



*** Ante todo,
CIUDADANOS**

Guía para promover
civismo y ciudadanía
activa desde las empresas.

Una iniciativa de *eshoy*

en alianza con **APOYO**
COMUNICACION y  **VML**



‘Ante todo, ciudadanos’ es una iniciativa de

es hoy

En alianza con



www.apoyocomunicacion.com



www.vml.com/es/peru

En colaboración con

Para convocatoria



www.perusostenible.org



www.lmas1.org



www.capitalismoconsciente.pe



www.empresariosporlaintegridad.pe

Para contenidos y recursos



www.onpe.gob.pe



www.recambio.pe



www.perutequero/ciudadania



www.excuela.com



Tres décadas trabajando por la democracia

www.transparencia.org.pe



Indice



01

Sobre ‘Ante todo, ciudadanos’

- ¿Por qué impulsar civismo y ciudadanía activa desde las empresas?
- ¿Qué es ‘Ante todo, ciudadanos’?
- Nuestros principios
- Uso correcto de esta guía

02

Activar el #ModoCiudadano en las empresas es acercarnos al Perú que queremos

- ¿Cómo activar el #ModoCiudadano en la empresa?
- Elecciones generales 2026: el ABC para desplegar una campaña interna que fortalezca la convivencia democrática y active el voto informado
- El rol de los líderes en una campaña para activar ciudadanía y voto responsable
- Medición de resultados

03

Buenas prácticas previas

- Caso Ferreycorp: “Voto informado”
- Caso BCP: “OrguYO”
- Caso Scotiabank: “Voto informado”
- Menciones especiales: RPP y Agrícola La Candelaria

04

Súmate a ‘Ante todo, ciudadanos’

- Ruta de acompañamiento
- ¿Cómo sumarse a ‘Ante todo, ciudadanos’?
- Contenidos y recursos disponibles

05

Agradecimientos





01.

**SOBRE
ANTE TODO,
CIUDADANÓS**



es hoy



1.1 ¿Por qué impulsar civismo y ciudadanía **activa** desde las empresas?

En los últimos años, hemos visto crecer la polarización, el debilitamiento institucional, la desconfianza y la apatía ciudadana frente a asuntos públicos, ejerciendo una presión cada vez mayor sobre el sistema democrático. En ese sentido, y tomando en cuenta que estamos en un año pre electoral, desde Es Hoy nos hicimos una pregunta clave:



¿cómo pueden las empresas contribuir a fortalecer la democracia e impulsar una ciudadanía más activa y consciente de sus derechos y deberes?

Una democracia donde las personas no se limiten sólo a votar, sino que participen de manera informada, crítica y responsable en la vida pública del país.

Como líderes empresariales, tenemos la responsabilidad de promover una **cultura cívica** dentro de nuestras organizaciones. Nuestros trabajadores son, ante todo, ciudadanos, por lo que empoderarlos para que participen de forma libre, informada y responsable en los asuntos públicos del país, fortalece tanto la democracia como la cohesión social de nuestra sociedad.

Aunque en el pasado pocas empresas han abordado estos temas de forma oportuna, planificada y más allá de coyunturas electorales, hoy más que nunca es necesario **activar el rol ciudadano desde el espacio laboral**, de manera transparente, proactiva y con propósito, respetando la pluralidad y manteniendo la neutralidad.

El Perú requiere que, desde todos los ámbitos de la sociedad, nos involucremos. Las empresas son parte del tejido social de nuestro país y, por tanto, tenemos la oportunidad de que sean un espacio de conexión con lo que sucede en él.

Este es un primer paso en ese camino.

‘Ante todo, ciudadanos’, es una iniciativa de Es Hoy, movimiento de líderes empresariales comprometidos con la construcción de un Perú próspero para todos, en alianza con las agencias de comunicación APOYO Comunicación y VML.

1.2 ¿Qué es ‘Ante todo, ciudadanos’?

Es una **guía práctica y ruta de acompañamiento** para que las empresas impulsen estrategias internas de cultura y comunicación que:

- **Promuevan civismo y participación ciudadana activa.**
- **Faciliten el acceso a información y herramientas para ejercer un voto informado y responsable en contextos electorales.**
- **Fortalezcan comportamientos acordes con la convivencia en democracia.**

La ruta de acompañamiento, gratuita y exclusiva para quienes se sumen a ‘Ante todo, ciudadanos’, incluye sesiones de buenas prácticas, acceso a expertos en civismo, ciudadanía y procesos electorales y asesoría de especialistas en comunicación interna. Para sumarse, será necesario llenar el siguiente [formulario de adhesión](#)

Además, en la sección de recursos de www.antetodociudadanos.pe encontrarás información, contenido y contactos de organizaciones con experiencia en estos temas para que puedas activar una iniciativa de civismo y voto informado al interior de tu empresa.

1.3 Nuestros principios

‘Ante todo, ciudadanos’ se sustenta en cuatro principios que guiarán las acciones e iniciativas a implementar a partir del uso de esta guía:



NEUTRALIDAD Y TRANSPARENCIA

Total claridad sobre la intención de la iniciativa que impulsa la empresa, promoviendo civismo y ciudadanía activa, y alejándose de cualquier intento de apoyo a candidatos, partidos o ideologías políticas específicas.



CONVICCIÓN CIUDADANA

Compromiso genuino con el Perú, reconociendo que el involucramiento ciudadano desde todos los sectores es clave para el fortalecimiento de la democracia.



RESPECTO Y NO POLARIZACIÓN EXTREMA

Interés real en promover una reflexión crítica, respetando la pluralidad y diversidad de ideas, y reconociendo que en la violencia y la polarización extrema perdemos todos.



COHERENCIA E INTEGRIDAD

Alineación entre la comunicación y el comportamiento interno y externo de la empresa, actuando bajo valores y estándares éticos, y sabiendo que nuestro accionar es un ejemplo para otros.

1.4 Uso correcto de esta guía

¿Para qué ES?

- Impulsar, con neutralidad y transparencia, civismo y ciudadanía activa al interior de las empresas.
- Promover que las empresas sean espacios de conexión con lo que sucede en el país.
- Demostrar que la preocupación de las empresas por los asuntos públicos del país es valiosa, sea en contextos electorales o no.

¿Para qué NO ES?

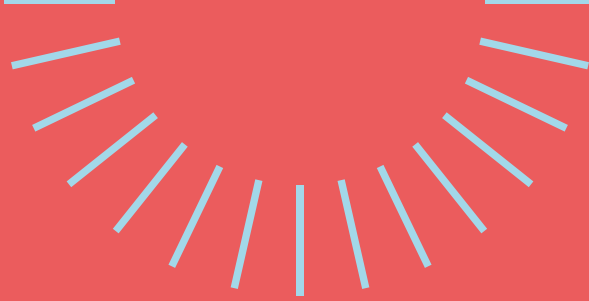
- Hacer proselitismo político: decirle a los trabajadores por quién votar o tratar de influenciar su voto por uno u otro candidato o ideología.
- Impulsar iniciativas de civismo y ciudadanía sin cumplir con los principios que la guía propone.

Si quieres que tu empresa conecte a sus trabajadores con información relevante para promover el civismo y un rol ciudadano más activo antes, durante y post elecciones, ¡bienvenido!

Esta guía está hecha, justamente, para eso.
No está diseñada para influenciar, bajo ninguna forma, el voto o las ideas de nadie.

DISCLAIMER

La información, recursos y herramientas proporcionadas por 'Ante todo, ciudadanos' son solo para actividades con fines informativos y cívicos. Esta es una iniciativa no partidaria que no busca apoyar a ningún partido, candidato ni ideología política en particular. Cada acción que se despliegue a partir de esta Guía deberá respetar los principios de 1) Neutralidad y transparencia, 2) Convicción ciudadana, 3) Respeto y no polarización extrema, y 4) Coherencia e integridad. El uso de la guía o cualquier producto y/o herramienta que sea parte de 'Ante todo, ciudadanos' es de exclusiva responsabilidad de la empresa implementadora.

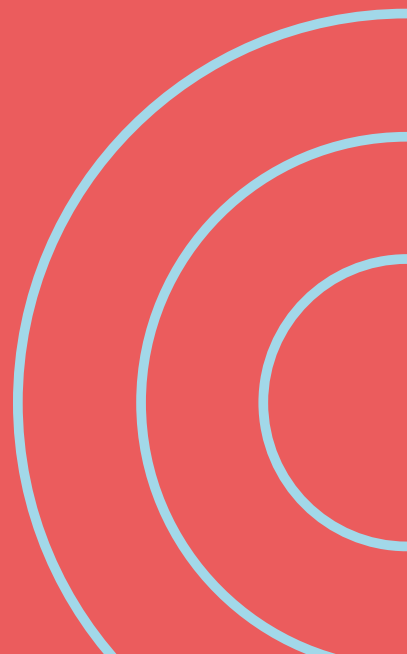


02.



**ACTIVAR EL
#MODOCIUDADANO
EN LAS EMPRESAS
ES ACERCARNOS
AL PERÚ QUE
QUEREMOS**

es hoy





La participación de las empresas en la promoción de una ciudadanía informada, responsable y activa, ha sido más una excepción que la norma hasta ahora. Esta guía, y la ruta de acompañamiento, buscan aportar con recursos de gestión concretos a que las empresas puedan enfocar y planificar iniciativas de esta naturaleza.

Creemos que hacerlo de manera conjunta, mostrando a un sector privado que activa el #ModoCiudadano entre sus trabajadores y hace de las empresas espacios de conexión con lo que sucede en el país, genera mayores oportunidades de aprendizaje para todo el ecosistema.

A continuación, encontrarán los comportamientos que, en el largo plazo, queremos ver en todos los peruanos. Nuestro país sería un mejor lugar si esto se hiciera realidad.

El cambio puede empezar desde nuestras empresas.



Actitudes y comportamientos hoy	¿Qué cambio queremos ver en el largo plazo?
De quejarse y resignarse ante la situación política...	... a ser parte de ella, con convicción democrática, a través de un ejercicio ciudadano activo.
De discutir y polarizar por tener ideas diferentes...	... a escuchar, dialogar y consensuar con quienes piensan distinto.
De compartir noticias falsas...	...a reconocerlas y no difundirlas.
De preferir pagar la multa para no ir a votar o ser miembro de mesa...	... a votar con convicción, seguro de que tu voto cuenta, y cumplir con tu rol como miembro de mesa.
De decidir el voto a último momento sin estar informado...	... a decidir con información y evidencia.
De desentenderse de lo que sucede en el país después de las elecciones...	...a mantenerse involucrado y vigilante de las autoridades elegidas y de los asuntos públicos.





Solo 4 de cada 10
peruanos considera
que elegir al Presidente
es una acción **muy**
importante y crucial
para el país.



Fuente: Estudio "¿Cómo vota el Perú?", elaborado por Arellano Consultoría.



2.1 ¿Cómo activar el #ModoCiudadano en tu empresa?

Activar el **#ModoCiudadano** es conectar a los trabajadores de la empresa, de todos los niveles, con lo que sucede en el país, más allá de un contexto electoral. Esto se puede conseguir a través de distintas iniciativas que permitan promover el civismo y la ciudadanía activa: campañas de cultura y comunicación interna, programas de formación cívica y ciudadana, ciclos de webinars / charlas con especialistas, voluntariados corporativos, entre otras.

En la actualidad, existen organizaciones de la sociedad civil y públicas que cumplen con los criterios de transparencia y neutralidad, y que trabajan generando recursos y herramientas sobre estos temas. Sus contenidos los compartimos en la web antetodociudadanos.pe para que puedan ser utilizados.



Momento

¿Qué iniciativas y temas podemos impulsar?

CONTEXTO NO ELECTORAL

En contextos no electorales, tenemos la oportunidad de promover información y comportamientos que fortalezcan la convivencia democrática: el conocimiento de los derechos y deberes ciudadanos, el funcionamiento de la democracia, la promoción de una cultura de diálogo, el reconocimiento de fake news, entre otros.

Iniciativas sugeridas:

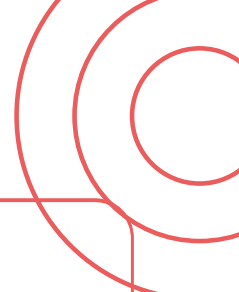
- Ciclo de webinars virtuales / charlas o talleres presenciales con especialistas.
- Programas de formación cívica con cursos y módulos educativos.
- Campañas internas de valores, conectadas con valores ciudadanos.

Temas sugeridos:

- Derechos y deberes como ciudadanos.
- Principios fundamentales de la democracia.
- Rol de los ciudadanos en el sistema democrático.
- Valores democráticos y comportamientos a promover.
- Relevancia de una participación informada y responsable en los asuntos públicos del país.
- Cómo contribuir a una convivencia democrática pacífica.
- Cómo reducir la polarización en entornos familiares, laborales y en espacios digitales.
- Cómo participar en diálogos y debates constructivos sobre temas clave para el país.
- Cómo reconocer y evitar difundir fake news.
- Funcionamiento del Estado. Responsabilidades y limitaciones de las diferentes instancias del aparato público.

Tips:

- Antes de definir una iniciativa puntual, puedes enviar una encuesta preguntando el nivel de interés de los trabajadores en estos temas e indagar sobre qué temas específicos quisieran recibir información (revisa la sección 2.4 de medición de resultados para ver un ejemplo).
- Es muy importante el involucramiento del gerente general en una iniciativa de esta naturaleza, asegúrate de incluir un mensaje que explique la importancia de impulsar esta iniciativa internamente.
- Puedes partir conectando los valores de la organización con los valores y comportamientos que queremos promover como ciudadanos.



Momento	¿Qué iniciativas y temas podemos impulsar?
CONTEXTO ELECTORAL	<p>En esta etapa podemos impulsar contenido alrededor de temas clave: la relevancia del voto, cómo informarse para votar, cómo marcar la cédula sin cometer errores y capacitarte en caso de ser miembro de mesa.</p> <p>Iniciativas sugeridas:</p> <ul style="list-style-type: none">• Campaña comunicacional / Webinars virtuales / charlas o talleres presenciales <p>Temas sugeridos:</p> <ul style="list-style-type: none">• La importancia de tu voto• Cómo informarse para votar.• Novedades que tendrá esta elección.• Información práctica y utilitaria para ir a votar.• El rol clave del miembro de mesa.• Cómo ser voluntario de Transparencia durante las elecciones. <p>Tips:</p> <ul style="list-style-type: none">• Puedes averiguar qué trabajadores de la empresa han sido elegidos miembros de mesa para hacer una comunicación especial para ellos. No solo para impulsar que cumplan su rol, sino también para reconocer su labor.• A través de un correo del gerente general, puedes reforzar la invitación a cumplir el rol ciudadano en un momento tan importante como las elecciones, sea yendo a votar, siendo miembro de mesa o contribuyendo como voluntario de Transparencia.

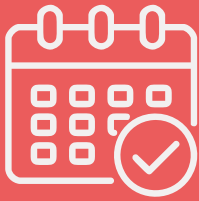


2.2 Elecciones generales 2026: el ABC para desplegar una campaña interna que fortalezca la convivencia democrática y active voto informado

Para desplegar una campaña de esta naturaleza al interior de la empresa, es importante partir de algunas preguntas clave. Por ejemplo:

- ¿Se cuenta con el respaldo de la gerencia general?
- ¿La iniciativa guarda coherencia con el accionar externo de la empresa?
- ¿Los valores organizacionales se pueden conectar con valores ciudadanos (p.ej. respeto, solidaridad, responsabilidad, honestidad, transparencia)?
- ¿Cuál es el mejor momento para empezar a implementarla, según las particularidades de cada empresa y sector?
- ¿Dispongo del equipo y los recursos necesarios para implementarla en los tiempos previstos?
- ¿Cómo puedo evaluar los resultados de la campaña?






Anotaciones sobre el cronograma:

Cada empresa, de acuerdo a sus particularidades internas y de su sector, decidirá las fechas de implementación de una campaña de voto informado. Algunas recomendaciones a tener en cuenta son:

- Siempre es ideal empezar lo antes posible, pero se recomienda que el inicio de la implementación no pase de enero 2026.
- En abril del 2026, se definirá si el proceso electoral pasa a una segunda vuelta. De ser ese el caso, el principio de neutralidad debe seguir guiando las acciones.
- Es importante evaluar los resultados de la campaña. La recomendación es iniciar con una encuesta en la que se pregunte sobre cuánto interés hay en recibir información y respecto a qué temas.

Al finalizar la campaña, se recomienda también hacer una encuesta para medir el nivel de satisfacción así como la recordación, comprensión, awareness y cambio de comportamiento generado por la campaña. En la sección 2.4, de medición de resultados, se profundiza sobre este punto.



**El 89% de
peruanos** reconoce
que tiene malas
autoridades porque
no sabe elegir bien.

Fuente: Estudio "¿Cómo vota el Perú?", elaborado por Arellano Consultoría.





¿Cómo desplegar una campaña interna de activación ciudadana y voto informado?

Este cuadro es un ejemplo de estructura que puede servir de referencia para las empresas interesadas en implementar una campaña de activación ciudadana y voto informado para las próximas Elecciones Generales de 2026.

ETAPA 1: ANTES DE ELECCIONES: CONVIVENCIA DEMOCRÁTICA / NOVIEMBRE A ENERO 2025

TEMA: ¿CUÁNTO NOS INTERESA LO QUE SUCEDE EN EL PAÍS?

Actividades clave

Encuesta para conocer el nivel de interés y conocimiento de los trabajadores sobre asuntos públicos y el proceso electoral, y para identificar los temas sobre los que les gustaría recibir información.

Los resultados de la encuesta pueden servir como una línea de base para medir resultados de la campaña

TEMA: LANZAMIENTO INTERNO DE LA CAMPAÑA: ¿POR QUÉ INVOLUCRARNOS?

Actividades clave

Mensaje de la gerencia general lanzando la campaña y explicando la relevancia del proceso electoral y de mantenerse conectados e informados con lo que sucede en el país.

Es importante que el mensaje incorpore que la empresa mantendrá el principio de transparencia y neutralidad durante la campaña.

TEMA: ¿CÓMO MANEJAR INFORMACIÓN DE MANERA RESPONSABLE?

Contenido sobre:

- **¿Cómo detectar y no compartir fake news?**
- **La importancia de recurrir a fuentes neutrales y creíbles y contrastar posiciones.**
- **Webinar o taller con expertos para una comunicación no violenta, manejo de conflictos.**



TEMA: ¿CÓMO PROMOVER LA CONVIVENCIA DEMOCRÁTICA EN UNA COYUNTURA ELECTORAL POLARIZADA?

Contenido sobre:

- **No polarizar cuando alguien piensa distinto.**
- **Sostener un diálogo digital sin descalificar a los demás.**
- **Webinar o taller con expertos para una comunicación no violenta, manejo de conflictos.**

TEMA: MIEMBROS DE MESA Y VOLUNTARIOS DE TRANSPARENCIA

Contenido sobre:

- **El rol y la relevancia de los miembros de mesa.**
- **El rol de voluntarios de Transparencia y los pasos para inscribirse.**
- **Identifica quiénes de tus trabajadores asumirán alguno de estos roles.**

**ETAPA 2: DURANTE ELECCIONES:
VOTO INFORMADO / ENERO A JUNIO 2026**

TEMA: LA IMPORTANCIA DE VOTAR

Contenido sobre la importancia de ir a votar.

TEMA: ¿CÓMO INFORMARSE PARA VOTAR?

Contenido sobre las principales canales y herramientas para informarse sobre los candidatos y sus propuestas, manteniendo criterios de transparencia y neutralidad.

TEMA: ¿QUÉ CAMBIA EN ESTAS ELECCIONES Y CÓMO VOTAR CORRECTAMENTE?

Contenido sobre las particularidades de estas elecciones (serán 38 partidos, habrá Senadores y Diputados), cómo marcar la cédula sin cometer errores, saber si eres miembro de mesa, dónde te toca votar, etc.

Webinars con expertos / charlas sobre cambios en el sistema electoral y político

TEMA: MIEMBROS DE MESA Y VOLUNTARIOS DE TRANSPARENCIA

Entrega de KITS a miembros de mesa y voluntarios de Transparencia para facilitar su labor durante el día de las elecciones.

ETAPA: POST ELECCIONES: CIUDADANÍA ACTIVA

JULIO 2026

TEMA: MIEMBROS DE MESA Y VOLUNTARIOS DE TRANSPARENCIA

Reconocimiento en canales internos a quienes cumplieron alguno de estos roles.

TEMA: ¿QUÉ HEMOS APRENDIDO?

Mensaje del CEO dando por concluida la iniciativa, recogiendo algunos aprendizajes, o que explica sobre cómo continuará hacia adelante. Vale recordar que en octubre del 2026 serán las elecciones para gobiernos regionales y locales.

TEMA: ENCUESTA DE ALCANCE Y RESULTADOS

Envío de encuesta para medir el alcance y resultados de la iniciativa.

Sobre un posible escenario de segunda vuelta

Dado que nuestra oferta electoral está cada vez más fraccionada, es común que las elecciones pasen a una segunda vuelta. En este escenario, es fundamental seguir respetando el principio de neutralidad, poniendo por encima la libertad de **cada persona a ejercer su derecho a elegir, sin buscar influir, en modo alguno, sobre su voto.**

Sobre la continuidad de la iniciativa en el tiempo

Si bien estamos en un contexto pre electoral, esta guía busca que las empresas trasciendan la coyuntura electoral para que estos temas sean parte de su cultura organizacional. Las temáticas referidas a contexto no electoral en el punto 2.1 pueden dar luces sobre diversos temas que se pueden desarrollar sea a través de campañas de cultura y comunicación interna, programas de formación cívica y ciudadana, ciclos de webinars / charlas con especialistas, voluntariados corporativos, entre otras.



En **abril del 2026**,
tendremos un proceso
electoral altamente
complejo, en el que habrá
que elegir a **1 presidente,**
2 vicepresidentes, 60
senadores, 130
diputados y 5
parlamentarios andinos,
en una sola cédula
electoral.



2.3 El rol de los líderes en una campaña para activar ciudadanía y voto responsable

Cualquier iniciativa que busque tener un verdadero impacto al interior de la empresa debe tener el compromiso de quienes la lideran, empezando por la gerencia general y las gerencias de las áreas implementadoras. Sin embargo, al mismo tiempo, también es fundamental tener el soporte de los liderazgos intermedios de los diferentes niveles de la organización.

Estos liderazgos no sólo facilitarán la implementación, sino que pueden ser voceros internos de la iniciativa y ejemplo de los principios que esta guía propone

¿Cuáles son las recomendaciones para los líderes de las empresas que implementen una iniciativa que promueva civismo y ciudadanía?

¿Qué hacer?

- **ACTIVAR LA CIUDADANÍA:** promover y normalizar el lugar de trabajo como espacio de conexión con lo que sucede en el país.
- **ESCUCHAR PARA ENTENDER:** impulsar el rol ciudadano, abrir conversaciones y fomentar la reflexión en sus equipos.
- **PROMOVER ACCESO A CONTENIDO VERAZ Y NEUTRAL:** consumir y difundir información proveniente de canales formales, manteniendo siempre el principio de neutralidad y evitando compartir noticias falsas.
- **SOSTENER EL COMPROMISO:** que el interés y promoción de esta iniciativa se mantenga en el tiempo.

¿Qué no hacer?

- **IMPONER IDEAS:** sean propias o de terceros, así como descalificar opiniones diferentes a la propia.
- **CONDICIONAR EL VOTO:** decir por quién votar o tratar de influenciar de alguna manera.
- **COMPARTIR INFORMACIÓN TENDENCIOSA O FALSA:** sin verificar la fuente primaria y contribuyendo a la viralización de fake news.
- **MANTENERSE AL MARGEN:** sin vincular el lugar de trabajo y la realidad cotidiana con lo que sucede en el país.
- **SOLO ACTIVAR POR COYUNTURA ELECTORAL:** es perder la oportunidad de fortalecer una cultura al interior de la empresa donde se aborden temas país y de civismo que forman parte del día a día como ciudadanos.



2.4 Medición de resultados

Si no evaluamos la iniciativa no tendremos claridad sobre su impacto ni sobre los ajustes necesarios para una posterior edición mejorada. Aquí algunas sugerencias de indicadores:

Aquí algunas sugerencias de indicadores:



DE IMPLEMENTACIÓN

- Tasa de apertura de correos o cantidad de visitas a la sección donde estén alojados los contenidos propuestos.
- Número de visualizaciones de contenidos audiovisuales.
- Número de personas que son parte de los webinars, programas de formación cívica y ciudadana, ciclos de webinars / charlas con especialistas, voluntariados corporativos.
- Frecuencia con la que se difundió contenido o se realizaron acciones.
- Número de personas alcanzadas (puedes diferenciarlo entre líderes y trabajadores).



DE RESULTADOS

- Satisfacción general y por acciones (webinars, charlas, programas de formación, campañas informativas).
- Niveles de: recordación, comprensión, awareness, cambio de comportamiento.

También se recomienda iniciar con una encuesta en que se pregunte sobre cuánto interés hay en recibir información y sobre qué temas. Pasadas las elecciones, se recomienda aplicar una encuesta para medir los resultados: el nivel de satisfacción, recordación, comprensión, awareness y cambio de comportamiento generado por la campaña. Posteriormente, la recomendación es evaluar las acciones que se vayan implementando a lo largo del tiempo.

A continuación compartimos modelos de encuesta que cada empresa puede utilizar:

Ejercicio inicial: encuesta previa

ANTE TODO CIUDADANOS

Encuesta previa

El 2026 se tendrán 5 elecciones en una sola cédula: Presidente, Diputados, Senadores distrito único, Senadores distrito múltiple, Parlamento Andino. Con la convicción del ejercicio de un voto libre e informado queremos saber cómo podemos facilitar el acceso a información y herramientas que fortalezcan comportamientos cívicos y ciudadanos en una coyuntura polarizada, así como informarte objetivamente antes, durante y después de las elecciones.

Responder esta encuesta te tomará menos de 5 minutos y es completamente anónima. ¡Muchas gracias!

1. ¿Estarías interesado en recibir información de fuentes confiables que te permita ejercer una ciudadanía activa y responsable (no sólo al momento de votar)?

Sí, estaría interesado	
Me da igual que la empresa lo haga	
No estoy interesado	

2. ¿Qué tan útil te parecería que enviemos los siguientes tipos de información para promover el voto informado?

	Nada útil	Poco útil	Útil	Muy útil
Sobre la logística electoral				
Sobre los candidatos y los partidos políticos				
Sobre el sistema político y electoral				
Sobre cómo combatir la polarización en entornos familiares y laborales				
Sobre cómo identificar fake news / noticias falsas				
Sobre cómo funciona el sector público				

3. ¿Qué otro tipo de información te gustaría recibir en el marco de nuestra iniciativa (COLOCA EL NOMBRE DE LA INICIATIVA)?

4. Del 1 al 10, donde 1 es NADA INFORMADO y 10 es MUY INFORMADO, diría que en este momento, de ser hoy las elecciones, ¿tengo la información que necesito para emitir un voto consciente?

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

Los siguientes datos nos ayudarán a poder hacer estadística y obtener tendencias en distintos grupos o segmentos. Te recordamos que la encuesta es totalmente anónima.

Edad	Marcar
Entre 18 y 25	
25 a 34	
35 a 44	
45 a 54	
54 a más	

Género	Marcar
Femenino	
Masculino	
Prefiero no responder	

Sede	Marcar
Lima	
(definir por empresa)	

Máximo nivel educativo alcanzado	Marcar
Primaria incompleta	
Primaria incompleta	
Secundaria incompleta	
Secundaria Completa	
Técnica incompleta	
Técnica completa	
Universitaria incompleta	
Universitaria completa	
Postgrado	
Prefiero no responder	

Área de la empresa en la que trabajas	Marcar
Recursos Humanos	
Finanzas	
Marketing y Comunicaciones	
Innovación	
Comercial	
Logística	
Capacitación	
Auditoría	
Legal	
(definir por empresa)	

Encuesta de evaluación de la campaña

Durante las últimas semanas hemos desplegado la campaña **“NOMBRE DE LA CAMPAÑA”**, con el objetivo de promover una ciudadanía activa y responsable.

Te invitamos a responder esta **encuesta anónima** para conocer tu experiencia y recoger aprendizajes que nos ayuden a mejorar futuras iniciativas.

1. Con esta campaña buscamos promover un ejercicio ciudadano responsable, ¿qué tan de acuerdo o desacuerdo estás con las siguientes afirmaciones?

	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
En comparación con otros años, me ayudó a informarme más antes de votar.				
Me motivó a ejercer mi voto.				
Me ayudó a emitir correctamente mi voto pues supe cómo marcar la cédula.				
Me ayudó a identificar noticias falsas y a verificar la información antes de compartirla.				
Me motivó a conversar sobre el proceso electoral sin polarizar, practicando la escucha y el diálogo respetuoso.				

2. Considero que la campaña “NOMBRE DE LA CAMPAÑA” promueve mayor conciencia cívica y responsabilidad ciudadana.

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. De acuerdo
- d. Muy de acuerdo

3. Me siento orgulloso/a de pertenecer a una organización que impulsa iniciativas como esta.

- a. Muy en desacuerdo
- b. En desacuerdo
- c. De acuerdo
- d. Muy de acuerdo

4. ¿Cuáles fueron los 3 canales de la campaña que más recuerdas o valoras?

- a. Mailings o correos
- b. Webinars
- c. Charlas presenciales
- d. Afiches
- e. Otros: _____

5. ¿Qué tan satisfecho/a te has sentido con esta campaña y toda la información compartida?

Muy insatisfecho/a

Muy satisfecho/a

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. ¿Qué tan probable es que recomiendes que esta iniciativa se mantenga en la empresa en los próximos años?

Nada probable

Muy probable

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Los siguientes datos nos ayudarán a poder hacer estadística y obtener tendencias en distintos grupos o segmentos. Te recordamos que la encuesta es totalmente anónima.

7. Edad

8. Género

9. Sede / Región

10. Definir por empresa las preguntas demográficas que sean pertinentes recopilar



En el 2024,
al 68 % de
peruanos le
interesaba
“poco o nada”
la política.

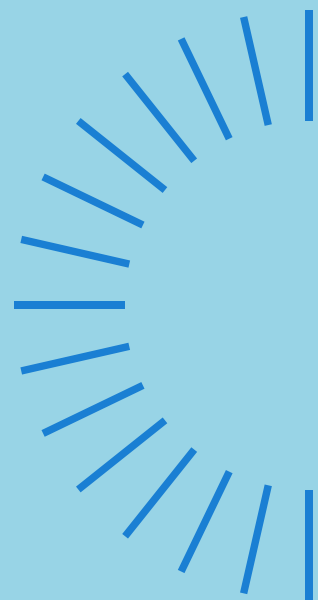
Fuente: Instituto de Estudios Peruanos, 2024.



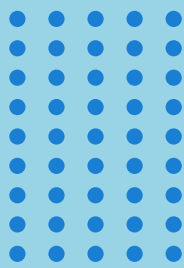


03.

BUENAS PRÁCTICAS PREVIAS



es hoy



Para inspirar a más empresas a activar el #ModoCiudadano, compartimos algunos casos prácticos de empresas que han implementado anteriormente campañas de esta naturaleza. **Como parte de la ruta de acompañamiento de esta guía, profundizaremos en estos casos en una sesión virtual.** Además, posteriormente, podremos actualizar la guía con casos de otras empresas que quieran contar su experiencia.

3.1 Caso Ferreycorp: “Voto informado”

Desde el inicio de esta campaña, en 2016, el objetivo de Ferreycorp fue fomentar una cultura cívica responsable en colaboradores y colaboradoras para informarse al ejercer su derecho y deber ciudadano.

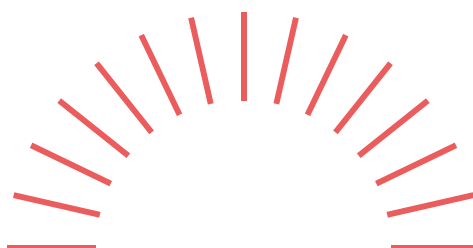
En esta campaña se comparte información sobre la estructura de gobierno en el país, las obligaciones y derechos de los ciudadanos, las características de la democracia, y muchos datos sobre el proceso electoral, como candidatos, debates, lugares de votación, publicación de miembros de mesa, etc., a través de diferentes canales de comunicación internos y webinars con expertos.

La campaña de Voto Informado: Elecciones Generales 2026 inició en agosto del 2025 con novedades como el termómetro informativo que ponía a prueba los conocimientos en esta coyuntura, entre otras trivias.



FICHA TÉCNICA

- **Nombre de la campaña:** “Voto informado”
- **Años de implementación:** 2016 (elecciones generales), 2018 (elecciones municipales y regionales), 2020 (elecciones congresales extraordinarias), 2021 (elecciones presidenciales), 2022 (elecciones municipales y regionales) y 2025/2026 (elecciones generales).
- **Propósito de la iniciativa:** Fomentar una cultura cívica responsable en colaboradores para informarse al ejercer su derecho y deber ciudadano.
- **Alcance:** + de 5,000 trabajadores a nivel nacional.
- **Medios y espacios de comunicación más utilizados:**
 - Site especial
 - Infografías informativas
 - Mailings
 - Mensaje CEO
 - Charlas / Webinars
 - Trivias



- **Indicadores para medir resultados:**
- Cantidad de mailings abiertos, clics en mailings
- Visualizaciones en intranet
- Participaciones en trivias
- Visualizaciones de videos
- Cantidad de conectados en webinars y Cantidad de preguntas
- Encuesta de satisfacción

- **Fases de la campaña:**

1. Lanzamiento:

Civismo, enfocado en por qué se hace

2. Mantenimiento:

- Contexto político social (que necesita el Perú o qué debes saber al votar)
- Fuentes confiables para obtener noticias de candidatos, partidos y propuestas.

3. Cierre:

- Silencio democrático (no se envía información política, solo se informa sobre qué sucede si votas o no votas)
- Mensaje CEO reforzando la importancia de ejercer ciudadanía y la democracia
- Temas logísticos de votación y foco a miembros de mesa (entrega de kit)
- Adicionalmente, en el caso de Ferreycorp también se activó una estrategia segmentada a quienes fueron miembros de mesa. Se pidió el registro previo a las elecciones y se les hizo llegar un kit de refrigerio para el día en que debían cumplir con su rol.

Piezas de referencia de la campaña

¿Qué es un voto en blanco o nulo y cómo afecta las elecciones?

Diferencias

- Voto en blanco:** Se presenta cuando el elector decide no marcar a favor de algún candidato.
- Voto nulo:** Ocurre cuando un elector marca con algún carácter que no sea una aspa (X) o cruz (+).

Consecuencia

- Los votos en blanco o nulos pasan a ser votos inválidos.
- El número de votantes válidos reduce.
- Es más fácil que un partido pase la valla electoral.
- El partido podrá acceder a escaños en el congreso.

Aunque el voto en blanco o viciado es un derecho, tiene consecuencias que no siempre tomamos en cuenta.

Fuente: Transparencia

¡Infórmate antes de votar! [INGRESA AQUÍ](#)

VOTO INFORMADO Ferreycorp

¡Ten en cuenta estas recomendaciones para votar correctamente el 2 de octubre!

Protocolo COVID-19

- La persona que votará debe utilizar **dobles** mascarilla o una KN-95.
- No será necesario presentar carnet de vacunación.
- Recomendamos asistir en los **horarios sugeridos*** por la ONPE.
- Mantener el **distanciamiento social mínimo** de 1 metro.

* Serán publicados en los próximos días.

La ONPE ha habilitado la plataforma ONPEDUCA para capacitar a los miembros de mesa, electores y personereros.






[Capacítate aquí](#)

¿Aún no sabes por quién votar? [INFÓRMATE AQUÍ](#)

VOTO INFORMADO Ferreycorp

Para **emitir** un **voto informado**, es **importante**

que nos hagamos estas preguntas:

- 1  ¿Qué elegimos realmente?
- 2  ¿Quién acompaña al candidat@?
- 3  ¿Cuáles son los aspectos que más te importan?
- 4  ¿Será capaz de gobernar y generar estabilidad?
- 5  ¿Tiene cualidades de un buen candidat@?

Para evaluar, considera estos factores:

 Trayectoria profesional y académica	 Antecedentes penales y policiales	 Financiamiento político	 Pacto ético electoral
--	--	--	--

Fuentes: IPAE y Transparencia

Si deseas obtener más información, recomendamos ingresar a:



Plataforma electoral JNE



Voto Informado

VOTO
INFORMADO

Ferreycorp

3.2 Caso BCP: “OrguYO”

El enfoque con el que el Banco de Crédito del Perú (BCP) ha abordado su campaña interna, denominada “OrguYO”, parte de identificar comportamientos éticos que buscan promover entre sus trabajadores, rescatando el sentimiento de orgullo por actuar de manera correcta.

Luego, la campaña conecta esos comportamientos con hacer lo correcto como ciudadanos (respetar las normas de tránsito o pagar impuestos) y finalmente durante las elecciones (cómo informarse para votar).

La campaña se viene implementando desde mayo de este año bajo los diferentes canales de comunicación interna de la organización.

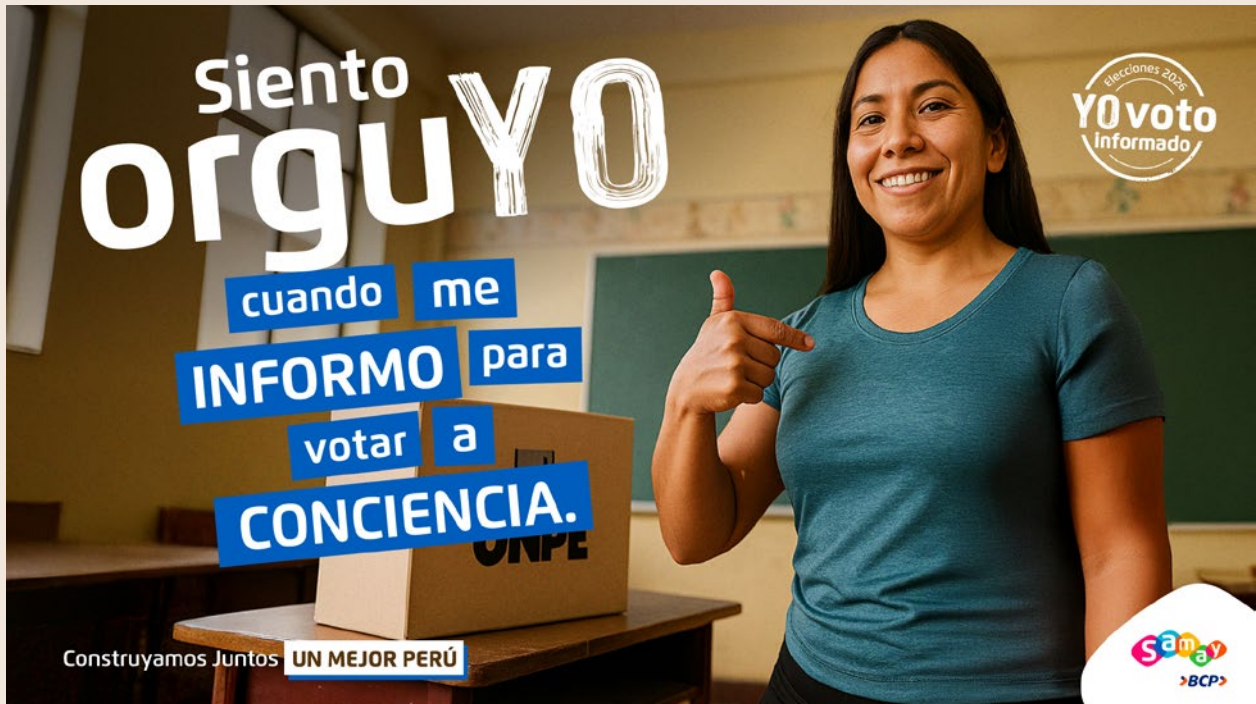


FICHA TÉCNICA

- **Nombre de la campaña:** “OrguYO”
- **Fecha de implementación:** 15 DE MAYO 2025-AGOSTO 2026
- **Propósito de la campaña:** Generar en los colaboradores un mayor sentido de responsabilidad con su comportamiento tanto a nivel organizacional como país.
- **Alcance:** 20,000 trabajadores a nivel nacional.
- **Medios y espacios de comunicación más utilizados:**
 - Publicaciones en la plataforma WORKVIVO con link a información de organismos como ONPE, JNE.
 - Mensajes de CEO respecto al compromiso con el país.
 - Charlas/Webinars sobre democracia
 - Talleres de código de ética
- **Indicadores para medir resultados:**
 - Alcance, Reproducción, Engagement, Percepción, Participación
- **Etapas de la campaña:**
 - **Etapa 1.** Porque somos Seguros y Derechos: vinculada a lo que significa “hacer lo correcto” en el trabajo, específicamente relacionado al Código de Ética.
 - **Etapa 2.** Porque somos los que construimos un MEJOR PERÚ: sobre lo que significa “hacer lo correcto” fuera del ámbito laboral, difundiendo comportamientos correctos en una dimensión ciudadana más amplia, que pueden ir desde respetar las normas de tránsito hasta pagar impuestos
 - **Etapa 3.** Porque cuando votamos informados somos Seguros y Derechos: antes y durante las elecciones que va desde saber cómo marcar la cédula sin cometer errores hasta contrastar información de las propuestas, verificar la veracidad de los contenidos, conversar de política sin pelear.

Adicionalmente, en todas estas etapas se refuerza el hecho de que depende de los colaboradores y en general de todos los peruanos ayudar a construir un MEJOR PERÚ.

Piezas de referencia de la campaña



3.3 Caso Scotiabank

“Voto informado”

Tomando en cuenta que en un contexto electoral existen múltiples opiniones y emociones, Scotiabank se enfocó en promover reflexión y diálogo informado. Activó canales de divulgación con expertos y también un canal de escucha para recoger dudas sobre el proceso o el sistema político.

Utilizando un lenguaje accesible así como el uso de trivias mantuvo informado a su público interno en los últimos procesos electorales.



FICHA TÉCNICA

- **Nombre de la campaña:** “Voto informado”
- **Fecha de implementación:**

Previo a elecciones presidenciales y congresales en 2021. Se replicó campaña similar, más acotada a elecciones regionales y municipales del 2022.

- **Propósito de la campaña:**

Brindar a los colaboradores información clara, objetiva y confiable sobre el proceso electoral congresal y presidencial del 2021, promoviendo una participación informada y consciente mediante el acceso a fuentes oficiales y contenidos educativos que les permitan tomar decisiones responsables en el ejercicio de su voto.

Alcance: 8,000 colaboradores del grupo a nivel nacional.

Medios y espacios de comunicación más utilizados:

- Webinar con líderes de opinión.
- Webinar con espacio para consultas.
- Buzón abierto para consultas y despejar dudas.
- Mail interno: fue el principal vehículo para trasladar información oficial, transparente y de manera sencilla.

Indicadores para medir resultados:

- Inscritos y asistencia a webinar.
- Consultas al buzón.

Fases de la campaña:

- **Lanzamiento:** awareness sobre la relevancia del voto informado.
- **Mantenimiento:** Acciones de comunicación interactivas para despejar dudas, como trivias y conversatorios con Rosa María Palacios y Diego Macera.
- **Cierre:** Información de los resultados oficiales.

Piezas de referencia de la campaña



Scotiabankers,

El pasado 11 de abril, cumplimos nuestra labor como ciudadanos y ejercimos nuestro derecho al voto en las elecciones del 2021. La Oficina Nacional de Procesos Electorales ONPE, ha emitido al 100% las bancadas que conforman el nuevo Congreso de la República 2021-2016, y según el conteo oficial, serán en total 10 agrupaciones. Estos son los datos que necesitamos conocer:



Fuente: El Peruano

DATOS IMPORTANTES

• Congresistas con más votos:

1. Martín Vizcarra, de Somos Perú: +164,100 votos*.
2. Jorge Montoya de Renovación Popular: +104,800 votos
3. José Luna de Podemos Perú: +69,500 votos**.
4. Susel Paredes de Partido Morado: +58,800 votos y será la primera congresista declarada abiertamente lesbiana del Perú.

• El nuevo legislativo tendrá 52 congresistas mujeres y 78 hombres. Es hasta la fecha, el número más alto de congresistas electas en la historia del país.

• Más del 30% de congresistas elegidos son invitados e invitadas de partidos, es decir, no están adscritos.

*El Congreso actual ha inhabilitado al expresidente para ejercer un cargo público.

**El congresista electo cuenta con detención preliminar desde enero.

Si tenemos alguna consulta, podemos escribir a sostenibilidad@scotiabank.com.pe

Piezas de referencia de la campaña



Scotiabankers,

Todos y todas queremos lo mejor para nuestro país y este 11 de abril tenemos una gran labor para elegir a nuestros representantes. Por eso, nuestra responsabilidad como ciudadanos es informarnos para conocer a las y los candidatos, así como sus propuestas.

Por qué es importante estar bien informados?

1.

Nuestro voto es una de las decisiones más importantes que tomamos como ciudadanos. Al ejercer este derecho tenemos la oportunidad de ser escuchados y de participar activamente en el futuro del país.

2.

En la actualidad, a poco más de un mes de las elecciones, un 53% de personas se muestra desinteresada en la política y más del 30% no ha definido su voto*. Estos datos nos deben llevar a reflexionar acerca de nuestra responsabilidad al ejercer nuestro voto.

3.

En el último año, hemos sido testigos que la participación activa en la democracia de nuestro país es clave para generar cambios en beneficio del Perú.

Por estos motivos, en Scotiabank compartiremos la mayor cantidad de información y herramientas para cumplir con nuestro deber cívico con responsabilidad, cuidado y optimismo y de esta manera, por nuestro país, por nosotros, por nuestras familias, por nuestros compatriotas y #PorNuestroFuturo.

¡Sólo nosotros podemos generar el cambio!

Piezas de referencia de la campaña



Recomendaciones para un voto responsable

Este domingo 11 de abril tenemos una gran labor como ciudadanos, y para elegir responsablemente a los nuevos representantes del gobierno y también cuidarnos, tengamos en cuenta información importante.

¡Horario especial para personas vulnerables!

7:00 a.m. - 9:00 a.m.



Adultos mayores



Mujeres embarazadas



Personas con discapacidad y de riesgo

¡Votemos según nuestro orden!

9:00 a.m. - 7:00 p.m.

Vota por turnos según el último dígito de tu DNI

1.	09:00 a.m. - 10:00 a.m.
2.	10:00 a.m. - 11:00 a.m.
3.	11:00 a.m. - 12:00 p.m.
4.	12:00 p.m. - 01:00 p.m.
5.	01:00 p.m. - 02:00 p.m.
6.	02:00 p.m. - 03:00 p.m.
7.	03:00 p.m. - 04:00 p.m.
8.	04:00 p.m. - 05:00 p.m.
9.	05:00 p.m. - 06:00 p.m.
0.	06:00 p.m. - 07:00 p.m.

¡No olvidemos los protocolos de seguridad para cuidarnos!



Personal de la ONPE verificará que el elector/a use de forma correcta la mascarilla, de no cumplir se le restringirá el acceso.



Evitar tener contacto físico al saludar, despedirse, o recibir algún documento como DNI, credenciales, entre otros.



Por medidas de seguridad, sugerimos llevar nuestro lapicero de tinta de color azul.



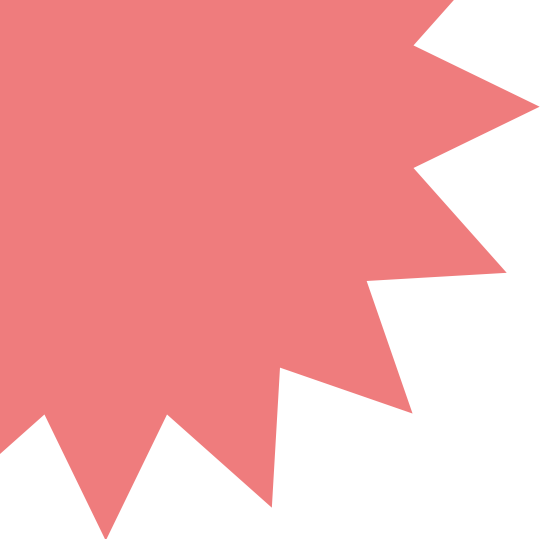
Averiguemos con anticipación dónde nos toca votar, cuál es nuestra mesa de sufragio y número de orden para evitar aglomeraciones. En caso de no recordarlo, podemos llevar una captura por teléfono o anotar en un papel.

Fuente: ONPE 2021

Sigamos informándonos y conociendo más sobre los partidos, candidat@s y planes de gobierno. Ingresemos [aquí](#) y encontremos diversas plataformas de información.

Cumplamos con nuestro deber cívico con responsabilidad y optimismo por nuestro país, por nosotros, por nuestras familias y **#PorNuestroFuturo**.

Si tenemos alguna consulta, podemos escribir a: sostenibilidad@scotiabank.com.pe



El 91% de los peruanos **está insatisfecho con la democracia.**

Es el porcentaje más alto de Latinoamérica.

Fuente: Latinobarómetro, 2023.



3.4 Menciones especiales

RPP: “Liderazgo ciudadano”

Basados en su propósito de “Promover el progreso de los peruanos”, el Grupo RPP decidió iniciar “Liderazgo Ciudadano”, un programa de formación de la mano con Patria C, a fin de que sus colaboradores interioricen aún más el rol que cada uno tiene como ciudadano y cómo, desde su trabajo en la multiplataforma, contribuyen a crear un ecosistema de conexión ciudadana, educación cívica, esperanza y diálogo en contextos de polarización.

La primera edición de este curso, dictado entre julio y agosto de este año, incluyó 7 sesiones, empezando por conectar el propósito personal con su ejercicio ciudadano y su rol en un medio de comunicación. Los otros temas que se abordaron fueron: Democracia, el Estado Peruano, Economía y desarrollo, Rol del Gobierno, Escucha, diálogo y consenso, y Activismo ciudadano.

“En la siguiente fase de este programa de aprendizaje nos enfocaremos en ampliar la capacitación para accionistas, más gerentes y colaboradores, y en profundizar los conocimientos a poner en agenda en el contexto electoral. Estamos por buen camino, el nivel de satisfacción del grupo está por 94% de NPS. Esto, además se activa con la creación de productos informativos y de entretenimiento que contribuyen a promover ciudadanía y a contribuir a la escucha entre quienes piensan diferente” señaló Frida Delgado Nachtigall, Vicepresidente del Directorio de Grupo RPP.

Fotos de la iniciativa



Fotos de la iniciativa



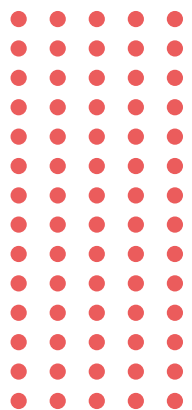
Agrícola La Candelaria: “Unidad en la diversidad”

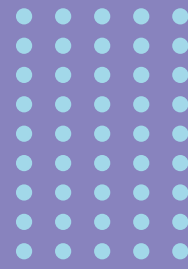
“Unidad en la diversidad” fue una iniciativa impulsada por Agrícola La Candelaria en 2021, durante la primera y segunda vuelta electoral, para promover la unidad y sentido de pertenencia entre trabajadores, en un contexto de alta polarización y desinformación.

La iniciativa se construyó alrededor de elementos que reforzaron la confianza interna, la identidad y conexión con el país, el valor de la diversidad, la empatía y la comunicación. Los talleres que se desplegaron como parte de este proceso, sirvieron no sólo para desarrollar habilidades blandas, sino también para escuchar y entender las preocupaciones de los trabajadores en un contexto político complejo. El foco estuvo en identificar aquello que nos une y nos hace especiales como peruanos para conectar desde ahí con el sentido de comunidad y volver a la armonía en el ambiente laboral.

“En los talleres también buscamos reflexionar respecto a lo bueno y hermoso que significa para nosotros como sociedad el poder tener varias culturas y comunidades. Las analogías que utilizamos con las distintas comidas y bailes que existen en el país eran ejemplo de lo diversos que somos y la fusión un ejemplo de cómo esa unión nos hace mejores. Partir de lo que nos une como peruanos y la visión de un futuro con oportunidades”, señala Francisco Osoreo, VP Ejecutivo de la empresa.

Fotos de la iniciativa






04.

**SÚMATE A
ANTE TODO,
CIUDADANOS**



es hoy



Tanto en esta guía como en www.antetodociudadanos ponemos a disposición de las empresas recursos y el contacto de organizaciones que abordan temas de civismo, ciudadanía e información electoral. Además, quienes se sumen a 'Ante todo, ciudadanos', tendrán acceso a nuestra ruta de acompañamiento. **El compromiso de las empresas que se sumen, será implementar una encuesta de medición de resultados al final de las Elecciones Generales 2026 y compartir con Es Hoy sus indicadores para evaluar el impacto total de la iniciativa. La información será mantenida en total confidencialidad.**

4.1 La ruta de acompañamiento 'Ante todo, ciudadanos'

Es una ruta gratuita y exclusiva para quienes se hayan sumado a 'Ante todo, ciudadanos', y busca acompañar a las empresas en la implementación de esta iniciativa. Al sumarte, tendrás acceso a:

- Sesión de buenas prácticas de empresas que ya han implementado acciones similares.
- Charlas con expertos en civismo, ciudadanía y procesos electorales.
- Masterclass con especialistas en diálogo y comunicación en coyunturas de polarización.
- Guía de especialistas en comunicación interna para orientarte en la implementación.

4.2 ¿Cómo sumarse a 'Ante todo, ciudadanos'?

- Descargar y completar aquí el [formulario de adhesión](#).
- Participar en las sesiones de acompañamiento y buenas prácticas.
- Al cierre de las Elecciones Generales 2026, compartir los resultados de tu campaña con Es Hoy.

Si para sumarte, o si a lo largo de la implementación de esta iniciativa tienes dudas o sugerencias, comunícate a antetodociudadanos@eshoy.pe.

4.3 Contenidos y recursos disponibles

Estas son las organizaciones / iniciativas que trabajan alrededor de civismo, ciudadanía y procesos electorales que recomendamos consultar. Esta información también está disponible en:

www.antetodociudadanos.pe.

Organización / Iniciativa	Contenido o recurso disponible	Contacto
OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES (ONPE)	<p>ONPE ha puesto a disposición de las empresas una carpeta virtual con contenido oficial sobre las Elecciones Generales 2026, el uso del Voto digital y sus beneficios para la participación ciudadana; así como otros temas relevantes del próximo proceso electoral. El contenido incluye gráficas, podcast y videos disponibles para descargar y utilizar en campañas internas y para el público en general.</p> <p>Encuentra la carpeta en:</p> <p>www.antetodociudadanos.pe</p>	<p>Contacto:</p> <p>Rafael Arias / Sub gerente de Relaciones Institucionales</p> <p>Correo:</p> <p>RArias@onpe.gob.pe</p>
'REVISA TU CANDIDATO'	<p>En enero del 2026, estará disponible para la ciudadanía la plataforma digital 'Revisa tu Candidato', iniciativa de la Asociación Civil Transparencia en cooperación con el Instituto de Prensa y Sociedad (IPYS), Proética, IPAE y Empresarios por la Integridad, que permitirá a electores tener mejor información de los postulantes en las siguientes elecciones.</p> <p>Se trata de una plataforma gratuita que utiliza inteligencia artificial generativa (IAG) para identificar riesgos en los candidatos, como los procesos judiciales y sanciones, antecedentes policiales, deudas por alimentos e infracciones de tránsito, formación y competencias, trayectoria profesional, negocios con el Estado, y vinculación con economías ilegales.</p> <p>Desde la empresa se podrá difundir la herramienta para promover su uso por parte de trabajadores.</p>	<p>Contacto:</p> <p>Omar Awapara</p> <p>Secretario General de Asociación Civil Transparencia</p> <p>Correo:</p> <p>omarawapara@transparencia.org.pe</p> <p>Web:</p> <p>www.transparencia.org.pe</p>

**VOLUNTARIOS
ASOCIACIÓN
CIVIL
TRANSPARENCIA**

Transparencia también abre sus puertas para ser voluntario durante el próximo proceso electoral y contribuir de manera directa a las elecciones 2026.

Contacto:

Omar Awapara

Secretario General
de Asociación Civil
Transparencia

Correo:

omarawapara@
transparencia.org.pe

Web:

www.transparencia.
org.pe

CIVISMO.PE

Iniciativa de Comité, RECAMBIO y Excuela, que ofrece módulos interactivos de educación cívica accesibles desde cualquier teléfono, a través de los cuales líderes, colaboradores, proveedores, y comunidades de tu organización pueden participar en una experiencia única de aprendizaje ciudadano. Incluye cursos prácticos sobre valores cívicos e identidad nacional, derechos y deberes, democracia y sistema político peruano, voto informado, desinformación y polarización, elaborados por RECAMBIO; así como módulos de economía social de mercado, elaborados por Comité.

Contacto:

Augusto Townsend /
CEO de Recambio

José Luis Gamboa /
Co founder & CEO de
Excuela

Correo:

augusto@recambio.
pe

Jose@excuela.com

Web:

www.civismo.pe

RECAMBIO	<p>Escuela apartidaria y plural de formación política democrática que ofrece a personas, que hacen o quieren hacer política desde distintas procedencias, identidades, posiciones y partidos políticos que buscan (re)construir la democracia. Tiene experiencia trabajando con personas de entre 20 y 80 años, más de 20 regiones y más de 20 organizaciones políticas a las que acompaña a través de su red de egresados. Forman parte de Democracia+, red de academias de liderazgo político de América Latina, y de la red de aceleradoras de liderazgo político a nivel global impulsada por Better Politics Foundation. Tiene programas de formación para ciudadanos, líderes de distintos sectores, aspirantes al Congreso y gobiernos locales; así como recursos específicos de formación sobre civismo y ciudadanía para empresas.</p>	<p>Contacto: Gabriela Vega Franco / Directora</p> <p>Correo: gabriela@recambio.pe</p> <p>Web: www.recambio.pe</p>
PATRIAC	<p>Academia Ciudadana de alcance nacional que, desde 2022, forma y conecta a jóvenes líderes mediante una beca integral con módulos virtuales y un Bootcamp presencial. Cuenta con una Red Alumni de más de 600 jóvenes que impulsan réplicas regionales de la academia y ha desarrollado programas de ciudadanía y civismo dirigidos a trabajadores de diferentes empresas.</p>	<p>Contacto: Madison Montenegro / Project Manager</p> <p>Correo: madison.montenegro@perutequiero.pe</p> <p>Web: www.perutequiero/ciudad</p>



05.

AGRADECIMIENTOS



es hoy

Esta iniciativa no sería posible sin el apoyo de nuestros aliados



a quienes agradecemos junto con las organizaciones que han colaborado con nosotros a nivel de convocatoria



así como de aquellas que ponen a disposición sus recursos y experiencia.



Además, agradecemos a las empresas que han compartido con nosotros sus casos:



Finalmente, agradecemos a las siguientes personas, cuyas miradas, aportes y comentarios han sido de gran ayuda para hacer realidad esta guía:

Milagros Avendaño (APOYO Comunicación)

María Katia Filomeno (APOYO Comunicación)

Gabriel Ortiz de Zevallos (APOYO Comunicación)

Paul Thorndike (VML)

Anna Lenka Jauregui (BCP)

Mirna Sánchez (BCP)

María Teresa Merino (Ferreycorp)

Brenda Ramos (Ferreycorp)

Giuliana Pacheco (Scotiabank Perú)

Ami Dannon (Number 6)

Gabriela Vega Franco (RECAMBIO)

Úrsula Franco Block (Curiosiaje)

