REVISTA DE SOPECOP

JULIO 2026

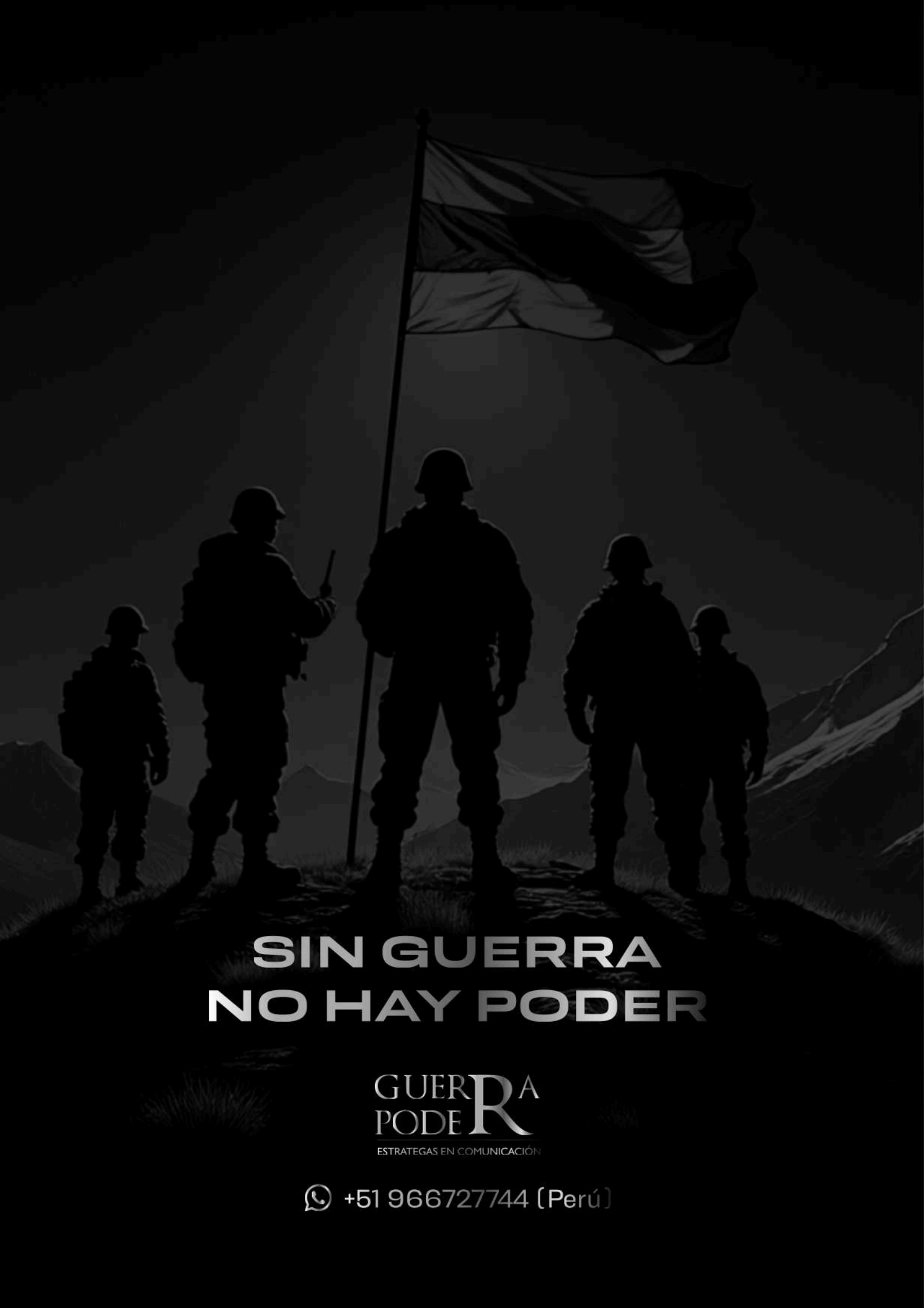
EL CONSULTOR

Keiko Fujimori apuesta por la estabilidad institucional y la eficiencia en la administración pública para reconstruir la confianza en el país

Gestión, orden y futuro

También la puedes leer online en www.sopecop.org

LA EDICIÓN MÁS ACTUAL



GUERRA PODER

ESTRATEGAS EN COMUNICACIÓN

+51 966727744 (Perú)

Richard Tapia
& Asociados

Tu *victoria* empieza con una buena *estrategia*

+51 971180505

INDICE

05 EDITORIAL
La cuarta vez fue la vencida

06 DE PRIMERA DAMA A PRESIDENTA
Su irrupción en la política ocurrió en 1994, cuando, con apenas 19 años, asumió el cargo de primera dama tras la separación de sus padres.

LA MUJER CONQUISTÓ PALACIO 10
De Dora Narrea a Keiko Fujimori, la larga ruta femenina hacia la Presidencia del Perú

EL FIN DE LA POLÍTICA OPACA 14
Blockchain promete convertir el financiamiento, los compromisos electorales y la gestión gubernamental en procesos trazables y auditablesl
Por Richard Tapia

18 DE GANADORES Y PERDEDORES
Por Giovanna Peñaflor

20 ¿POR QUÉ LA ÉTICA SIN ESTRATEGIA PIERDE ELECCIONES?
En el Panamá del “No Vas”
Por Evy Vargas Despaigne

FOTOPOLÍTICA 23
Hablan las imágenes

LECTURAS RECOMENDADAS 24
Una apretada selección de títulos imperdibles

25 LOS “BALCONAZOS” DE ALAN GARCÍA PÉREZ
El ritual que convirtió un balcón en un escenario de poder

SOCIEDAD PERUANA DE CONSULTORES POLÌTICOS - SOPECOP

Comité Ejecutivo

Richard Tapia
Presidente

Luis Cabrera
Vicepresidente

Guillermo Vàsquez
Secretario

Consejo Consultivo

Luis Nunes
Giovanna Peñaflor

Asociados

Héctor Venegas Sandra Guerra
David Abello Kattya Mundo

Giovanni Berroa Wilson Mostacero
Javier Calle Tabata Vivanco
Ximena Cervantes Gabriel Durand
Carlos Falcòn Richard Sànchez
Dámaso Fonseca Roberto Soto
Eduardo Auccalla Héctor Charry

EDITA

Sociedad Peruana de Consultores Polìticos - SOPECOP

www.sopecop.org

Diseño y Maquetaciòn: PMG

JUNIO 2026

EDITORIAL

LA CUARTA VEZ FUE LA VENCIDA

La historia política suele reservar sus grandes paradojas para quienes persisten. Keiko Fujimori necesitó cuatro elecciones presidenciales, tres derrotas y más de quince años de exposición pública para alcanzar finalmente la Presidencia de la República. Lo hizo después de haber estado cerca, muy cerca, en más de una oportunidad. Pero esta vez, la cuarta, la historia terminó escribiéndose a su favor.

Su llegada a Palacio de Gobierno no constituye únicamente el triunfo personal de una candidata que se negó a abandonar la carrera presidencial. Representa también un acontecimiento histórico para el Perú: por primera vez, una mujer elegida mediante el voto popular asumirá la Presidencia de la República. Han transcurrido más de siete décadas desde que el Perú reconoció a las mujeres el derecho a elegir y ser elegidas. Desde entonces, la presencia femenina en la política avanzó lentamente, enfrentando resistencias culturales, estructuras partidarias dominadas por hombres y una tradición presidencial profundamente masculina. Hubo candidatas, ministras, congresistas, lideresas partidarias y mujeres que disputaron el poder. Sin embargo, ninguna había logrado recibir directamente de las urnas el mandato para conducir el país. Keiko Fujimori rompió ese techo. Y lo hace después de una trayectoria electoral singular. En 2011 perdió frente a Ollanta Humala. En 2016, Pedro Pablo Kuczynski la derrotó por un margen mínimo. En 2021 volvió a quedar a las puertas de Palacio frente a Pedro Castillo. Tres derrotas consecutivas habrían significado el retiro definitivo para cualquier dirigente político convencional. Para Fujimori, no. Persistió. Se reorganizó. Volvió a competir. Pero sería un error interpretar su victoria únicamente desde la perspectiva de la perseverancia personal. El triunfo de Keiko Fujimori debe analizarse dentro de un fenómeno político mucho más amplio: el desplazamiento del péndulo ideológico latinoamericano hacia la derecha. Durante buena parte de los últimos años, América Latina vivió una nueva expansión de gobiernos identificados con la izquierda. Sin embargo, el desgaste de varias de esas administraciones, la crisis económica, el crecimiento de la inseguridad ciudadana, el avance del crimen organizado y la percepción de desorden institucional comenzaron a modificar las prioridades del electorado.

Hoy, el ciudadano latinoamericano parece votar menos por las grandes utopías ideológicas y mucho más por respuestas concretas.Quiere seguridad. Quiere empleo. Quiere estabilidad. Quiere autoridad.

Ese cambio de prioridades está reconfigurando el mapa político regional. Argentina, Chile, Ecuador, Bolivia, Honduras, Costa Rica y, recientemente, Colombia han mostrado distintos grados de desplazamiento hacia opciones conservadoras, liberales o de derecha. El triunfo de Fujimori incorpora al Perú dentro de esta corriente regional que diversos análisis internacionales ya describen como un giro político hacia la derecha. No estamos necesariamente ante una adhesión doctrinaria masiva al conservadurismo. Sería simplista afirmarlo. Estamos, probablemente, frente a algo mucho más pragmático: el agotamiento de una parte importante del electorado ante gobiernos incapaces de resolver problemas cotidianos. La inseguridad ha terminado derrotando muchos discursos. La inflación debilitó numerosas promesas. La corrupción destruyó relatos políticos. Y la improvisación gubernamental terminó erosionando la paciencia ciudadana. En ese contexto, la derecha atinoamericana ha logrado reposicionar conceptos que durante algunos años parecían políticamente desgastados: orden, autoridad, inversión privada, crecimiento económico y seguridad.

"Las elecciones de segunda vuelta han dejado una lección que trasciende a los candidatos y a los partidos políticos: el Perú sigue siendo un país profundamente dividido"

Keiko Fujimori supo insertarse en ese nuevo clima político. Su victoria representa también una transformación de su propia narrativa. Durante años cargó con el peso político del apellido Fujimori, un apellido capaz de movilizar adhesiones intensas, pero también rechazos igualmente profundos. El antifujimorismo fue, durante tres elecciones consecutivas, una fuerza electoral decisiva para impedir su llegada al poder. Y allí se encuentra probablemente una de las principales claves de la elección. Keiko Fujimori no necesitaba únicamente aumentar su respaldo. Necesitaba reducir el rechazo. Su verdadero adversario histórico nunca fue solamente Humala, Kuczynski, Castillo o Sánchez. Su principal adversario fue siempre el techo electoral construido por el antifujimorismo.

Ganar una elección es una cosa. Gobernar el Perú es otra muy distinta. Keiko Fujimori recibirá un país políticamente fragmentado, institucionalmente debilitado y profundamente desconfiado de sus autoridades. Su condición de primera mujer elegida presidenta por voto popular tendrá una enorme carga simbólica, pero ese simbolismo no será suficiente para garantizar gobernabilidad. Keiko Fujimori llega a Palacio y, con ella, el Perú rompe una barrera histórica para las mujeres en el poder. Al mismo tiempo, su triunfo confirma que el péndulo político latinoamericano continúa desplazándose hacia la derecha. Pero las urnas ya hablaron. Ahora le corresponde hablar al gobierno.

Foto: France24

DE PRIMERA DAMA A PRESIDENTA

Su irrupción en la política ocurrió en 1994, cuando, con apenas 19 años, asumió el cargo de primera dama tras la separación de sus padres.

Pocas figuras han influido tanto en la política peruana de las últimas dos décadas como Keiko Sofía Fujimori Higuchi. Admirada por sus seguidores, cuestionada por sus detractores y protagonista de algunos de los episodios más intensos de la democracia reciente, su trayectoria representa la evolución de un liderazgo que pasó de la exposición pública como Primera Dama a convertirse en la principal dirigente de Fuerza Popular y una de las candidatas presidenciales más competitivas del país.

Su historia política está estrechamente vinculada a la del expresidente Alberto Fujimori, pero también refleja un esfuerzo sostenido por construir una identidad propia dentro de un escenario marcado por la polarización, la competencia electoral y el escrutinio judicial y mediático. Desde finales de la década de 1990 hasta la actualidad, Keiko Fujimori ha ocupado un lugar central en el debate político nacional, siendo protagonista de campañas presidenciales, disputas institucionales, reorganizaciones partidarias y procesos judiciales que han definido buena parte de la agenda pública.

Los primeros años: entre la política y la vida pública

Keiko Sofía Fujimori Higuchi nació en Lima el 25 de mayo de 1975. Su ingreso a la vida pública no fue producto de una carrera política tradicional, sino consecuencia del ascenso de su padre a la Presidencia del Perú en 1990.

Durante los primeros años del gobierno de Alberto Fujimori, la familia presidencial mantuvo un perfil relativamente discreto. Sin embargo, las tensiones familiares que culminaron con la separación de sus padres modificaron radicalmente el papel de Keiko dentro del entorno presidencial.

En 1994, con apenas 19 años, asumió las funciones protocolares de Primera Dama del Perú. Aquella decisión la convirtió en una de las primeras damas más jóvenes del mundo y le permitió participar en actividades oficiales, viajes internacionales y programas sociales. Esa experiencia le otorgó un conocimiento temprano del funcionamiento del Estado y una importante exposición pública.

Mientras algunos sectores interpretaron su presencia como una continuidad institucional, otros la consideraron una consecuencia de las complejas circunstancias familiares. En cualquier caso, su imagen comenzó a ser reconocida por amplios sectores de la población.

El fin del régimen y el desafío de reinventarse

El año 2000 marcó un punto de inflexión. Tras la difusión de los llamados "vladivideos" y la posterior renuncia de Alberto Fujimori desde Japón, el régimen llegó a su fin. Para Keiko Fujimori comenzó una etapa particularmente compleja. Con el fujimorismo enfrentando un fuerte rechazo político y numerosas investiga-

ciones judiciales, la posibilidad de construir una carrera propia parecía limitada. Sin embargo, lejos de abandonar la actividad pública, decidió mantenerse vinculada al espacio político que respaldaba el legado de su padre. Durante esos años continuó sus estudios universitarios y empezó a participar con mayor frecuencia en actividades partidarias, consolidando una base política que posteriormente sería decisiva.

El ingreso al Congreso

En las elecciones generales de 2006 fue elegida congresista de la República con una de las votaciones preferenciales más altas registradas hasta entonces. Su llegada al Parlamento representó un cambio importante. Ya no era únicamente la hija del expresidente, sino una legisladora con responsabilidades propias.

Desde el Congreso impulsó iniciativas vinculadas con temas sociales, descentralización, familia y desarrollo económico, mientras trabajaba en la reorganización del movimiento político heredado del fujimorismo. Su desempeño parlamentario también permitió consolidar una red de dirigentes regionales que más adelante serviría como base organizativa para las campañas presidenciales.

La campaña presidencial de 2011

Cinco años después inició uno de los mayores desafíos de su carrera: postular a la Presidencia de la República. La campaña de 2011 estuvo marcada por un doble reto. Por un lado, debía mantener el respaldo histórico del electorado fujimorista; por otro, necesitaba convencer a sectores independientes de que representaba un liderazgo distinto al de los años noventa.

Su discurso combinó propuestas de crecimiento económico, programas sociales, seguridad ciudadana y estabilidad institucional. Durante la segunda vuelta enfrentó a Ollanta Humala en una campaña altamente polarizada. Diversos actores políticos y sociales expresaron posiciones encontradas respecto a ambas candidaturas.

Finalmente obtuvo cerca de la mitad de los votos válidos, resultado que confirmó la existencia de un electorado sólido alrededor de su liderazgo, aunque insuficiente para alcanzar la Presidencia.

La consolidación de Fuerza Popular

Tras la derrota electoral, Keiko Fujimori emprendió una reorganización integral del partido. Fuerza Popular fortaleció sus estructuras regionales, incrementó la capacitación de dirigentes y amplió su presencia territorial.

Durante esos años el partido desarrolló actividades permanentes, algo poco frecuente dentro del sistema político peruano, caracte-rizado por organizaciones que suelen activarse únicamente durante los procesos electorales.

Ese trabajo permitió consolidar una organización con presencia nacional y una estructura competitiva para los siguientes comicios.

El proceso electoral de 2016

Las elecciones de 2016 representaron probablemente el momento de mayor fortaleza política de Keiko Fujimori. En primera vuelta obtuvo el primer lugar con amplia ventaja sobre el resto de candidatos. Simultáneamente, Fuerza Popular consiguió una mayoría absoluta en el Congreso de la República, convirtiéndose en la principal fuerza parlamen-taria del país. Sin embargo, en la segunda vuelta enfrentó a Pedro Pablo Kuczynski.

La diferencia final fue una de las más estrechas de la historia democrática peruana. Kuczynski obtuvo una ventaja inferior a un punto porcentual. Aunque perdió la Presiden-cia, Keiko Fujimori conservó un importante liderazgo opositor gracias al peso

Keiko Fujimori, en sus inicios, ya como política, se lucía como congresista en el periódo 2006 - 2011

2011. Keiko Fujimori, postula por primera vez a la presidencia y es derrotada por Ollanta Humala en segunda vuelta.

2016. Keiko Fujimori, postula por segunda vez a la presidencia y es derrotada por Pedro Pablo Kuczynski, también en segunda vuelta.

2021. Keiko Fujimori, postula por tercera vez a la presidencia y es derrotada por Pedro Castillo, también en segunda vuelta.

legislativo de su bancada.

El periodo de confrontación política
Entre 2016 y 2018 el escenario político estuvo marcado por una intensa confrontación entre el Poder Ejecutivo y el Congreso. Diversos proyectos legislativos, pedidos de interpelación y censuras ministeriales generaron un clima de permanente tensión institucional.
Los críticos del fujimorismo consideraban que la mayoría parlamentaria ejercía un excesivo control político sobre el Ejecutivo. Desde Fuerza Popular se sostenía que el Congreso cumplía su función constitucional de fiscalización. Este periodo contribuyó significativamente a la polarización política del país.

Las investigaciones judiciales
Paralelamente comenzaron investigaciones fiscales relacionadas con presuntos aportes irregulares a campañas electorales. En ese contexto, Keiko Fujimori afrontó medidas de prisión preventiva mientras continuaban las investigaciones. Estos procesos generaron un amplio debate jurídico y político respecto al uso de dicha medida cautelar y al financiamiento de organizaciones políticas.
Keiko Fujimori rechazó las acusaciones formuladas en su contra y los procesos han seguido su curso conforme al sistema judicial peruano.

La campaña presidencial de 2021
Luego de varios años de confrontación política y crisis institucional, Keiko Fujimori volvió a competir por la Presidencia. En primera vuelta logró acceder al balotaje enfrentando posteriormente a Pedro Castillo.
La campaña estuvo marcada por una profunda polarización. Mientras algunos sectores respaldaban la continuidad del modelo económico, otros impulsaban cambios estructurales al sistema político y constitucional. El resultado final favoreció a Pedro Castillo por un margen reducido.
Tras los comicios, Fuerza Popular presentó recursos previstos en la normativa electoral cuestionando determinadas actas; los organismos electorales resolvieron dichas impugnaciones y proclamaron oficialmente los resultados.

La reorganización partidaria
Después de 2021, Keiko Fujimori concentró esfuerzos en reorganizar Fuerza Popular. La estrategia incluyó el fortalecimiento de cuadros técnicos, la renovación de dirigentes regionales y la preparación de nuevas propuestas programáticas. Asimismo, el partido mantuvo presencia en el debate público mediante pronunciamientos sobre economía, seguridad ciudadana, institucionalidad y reformas del Estado.

2026. Keiko Fujimori, postula por cuarta vez a la presidencia y por fin, logra derrotar, en segunda vuelta, a Roberto Sánchez; convirtiéndose en la primera mujer presidenta del Perú.

El triunfo presidencial de 2026: la cuarta candidatura fue la vencida
Las elecciones generales de 2026 marcaron el punto culminante de la trayectoria política de Keiko Fujimori. Tras tres intentos fallidos por alcanzar la Presidencia de la República, la lideresa de Fuerza Popular obtuvo la victoria en la segunda vuelta electoral frente al candidato de izquierda Roberto Sánchez, en una de las contiendas más reñidas de la historia reciente del país. El escrutinio se prolongó durante varias semanas debido a la revisión de actas observadas y recursos presentados por las organizaciones políticas. Concluido el cómputo oficial de la ONPE, Fujimori obtuvo el 50,135% de los votos válidos frente al 49,865% de su contendor, con una diferencia de 49.641 votos.

La victoria representó un hecho histórico por varias razones. No solo significó el regreso del fujimorismo al Poder Ejecutivo después de veinticinco años, sino que convirtió a Keiko Fujimori en la primera mujer elegida mediante voto popular para ejercer la Presidencia del Perú. Asimismo, puso fin a una secuencia de tres derrotas consecutivas en elecciones presidenciales (2011, 2016 y 2021), consolidando un liderazgo político caracterizado por la perseverancia y la capacidad de mantener una organización partidaria competitiva a lo largo del tiempo.

Sin embargo, el resultado también confirmó el elevado nivel de polarización existente en el país. La estrecha diferencia entre ambas candidaturas evidenció un electorado dividido y planteó como principal desafío para la presidenta electa la construcción de consensos políticos y sociales que permitan recuperar la estabilidad institucional.

Entre los retos identi-ficados para su gestión destacan el fortaleci-miento de la seguridad ciudadana, la reac-tivación económica, la lucha contra el crimen organizado y la reconstrucción de la confianza en las instituciones democráticas.

Con su elección en 2026, Keiko Fujimori pasó de ser la principal figura de la oposición durante más de una década a convertirse en la presidenta electa del Perú.

Su trayectoria reúne momentos de alta exposición pública, tres campañas presidenciales fallidas antes de alcanzar el poder, la consolidación de una de las organizaciones políticas más influyentes del país y un prolongado escrutinio político y judicial.
Su victoria abre una nueva etapa para el fujimorismo y para la política peruana, en la que el éxito de su gobierno dependerá de su capacidad para gobernar un país profundamente dividido, construir acuerdos democráticos y responder a las demandas de seguridad, crecimiento económico y fortalecimiento institucional que marcaron la agenda electoral de 2026.

SOPECOP

SOCIEDAD PERUANA DE CONSULTORES POLÍTICOS

FELICES FIESTAS PATRIAS

Perú

— 28 DE JULIO —

En estas fechas que nos unen como nación, desde **SOPECOP** saludamos a todos los peruanos dentro y fuera del país.

Que estas Fiestas Patrias renueven nuestro compromiso con el diálogo, la democracia, la libertad y el desarrollo del Perú.

Sigamos trabajando juntos por un país más justo, próspero y unido.

¡VIVA EL PERÚ!

¡FELICES FIESTAS PATRIAS!

LA MUJER CONQUISTÓ PALACIO

De Dora Narrea a Keiko Fujimori, la larga ruta femenina hacia la Presidencia del Perú

La historia política del Perú registra dos momentos decisivos para la participación femenina. El primero ocurrió el 7 de septiembre de 1955, cuando la Ley N.° 12391 reconoció a las mujeres el derecho a elegir y ser elegidas. El segundo llegó setenta años después, cuando una mujer alcanzó por primera vez la Presidencia de la República mediante el voto popular.

Entre ambos acontecimientos transcurrieron siete décadas de transformaciones sociales, avances democráticos y una constante lucha por la igualdad política. El reconocimiento del sufragio femenino constituyó un punto de partida, pero no eliminó las barreras culturales ni la predominancia masculina dentro de los partidos políticos. Durante décadas, las mujeres conquistaron espacios como congresistas, ministras, alcaldesas y líderes partidarias; sin embargo, la Presidencia de la República permaneció como un territorio inaccesible.

La elección de Keiko Fujimori representa el cierre de ese largo proceso histórico. Su triunfo no solo simboliza el éxito de una candidatura, sino la culminación de una lucha iniciada cuando las mujeres peruanas obtuvieron el pleno ejercicio de sus derechos políticos.

Sin embargo, esta historia no comenzó con Keiko Fujimori. Antes de ella existieron otras mujeres que desafiaron los prejuicios de su tiempo y demostraron que la conducción del Estado también podía ser asumida por una mujer. Cada candidatura abrió camino para la siguiente y fue ampliando los límites de la representación política femenina.

La pionera de una nueva etapa

La cronología de las candidaturas presidenciales femeninas comienza en 1990 con ***Dora Narrea***, representante de la ***Unión Nacional Odriísta (UNO).*** Su postulación marcó un hecho inédito. Hasta entonces ninguna mujer había competido por la Presidencia de la República en una elección general. Aunque no obtuvo un resultado significativo, su candidatura rompió una barrera simbólica que parecía inamovible y demostró que el liderazgo femenino podía aspirar al más alto cargo del Estado.

Cinco años después, en 1995, el ***Partido Aprista Peruano*** presentó como candidata presidencial a ***Mercedes Cabanillas Bustamante***, una dirigente con amplia experiencia parlamentaria. Su candidatura tuvo un profundo significado político. Por

primera vez, uno de los partidos tradicionales del país confiaba en una mujer para encabezar una campaña presidencial. Aunque la reelección de Alberto Fujimori dominó el escenario electoral, Mercedes Cabanillas consolidó la presencia femenina dentro de las organizaciones políticas nacionales.

Lourdes Flores Nano y el salto cualitativo

El proceso electoral de 2001 representó un punto de inflexión. Con la candidatura de Lourdes Flores Nano, de Unidad Nacional, una mujer dejó de ser una simple participante para

Mercedes Cabanillas

convertirse en una verdadera opción de gobierno. Su desempeño modificó la percepción ciudadana sobre el liderazgo femenino. Por primera vez, una candidata aparecía con posibilidades reales de disputar la Presidencia. Aunque finalmente no alcanzó la segunda vuelta, Lourdes Flores instaló una pregunta que hasta entonces parecía lejana: ¿cuándo gobernaría una mujer el Perú?. Cinco años más tarde, las elecciones de 2006 marcaron otro hito. Por primera vez coincidieron tres candidaturas pre-

Martha Chávez Cossio

sidenciales encabezadas por mujeres. Además de ***Lourdes Flores Nano***, participaron ***Martha Chávez***, por ***Alianza por el Futuro***, y ***Susana Villarán***, por ***Concertación Descentralista***. La presencia simultánea de tres mujeres reflejó el avance democrático del país. Las candidaturas femeninas dejaban de ser excepcionales para convertirse en una expresión normal de la competencia electoral.

El ascenso de Keiko Fujimori

Las elecciones de 2011 marcaron el ingreso definitivo de Keiko Fujimori como protagonista de la política peruana. Representando a Fuerza 2011, alcanzó la segunda vuelta frente a Ollanta Humala, convirtiéndose en la primera mujer que disputaba directamente la Presidencia en la etapa decisiva del proceso electoral. En esa misma elección también participó Juliana Reymer, ampliando nuevamente la representación femenina. Aunque Keiko fue derrotada, quedó demostrado que una mujer podía construir una mayoría electoral nacional.

Ese escenario volvió a repetirse en 2016, cuando Keiko Fujimori y Verónika Mendoza concentraron gran parte de la atención política. Ambas representaban proyectos ideológicos distintos, pero confirmaban que el liderazgo femenino había dejado de ser una excepción dentro del sistema democrático.

Cinco años después, en 2021, ***Keiko Fujimor***i volvió a disputar la segunda vuelta presidencial, mientras ***Verónika Mendoza*** consolidaba su presencia como una de las principales dirigentes de la izquierda peruana. Para entonces, las mujeres ya no competían únicamente por representación simbólica. Competían para gobernar. Sin embargo, el objetivo histórico seguía pendiente.

La primera mujer elegida Presidenta de la República mediante voto popular aún no había llegado. Ese momento se produciría en las elecciones de 2026, un proceso sin precedentes en la historia electoral peruana por el número y la diversidad de candidaturas femeninas que participaron en la contienda.

Las elecciones generales de 2026 representaron un punto de inflexión en la historia política del Perú. Nunca antes tantas mujeres habían competido simultáneamente por la Presidencia de la República, reflejando la consolidación del liderazgo femenino dentro de la democracia peruana.

La campaña reunió perfiles distintos y trayectorias diversas.

Marisol Pérez Tello, candidata de ***Primero La Gente,*** llegó respaldada por su experiencia como congresista y exministra de Justicia y Derechos Humanos. Su propuesta enfatizó el fortalecimiento institucional, el diálogo democrático y la recuperación de la confianza ciudadana.

Fiorella Molinelli, por ***Fuerza y Libertad***, representó una candidatura de perfil técnico. Su experiencia en la administración pública orientó

Dora Narrea

su campaña hacia la modernización del Estado, la eficiencia en la gestión pública y la promoción de políticas de desarrollo.

Por su parte, ***Rosario del Pilar Fernández Bazán***, candidata de ***Un Camino Diferente***, llevó al escenario nacional una propuesta surgida desde la región La Libertad. Su postulación evidenció que los nuevos liderazgos femeninos ya no provenían exclusivamente de los partidos tradicionales, sino también de organizaciones políticas construidas desde las regiones, ampliando la pluralidad del sistema democrático.

Lourdes Flores Nano

Sin embargo, la figura central de aquella elección volvió a ser ***Keiko Fujimori***. Su candidatura concentraba una carga política e histórica excepcional. Era la cuarta vez que aspiraba a la Presidencia de la República. Había llegado a la segunda vuelta en 2011, 2016 y 2021, siendo derrotada en las tres oportunidades. Para muchos analistas, su carrera política parecía haber alcanzado un límite difícil de superar. Durante años se habló de un supuesto "techo electoral" del fujimorismo. El denominado anti-

Susana Villarán

fjimorismo había logrado articular, en tres procesos consecutivos, una amplia coalición de sectores ideológicamente distintos unidos por un mismo objetivo: impedir su llegada al poder.

Pero el Perú de 2026 era diferente.

Las prioridades ciudadanas habían cambiado profundamente. La inseguridad, el avance del crimen organizado, las extorsiones, el sicariato, la desaceleración económica y la inestabilidad política desplazaron a los antiguos debates ideológicos. La ciudadanía comenzó a demandar orden, estabilidad, crecimiento económico y capacidad de gestión.

Ese nuevo escenario transformó el comportamiento electoral. El voto dejó de concentrarse en las confrontaciones del pasado y comenzó a orientarse hacia la búsqueda de soluciones para los problemas cotidianos. En ese contexto, ***Keiko Fujimori*** logró romper el techo político que durante años pareció infranqueable.

Su cuarta candidatura terminó convirtiéndose en la definitiva.

Cuando los organismos electorales oficializa-

-ron los resultados (15 de julio), el Perú ingresó en un capítulo inédito de su historia republicana. Por primera vez desde que las mujeres conquistaron el derecho a elegir y ser elegidas en 1955, una mujer era elegida Presidenta de la República mediante el voto popular.

El significado de aquel resultado trascendía ampliamente a una organización política o a una figura individual. Era el desenlace de una historia iniciada siete décadas atrás. Pero también era el reconocimiento al esfuerzo de todas aquellas mujeres que, antes de alcanzar la meta, habían abierto el camino.

La victoria de ***Keiko Fujimori*** *también pertenece a,* ***Dora Narrea*** *quien en 1990 rompió el paradigma al convertirse en la primera mujer que postuló a la Presidencia del Perú. Pertenece a* ***Mercedes Cabanillas,*** *que demostró que una organización política histórica podía confiar su candidatura presidencial a una mujer. Pertenece a* ***Lourdes Flores Nano,*** *quien convirtió una candidatura femenina en una verdadera opción de gobierno. Pertenece igualmente a* ***Martha Chávez, Susana Villarán, Juliana Reymer, Verónika Mendoza, Marisol Pérez Tello, Fiorella Molinelli y Rosario del Pilar Fernández Bazán,*** quienes, desde distintas posiciones ideológicas y generaciones políticas, ampliaron la representación femenina dentro de la competencia electoral. Cada una contribuyó a derribar prejuicios. Cada campaña amplió el horizonte democrático. Cada candidatura acercó un poco más el momento en que una mujer alcanzaría la Presidencia de la República.

La elección de 2026 dentro del contexto latinoamericano.

Durante los últimos años, diversos procesos electorales evidenciaron un desplazamiento del escenario político regional hacia opciones de centroderecha y derecha. El desgaste de varios gobiernos de izquierda, la creciente preocupación por la inseguridad ciudadana, las dificultades económicas y la demanda de mayor estabilidad institucional modificaron las preferencias de una parte importante del electorado latinoamericano.

El triunfo de ***Keiko Fujimori*** se inscribe dentro de esa tendencia regional. No necesariamente significa un cambio permanente en la orientación ideológica del país, pero sí refleja un momento político en el que conceptos como autoridad, seguridad, crecimiento económico y fortalecimiento institucional recuperaron centralidad en el debate público.

Más allá de las interpretaciones partidarias, el mayor legado de esta elección probablemente sea otro. Por primera vez, las niñas peruanas podrán crecer sabiendo que la Presidencia de la República no constituye un espacio reservado exclusivamente para los hombres. Ese cambio cultural representa una conquista democrática de enorme trascendencia.

Las democracias maduran cuando amplían los espacios de representación y permiten que todos los ciudadanos puedan aspirar, en igual-

dad de condiciones, a los más altos cargos públicos. Setenta años después de la conquista del sufragio femenino, el Perú cerró una de las últimas brechas simbólicas de su historia política.

La Presidencia de la República dejó de ser un territorio exclusivamente masculino.

La elección de ***Keiko Fujimori*** marca el final de una larga espera iniciada en 1955 y abre una nueva etapa en la democracia peruana, donde el debate ya no debería centrarse en el género

de quien aspira a gobernar, sino en la calidad de sus propuestas, la solidez de su liderazgo y su capacidad para responder a los desafíos nacionales.

Porque la historia democrática no se construye con hechos aislados. Se construye con la suma de esfuerzos, con la perseverancia de quienes se atrevieron a desafiar las barreras de su tiempo y con el voto de una ciudadanía que, siete décadas después, decidió escribir una nueva página en la historia del Perú.

SOPECOP

Sociedad Peruana de Consultores Políticos

II CONGRESO INTERNACIONAL SOPECOP

LIMA 2026

ESTRATEGIA E INNOVACIÓN POLÍTICA

Pensar el futuro.
Diseñar el cambio.
Liderar con propósito.

VISIÓN GLOBAL
Perspectivas internacionales para desafíos locales.

ESTRATEGIAS
Herramientas para campañas y gobiernos.

NETWORKING
Conecta con líderes de toda Iberoamérica.

INNOVACIÓN
Tecnología e ideas para una política moderna.

29 Y 30 OCTUBRE

LIMA, PERÚ

CONSTRUYAMOS JUNTOS LA POLÍTICA DEL MAÑANA.

www.sopecop.org

POR RICHARD TAPIA

EL FIN DE LA POLÍTICA OPACA

Blockchain promete convertir el financiamiento, los compromisos electorales y la gestión gubernamental en procesos trazables y auditables

La política nunca había dependido tanto de la confianza como en el siglo XXI. Paradójicamente, tampoco había atravesado una crisis de credibilidad tan profunda. En el Perú, como en buena parte de América Latina, los ciudadanos observan con creciente escepticismo a los partidos políticos cuestionan el origen del financiamiento de las campañas, desconfían de las promesas formuladas por los candidatos y miran con recelo la gestión de quienes finalmente llegan al poder. La corrupción, la inestabilidad institucional y la expansión de la desinformación han erosionado uno de los pilares esenciales de toda democracia: la confianza pública.

En medio de ese escenario aparece una tecnología que, aunque nació lejos de la política, podría convertirse en una de sus mayores aliadas. Se trata del blockchain, conocido inicialmente por ser la infraestructura que hizo posible el funcionamiento del Bitcoin, pero cuyo verdadero potencial trasciende ampliamente el universo de las criptomonedas. Hoy comienza a perfilarse como una herramienta capaz de redefinir la transparencia, la rendición de cuentas y la relación entre ciudadanos e instituciones.

No es casual que los principales centros de innovación gubernamental del mundo, organismos multilaterales y especialistas en gobernanza digital estudien cada vez con mayor interés sus aplicaciones en la administración pública. Tampoco resulta extraño que la consultoría política empiece a incorporar esta tecnología dentro de su agenda de discusión. Después de todo, si el principal activo de un líder político es la confianza, cualquier herramienta que contribuya a fortalecerla terminará ocupando un lugar estratégico dentro de las campañas electorales y de los gobiernos.

El blockchain puede definirse como un registro digital distribuido en el que cada transacción, documento o dato queda almacenado en bloques enlazados criptográficamente. La información no depende de un único servidor ni puede modificarse de manera unilateral. Cada registro queda validado por la red y cualquier intento de alteración resulta inmediatamente detectable. Esa característica convierte a esta tecnología en un mecanismo particularmente atractivo para actividades donde la transparencia constituye un requisito indispensable.

La política es una de ellas.

Durante décadas, buena parte de los escándalos políticos en el país tuvo un elemento común: *la opacidad*. Los casos de financiamiento ilegal de campañas, la utilización de recursos públicos con fines particulares, las contrataciones irregulares, la manipulación documental y la dificultad para acceder a información verificable alimentaron un clima de desconfianza que terminó debilitando la legitimidad institucional. Cada nuevo escándalo reforzó la percepción ciudadana de que el sistema político funcionaba bajo reglas distintas a las del resto de la sociedad.

En ese contexto, blockchain ofrece una posibilidad que hasta hace pocos años parecía inalcanzable: construir sistemas donde la información permanezca disponible, verificable y protegida contra manipulaciones.

Imaginemos una campaña electoral en la que cada aporte económico recibido quede registrado automáticamente en una plataforma pública. Que cualquier ciudadano pueda conocer quién realizó una donación, cuándo la efectuó y cuál fue su destino final y que pueda ser auditado en tiempo real por los organismos electorales y por la propia ciudadanía. El debate sobre el financiamiento político dejaría de depender exclusivamente de declaraciones juradas para apoyarse en registros digitales prácticamente inalterables. Una transformación semejante modificaría radicalmente la relación entre candidatos y electores.

Pero las posibilidades no terminan allí.

Uno de los mayores desafíos de la democracia contemporánea consiste en el cumplimiento de las promesas electorales. Cada campaña produce cientos de compromisos que, una vez concluido el proceso electoral, suelen perderse entre discursos, entrevistas y documentos dispersos. Blockchain permitiría registrar cada propuesta de gobierno con fecha, contenido y alcance específicos, creando un historial permanente que podría ser consultado durante todo el mandato presidencial.

De esa manera, la rendición de cuentas dejaría de depender únicamente de la memoria política o de la interpretación de los medios de comunicación. Sería posible verificar objetiva-

mente qué ofreció un candidato, cuáles fueron sus metas y qué nivel de cumplimiento alcanzó durante su gestión. Para una ciudadanía cada vez más exigente, ese cambio tendría un enorme valor democrático.

La consultoría política también enfrenta una transformación profunda.

Durante buena parte del siglo XX, el consultor político concentró su trabajo en la investigación de opinión pública, la comunicación estratégica, la publicidad política y la organización territorial de las campañas. Posteriormente incorporó el análisis de datos, la segmentación digital y la comunicación en redes sociales. Hoy, sin embargo, la revolución tecnológica vuelve a modificar las reglas del juego. El consultor político del futuro ya no podrá limitarse a comprender el comportamiento electoral o diseñar mensajes persuasivos. Tendrá que dominar conceptos relacionados con inteligencia artificial, ciberseguridad, gobernanza digital, protección de datos personales y tecnologías descentralizadas.

Blockchain forma parte de ese nuevo conjunto de competencias.

Su incorporación no significa que el estratega político deba convertirse en un ingeniero informático, pero sí implica comprender cómo estas herramientas pueden fortalecer la reputación institucional, mejorar la transparencia y reducir los riesgos asociados al manejo de información sensible. La política del futuro no solo se disputará en las plazas públicas, los debates televisivos o las redes sociales. También se jugará en la arquitectura tecnológica que sostenga la confianza ciudadana.

Ese cambio ya comenzó.

En las campañas modernas, la información constituye uno de los activos más valiosos. Los partidos administran bases de datos, perfiles de votantes, estudios de opinión, segmentaciones geográficas y registros de comportamiento digital. La protección de esa información se ha convertido en un desafío central, especialmente después de los escándalos internacionales relacionados con el uso indebido de datos personales para influir en procesos electorales. Blockchain ofrece una respuesta innovadora al permitir que cada acceso, modificación o utilización de la información quede registrado de forma permanente. Ello fortalece la protección de la privacidad, facilita el consentimiento informado y reduce las posibilidades de manipulación indebida de los datos ciudadanos.

En un escenario donde la inteligencia artificial multiplica la capacidad para producir contenidos falsos y donde la desinformación se expande con enorme rapidez, garantizar la autenticidad de la información será tan importante como producirla. Precisamente allí comienza una de las mayores oportunidades para la política peruana.

Si las campañas electorales constituyen el primer espacio donde blockchain puede demostrar su utilidad, el ejercicio del gobierno representa probablemente su mayor desafío.

Durante décadas, uno de los principales reclamos de la ciudadanía ha sido la falta de transparencia en la administración pública. Obras inconclusas, contrataciones observadas, sobrecostos, modificaciones contractuales y una burocracia poco eficiente han contribuido a deteriorar la confianza en las instituciones. La incorporación de blockchain permitiría registrar digitalmente cada etapa de una obra pública, desde la convocatoria hasta su culminación. Cada contrato, adenda, desembolso, supervisión técnica y modificación presupuestal podría quedar almacenado en una cadena de bloques accesible para los organismos de control y para la ciudadanía. La información dejaría de depender exclusivamente de archivos físicos o plataformas susceptibles de alteraciones posteriores. La transparencia dejaría de ser un discurso político para convertirse en una característica del propio sistema.

En el Perú, donde la lucha contra la corrupción continúa siendo una de las principales demandas ciudadanas, una herramienta con estas características podría fortalecer significativamente el trabajo de instituciones como la Oficina Nacional de Procesos Electorales, el Jurado Nacional de Elecciones, la Contraloría General de la República y otras entidades encargadas de supervisar el uso de los recursos públicos. La tecnología, por sí sola, no elimina la corrupción. Pero sí reduce considerablemente los espacios donde esta suele desarrollarse.

Otro ámbito de enorme potencial es la comunicación política. Nunca antes había circulado tanta información como en la actualidad. Sin embargo, tampoco había resultado tan difícil distinguir entre contenidos auténticos y mani-

pulados. Fotografías alteradas, documentos falsificados, audios sintéticos y videos creados mediante inteligencia artificial desafían permanentemente la capacidad de los ciudadanos para identificar información veraz. La desinformación se ha convertido en una de las principales amenazas para la democracia.

Blockchain ofrece una alternativa interesante al permitir certificar el origen y la autenticidad de documentos oficiales, discursos, comunicados y materiales audiovisuales. Cada publicación podría incorporar un registro digital verificable que permitiera conocer cuándo fue emitida, quién la produjo y si posteriormente sufrió alguna modificación.

Para la consultoría política, esta capacidad adquiere enorme relevancia. Las campañas electorales modernas ya no solo compiten por persuadir al elector; también deben defender permanentemente la autenticidad de la información que producen. La protección de la reputación política comienza a depender tanto de la comunicación como de la verificación tecnológica.

La evolución del blockchain también abre oportunidades para fortalecer la democracia participativa. Durante años, la relación entre ciudadanos y autoridades se concentró casi exclusivamente en los procesos electorales. Hoy las sociedades demandan mecanismos más frecuentes de participación, consulta y supervisión.

Las plataformas sustentadas en blockchain podrían facilitar consultas ciudadanas, presupuestos participativos, procesos internos de partidos políticos e incluso mecanismos de deliberación pública con mayores niveles de transparencia y trazabilidad. Cada participación quedaría registrada de forma segura, fortaleciendo la confianza en los resultados y reduciendo controversias posteriores. No se trata únicamente de incorporar tecnología. Se trata de construir nuevas formas de legitimidad democrática.

El camino no está libre de desafíos.
Existen obstáculos importantes que deberán enfrentarse antes de una implementación masiva. La brecha digital continúa siendo una realidad en amplios sectores del país. La modernización tecnológica exige inversiones sostenidas en infraestructura, conectividad y capacitación. A ello se suma la necesidad de desarrollar marcos regulatorios que otorguen seguridad jurídica a estas nuevas herramientas y definan claramente los estándares para su utilización dentro de la administración pública y los procesos electorales.

Vencer resistencias políticas
La transparencia suele generar adhesiones en el discurso, pero encuentra mayores dificultades cuando modifica prácticas arraigadas durante décadas. Los sistemas abiertos, auditables y descentralizados reducen los márgenes para la discrecionalidad administrativa y exigen mayores niveles de responsabilidad institucional. Precisamente allí radica uno de los principales desafíos culturales de la transformación digital. El Perú deberá decidir si entiende la tecnología únicamente como un mecanismo para modernizar procedimientos administrativos o si la incorpora como una herramienta destinada a fortalecer la democracia.

La diferencia es sustancial.
En ese proceso, la consultoría política asumirá un papel decisivo. El nuevo escenario exigirá profesionales capaces de integrar comunicación política, análisis de datos, inteligencia artificial, gobernanza digital y blockchain dentro de una misma estrategia.

Las ampañas electorales serán híbridas
Combinarán emociones con algoritmos. Narrativas con análisis predictivo. Liderazgo político con innovación tecnológica. Y, sobre todo, transparencia con credibilidad. El consultor político dejará de ser únicamente un estratega electoral para convertirse en un arquitecto de confianza. Esa transformación ya comenzó en varias democracias.

Estonia ha incorporado sistemas inspirados en tecnologías de registros distribuidos para fortalecer la seguridad de la información pública. *Suiza* ha experimentado con mecanismos de participación digital, mientras distintas organizaciones en *Estados Unidos* investigan aplicaciones relacionadas con auditorías electorales y administración documental. Estas experiencias muestran que blockchain dejó de ser una promesa futurista para convertirse en una herramienta que comienza a integrarse progresivamente a la gestión pública.

No deberíamos permanecer al margen
La oportunidad es relevante porque el país enfrenta una prolongada crisis de legitimidad institucional. Los cambios frecuentes de gobierno, la fragmentación partidaria, los escándalos de corrupción y el creciente distanciamiento entre ciudadanía y representantes debilitó la confianza en el sistema democrático.

Frente a ese escenario, blockchain no constituye una solución milagrosa, pero sí una herramienta con capacidad para fortalecer la transparencia, mejorar la trazabilidad de las decisiones públicas y generar nuevos mecanismos de control ciudadano.

La política del siglo XXI ya no puede sostenerse únicamente sobre discursos. Necesita evidencia. Necesita información verificable. Necesita instituciones capaces de demostrar, y no solo afirmar, que actúan con transparencia. Ese será, probablemente, el mayor cambio que traerán las tecnologías emergentes.

En los próximos años, conceptos como inteligencia artificial, identidad digital, análisis de datos y blockchain dejarán de pertenecer exclusivamente al lenguaje de los ingenieros para incorporarse definitivamente al vocabulario cotidiano de la consultoría política. Quienes comprendan esta transformación tendrán una ventaja competitiva evidente. No solo porque dominarán nuevas herramientas tecnológicas, sino porque entenderán que el principal desafío de la política contemporánea ya no consiste únicamente en conquistar el poder. Consiste en recuperar la confianza.

Y esa confianza difícilmente podrá reconstruirse con los mismos mecanismos que contribuyeron a deteriorarla.

Blockchain representa una oportuni-dad para iniciar ese cambio. No sustituirá la ética, el liderazgo ni las instituciones sólidas. Pero puede ofrecer una infraestructura capaz de respaldarlas.

En una democracia donde los ciudadanos exigen conocer cómo se toman las decisiones, quién financia las campañas, cómo se ejecutan los recursos públicos y qué ocurrió con las promesas formuladas durante las elecciones, la transparencia deja de ser un valor agregado para convertirse en una condición indispensable de gobernabilidad.

El fin de la política opaca no dependerá únicamente de los avances tecnológicos.
Dependerá de la voluntad de quienes comprendan que la democracia del futuro será, necesariamente, una democracia más abierta, más verificable y mucho más transparente.

Y en esa nueva arquitectura institucional, el blockchain no será únicamente una innovación tecnológica. Podría convertirse en el nuevo lenguaje de la confianza democrática

luisnunesyasociados.com

no te quedes fuera y gana las elecciones **con nosotros**

Luis Nunes
Director en LN&A

LUIS NUNES & ASOCIADOS

POR GIOVANNA PEÑAFLOR

DE GANADORES Y PERDEDORES

Concluidas las elecciones presidenciales, es momento de extraer algunas lecciones con miras al proceso electoral del cuatro de octubre y al inicio del nuevo gobierno. La primera conclusión es evidente: las instituciones encargadas de garantizar la transparencia del proceso electoral han fracasado, profundizando la desconfianza ciudadana. En un país donde prácticamente ninguna institución escapa al cuestionamiento, podría parecer un problema más. Sin embargo, ignorarlo solo contribuirá a agravarlo. Como tantas veces, los peruanos seguimos adelante como si nada hubiera ocurrido, confundiendo resiliencia con indiferencia y responsabilidad con resignación.

Keiko Fujimori recibie de las manos de Roberto Burneo, Presidente del Jurado Nacional de Elecciones (JNE), las credenciales de Presidenta de la República

Tampoco se quiere reconocer que las normas electorales aprobadas para este proceso tuvieron destinatarios concretos. Fueron diseñadas para favorecer a determinadas organizaciones políticas, independientemente de si finalmente lograron o no ese propósito. Solo ese hecho justificaría una revisión integral de la legislación electoral. Del mismo modo, resulta preocupante que no exista un reconocimiento claro de los errores cometidos por los organismos electorales durante el proceso. Mientras ello no ocurra, será muy difícil recuperar la confianza ciudadana.

Lo más preocupante es que ya empiezan a observarse decisiones bastante cuestionables en los procesos de inscripción de candidaturas para las elecciones subnacionales. Todo indica que corremos el riesgo de llegar muy cerca al día de las elecciones con candidaturas cuya situación jurídica permanezca indefinida. Ello podría derivar, una vez más, en candidatos excluidos de las cédulas electorales que posteriormente terminen obteniendo la razón en los tribunales. Es hora de impedir que los resultados electorales sigan siendo impactados por el criterio de quienes deberían tomar decisiones buscando no incidir sobre la voluntad popular. La inacción como el excesivo formalismo producen el mismo efecto.

La segunda gran lección, esta vez desde la perspectiva del marketing político, es la preocupante ausencia de estrategia entre la mayor parte de las campañas. Lo vimos en las presidenciales y lo comenzamos a vislumbrar en las campañas por gobernaciones y alcaldías.

¿Ganó el mejor?

Muchos se preguntan, con razón, si España y Argentina fueron realmente las dos mejores selecciones del Mundial. El hecho de haber llegado a la final no basta para afirmarlo, aunque para los resultadistas ese sea el único criterio válido. En el deporte, como en la política, intervienen factores difíciles de controlar: "la fortuna" en el sorteo de la composición de los grupos, las lesiones, decisiones arbitrales o circunstancias imprevistas que pueden alterar el desenlace. Aunque algunas veces nos quedamos con el sabor de que los resultados se establecieron fueras de la cancha.

Las elecciones funcionan de manera similar. Ganar no siempre significa haber sido el mejor candidato, del mismo modo que perder no implica necesariamente haber sido el peor. Reducir el análisis únicamente al resultado final conduce a interpretaciones simplistas y, con frecuencia, equivocadas.

Desde la llegada de Alberto Fujimori a la Presidencia en 1990 comenzó a instalarse la idea de que cualquiera puede llegar al poder. Para algunos, el triunfo posterior de Pedro Castillo terminó de reforzar esa percepción. Sin embargo, esa lectura desconoce el contexto político de ambos procesos y alimenta la peligrosa ilusión de que basta con inscribirse para tener posibilidades reales de ganar.

Una rápida revisión de quienes participaron en la primera vuelta presidencial permite advertir que varios candidatos nunca debieron llegar a ser candidatos. Carecían de una organización sólida, de recursos suficientes o de una estrategia mínimamente estructurada. Apostaron a que la elección se definiría por un golpe de suerte, cuando una campaña competitiva exige mucho más que optimismo o improvisación.

Toda candidatura competitiva requiere, como mínimo, tres condiciones: un equipo humano competente, recursos económicos suficientes

y una organización política capaz de sostener la campaña. Llegar al proceso electoral para recién empezar a buscar financiamiento constituye una muestra de improvisación. Un candidato serio debería contar, antes del inicio formal de la campaña, con al menos el 30% del presupuesto total previsto. La falta de planificación financiera suele ser el primer síntoma de una estrategia deficiente.

El papel de la estrategia

Sería un error afirmar que el triunfo electoral de Fuerza Popular obedeció a una campaña electoral deslumbrante, caso muy distinto al de Abelardo de la Espriella en Colombia. Sin embargo, sí puede sostenerse que existió una estrategia política definida y, sobre todo, ejecutada con disciplina. La posibilidad de diseñar las reglas e inclinar la cancha utilizando el deseo de los otros de competir como sea fue decisiva. El enfoque en este objetivo dio sus frutos y fue un error de sus contrincantes no verlo con claridad. Ahora, una cosa es ganar y otra ganar bien. Queda esperar que haya pensado en algo más que como llegar al poder. No se debe confundir hartazgo y distancia con apoyo.

Hoy algunos podrían creer que el "Vuelve Porky" tendrá un resultado similar, olvidando que la situación es claramente otra. Más allá del resultado que finalmente obtenga la lista que lleva como primer regidor a Rafael López Aliaga en la elección municipal de Lima, resulta evidente que esta iniciativa responde más a la necesidad de corregir una decisión equivocada que a la ejecución de un plan cuidadosamente diseñado. En otras palabras, se asemeja más a una opción de contingencia que a una estrategia concebida desde el inicio.

Las campañas exitosas no nacen de la improvisación, ni se quedan en la solución de los problemas que puedan aparecer, esto es, en las ocurrencias. Tal vez, deberíamos definir primero que una campaña exitosa no es necesariamente la que llega al poder, sino también la que cumple los objetivos y la que no depende de los errores ajenos.

Para ganar y no hacerlo de forma pírrica, los políticos requieren conocer con precisión su punto de partida, donde está su público objetivo, así como las fortalezas y las limitaciones propias de su candidatura y las de la competencia. En términos electorales, ello supone identificar con claridad el piso y el techo electoral de una candidatura y, de ser posible, comprender también el potencial de los adversarios. Sin ese diagnóstico, cualquier decisión estratégica termina siendo un ejercicio de intuición, por lo tanto un remedo.

El verdadero valor de las encuestas

Uno de los problemas recurrentes de las campañas peruanas es el escaso aprovechamiento de los estudios de opinión pública. Para muchos candidatos, las encuestas tienen un único propósito: medir quién va primero. Se obsesionan con la denominada "carrera de caballos", cuando su verdadero valor reside en ofrecer información para construir estrategia.

No es casual que la primera pregunta de muchos equipos de campaña sea dónde se publicarán los resultados y no quién realizó el estudio, ni cuál fue la metodología empleada o qué tan confiables son sus hallazgos. Esa lógica convierte una herramienta de análisis en un simple instrumento de propaganda.

A ello se suma otro problema: la proliferación de supuestos estrategas que creen posible tomar decisiones relevantes sin evidencia empírica o basándose únicamente en la conversación de las redes sociales. Esa aproximación no solo resulta insuficiente, sino potencialmente engañosa. Como señalaba recientemente un estratega internacional, la conversación digital en Lima es extraordinariamente fragmentada; por ello, extraer conclusiones generales únicamente a partir de las redes sociales conduce, con frecuencia, a diagnósticos equivocados.

Las campañas competitivas no se construyen sobre percepciones aisladas, sino sobre información rigurosa, sistemática y permanentemente actualizada.

Microsegmentación: una herramienta, no una receta

Con candidatos que creen que contratar a un asesor o un equipo forma parte de un check list encontramos despilfarro de recursos que muchos dicen son escasos. La microsegmentación es un ejemplo de lo expuesto. Todos los candidatos se ufanan de micro segmentar, se deslumbran con quien se los ofrece, pero no entienden en lo más mínimo cómo funciona y que deben esperar de su uso. Su creciente difusión ha llevado a que muchas campañas intenten aplicarla sin haber cumplido los pasos previos indispensables.

Antes de segmentar con precisión, es necesario identificar cuáles son los clivajes que realmente organizan la competencia electoral: qué temas dividen a la ciudadanía, qué grupos sociales son políticamente relevantes para esa campaña y cómo interactúan variables demográficas, territoriales y psicográficas. Solo a partir de ese conocimiento resulta posible diseñar mensajes diferenciados con posibilidades reales de éxito. Una investigación de línea de base bien realizada permite identificar con suficiente anticipación las tendencias que probablemente marcarán el proceso electoral. Ello ofrece la posibilidad de construir una hoja de ruta clara para la candidatura, en lugar de reaccionar permanentemente a los movimientos de los competidores o confiar en que estos cometerán errores. Sobre esa base es posible lograr un uso adecuado de esta sofisticada herramienta, de lo contrario es como darle un encendedor a alguien que no sabe que es el fuego.

La microsegmentación solo produce resultados cuando descansa sobre información confiable y una estrategia previamente definida. Pretender aplicarla sin esos cimientos equivale a construir sobre terreno inestable. Las interrogantes claves son: cuales son los segmentos que uno puede identificar, son relevantes en el territorio, donde se les puede encontrar además de en las redes sociales, se tiene los recursos de producción y difusión necesarios.

Monitorear para decidir

Una campaña no termina cuando se diseña la estrategia. Por el contrario, es allí donde comienza la necesidad de medir permanentemente el entorno para evaluar si las decisiones adoptadas están produciendo los resultados esperados. Ese seguimiento puede realizarse mediante encuestas presenciales, estudios en línea o metodologías mixtas. Estas últimas permiten ampliar la cobertura, reducir costos y obtener información con mayor rapidez, siempre que se respeten estándares metodológicos adecuados. Resulta curioso que quienes centran exclusivamente o predominantemente su propaganda en redes subestimen la utilidad de las encuestas on line.

En campañas altamente competitivas, el uso de estudios de tracking deja de ser un lujo para convertirse en una necesidad. Medir de manera continua la evolución de la opinión pública permite detectar cambios, corregir errores y ajustar oportunamente la estrategia. En política, la capacidad para reaccionar a tiempo suele ser tan importante como la calidad del plan inicial.

En definitiva, las campañas exitosas no dependen únicamente de un buen candidato ni de una buena idea. Son el resultado de combinar estrategia, información de calidad, disciplina en la ejecución y capacidad permanente de adaptación.

¿POR QUÉ LA ÉTICA SIN ESTRATEGIA PIERDE ELECCIONES?

POR EVY VARGAS DESPAIGNE *

En el Panamá del "No Vas"

Cada cinco años Panamá se pone el mismo disfraz. Cambia la tarima, cambia el filtro de TikTok, pero el libreto es calcado. Sale el candidato con camisa remangada, la mandíbula apretada, el discurso ensayado. Habla de anticorrupción, de cambio, de meter presos a los que robaron antes. Promete acabar con la botella, auditar la descentralización paralela, poner orden en el agua, en la Caja, en los hospitales donde la gente se muere esperando.

Y uno lo escucha y dan ganas de creer. Porque la rabia está ahí, viva. La rabia del papá que madruga y el bus no pasa. De la mamá que lleva a su hijo a la sala de urgencias y no hay medicina. Del profesor que ve como en la universidad del Estado entran por apellido y no por nota. De los cuatro millones que sentimos que nos toman el pelo cada vez que abren una licitación.

El problema no es la rabia. El problema es que en Panamá la rabia ya no alcanza.

Mira la película para atrás. ¿Cuántos llegaron hablando de manos limpias y terminaron administrando la misma porquería? ¿Cuántos se indignaron en campaña y a los dos años estaban explicando por qué "no se pudo"? La indignación sin plan se gasta. Y cuando se gasta, deja algo peor: apatía. Y la apatía, como decía Raúl Leis, es el peor enemigo de la democracia. Porque deja que una minoría bien aceitada decida por todos, y que la corrupción se vuelva paisaje. Algo que vemos y ya ni nos molesta.

No es que falten honestos. Es que el diseño está mal desde la raíz. Aquí la corrupción dejó de ser un tipo malo robando en una esquina. Hace rato que es un sistema. Un sistema que paga sueldos, que financia campañas, que reparte contratos, que compra lealtades. Un sistema que se adapta, que aprende, que sobrevive aunque cambies al presidente. Enfrentarte a eso con solo ética es como ir a una guerra con un poema. Bonito, pero te matan.

Conoce a tu enemigo: la corrupción ya no es un delito, es un negocio.

El primer error de todo movimiento nuevo, sea de independientes o de partido chiquito, es creer que la corrupción son manzanas podridas. "Sacamos a los malos y metemos a los buenos. Listo". Falso.

En Panamá la corrupción a gran escala funciona como una economía paralela. Le sacan plata al Estado y con esa misma plata compran la próxima elección. Le dan a un contratista 3 millones por una obra que vale 1. Ese millón extra vuelve como donación, como pauta, como buses para movilizar gente el día de la votación. Después ese contratista recupera el favor con otro contrato inflado.

Charlotte Elton lo dijo claro hace años: aquí la corrupción no es una falla del sistema. Para mucha gente es el sistema. Es la forma en que se lubrica todo. Sin eso, según ellos, "no camina el país".

No le ganas a eso con un spot lindo. Le ganas estudiando cómo se mueve la plata. Sabiendo quién le debe a quién. Sabiendo en qué corregimiento pagan 20 dólares el día de las elecciones y en cuál amenazan con quitarle la beca al hijo si no van a votar. Si no entiendes la maquinaria, la maquinaria te pasa por encima.

Los tres pilares que necesita una campaña que de verdad quiera ganarle al sistema.

Deja la lista de deseos. Deja el plan de 80 páginas que nadie lee. Una estrategia de verdad es ajedrez sucio. Es decidir a quién ignoras, a quién le sonríes aunque te caiga mal, y en qué batalla te vas a desgastar hoy porque mañana ya no hay tiempo.

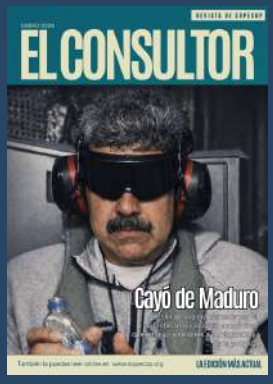
Aquí no gana el más bueno, ni el más preparado, ni el que tiene las mejores propuestas técnicas. Gana el último que queda en pie cuando ya no hay plata que repartir.

Para eso necesitas tres pilares y no puedes fallar en ninguno.

Pilar uno: territorio y datos. Olvídate de recorrer el país dando discursos. Necesitas saber calle por calle dónde está tu voto, dónde está el voto duro del otro, y dónde está el indeciso que se vende por un jamón. Necesitas una base de datos real, no inventada. Necesitas voluntarios que vivan ahí, no activistas que van un domingo y se van. Sin territorio no hay defensa del voto. Y sin defensa del voto, te roban la elección en la madrugada.

Pilar dos: narrativa que duela. Hablar de "transparencia" no le duele a nadie. Hablar de que por culpa de un sobrecosto de 8 millones en una licitación tu hijo no tuvo cupo en la escuela, eso sí duele. Hay que traducir. Agarrar el número grande y convertirlo en cara, en bus

(Continúa en la pág. 22)



EL CONSUTOR

Toda la información de la industria de la consultoría en tus manos

www.**sopecop**.org

/sopecoppe

/sopecoppe

/sopecoppe

/sopecoppe

/sociedad peruana de consultores politicos - sopecop

SOPECOP
Sociedad Peruana de Consultores Políticos

que no llegó, en cita que te cancelaron en el hospital, en salón sin aire. Si la gente no siente el robo en el cuerpo, no vota molesta. Vota resignada.

Pilar tres: plata y disciplina. Suena feo, pero es real. Necesitas plata para competir. Y necesitas disciplina para no quemarla en vallas y en conciertos. La plata va en estructura, en abogados, en tecnología, en gente que cuide las mesas. Y necesitas un equipo que no se desvíe. Porque enfrente tienen asesores que te van a ofrecer de todo: pauta, favores, "hablemos después de las elecciones". Si flaqueas un día, te compran.

La tinta de calamar y cómo no ahogarte

Llega un momento en toda campaña donde empiezas a subir en las encuestas. Y ahí es cuando te cae encima todo.

En comunicación política eso se llama "tinta de calamar". No les importa probar que ellos son honestos. Ya saben que nadie les cree. Lo que quieren es ensuciar tanto la pecera que tú también parezcas sucio. Te sacan un audio viejo. Te inventan una cuenta en paraíso fiscal. Saturan WhatsApp con 10 noticias falsas en un día. El objetivo no es convencerte, es cansarte. Es que el votante independiente diga "todos son iguales" y se quede en su casa. Y cuando la gente buena no vota, gana el que tiene el voto cautivo.

Si tienes un muerto en el closet, sácalo tú primero. ¿Tuviste una empresa que quebró? ¿Un problema legal hace 10 años? Cuéntalo tú, con tu versión, antes de que te lo tiren en la cara editado. Cuando el golpe ya no sorprende, pierde la mitad de la fuerza.

En la respuesta rápida está el secreto. No te puedes pasar 3 días explicando una mentira. Responde en una línea, con prueba, y de una vez devuelve el golpe al punto débil del otro. No te muevas de tu estatura, el candidato no puede caer en la pelea de barrio. Para eso están los voceros, las redes, los equipos.

El día después: ganar es lo fácil, gobernar es donde te matan.

Ganar la elección es solo la mitad. La otra mitad es no dejar que el propio Estado te digiera vivo. En Panamá ya vimos esa película.

Gente que llegó con bandera de cambio y a los seis meses estaba negociando con los mismos diputados, firmando los mismos decretos raros, explicando por qué "hay que ser pragmático". César Quintero lo dijo sin anestesia: "el problema no son las leyes. Leyes tenemos de sobra. El problema es la voluntad de aplicarlas cuando le tocan al de arriba".

Por eso, si de verdad quieres cambiar algo, tienes que llevar el plan de los primeros 100 días debajo del brazo desde la campaña. Anúncialo, debátelo, que la gente vote sabiendo exactamente qué vas a hacer el día 1, el día 15, el día 60. Ejemplo concreto: reforma a la Ley de Contrataciones. Si lo prometiste 20 veces en tarima, cuando llegues a la Asamblea te va a costar mucho más que te lo frenen, existe presión pública, por ende hay mandato.

¿Y en qué se basa ese plan? En algo viejo pero que sigue funcionando: la ecuación de Robert Klitgaard.

Corrupción = Monopolio + Discrecionalidad – Rendición de cuentas.

Si quieres bajar la corrupción, tienes que romper esa fórmula. Elimina de raíz el monopolio, las compras consolidadas, deja de comprarle a los mismos de siempre. Licitaciones internacionales para medicinas de la CSS y el MINSA. Que sepa cuánto cuesta una pastilla en y cuánto la pagamos nosotros.

Que quede fuera la discrecionalidad. Mientras un funcionario pueda decidir a dedo a quién le aprueba un permiso, va a haber coima. Digitaliza todo. Permisos de construcción, trámites municipales, aprobaciones ambientales. Que el sistema apruebe o rechace según reglas claras. Cuando quitas al humano del medio, le quitas el poder de extorsionar.

Maximizar rendición de cuentas, datos abiertos de verdad. No un PDF escaneado. Bases descargables, en tiempo real. Que cualquier periodista o ciudadano pueda cruzar contratos con empresas. Y protege al que denuncia desde adentro.

La tecnología ya no es opcional: es tu única forma de competir parejo

Hace 10 años la tecnología era para hacer videos virales. Hoy es tu arma principal. Las maquinarias tradicionales tienen plata del Estado, buses, comida, planillas, tú no. Lo que tienes es datos e inteligencia.

Antes necesitabas abogados y suficiente tiempo para revisar gacetas y Panamá Compra. Hoy un modelo de datos te cruza miles de contratos en horas. Te detecta la empresa que se creó 15 días antes de ganar una licitación. Te pilla el fraccionamiento de contratos para no pasar por la Contraloría. Te saca el patrón: siempre gana la misma empresa, con el mismo representante legal, en 3 instituciones distintas.

Y eso no lo dejas en un informe técnico. Lo conviertes en un video de 40 segundos. Le pones cara. "Esta empresa ganó 12 millones y fue creada un mes antes. Con esa plata se pudieron comprar 200 mil bolsas de comida". Ahí es donde el discurso de "todo está normal" se cae.

Defensa del voto con tecnología.

El día de las elecciones es donde más se roba. Movilización de última hora, compra de votos afuera de las escuelas, actas que "aparecen" cambiadas en zonas lejanas. No puedes ganar si no defiendes cada mesa. Y defender cada mesa hoy es con celular.

Organizas miles de voluntarios en grupos encriptados. Cada uno es responsable de una mesa. Al cerrar, le toma foto al acta, la sube a un servidor independiente. Tienes tu conteo paralelo en tiempo real. Si en la transmisión oficial "se cae el sistema" en 3 circuitos, tú ya tienes las fotos y puedes gritarlo antes de que intenten cambiar los números.

Eso no es tecnología por moda. Es supervivencia. Es la diferencia entre aceptar un fraude y poder probarlo.

Deja de soñar con héroes y ponte a trabajar como ingeniero.

Nos encanta la historia del líder valiente que solo con coraje va a tumbar al sistema. Ese discurso vende, pero en la vida real eso no tumba a nadie.

Los gobiernos clientelistas no se caen por la indignación de algunos. Se caen cuando aparece uno que sabe combinar legitimidad ética con método calculado y frío.

Si de verdad quieres limpiar el Estado, bota la ingenuidad. Estudia al adversario como si fueras auditor. ¿De dónde saca la plata? ¿Cómo la lava? ¿A quién le paga para que le cuide las espaldas?

Huele la guerra sucia antes de que llegue. Prepárate para los audios, para las calumnias, para las campañas de desprestigio pagadas. Y sobre todo, traduce. No hables de "desfalco de 40 millones". Habla de que por esos 40 millones no hay agua en tu barriada tres días a la semana.

Cuando ganes, no hay luna de miel. Desde el minuto uno hay que meter bisturí. Leyes, decretos, auditorías, despidos. Porque el que entra a gobernar con poemas, sale a los 5 años con el mismo problema y un discurso más gastado. Acabar con la corrupción estructural no se logra con consignas.

Porque al final es simple: ética sin estrategia es derrota anunciada. Y ya estamos cansados de perder.

**** Consultora política panameña***

FOTOPOLÌTICA

Hablan las imágenes

FUERA DE PROTOCOLO

El encuentro entre en Galápagos (DIC 2024) entre el presidente colombiano, Gustavo Petro, y su homólogo ecuatoriano, Daniel Noboa, se convirtió en un meme después que éste último decidiera acudir luciendo unos shorts color naranja y una camisa blanca. La imagen de Noboa en la reunión bilateral, causó polémica y lo convirtió en el blanco de múltiples críticas.

Ellos postean

...nosotros lo publicamos

La presidenta electa, Keiko Fujimori, se pronuncia luego de la proclamación de los resultados electorales por parte del Jurado Nacional de Elecciones - JNE

Keiko Fujimori @KeikoFujimori · 03 jul
Concluido el proceso electoral y proclamados los resultados por el JNE, recibo con profundo agradecimiento la confianza que millones de peruanos han depositado en mí.

Empieza una nueva etapa. La asumimos con responsabilidad, humildad y un profundo sentido del deber. Cada día de este proceso de transición es una oportunidad para escuchar, dialogar y llegar preparados al inicio del nuevo gobierno.

Bernie Navarro @BernieNavarro7 · 3d
¡Mira tú!

Y yo creyendo que los 4 institutos confucio en el Perú eran academias para formar monaguillos para asistir en misa los domingos. ¡Qué despiste el mío! 🤔

El Embajador de Estados Unidos en el Perú, Bernie Navarro, comentando sobre las actividades del Instituto Confucio en el Perú

Roberto Sánchez Palomino @... · 11 jul
Hoy desde Barbadillo,
el Pueblo del lado de la Justicia exige la liberación del Presidente @PedroCastilloTe

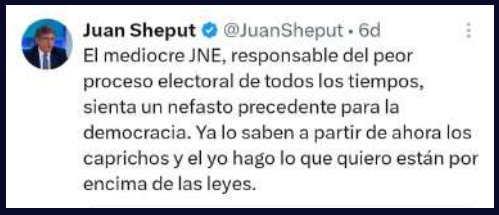
Miércoles 15 Julio ¡Movilización Democrática por la Libertad del Presidente Pedro Castillo!

Roberto Sánchez (JP), convocó a una marcha por la liberación de Pedro Castillo el mismo día en que le entregaban las credenciales a la presidenta electa, Keiko Fujimori, ante la escaza convocatoria, terminó suspendiéndola.

Rafael López Aliaga, "Porky", rompe fuegos de cara al sillón municipal de Lima y enfila sus baterías contra el también candidato Carlos Bruce, más conocido como "Techito". Bruce postula como alclade y López como primer regidor.

Rafael López Aliaga @rlopezaliaga1 · 1d
"Techito" Bruce es un PELIGRO para decencia en los espacios públicos 🏳️‍🌈⚠️

Detrás de la gestión de Carlos Bruce en la alcaldía de Surco, se esconde algo mucho peor: una gestión municipal impulsada por la agenda progresista.

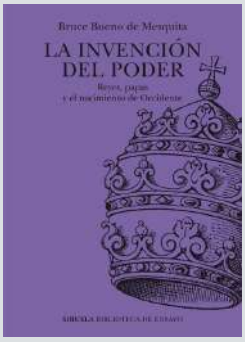

Juan Sheput @JuanSheput · 6d
El mediocre JNE, responsable del peor proceso electoral de todos los tiempos, sienta un nefasto precedente para la democracia. Ya lo saben a partir de ahora los caprichos y el yo hago lo que quiero están por encima de las leyes.

Juan Sheput, voceado como ministro de trabajo de la administración Fujimori, se "araña" y ataca al Jurado Nacional de Elecciones, por permitir el "capricho" de Rafael López Aliaga y permitirle participar en las elecciones municipales.

LIBROS SUGERIDOS

Sobre liderazgo

Tony Blair aprendió los preceptos de gobernar dirigiendo un país durante más de diez años. En ese tiempo llego a comprender que hay ciertas características clave para el éxito de un gobierno. Escribió entonces un manual sobre liderazgo político compartiendo las ideas que ha adquirido de su experiencia personal y de la observación directa de otros líderes mundiales, tanto mientras era Primer Ministro como desde entonces, a través del trabajo de su Instituto con líderes políticos y gobiernos de todo el mundo. Este libro, escrito en capítulos breves y concisos es una clase magistral sobre liderazgo en general, y liderazgo político en particular, de un maestro estadista.



La invención del poder

En esta obra, el autor recurre a sus conocimientos como especialista en gestión política y acuerdos de alto nivel para ofrecernos una nueva y revolucionaria teoría acerca de la excepcionalidad occidental: que un único acontecimiento del siglo XII cambió el curso de la historia europea y mundial. Al forjar un compromiso entre iglesias y naciones-Estado que, a todos los efectos, intercambiaban dinero por poder y poder por dinero, el Concordato de Worms, firmado en 1122 que propició que los países europeos siguieran el camino de la prosperidad.

La era de la revancha

El mundo se precipita en una nueva, turbulenta época marcada por pulsos entre potencias y entre clases. Los resentimientos acumulados y el cambio de las relaciones de fuerza espolean el desafío de regímenes autoritarios como Rusia y China a la hegemonía occidental; mientras, en las democracias, el descontento de las clases más desfavorecidas da alas a los populistas. La era de la revancha es un retrato de la génesis, la interacción y el devenir de estas corrientes que confluyen en un peligroso remolino. Ante la angustia y el desconcierto por el rumbo de un mundo que cambia a toda prisa, esta obra, aclara y plantea escenarios de futuro.

Encender la campaña

Este libro presenta un modelo de análisis y diseño de campañas basado en cuatro dimensiones interdependientes: Resources (el combustible), Organization (el oxígeno), Management (el calor) y Engagement (la reacción en cadena). Como el tetraedro del fuego, si falta una cara, el sistema colapsa. Pero ROME es más que una metodología operativa. Es una teoría política para recuperar lo que las campañas perdieron: la capacidad de construir ciudadanía activa, fortalecer instituciones y cumplir lo que se promete.

LOS "BALCONAZOS" DE ALAN GARCÍA PÉREZ

El ritual político que convirtió un balcón en un escenario de poder

En la historia política peruana existen imágenes que trascienden los discursos, las elecciones y los enfrentamientos parlamentarios. Una de ellas es la figura de Alan García Pérez apareciendo en un balcón, con los brazos abiertos, saludando a una multitud que coreaba su nombre. Para sus seguidores era la expresión de una conexión única entre un líder y el pueblo; para sus críticos, una muestra del estilo personalista y teatral que caracterizó buena parte de su trayectoria política. Lo cierto es que los llamados *"balconazos"* se convirtieron en uno de los símbolos más reconocibles de la política peruana contemporánea.

Alan García, fundador y líder histórico del Partido Aprista Peruano, entendía la política como una combinación de ideas, emociones y símbolos. Heredero de una tradición partidaria donde la movilización popular tenía un papel central, comprendió desde joven que la comunicación política no se limitaba a transmitir propuestas, sino también a construir momentos capaces de quedar grabados en la memoria colectiva.

Uno de esos momentos ocurrió tras su victoria electoral de 1985, cuando con apenas 35 años se convirtió en el presidente más joven de América Latina en ese momento. El joven líder aprista, de discurso encendido y gran capacidad oratoria, salió al balcón de Palacio de Gobierno, para dirigirse a miles de simpatizantes que celebraban el triunfo del APRA después de décadas de espera por llegar al poder.

La escena tenía todos los elementos de una representación política clásica: la multitud abajo, el líder arriba, las banderas ondeando y un mensaje cargado de esperanza. García sabía manejar esos códigos. Su aparición desde el balcón no era simplemente un saludo; era una puesta en escena que buscaba reforzar la idea de que el APRA había llegado al gobierno de la mano de una nueva generación.

Durante su primer gobierno (1985-1990), marcado posteriormente por una profunda crisis económica, hiperinflación y violencia terrorista, el balcón también fue utilizado como espacio de comunicación directa con sus seguidores. En momentos de tensión política, García recurría a estos encuentros masivos para reafirmar liderazgo y transmitir mensajes de resistencia. Sus discursos tenían una mezcla de épica, confrontación y apelación emocional que generaba fuertes adhesiones, pero también críticas.

Uno de los episodios más recordados ocurrió en 1987, durante el conflicto generado por el anuncio de estatización de la banca. Frente a miles de apristas, García defendió su decisión con un discurso nacionalista y desafiante.

Años después, tras su retorno a la política luego de un largo exilio, García volvió a utilizar esta fórmula. En la campaña electoral del 2006, cuando logró regresar a Palacio de Gobierno, sus apariciones públicas recuperaron el estilo del viejo líder aprista. El balcón volvió a convertirse en una extensión de su personalidad política. La imagen de García saludando a simpatizantes después de su victoria frente a Ollanta Humala fue interpretada como la vuelta de un político que había sobrevivido al desgaste, a las críticas y al paso del tiempo.

Pero quizás el "balconazo" más simbólico de su segunda etapa ocurrió en Palacio de Gobierno. Desde el balcón presidencial, García protagonizó diversas apariciones oficiales, especialmente durante celebraciones patrias y actos políticos. Allí combinaba su dominio del lenguaje con gestos cuidadosamente calculados: levantaba los brazos, sonreía ampliamente y buscaba proyectar una imagen de autoridad y cercanía.

Para sus admiradores, esos momentos demostraban su capacidad para conectar con la ciudadanía mediante una comunicación política emocional. Consideraban que García poseía una habilidad excepcional para interpretar el sentimiento popular y convertir un discurso en un acontecimiento colectivo. Para sus detractores, en cambio, los balconazos representaban una política basada demasiado en la figura del líder y menos en las instituciones.

Más allá de las posiciones políticas, los balconazos de Alan García forman parte del patrimonio visual de la política peruana. Su importancia radica en que muestran cómo los símbolos, los escenarios y los rituales pueden influir en la percepción pública de un gobernante. García comprendió que el poder también *se comunica a través de imágenes: una plaza llena, una bandera levantada, un líder mirando desde lo alto hacia sus seguidores.*

El balcón fue para él mucho más que una estructura arquitectónica. Fue un escenario político, un espacio de conexión emocional y una herramienta de construcción de liderazgo.

En la memoria colectiva del Perú, la figura de Alan García apareciendo ante una multitud seguirá siendo una de las representaciones más fuertes de la política entendida como espectáculo, emoción y poder.

RS

CONSULTORES

INTELIGENCIA QUE GANA ELECCIONES

LA ESTRATEGIA GANA ELECCIONES.

967 812 752

Kattya Estefany Mundo Fllores

ABOGADA CAL N.º 71864

Convertimos tu esfuerzo
en triunfo y tu
candidatura
en victoria legal.

📍 **Perú**

📞 **+ 51 930 511 158**

Hora Punta Marketing

Expertos en campañas psicológicas

NEURO GESTIÓN POLÍTICA

¡Que tu mensaje llegue al cerebro del voto!

+51 999 124070

horapuntamarketing.com