepto de logística integral para eventos de campaña. En este valor se encuentra que la mayor parte correspondió a un pago a la Orquesta Santa María, por $3.066 millones para la organización de eventos.
- Paloma Valencia registra gastos por $2.409 millones en este concepto. De este valor, la campaña pagó un total de $1.601 millones a Óptima S.A.S para la gestión logística de sus eventos.
- Abelardo De La Espriella reporta $1.717 millones de gastos en actos públicos, que incluye logística de eventos, sonido, alquiler de tarimas, arrendamiento de auditorios, entre otros.

Frente al monto total de gastos por concepto de actos públicos es importante anotar que no se observa una congruencia entre estos valores y lo observado en el desarrollo de las campañas. Particularmente en los actos de cierre de campañas, se observó un despliegue de eventos de gran escala, con escenarios multitudinarios, pantallas de gran formato, espectáculos pirotécnicos, utilización de drones, presentaciones artísticas y cierres regionales en distintas ciudades como Barranquilla, Cúcuta, Cali, Medellín y Bogotá, algunos de ellos con asistencia de decenas de miles de ciudadanos[8]. En ese sentido, resulta relevante hacer un llamado al CNE para que se haga una verificación más detallada sobre la correspondencia entre los valores registrados y la cantidad y magnitud de los eventos observados durante el desarrollo de las campañas.

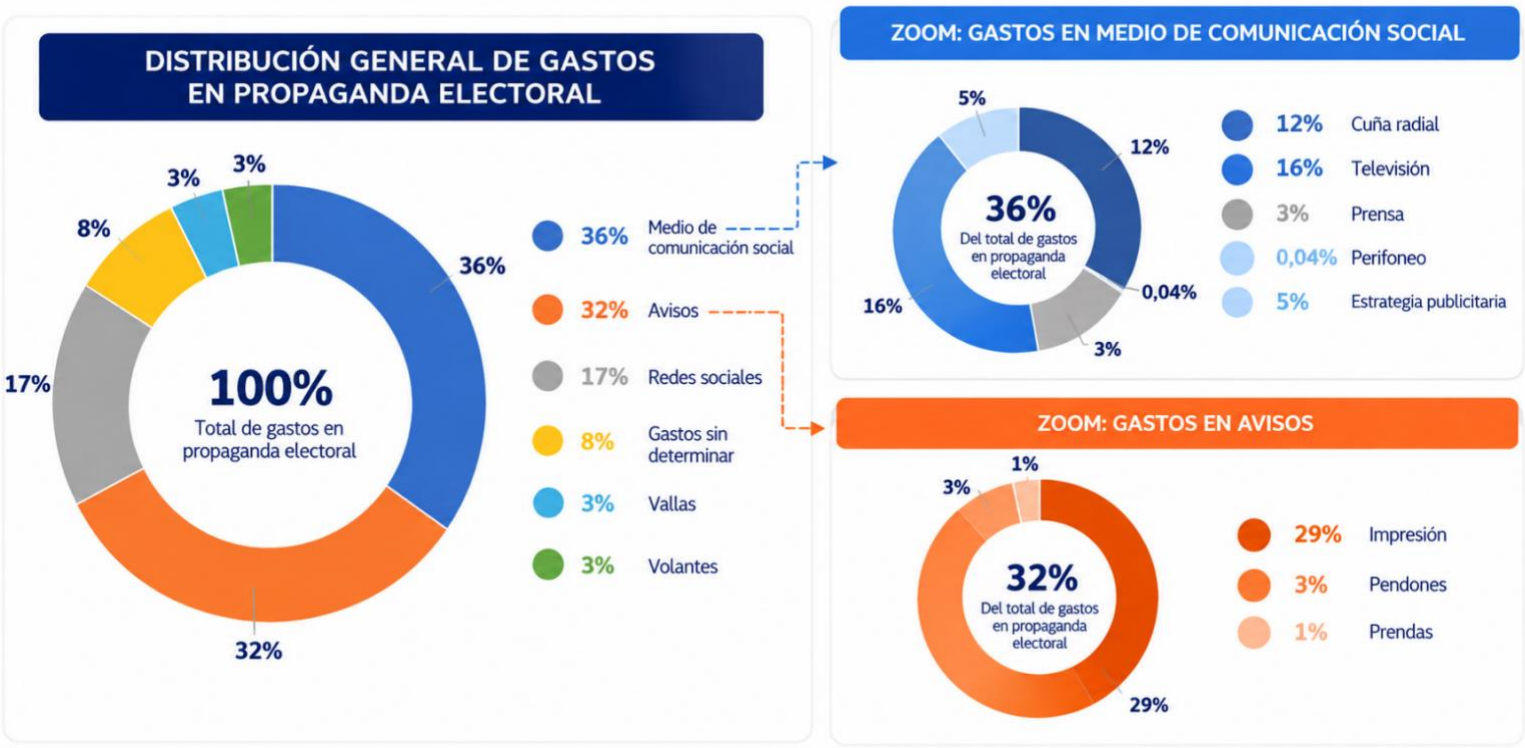
[8] El Espectador, redacción política. (2026, 24 de mayo). *En estos lugares se despidieron de la plaza pública los tres punteros en las encuestas*. Fuente: https://www.elespectador.com/politica/elecciones-colombia-2026/Iván-cepeda-abelardo-de-la-espriella-y-paloma-valencia-cierran-actos-publicos-en-barranquilla-medellin-y-bogota-noticas-hoy/

## Análisis del gasto en propaganda electoral

Los gastos en propaganda electoral (código 208), históricamente son el principal gasto reportdo por las candidaturas en las distintas contiendas electorales. Por ejemplo, en las campañas presidenciales del 2022 representaron el 61,3% del total de gastos y en 2108 y 2014 representaron el 60%.

La siguiente gráfica desagrega este gasto de acuerdo a los principales conceptos registrados por concepto de propaganda electoral por las candidaturas que participaron en la primera vuelta presidencial en 2026 :

**Gráfica 2. Desagregación de gastos propaganda electoral primera vuelta**




Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- Los medios de comunicación concentran la mayor proporción de los recursos invertidos en propaganda electoral, con el 36% equivalente a $29.042 millones. En este concepto se registran pagos de publicidad en prensa, televisión, radio, perifoneo, entre otras.
    - Dentro del gasto en medios de comunicación, la televisión concentra la mayor proporción, con 16% del total de la propaganda electoral, seguida por las cuñas radiales, con 12%. Este comportamiento resulta consistente con el carácter nacional de la elección presidencial y con el alcance de estos medios para llegar a audiencias amplias en diferentes regiones del país.
- En segundo lugar, se encuentran los gastos en avisos con el 32% (24.025 millones), en ese concepto se registran pagos destinados en impresiones, pendones y prendas de campaña.

- En el gasto destinado a avisos, la mayor proporción corresponde a impresión, con el 29% del total de la propaganda electoral**,** mientras que los pendones representan el 3% y las prendas el 1%. Esto muestra el peso que mantienen los materiales impresos y de publicidad física dentro de las estrategias de visibilidad de las candidaturas, particularmente a través de piezas como microperforados, pendones y otros elementos de publicidad electoral**.**

Por su parte, las redes sociales, recogen el 17% (2.401 millones) del total de recursos invertidos por este concepto. El registro de gastos en redes sociales ha venido aumentando en comparación con procesos electorales anteriores. Sin embargo, este reporte presenta una disminución para el caso de las elecciones presidenciales de primera vuelta. Por ejemplo, en las elecciones presidenciales de 2022, las redes sociales representaron el 24,7% del gasto en propaganda electoral en primera vuelta**,** mientras que en las elecciones al Congreso de ese mismo año alcanzaron 19% en Senado y 31,3% en Cámara[9].

## Cálculo de Inversión por Voto Obtenido

Una vez identificados los gastos reportados por las candidaturas y su distribución, resulta pertinente analizar la relación entre los recursos invertidos y los votos obtenidos. Por ello, se realizó un cálculo a partir de la información reportada respecto a los gastos de campañas y la cantidad de votos obtenidos por cada una de las candidaturas, para determinar cuánto le costo a cada campaña cada uno de los votos.

**Tabla 8. Cálculo de inversión a partir de los votos obtenidos por las campañas primera vuelta**

| CANDIDATURA | GASTOS REPORTADOS | VOTOS VÁLIDOS | INVERSIÓN POR VOTO |
|---|---|---|---|
| ABELARDO DE LA ESPRIELLA | $38.674.451.447 | 10.361.499 | $3.733 |
| CLAUDIA LÓPEZ | $4.101.437.446 | 225.517 | $18.187 |
| GUSTAVO MATAMOROS | $65.000.000 | 5.627 | $11.551 |
| IVÁN CEPEDA | $23.483.069.247 | 9.688.361 | $2.424 |
| MIGUEL URIBE LONDOÑO | $1.497.175.030 | 28.657 | $52.245 |
| ÓSCAR MAURICIO LIZCANO | $8.410.729.935 | 53.839 | $156.220 |
| PALOMA VALENCIA | $37.389.915.790 | 1.639.685 | $22.803 |
| RAÚL SANTIAGO BOTERO | $6.895.880.204 | 206.140 | $3.345 |
| ROY LEONARDO BARRERAS | $119.355.070 | 14.108 | $8.460 |
| SERGIO FAJARDO | $4.589.367.531 | 1.009.073 | $4.546 |
| SONDRA MACOLLINS | $5.387.602.000 | 19.889 | $270.884 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral y de la información publicada por la Registraduría Nacional del Estado Civil

[9] Transparencia por Colombia (2022). Balance del financiamiento electoral 2022. Fuente: https://transparenciacolombia.org.co/alertas-sobre-financiacion-electoral

- Para las candidaturas que obtuvieron las mayores votaciones la inversión de recursos resulta menor. Por ejemplo, Iván Cepeda, que obtuvo 9,6 millones de votos en la primera vuelta, tuvo una inversión aproximada de $2.424 por voto, mientras que, para Abelardo De La Espriella, con 10,3 millones de votos, cada voto lo representó aproximadamente una inversión de $3.733.
- En el mismo sentido, las candidaturas con menores resultados electorales requirieron una inversión considerablemente más alta por cada voto obtenido. De acuerdo al reporte total de ingresos y gastos de la candidata Sondra Macollins, por cada uno de los votos que logró invirtió aproximadamente $270.884, seguida de Óscar Mauricio Lizcano, con $156.220. Vale la pena reiterar, además, que estas dos campañas solicitaron anticipo estatal.

## Sobre la Reposición de Gastos por Voto Válido

### Criterios para acceder a la reposición de gastos por voto válido

El reconocimiento de la financiación estatal mediante reposición de gastos por votos válidos está sujeto al cumplimiento de requisitos legales y administrativos. En el caso de las campañas presidenciales, el artículo 11 de la Ley 996 de 2005 establece como condición haber obtenido al menos el 4% de los votos válidos depositados en la elección. Sin embargo, alcanzar este umbral no genera por sí solo un derecho automático al desembolso de los recursos.

Un requisito fundamental es que tanto las candidaturas como las organizaciones políticas rindan cuentas ante el CNE en sus informes consolidados de ingresos y gastos de campaña, dentro de los dos meses siguientes a la fecha de votación (artículo 25, Ley 1475 de 2011). Este informe debe incorporar los soportes contables correspondientes y el dictamen de auditoría interna.

Una vez recibida la documentación, el CNE, adelanta su revisión, verifica el cumplimiento de los requisitos legales y contables y comprueba que los gastos reportados estén debidamente soportados. Cuando existen inconsistencias o falta de información, puede formular requerimientos para su subsanación. La verificación y certificación de la información financiera son condiciones previas al reconocimiento del derecho a la financiación estatal.

### Cálculo y reconocimiento del valor de reposición

Una vez surtido el proceso de revisión y certificación de los informes financieros, se realiza el cálculo de la reposición de gastos a partir del número de votos válidos obtenidos y de la tarifa por voto establecida por el CNE. Sin embargo, el valor resultante está sujeto a un límite: en ningún caso la reposición podrá superar los gastos de campaña efectivamente realizados, reportados y aprobados por la autoridad electoral, conforme al artículo 11 de la Ley 996 de 2005. De esta manera, pueden presentarse dos escenarios:

- Cuando el cálculo por votos es superior a los gastos reportados y aprobados: el reconocimiento se limita al valor de los gastos efectivamente acreditados y aceptados por el CNE. Es decir, la campaña no puede recibir recursos públicos por encima de lo que demostró haber gastado.

- Cuando el cálculo por votos es inferior a los gastos reportados y aprobados: la reposición se limita al valor resultante de multiplicar los votos válidos obtenidos por la tarifa correspondiente. En este caso, aunque la campaña haya reportado y acreditado gastos superiores, el Estado no reconocerá una suma mayor a la que corresponde según su resultado electoral.

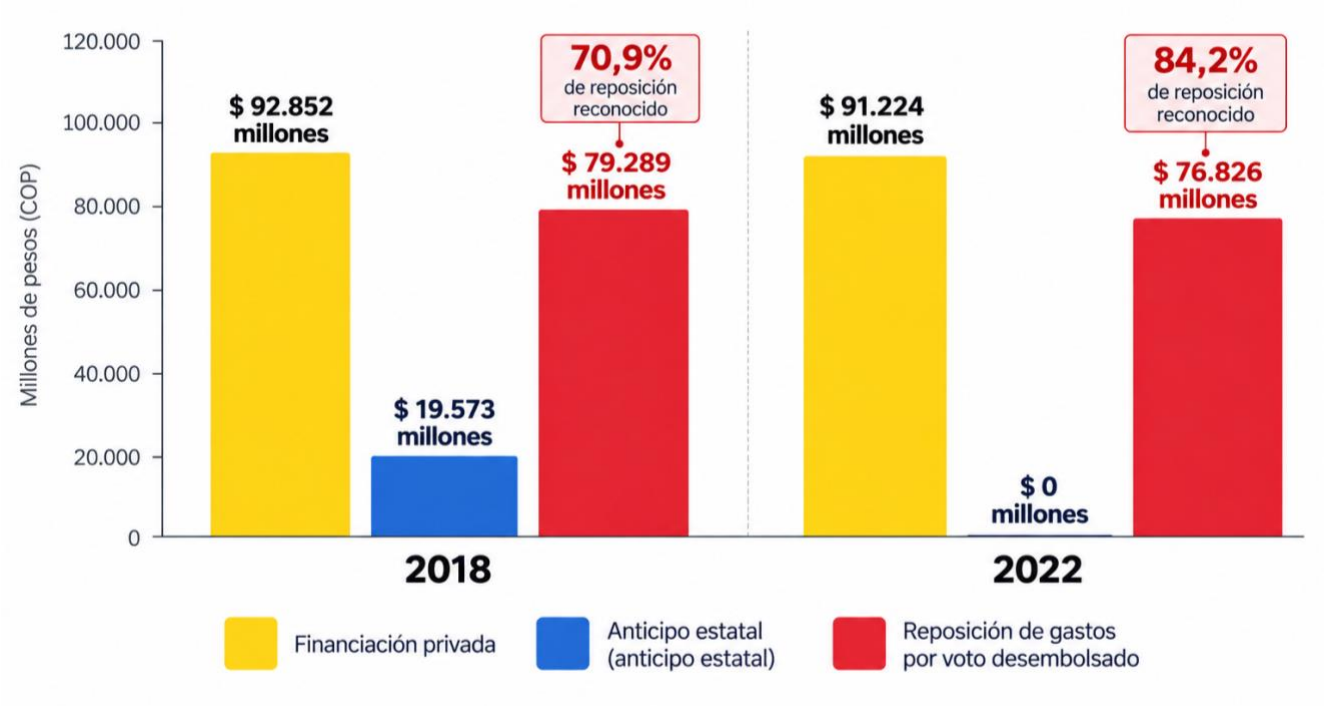
**Otorgamiento de los recursos de reposición de gastos por voto valido**

Finalmente, corresponde al CNE, mediante el respectivo acto administrativo, reconocer el derecho a la reposición, mediante el procedimiento de reconocimiento de los gastos aceptados y la expedición de la correspondiente orden de pago dirigida a la organización política que avaló la candidatura.

A la fecha de elaboración de este informe, todavía no se cuenta con información sobre los recursos reconocidos por concepto de reposición de gastos por votos válidos para las campañas que participaron de la elección presidencial de primera vuelta en 2026. Sin embargo, para poder tener claridad sobre lo que representa esta fuente pública de recursos en el financiamiento de campañas presidenciales en procesos electorales anteriores, TPC elevó ante el CNE una solicitud de información para conocer los montos totales entregados por concepto de reposición en las campañas presidenciales de 2018 y 2022.

La siguiente gráfica presenta el porcentaje de recursos de reposición de gasto por voto reconocidos por el CNE durante las elecciones presidenciales de 2018 y 2022.

**Gráfica 3. Histórico financiación privada y financiación estatal**




Fuente: Elaboración propia a partir de información suministrada por el Consejo Nacional Electoral en respuesta a solicitud de información hecha a esta entidad

- En general se encuentra que la mayor parte de los recursos públicos que contribuyen al financiamiento de las campañas se recibe de manera posterior al desarrollo de las mismas mediante la reposición de gastos por votos válidos obtenidos. El proceso anteriormente descrito lleva a que el acceso a dichos recursos llegue meses después de las elecciones, en el mejor de los casos, pero incluso, pueden pasar años para recibirlos[10]. En 2018, este concepto representó $79.289 millones, frente a $19.573 millones entregados mediante anticipos estatales. En 2022, por su parte, no se registraron anticipos estatales y la totalidad de los recursos públicos representados en la gráfica correspondió a la reposición de gastos por votos, por un valor de $76.826 millones.
- Esta situación plantea un desafío para la equidad en la financiación electoral: aunque el Estado reconoce y repone posteriormente una parte significativa de los gastos de las campañas, estos recursos no están disponibles durante el periodo en que las candidaturas deberían poderlos utilizar para poder financiar sus actividades de campaña.
- En consecuencia, la financiación mediante reposición de gastos por votos supone que las campañas deben contar previamente con recursos para desarrollar sus actividades y asumir los costos de la competencia electoral, antes de recibir el reconocimiento estatal correspondiente.

### Cálculo preliminar de reposición de gastos por voto válido

Teniendo en cuenta la información disponible sobre los votos válidos obtenidos por cada candidatura en la primera vuelta presidencial de 2026, a continuación se presenta un cálculo *preliminar* que se realizó del valor al que podrían tener derecho por este concepto. Para ello, se consideraron además de los votos válidos obtenidos por cada candidatura, los gastos reportados en Cuentas Claras y el cumplimiento del umbral del 4% requerido para acceder a la financiación estatal mediante reposición (artículo 11, literal a de la Ley 996 de 2005).

La siguiente tabla presenta el resultado de este cálculo reiterando que es un ejercicio de carácter *preliminar*, toda vez que corresponde al CNE verificar, auditar y certificar los gastos de campaña para poder determinar el monto definitivo de cada reposición.

---

[10] Organización de los Estados Americanos. (2019). *Informe final de la Misión de Veeduría Electoral de la OEA en Colombia: Elecciones de autoridades territoriales del 27 de octubre de 2019*. Secretaría para el Fortalecimiento de la Democracia, Departamento para la Cooperación y Observación Electoral. Fuente: https://www.oas.org/es/sap/deco/docs/Memoria-DECO-2019_ONLINE.pdf
Informe de gestión del CNE 2023-2024. El propio Consejo Nacional Electoral reconoció dificultades operativas para tramitar los informes de ingresos y gastos de campaña de las elecciones territoriales de 2023. De los 21.756 informes radicados, 20.011 estaban pendientes de reparto. El CNE señaló que el Fondo Nacional de Financiación Política no contaba con personal suficiente para agilizar su gestión. Fuente: https://www.camara.gov.co/wp-content/uploads/2026/08/Informes-De-La-Rama-Ejecutiva-Y-Otros-Organismos-Presentados-Al-Congreso/Secretaria-General/6.-INFORME-AL-CONGRESO-CNE.pdf

**Tabla 9. Cálculo preliminar reposición de gastos por voto válido primera vuelta**

| CANDIDATURA | GASTOS REPORTADOS | VOTOS VÁLIDOS | ¿ALCANZÓ EL UMBRAL DEL 4%? | VALOR DE REPOSICIÓN POR VOTO | REPOSICIÓN CALCULADA | % DE GASTOS RECONOCIDOS POR REPOSICIÓN |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ABELARDO DE LA ESPRIELLA | $38.674.451.447 | 10.361.499 | SÍ | $9.052 | $93.792.288.948 | 100,0% |
| CLAUDIA LÓPEZ | $4.101.437.446 | 225.517 | NO | $0 | $0 | 0,0% |
| GUSTAVO MATAMOROS | $65.000.000 | 5.627 | NO | $0 | $0 | 0,0% |
| IVÁN CEPEDA | $23.843.069.247 | 9.688.361 | SÍ | $9.052 | $87.699.043.772 | 100,0% |
| MIGUEL URIBE LONDOÑO | $1.497.175.030 | 28.657 | NO | $0 | $0 | 0,0% |
| ÓSCAR MAURICIO LIZCANO | $8.410.729.035 | 53.839 | NO | $0 | $0 | 0,0% |
| PALOMA VALENCIA | $37.389.915.790 | 1.639.685 | SÍ | $9.052 | $14.842.428.620 | 39,7% |
| RAÚL SANTIAGO BOTERO | $6.895.880.204 | 206.140 | NO | $0 | $0 | 0,0% |
| ROY LEONARDO BARRERAS | $119.355.070 | 14.108 | NO | $0 | $0 | 0,0% |
| SERGIO FAJARDO | $4.589.367.531 | 1.009.073 | SÍ | $4.440 | $4.480.284.120 | 97,6% |
| SONDRA MACOLLINS | $5.387.602.000 | 19.889 | NO | $0 | $0 | 0,0% |

**Umbral:** 4% de los votos válidos. Para candidaturas que no alcanzaron el umbral, no se reconoce reposición.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral y el marco normativo relacionado a la reposición de gastos por voto válido

- De las candidaturas que participaron en la primera vuelta, solo cuatro superaron el umbral del 4% y, por tanto, tendrían derecho a acceder a la reposición de gastos por votos: Abelardo De La Espriella, Iván Cepeda, Paloma Valencia y Sergio Fajardo. De acuerdo con el cálculo preliminar, las campañas de Abelardo De La Espriella e Iván Cepeda podrían cubrir con dicha reposición hasta el 100% de los gastos reportados, dado que el valor calculado, a partir de los votos que obtuvieron, supera ampliamente el total de gastos registrados por cada uno de ellos en su informe consolidado de ingresos y gastos de campañas.
- De las cuatro candidaturas que recibirían reposición de gastos por voto válido, cabe aclarar que para el caso de Sergio Fajardo, el cálculo del valor de la reposición se hace de manera distinta, en tanto él fue el único que recibió anticipo estatal.
- Para Sergio Fajardo, el cálculo preliminar de reposición alcanza el 97,6% de los gastos reportados**.** Para esta candidatura, el valor de reposición por voto es de $4.440, debido a que Fajardo recibió anticipo estatal. La normativa establece que el anticipo se deduce de la financiación que corresponda por reposición (artículo 11, literal a de la Ley 996 de 2005 y Resolución 0715 de 2026).
- El caso de Paloma Valencia muestra una situación diferente puesto que el cálculo preliminar de su reposición alcanzaría $14.842 millones, cifra que equivale al 40% de lo que reportó su campaña como gastos totales ($37.390 millones). Es decir que con la reposición estatal no podrá cubrir el otro 60% de sus gastos.
- En el caso de las candidaturas que no alcanzaron el 4% de los votos válidos, no se genera derecho a reposición por voto, por lo que en la tabla se registra un valor de reposición de $0. Esta condición para las elecciones presidenciales está expresamente indicada en el artículo 11 de la Ley 996 de 2005.
- Lo anterior reafirma la poca efectividad del financiamiento público vía reposición de gastos por votos como mecanismo de generar equidad en la contienda electoral puesto que el acceso a estos recursos está directamente condicionada al éxito electoral, concentrando estos recursos en aquellas candidaturas que alcancen mayores niveles de votación y excluyendo a las que no superan el umbral establecido.

- Como ya se dijo, la ausencia de una obligación automática de devolver los anticipos estatales cuando estos han sido ejecutados conforme a la ley hace necesario fortalecer los mecanismos de verificación de las autoridades electorales sobre su destinación y ejecución efectiva.

## CAPÍTULO III. BALANCE DEL FINANCIAMIENTO DE LAS CAMPAÑAS A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA SEGUNDA VUELTA

A continuación se presenta el balance del financiamiento de las dos campañas que pasaron a la segunda vuelta presidencial de 2026.

Las dos campañas que pasaron a segunda vuelta fueron la de Abelardo De La Espriella e Iván Cepeda con un total de votos de 10.361.499 y 9.688.361, respectivamente. Para las campañas presidenciales de segunda vuelta, el tope de gastos permitidos fijado por el CNE fue de $18.243.034.647.

La segunda vuelta presidencial inició el 4 de junio y se extendió hasta el 21 de junio, durante este periodo, los dos candidatos que avanzaron en la competencia presidencial cumplieron con la obligación de registrar sus ingresos y gastos durante la campaña, en conformidad con la Resolución 10753 de 2025.

- Abelardo De La Espriella inició su reporte de ingresos y gastos de campaña a través de Cuentas Claras el 12 de junio.
- Iván Cepeda inició su reporte de ingresos y gastos de campaña en Cuentas Claras el 16 de junio.

Asimismo, los dos candidatos cumplieron con la obligación de enviar los reportes consolidados de ingresos y gastos y sus respectivos soportes, durante el plazo de los dos meses siguientes al día de las elecciones, de acuerdo con lo establecido en Ley (artículo 25, Ley 1475).

### A. Ingresos y gastos reportados

**Tabla 10. Ingresos y gastos totales de campaña segunda vuelta**

| | CANDIDATO | INGRESOS | GASTOS |
|---|---|---|---|
| PRIMERA VUELTA | ABELARDO DE LA ESPRIELLA | $38.070.157.399 | $38.674.451.447 |
| | IVÁN CEPEDA | $15.005.893.318 | $23.843.069.247 |
| | TOTALES | $53.076.050.717 | $62.517.520.694 |
| SEGUNDA VUELTA | ABELARDO DE LA ESPRIELLA | $17.507.318.564 | $17.676.711.448 |
| | IVAN CEPEDA | $15.001.434.821 | $18.183.670.622 |
| | TOTALES | $32.508.753.385 | $35.860.382.070 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- Nuevamente para la segunda vuelta se observa que en 3 semanas se invirtieron en campaña una cantidad considerable de recursos. El total de ingresos reportado por ambas campañas es de $32.508.753.385 y el total de gastos $35.860.382.070.
- A nivel individual, la campaña de Abelardo De La Espriella concentra un poco más de la mitad de los ingresos totales reportados para segunda vuelta (54%); mientras que los ingresos para la campaña de Iván Cepeda representaron el 46%.
- Respecto a los gastos, Iván Cepeda concentra el 46% del total reportado y Abelardo De La Espriella representa el 54%.

- Igual que las campañas de primera vuelta, en esta ocasión nuevamente hay un mayor registro de gastos en comparación con ingresos. Diferencia que equivale a $3.351 millones. Esta diferencia corresponde a:
    - Un registro superior de gastos vs ingresos de Ivan Cepeda por un valor de $3.182.235.801.
    - Un registro superior de gatos vs ingresos de Abelardo De La Espriella por valor de $169.392.884.

### B. Análisis de los ingresos de campaña en segunda vuelta.

**Tabla 11. Desagregación de ingresos por código segunda vuelta**



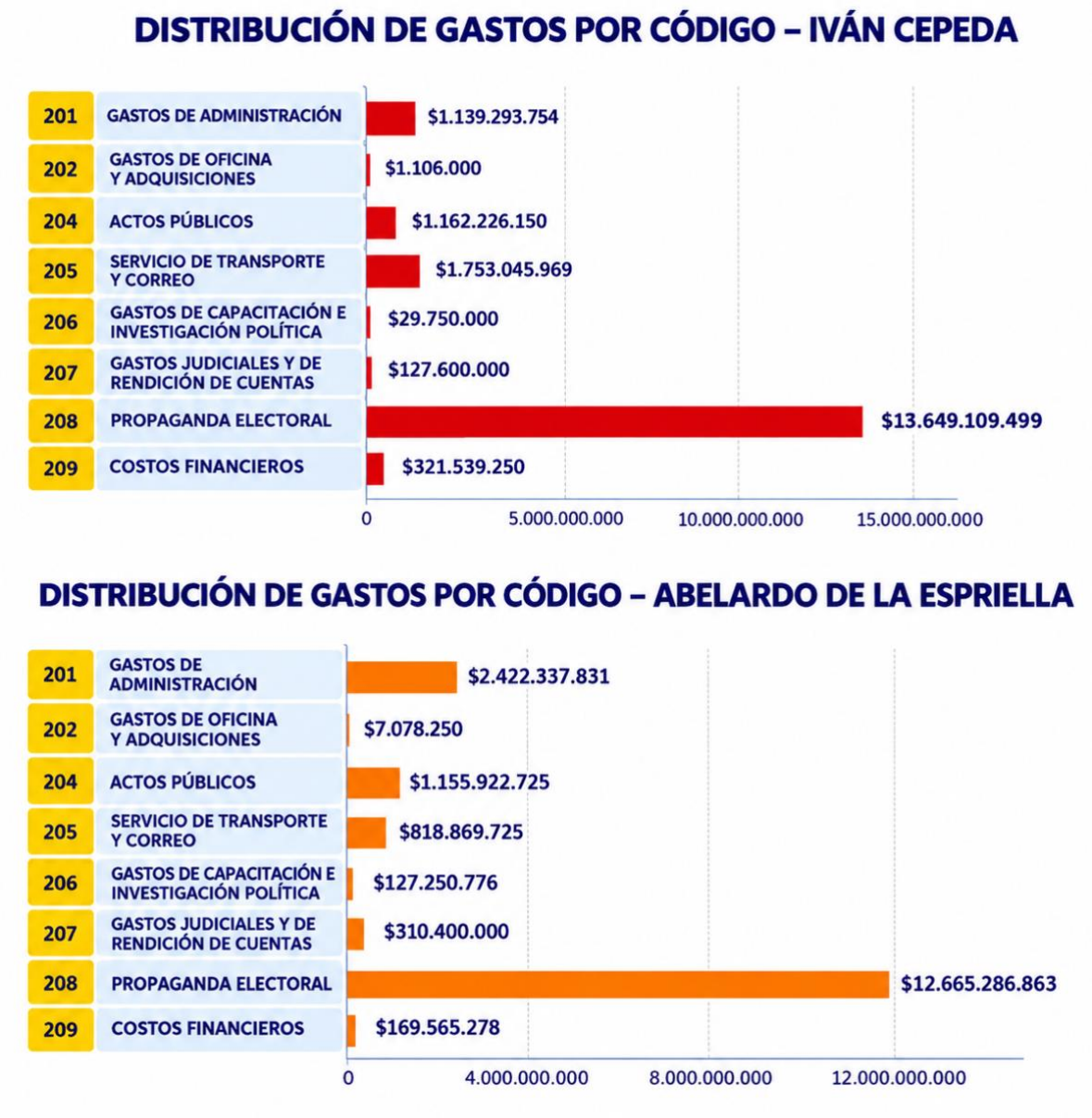

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- La campaña a segunda vuelta de **Iván Cepeda** registró ingresos por dos conceptos a saber, créditos del sector financiero (código 105) y rendimiento de inversiones (código 103). Los créditos equivalen al 99,9% del total de sus ingresos, lo que indica que prácticamente esta fue la única fuente de recursos para el financiamiento de su campaña en segunda vuelta.
- En la segunda vuelta los créditos fueron con entidades financieras distintas a las que reportó en primera vuelta, y corresponden a:
    - $10.000.000.000 con la Cooperativa Financiera JFK (ingreso registrado en Cuentas Claras el 16 de julio)
    - $5.000.000.000 con el Banco GNB Sudameris (ingreso registrado en Cuentas Claras el 19 de junio).
- Igualmente, el principal ingreso de **Abelardo De La Espriella** corresponde a créditos con el sector financiero (código 105), acumulando el 99,9%.
    - Los $17.500 millones reportados por la candidatura corresponden a un crédito con el Banco GNB Sudameris, entidad financiera distinta a las que le otorgaron créditos en la primera vuelta.

- Por su parte, las ayudas en especie valoradas a su precio comercial (código 107) equivalen al 0,018% del total de ingresos reportados por la candidatura de Abelardo De La Espriella en segunda vuelta.
    - Por este concepto, se registra la donación en especie de honorarios del jefe, gerente y tesorero de campaña: Joaquín Gutierrez Caballero, Carlos Andrés Rios Puerta y Ana María Rios Puerta, respectivamente.

### C. Análisis de los gastos de campaña en segunda vuelta.

**Tabla 12. Desagregación de gastos por código segunda vuelta**



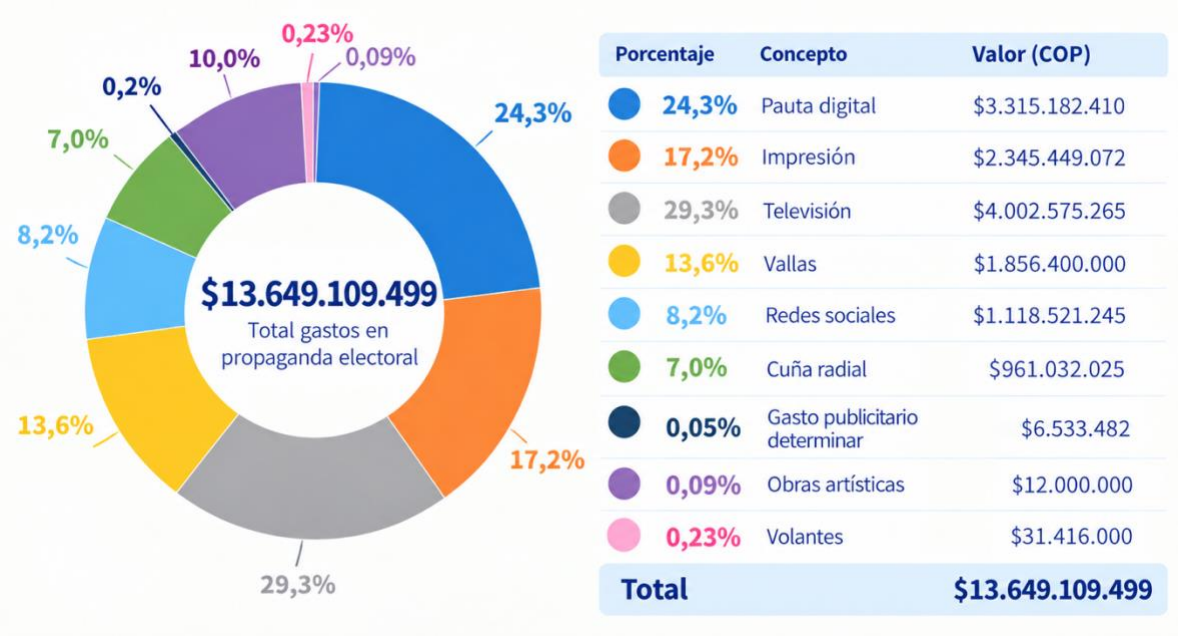

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

- El principal gasto reportado por la campaña de **Iván Cepeda** en la segunda vuelta presidencial corresponde a propaganda electoral (código 208), acumulando el 75% del total reportado.
    - El mayor pago a proveedores por este concepto es un desembolso por $2.473.653.462 a la empresa Caracol Televisión S.A, por pauta publicitaria.
- El segundo mayor gasto, con el 10% del total reportado por la campaña, corresponde a servicios de transporte y correo (código 205).
    - El monto más alto pagado por este concepto es de $705.359.496 a la empresa Giant Operador Logístico S.A.S. por servicio de transporte terrestre.
- El tercer concepto de gastos reportado por Iván Cepeda corresponde a actos públicos (código 204), representando el 6% del total.
    - El mayor pago por este concepto es un desembolso de $511.700.000 dirigido al señor Carlos Alberto Santamaria Rodríguez por un contrato logístico para actos públicos.
- El principal gasto reportado por la campaña de **Abelardo De La Espriella** en la segunda vuelta presidencial corresponde a propaganda electoral (código 208), acumulando el 72% del total reportado.
    - El mayor pago a proveedores por este concepto es un desembolso por $6.487.880.000 a la empresa Industrial Party S.A.S., por material publicitario.
- El segundo mayor gasto, con el 14% del total reportado por la campaña, corresponde a gastos de administración (código 201).
    - El valor más alto pago por este concepto es de $1.441.090.000 a la empresa Estrategia y Poder S.A.S. por servicios profesionales de estrategia política.
- El tercer concepto de gastos reportado por la Abelardo De La Espriella corresponde a actos públicos (código 204), representando el 7% del total.
    - El mayor pago por este concepto es un desembolso de $416.500.000 a la empresa Servicios Especiales en Audio S.A.S. por servicios logísticos para eventos de la campaña.
    - Se registran pagos a la empresa Nova Soportes Integrales S.A.S. por concepto de tiquetes, reservas hoteleras por valor de $344 millones en segunda vuelta y por $1.299 millones en primera vuelta.
    - De acuerdo a investigaciones periodísticas realizadas por la Revista Cambio[11], se ha conocido ante la opinión pública que esta empresa estuvo liquidada durante tres años y se reactivó ante la Cámara de Comercio de Bogotá en el mes de febrero (ya iniciada la campaña presidencial de primera vuelta). El representante legal de esta compañía es un estudiante universitario de ciencias sociales que figura en condición de vulnerabilidad en el Sisbén.

[11] Revista Cambio. (16 de junio de 2026). *Exclusivo: campaña de Abelardo De La Espriella, registró pagos por $1.299 millones a una empresa fantasma*. Fuente: https://cambiocolombia.com/poder/articulo/2026/6/exclusivo-campana-de-abelardo-de-la-espriella-registro-pagos-por-1299-millones-a-una-empresa-fantasma

## Análisis del gasto en propaganda electoral segunda vuelta

**Gráfica 4. Desagregación de gastos propaganda electoral Iván Cepeda segunda vuelta**




| Porcentaje | Concepto | Valor (COP) |
|---|---|---|
| 24,3% | Pauta digital | $3.315.182.410 |
| 17,2% | Impresión | $2.345.449.072 |
| 29,3% | Televisión | $4.002.575.265 |
| 13,6% | Vallas | $1.856.400.000 |
| 8,2% | Redes sociales | $1.118.521.245 |
| 7,0% | Cuña radial | $961.032.025 |
| 0,05% | Gasto publicitario determinar | $6.533.482 |
| 0,09% | Obras artísticas | $12.000.000 |
| 0,23% | Volantes | $31.416.000 |
| **Total** | | **$13.649.109.499** |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

**Análisis de gastos propaganda electoral Iván Cepeda segunda vuelta**

- El principal gasto de propaganda electoral reportado por **Iván Cepeda** corresponde al pago de publicidad en televisión, concentrando el 29,3% del total registrado bajo el código 208. Las empresas que más pagos recibieron de la campaña por este concepto son:
  - Caracol Televisión, con un pago por valor de $2.473.653.462. Además hay un segundo pago a esta empresa por $2.944.060 adicionales.
  - RCN Televisión, con un pago por $1.493.381.977.
  - Uno Nueve S.A.S con un pago por $32.595.766.
- En segundo lugar, dentro de los gastos de propaganda electoral se ubican los pagos de pauta digital concentrando el 24,3% del total registrado bajo este concepto
  - Por pauta digital hay pagos a diferentes proveedores como Casa Editorial El Tiempo, Google, Dream Tech Logic S.A.S., Taptap Advertising S.A.S. y Meta. Pero los tres pagos más altos fueron a Google por un total de valores de $661.500.000, $614.576.667 y $474.000.000, respectivamente.
- En tercer lugar se registran gastos en impresiones con el 17,2% del total reportado en propaganda electoral.
  - La empresa Comercializadora Suministros e Inversiones Eco - Plus S.A.S recibió un pago por $960.000.000 millones de pesos.
  - La empresa Muravi S.A.S. recibió dos pagos por un total $398.044.913.
- Finalmente, los gastos en redes sociales corresponden al 8,2% del total reportado en propaganda electoral, en total se registran ocho pagos por un total de $1.118.521.245.

- Meta registran siete pagos por un total de $1.043.521.245
- Sumar TIC S.A.S registra un pago por $75.000.000.

**Gráfica 5. Desagregación de gastos propaganda electoral Abelardo De La Espriella segunda vuelta**




Fuente: Elaboración propia a partir de datos extraídos del Aplicativo Cuentas Claras del Consejo Nacional Electoral

**Análisis de gastos propaganda electoral Abelardo De La Espriella segunda vuelta**

- El principal gasto de propaganda electoral reportado por **Abelardo De La Espriella** corresponde a impresiones, concentrando el 76,3% del total de recursos registrados bajo el código 208.
  - Bajo este concepto se observan tres pagos a la empresa Industrial Party S.A.S. por valores de $6.487.880.000, $949.620.000 y $2.227.786.862.
- La publicidad realizada en televisión constituye el segundo mayor concepto de gasto, con el 10,6%.
  - El mayor pago realizado bajo este concepto es por un valor de $1.039.809.212 a Caracol Televisión, seguido por $223.016.970 a RCN Televisión y $37.110.851 a Multimedias Plus S.A.S.
- El concepto de gastos en redes sociales corresponde al 4,5% del total de gastos destinados en propaganda electoral.
  - Se observan dos desembolsos realizados para pago en publicidad en redes sociales por valor de $509.733.454 y $57.576.000, destinados correspondientemente a las empresas Acomedios Publicidad y Mercadeo S.A.S y Asociacion de Medios de Comunicacion – Asoredes.

# CONCLUSIONES

## Sobre la rendición de cuentas

**Las candidaturas en su gran mayoría cumplieron con la rendición de cuentas durante y después de las campañas**. El 100% de las candidaturas inscritas a la contienda presidencial en primera y en segunda vuelta cumplió con registrar al menos un ingreso o un gasto durante el desarrollo de las campañas a través del aplicativo Cuentas Claras. En relación con la presentación de los informes consolidados finales de primera vuelta, 13 de las 14 candidaturas cumplieron con esta obligación, la única excepción fue la candidatura de Clara López.

Para la segunda vuelta, los dos candidatos cumplieron también, con el reporte de sus ingresos y gastos durante el desarrollo de las campañas y el envío de sus informes consolidados después del dia de las elecciones. Estos resultados muestran avances en la rendición de cuentas, aunque persisten desafíos para garantizar el cumplimiento integral de las obligaciones de reporte ante la autoridad electoral.

## Sobre la financiación pública

**Los anticipos estatales fueron una fuente significativa de recursos en la primera vuelta de la elección presidencial.** Los anticipos estatales representaron el 17,7% de los ingresos reportados por las candidaturas en primera vuelta, con un total de $21.567 millones entregados a cinco campañas. Este resultado constituye un contraste importante frente a las elecciones presidenciales de 2022, cuando ninguna candidatura accedió a recursos públicos mediante este mecanismo. No obstante, la oportunidad de los desembolsos continúa siendo un desafío para la equidad electoral: los anticipos de 2026 fueron entregados entre el 20 y el 21 de mayo, apenas nueve o diez días antes de la jornada electoral del 31 de mayo, reduciendo significativamente el tiempo disponible para su utilización durante la campaña.

**El financiamiento público de campañas realmente llega ex post mediante la reposición de gastos por votos válidos.** El análisis histórico de la financiación presidencial evidencia que la reposición de gastos por voto válido constituye el principal mecanismo de materialización de los recursos públicos destinados a las campañas, cuyos desembolsos se producen después de las elecciones. En 2018, este mecanismo representó $79.289 millones, mientras que en 2022 alcanzó $76.826 millones. Esta modalidad supone que las candidaturas deben disponer previamente de recursos para financiar sus actividades electorales y asumir los costos de la competencia antes de recibir los recursos públicos correspondientes. En consecuencia, aunque la reposición constituye una fuente importante de financiación estatal, su reconocimiento posterior es contrario al principio del financiamiento público de generar condiciones de equidad para las candidaturas. Además, este mecanismo ex post puede terminar incrementando la dependencia de recursos privados o del endeudamiento con terceros sean entidades financieras o préstamos de personas naturales ya que está prohibido el aporte de personas jurídicas.

## Sobre la financiación privada

**Los créditos con entidades financieras se consolidan como la principal fuente de recursos.** Los créditos con entidades financieras constituyeron la principal fuente de financiación de las campañas presidenciales de primera vuelta, concentrando el 71,6% de

los ingresos reportados y de las campañas de segunda vuelta, el 99,9%. Esta tendencia confirma la importancia que ha adquirido el endeudamiento con el sector financiero dentro de la estructura de financiación de las campañas presidenciales y su consolidación como una de las principales fuentes de recursos en los últimos procesos electorales. Adicionalmente, para primera vuelta, se observa una alta concentración de esta fuente en tres candidaturas: Abelardo De La Espriella, Iván Cepeda y Paloma Valencia, que en conjunto reportaron el 97,7% de los créditos registrados bajo este concepto. Estos créditos representan un compromiso financiero, el cual, en la mayoría de los casos cuentan con una pignoración sobre la reposición de gastos por voto válido que reciben las campañas, teniendo en cuenta los tiempos para el otorgamiento de estos recursos de reposición, los candidatos electos terminan ocupando los cargos debiendo decenas millones de pesos con las entidades bancarias.

**Tres candidaturas en primera vuelta concentran la mayoría de los ingresos y gastos reportados.** Las campañas presidenciales de Abelardo De La Espriella, Iván Cepeda y Paloma Valencia en conjunto suman el 74,6% de los ingresos totales y el 71,1% de los gastos totales reportados por todas las candidaturas en primera vuelta. Asimismo, estas campañas concentraron el 91,5% del total de los votos obtenidos. Esta concentración evidencia diferencias significativas en la capacidad de movilización de recursos entre las candidaturas y a la vez, plantea interrogantes sobre las posibilidades reales de las demás candidaturas en relación con la cantidad de recursos invertidos en sus campañas. Adicionalmente, al analizar el costo por voto se evidencia que las candidaturas con mayores resultados electorales la inversión por voto es inferior por ejemplo, Iván Cepeda, con 9,6 millones de votos, reportó una inversión aproximada de $2.424 por voto válido, mientras que Abelardo De La Espriella registró cerca de $3.733 por voto. Caso contrario sucedió con varias candidaturas con bajos niveles de votación que registraron inversiones más altas por voto, como el caso de Sondra Macollins con aproximadamente $270.884 por voto y Óscar Mauricio Lizcano con $156.220 por voto, campañas que además solicitaron anticipo estatal; al respecto, se observa que la inversión por voto de Sondra Macollins fue aproximadamente 112 veces superior a la de Iván Cepeda, lo que refleja las diferencias en términos de la relación entre la inversión realizada y los votos obtenidos.

### Sobre los gastos

**La propaganda electoral es el principal gasto de las campañas.** La propaganda electoral representó el 61,5% del total de gastos reportados en primera vuelta y el 73,3% en la segunda vuelta, consolidándose como el principal rubro de inversión de las campañas presidenciales. Esta tendencia se mantiene prácticamente inalterada frente a procesos electorales anteriores: en 2014 y 2018 representó aproximadamente el 60% de los gastos, mientras que en 2022 alcanzó el 61,3%. En 2026, los recursos destinados a este concepto ascendieron a $82.376 millones. La priorización en invertir recursos en propaganda electoral es congruente con la importancia que dan las campañas a la publicidad y las estrategias de posicionamiento público. Esta situación plantea la necesidad de fortalecer la transparencia sobre la contratación de servicios publicitarios y los proveedores que participan en estas actividades; en ese sentido, es importante retomar iniciativas legislativas alrededor del desarrollo de registro de proveedores de servicios y bienes de campañas, lo cual contribuye a conocer la idoneidad de las empresas contratadas por las campañas y los costos reales asociados a las mismas.

**Es importante verificar la congruencia entre los gastos realmente ejecutados en campaña y los recursos reportados,** esta situación se puede presentar alrededor de

gastos en administración, redes sociales, transporte, entre otros, un ejemplo de esta situación es lo que sucede alrededor de los actos públicos, lo cual fue identificado en el presente informe, que representaron el 6,7% del total de gastos reportados por las campañas presidenciales en primera vuelta y el 6,4% en la segunda vuelta. Sin embargo, la magnitud del despliegue logístico y territorial observado durante esta contienda, caracterizado por eventos multitudinarios, producción audiovisual, pantallas de gran formato, espectáculos pirotécnicos, utilización de drones y presentaciones artísticas, plantea la necesidad de que el CNE verifique la correspondencia entre las actividades efectivamente realizadas y los gastos registrados por las candidaturas. Este ejercicio resulta particularmente relevante para las campañas que concentraron mayores niveles de votación y realizaron eventos de gran escala en diferentes regiones del país, con el propósito de establecer la integralidad y consistencia de los reportes financieros.

## BIBLIOGRAFIA


El Tiempo. (2026, 25 de mayo). *César Gaviria, presente en el cierre de campaña de la candidata Paloma Valencia, pidió al país darle el escenario por primera vez a una mujer*. Fuente: https://www.eltiempo.com/politica/elecciones-colombia-2026/cesar-gaviria-presente-en-el-cierre-de-campana-de-la-candidata-paloma-valencia-pidio-al-pais-darle-el-escenario-por-primera-vez-a-una-mujer-3558174

Cierre de campaña Paloma Valencia – Bogotá, D.C. Fuente: https://www.facebook.com/palomavalencial/posts/pfbid0nZmGU1JMh8A3RKRb8FjMxr9CMyACKMJAKvfhb7Tfu3GsVAGQw8xn8gsC4Yyd8EmdI

Cierre de campaña Paloma Valencia – Medellín. Fuente: https://www.facebook.com/palomavalencial/posts/pfbid0hZUzyKDQ5xT3CNBFDHdYGhHwxbaS5szJpGn3gaC6oCXYDkK23MZTVMBeqqZw5GwgI

Cierre de campaña Paloma Valencia – Barranquilla. Fuente: https://www.facebook.com/palomavalencial/posts/pfbid036h25sfUkkReYDXjSm1dmJyBn85YotNfsZnYqbsCKFWGvS7JtKqejtTteiQMETWDpI

El Tiempo. (2026, 24 de mayo). *Así fue el cierre de campaña de Abelardo de la Espriella en el Gran Malecón de Barranquilla: 'Nunca más inseguridad'.* Fuente: https://www.eltiempo.com/politica/elecciones-colombia-2026/asi-fue-el-cierre-de-campana-de-abelardo-de-la-espriella-en-el-gran-malecon-de-barranquilla-nunca-mas-inseguridad-3557990

El Heraldo. (2026, 24 de mayo). *Abelardo De la Espriella cierra su campaña en Medellín: "Aquí estamos para defender a Colombia".* Fuente: https://www.elheraldo.co/politica/2026/05/24/abelardo-de-la-espriella-cierra-su-campana-en-medellin-aqui-estamos-para-defender-a-colombia/

Cierre de campaña Abelardo De La Espriella – Medellín. Fuente: https://www.facebook.com/DELAESPRIELLAstyle/posts/pfbid024PtmhqMeVkLbk6Nz4BG4P9HmbWfgkN21UFeTN9HVwA4yHkHpgkmThDizPojyThi6l?locale=es_LA

Cierre de campaña Abelardo De La Espriella – Barranquilla. Fuente: https://www.facebook.com/DELAESPRIELLAstyle/posts/pfbid0pzkgER2JP1fjiBiEsorBDYDdkQzGi8pFp3UC5JR3Aq1Y4BN5bTe4R1rmTiD1HWHDl?locale=es_LA

Cierre de campaña Abelardo De La Espriella – Bogotá, D.C. Fuente: https://www.facebook.com/DELAESPRIELLAstyle/posts/pfbid0sx71rQCgzV8SyGUrdjnzLGMH2kbCLckzkZKvBjFvTh4K5d4cGMY5pSvrpFpiDBaRl?locale=es_LA

Fundación Pares. (2026, 25 de mayo). *La plaza volvió a ser el epicentro de la política en Colombia.* Fuente: https://www.pares.com.co/la-plaza-volvio-a-ser-el-epicentro-de-la-politica-en-colombia/

Cierre de campaña Iván Cepeda – Bogotá, D.C. Fuente: https://www.instagram.com/p/DYqNNWXEeFZ/?img_index=1

Cierre de campaña Iván Cepeda – Cartagena. Fuente: https://www.instagram.com/p/DYs6kqjjWO0/?img_index=12

Cierre de campaña Iván Cepeda – Barranquilla. Fuente: https://www.instagram.com/reel/DYveR3UxVtT/