

"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

Lima, 18 de Mayo del 2018

RESOLUCION JEFATURAL N° 000079-2018-JN/ONPE

VISTOS: el Informe N° 000010-2018-GCRC/ONPE, de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas; el Memorando N° 001229-2018-GPP/ONPE, de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; el Informe N° 000737-2018-SGPL-GPP/ONPE, de la Sub Gerencia de Planeamiento de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; así como el Informe N° 000163-2018-GAJ/ONPE, de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Mediante Decreto Supremo N° 004-2018-PCM, el Presidente de la República convocó a Elecciones Regionales de Gobernadores, Vicegobernadores y Consejeros del Consejo Regional de los Gobiernos Regionales de los departamentos de toda la República y de la Provincia Constitucional del Callao, así como a Elecciones Municipales de Alcaldes y Regidores de los Concejos Provinciales y Distritales de toda la República, para el día domingo 07 de octubre de 2018;

El literal h) del artículo 5° de la Ley N° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, establece como función de este organismo constitucional autónomo divulgar, por todos los medios de publicidad que juzgue necesarios, los fines, procedimientos y formas del acto de la elección y de los procesos a su cargo en general;

El artículo 3° de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, establece que, bajo responsabilidad del titular del pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con los siguientes requisitos: a) Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales; b) Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo; c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos. Deberá sustentarse técnicamente la razón por la que una determinada entidad o dependencia eligió a determinados medios de manera preferente, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas y; d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

Por otro lado, el literal c) del artículo 62° del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado por Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE, y sus modificatorias, dispone que es función y responsabilidad de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas (GCRC), el diseño, conducción y supervisión de las campañas publicitarias con fines de difusión y comunicación a la ciudadanía;

Mediante la Resolución Jefatural N° 000056-2018-JN/ONPE, se aprobó el Plan Operativo Electoral "Elecciones Regionales y Municipales 2018", Versión 00;

En atención a lo expuesto y de conformidad con lo establecido por el artículo 3 de la Ley que Regula la Publicidad Estatal, la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas (GCRC) presentó el proyecto del Plan de Estrategia Publicitaria 2018, Versión 00, el cual expone la campaña publicitaria que llevará a cabo la Oficina Nacional



ONPE Firma Digital
OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES

Firmado digitalmente por
SEMINARIO REYNA Miguel Martín
(FAU20291973851)
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 18.05.2018 08:49:00 -05:00



ONPE Firma Digital
OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES

Firmado digitalmente por RIVERA
QUISPE Yosayamina Eduarda FAU
20291973851 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 17.05.2018 10:49:59 -05:00



ONPE Firma Digital
OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES

Firmado digitalmente por
GUERRERO LOPEZ Susana
Ivonne FAU 20291973851 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 16.05.2018 14:45:29 -05:00



ONPE Firma Digital
OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES

Firmado digitalmente por PAJUJLO
BUSTAMANTE Ricardo Enrique
(FAU20291973851)
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 16.05.2018 13:19:56 -05:00

de Procesos Electorales en el marco de las Elecciones Regionales y Municipales 2018, teniendo como objetivos específicos: i) Informar a la población electoral sobre el programa “*Elige tu local de votación*”, promoviendo su uso en los plazos establecidos; ii) Motivar la participación de los actores electorales en las ERM 2018, invitándolos a reflexionar sobre la importancia de participar activamente en este proceso, así como de cumplir con sus responsabilidades asignadas (como miembros de mesa) y de emitir un voto consciente y responsable y iii) Promover el conocimiento y capacitación del sistema de votación electrónica presencial en los distritos en donde se implemente esta modalidad;

La Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, con el documento de vistos, ha otorgado conformidad al Plan de Estrategia Publicitaria 2018, propuesto por la GCRC, precisando que el presupuesto para la implementación de la estrategia publicitaria se ha asignado con base en el monto dispuesto para la GCRC, según Memorando N° 000204-2018-GPP/ONPE;

Habiéndose verificado que el referido Plan guarda coherencia con los fines institucionales, lo dispuesto en la Directiva “Formulación, Reprogramación, Monitoreo y Evaluación de los Planes Institucionales de la ONPE” Versión 02 y en el Instructivo “Formulación, Reprogramación, Monitoreo y Evaluación de los Planes Institucionales de la ONPE”, Versión 03, resulta pertinente proceder a su aprobación;

De conformidad con lo dispuesto en los literales c) y g) del artículo 5 de la Ley N° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales; así como en el literal s) del artículo 11° del Reglamento de Organización y Funciones, aprobado por la Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias;

Con el visado de la Secretaría General, y de las Gerencias de Asesoría Jurídica, de Comunicaciones y Relaciones Corporativas; y, de Planeamiento y Presupuesto;

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- Aprobar el “Plan de Estrategia Publicitaria 2018”, Versión 00, cuyo texto, en anexo, forma parte integrante de la presente Resolución Jefatural.

Artículo Segundo.- Disponer que la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, efectúe el seguimiento y evaluación del cumplimiento del Plan de Estrategia Publicitaria que por esta resolución se aprueba.

Artículo Tercero.- Disponer que la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas en coordinación con la Gerencia de Administración, cautele el cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 6 de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.

Artículo Cuarto.- Disponer la publicación de la presente resolución y sus anexos en el portal institucional, www.onpe.gob.pe y en el portal de Transparencia de la ONPE, dentro del plazo de tres (3) días de su emisión.

Regístrese y comuníquese.

ADOLFO CARLO MAGNO CASTILLO MEZA
Jefe
Oficina Nacional de Procesos Electorales



PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2018

Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas

LIMA, MAYO 2018

VERSIÓN 00

INDICE

ABREVIATURAS.....	3
I. INTRODUCCIÓN.....	4
II. MARCO LEGAL.....	5
III. MARCO ESTRATÉGICO.....	5
3.1. ALINEACIÓN DE OBJETIVOS.....	5
IV. JUSTIFICACIÓN.....	6
4.1. ANTECEDENTES.....	6
4.2. CAMPAÑA ELECCIONES REGIONALES Y MUNICIPALES 2018.....	6
4.3. PROBLEMÁTICA.....	8
Población multilingüe:.....	8
Electores y Miembros de mesa poco informados:.....	8
Desconocimiento del uso de tecnologías de votación.....	9
MATRIZ DE RIESGOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2018.....	10
V. OBJETIVOS METAS E INDICADORES DEL PLAN.....	11
5.1. Objetivo General:.....	11
5.2. Objetivos Específicos:.....	11
5.3. Objetivos de la marca:.....	11
5.4. Objetivos de la comunicación:.....	11
5.5. Público Objetivo.....	12
5.6. Motivos de las campañas.....	12
5.7. Medios de comunicación a utilizar.....	13
5.8. Meta Institucional.....	13
VI. ESTRATEGIAS.....	14
VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN.....	15
VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO.....	17
IX. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN.....	18

ABREVIATURAS

- ERM 2018: Elecciones Regionales y Municipales 2018.
- GCRC: Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas
- GPP: Gerencia de Planeamiento y Presupuesto.
- JNE: Jurado Nacional de Elecciones
- ONPE: Oficina Nacional de Procesos Electorales.
- PE: Procesos Electorales.
- PEI: Plan Estratégico Institucional 2018 - 2021
- PIA: Presupuesto Institucional de Apertura.
- POI: Plan Operativo Institucional
- RENIEC: Registro Nacional de identificación y Estado Civil
- ROF: Reglamento de Organización y Funciones.
- PCM: Presidencia del Consejo de Ministros.

I. INTRODUCCIÓN

La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) se crea con la Constitución Política del Perú (artículo 177) vigente desde el 31 de diciembre de 1993 y su Ley Orgánica es la Ley N° 26487. Es un organismo autónomo y autoridad máxima que se encarga de organizar y ejecutar distintos procesos electorales, de referéndum y otros tipos de consulta popular. Junto al Jurado Nacional de Elecciones (JNE) y al Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), conforman el Sistema Electoral Peruano.

El fin de la ONPE es velar porque se obtenga la fiel y libre expresión de la voluntad popular, manifestada a través de los procesos electorales que se llevan a cabo; garantizando así, a todos los ciudadanos sin distinción, el derecho al voto y que el resultado del escrutinio sea el reflejo exacto de la voluntad popular. En el marco de los procesos electorales, diseña y distribuye la cédula de sufragio, actas electorales y todos los materiales necesarios para las elecciones; asimismo capacita a los miembros de mesa y demás actores electorales.

Mediante Decreto Supremo N° 004-2018-PCM, el Presidente de la República convocó a Elecciones Regionales de Gobernadores, Vicegobernadores y Consejeros del Consejo Regional de los Gobiernos Regionales de los departamentos de toda la República y de la Provincia Constitucional del Callao, así como a Elecciones Municipales de Alcaldes y Regidores de los Concejos Provinciales y Distritales de toda la República, para el día domingo 07 de octubre de 2018.

En dicho contexto, la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas (GCRC), de acuerdo al artículo 62 del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias, tiene a su cargo, entre otras funciones:

- a) Proponer, dirigir, supervisar y evaluar la política y Plan de Comunicaciones de la ONPE;
- b) Evaluar, proponer, ejecutar y supervisar los planes, programas y actividades de comunicación interna y externa, de relaciones públicas, imagen institucional y prensa de la ONPE, incluyendo las que deba desarrollar para el mejor funcionamiento de las Oficinas Descentralizadas de Procesos Electorales;
- c) Diseñar, conducir y supervisar las campañas publicitarias con fines de difusión y comunicación a la ciudadanía; conforme lo establece en su artículo 62° el Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias.

Asimismo, la GCRC, en articulación de los Lineamientos de Política Institucional de la ONPE, definidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2018 – 2021, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 295-2017-JN/ONPE, en el cual se establece como prioritario el uso intensivo de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) para fortalecer la cultura democrática y la tecnología electoral, considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan informar, difundir y sensibilizar a los ciudadanos en las actividades más relevantes del proceso electoral a llevarse a cabo en el presente año.

Por lo expuesto, es fundamental desarrollar e implementar acciones de comunicación estratégica a fin de informar y motivar a la población electoral a participar en el Proceso Electoral convocado mediante el Decreto Supremo antes mencionado, recurriendo a los medios de comunicación, masivos, alternativos y disponibles.

II. MARCO LEGAL

- Constitución Política del Perú
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo
- Ley N° 26487, Ley Orgánica de la ONPE
- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal
- Ley N° 26859, Ley Orgánica de Elecciones y sus modificatorias.
- Ley N° 27683, Ley de Elecciones Regionales y sus modificatorias.
- Ley N° 26864, Ley de Elecciones Municipales y sus modificatorias.
- Decreto Supremo N° 004-2018-PCM, Decreto Supremo que convoca a Elecciones Regionales y Municipales 2018.
- Resolución Jefatural N° 275-2016-J/ONPE, que aprueba la Directiva de Formulación, Monitoreo, Reprogramación y Evaluación de los Planes Institucionales de la ONPE, Código DI01-GPP/PLAN, Versión 02.
- Instructivo Formulación, Reprogramación, Monitoreo y Evaluación de Planes Institucionales, Código IN01-GPP/PLAN, Versión 03
- Resolución Jefatural N° 295-2017-JN/ONPE, que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2018 – 2021 de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.
- Resolución Jefatural N° 016-2018-JN/ONPE, que aprueba el Plan Operativo Institucional de la Oficina Nacional de Procesos Electorales para el Año Fiscal 2018.
- Resolución Jefatural N° 056-2018-JN/ONPE, que aprueba el Plan Operativo Electoral de las Elecciones Regionales y Municipales 2018, Versión 00.

III. MARCO ESTRATÉGICO

3.1. ALINEACIÓN DE OBJETIVOS

Los objetivos estratégicos institucionales, señalados en el PEI 2018 - 2021 determinan el accionar de la institución, estos objetivos se encuentran alineados a los productos del Programa Presupuestal N° 0125: “Mejora de la eficiencia de los procesos electorales e incremento de la participación política de la ciudadanía” y a los objetivos del Plan Estratégico Institucional 2018 - 2021. A continuación, se presenta el objetivo estratégico general, producto, actividad del Programa Presupuestal y la acción estratégica institucional, según detalle:

OBJETIVO ESTRATEGICO INSTITUCIONAL	PRODUCTO	ACTIVIDAD DEL PROGRAMA PRESUPUESTAL	ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES *
OEI.01: Fortalecer la organización de los procesos electorales.	3000654: Proceso electoral oportuno y eficiente.	5005022. Población informada sobre el proceso electoral.	AEI 01.03 Difusión de las actividades electorales en forma integral e inclusiva

*Según el Plan Operativo Institucional (POI) 2018 y Plan Operativo Electoral ERM 2018.

IV. JUSTIFICACIÓN

4.1. ANTECEDENTES

La Ley N° 28874, *Ley que Regula la Publicidad Estatal*, en su Artículo 3°, *Requisitos*, dispone que, para la autorización de la realización de Publicidad Estatal, bajo responsabilidad del Titular del Pliego se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.
- b) Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretenden llevar a cabo.
- c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos. Deberá sustentarse técnicamente la elección de los medios con que se llevará a cabo la publicidad del Proceso Electoral, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas.
- d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas publicitarias.

Es en el marco de esta normativa y con el fin de, implementar correctamente las diversas estrategias publicitarias, la ONPE, a través de la GCRC, ha establecido durante los procesos electorales, Planes de Estrategia Publicitaria que llevaron a detalle todo lo concerniente sobre las campañas de difusión.

Por lo tanto, cumpliendo con lo establecido, la GCRC se dispone a formular, implementar y evaluar el Plan de Estrategia Publicitaria para el presente año, el cual contiene las temáticas definidas para la difusión de las campañas publicitaria a través de los medios masivos de comunicación. Durante el presente año, la campaña se ceñirá en el proceso electoral de las Elecciones Regionales y Municipales 2018 (ERM 2018).

4.2. CAMPAÑA ELECCIONES REGIONALES Y MUNICIPALES 2018 (ERM 2018)

Teniendo en cuenta el Proceso Electoral en cuestión, se aprobó la Ficha Técnica, definiendo puntos importantes como la cantidad de electores hábiles, distritos participantes, mesa de sufragio, entre otros, conforme se muestra a continuación:

FICHA TÉCNICA DEL PROCESO ELECTORAL

Nombre	Elecciones de Gobernadores, Vicogobernadores y Consejeros del Consejo Regional de los Gobiernos Regionales; y Elecciones de Alcaldes y Regidores de los Consejos Provinciales y Consejos Distritales 2018			
Periodicidad	Fija			
Ámbito de la consulta	Nacional			
Fecha de elección 1/	Domingo 07 de octubre de 2018			
Variable	ERM 2018			
ODPE 2/	94			
Tipo de Tecnología 3/	Voto Electrónico		CONVENCIONAL	TOTAL
	VEP	SEA		
Electores Hábiles 4/	1,729,028	858,090	20,787,883	23,375,001
Mesas de Sufragio 5/	5,952	2,989	72,460	81,401
Locales de Votación 6/	271	197	4,762	5,230
Distritos 1/	39	85	1,750	1,874

Ficha Técnica actualizada al 19MAR2018

Nota: Se considera un máximo de 300 electores por mesa y 250 para CCPP

Se estima la atención de 755 CCPP

Se implementarán mesas especiales de atención preferente

1/ De acuerdo al Decreto Supremo N° 004-2018-PCM (10ENE2018)

2/ Actualizado de acuerdo a la Resolución Jefatural N° 000030-2018-JN/ONPE (23FEB2018)

3/ De acuerdo al Acta N° 000001-2018-CG (29ENE2018)

4/ Actualizado según el padrón aprobado con Resolución N° 0161-2018-JNE (09MAR2018)

5/ Se actualizará después de la conformación de mesas (09JUL2018 aproximadamente)

6/ Se actualizará después de la verificación de locales de votación (04JUL2018 aproximadamente)

VEP: Voto Electrónico Presencial

SEA: Sistema de Escrutinio Automatizado

CON: Convencional

Fuente: Resolución Jefatural N° 056-2018-JN/ONPE

La estrategia publicitaria para las ERM 2018 apunta a informar, motivar y sensibilizar a los electores respecto a las actividades que se llevan a cabo en torno al proceso electoral, así como de sus responsabilidades y derechos como elector y, en caso hayan sido elegidos, como miembros de mesa.

La campaña publicitaria será de cobertura nacional, teniendo en cuenta que el proceso electoral incluye la participación de todas las regiones, provincias y distritos del país.

El objetivo de la campaña es informar a la ciudadanía sobre la importancia de elegir a sus autoridades, de evaluar sus propuestas y a los mismos candidatos; además la de motivar a los miembros de mesa para que acudan a sus jornadas de capacitación.

Se utilizarán medios masivos de comunicación, de corte tradicional (televisión, radio y prensa escrita) como alternativo (publicidad en vía pública, medios digitales, etc); de alcance nacional, regional y local, dependiendo de lo que se requiera.

Las piezas comunicacionales a utilizar para la difusión serán:

- Spots televisivos y radiales, con duraciones de 30 y/o 45 segundos, según corresponda.
- Avisos de diario, con tamaños de ¼ y ½ página.
- Elementos en vía pública: vallas, buses, paraderos, y/u otras formas, según corresponda.
- Elementos digitales: banners, micro videos, GIF, y/u otras formas, según corresponda.

La campaña se ejecutará en dos fases:

- 01 al 30 de Junio: donde se difundirá información sobre el programa *Elige tu local de votación*.
- Agosto – octubre (45 días antes del día de la jornada electoral): donde se difundirá información general sobre el proceso electoral, haciendo énfasis en la importancia de participar en la jornada electoral, tanto para el elector como el miembro de mesa.

El presupuesto a ejecutarse es de S/. 13,652,000.00 (trece millones seiscientos cincuenta y dos mil y 00/100 soles).

4.3. PROBLEMÁTICA

Los posibles problemas que pueden afectar la ejecución del presente Plan se presentan a continuación:

- **Población multilingüe:**

La presencia de población multilingüe en el país demanda que la selección de medios sea muy precisa a fin de enviar los mensajes de la campaña publicitaria de manera adecuada y oportuna a la población respectiva. Las lenguas en las cuales se pueden traducir los productos audiovisuales (spots publicitarios televisivos y radiales, microvideos) son: quechua, aimara y ashaninka o alguna otra lengua nativa que se requiera.

Asimismo, teniendo en cuenta la implementación del reglamento de la Ley N° 29535, Ley que otorga reconocimiento oficial a la Lengua de Señas Peruana, el plan considera la difusión de piezas comunicacionales interpretadas a este sistema de comunicación de la misma forma que con las otras lenguas.

A pesar de ello, la amplia diversidad de lenguas y dialectos en el país dificulta poder hacer una campaña que logre alcanzar en su totalidad a la población electoral, lo cual significa un riesgo permanente.

- **Electores y Miembros de mesa poco informados:**

Los ciudadanos en general no muestran interés por informarse del proceso electoral y por conocer si han sido sorteados como miembros de mesa. Esto complica la entrega de credenciales y las jornadas de capacitación programadas, dando como consecuencia una jornada electoral con problemas en su realización.

- **Desconocimiento del uso de tecnologías de votación.**

Electores y miembros de mesa poco informados sobre la aplicación de tecnologías para mejorar la eficacia y eficiencia del proceso electoral como el Voto Electrónico Presencial (VEP) y el Sistema de Escrutinio Automatizado (SEA). Asimismo, poca o nula capacitación respecto al uso del VEP, el cual

cambia por completo la forma de votar que se practica comúnmente. Al igual que con el riesgo anterior, esto afecta directamente al desarrollo oportuno de la jornada electoral.

Análisis de Riesgos

Los problemas identificados por la GCRC que podrían convertirse en riesgos, en la etapa de ejecución del Plan se han identificado en el FM09-GGC/GC: Matriz de Riesgos, según se presenta a continuación:

MATRIZ DE RIESGOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2018

Propietario	Causa(s)	Consecuencia(s)	Nivel de probabilidad	Nivel de impacto	Nivel del riesgo
GCRC	Diversidad cultural y lingüística en el país	Poco o nulo entendimiento de la campaña publicitaria por parte de la población electoral que use otro idioma/lengua/dialecto para comunicarse.	Alta	Severo	ALTO
GCRC	Poco interés de la población en informarse al respecto.	La jornada electoral no se lleva a cabo de manera oportuna.	Moderada	Severo	MODERADO
GCRC	Poco interés de la población en informarse y capacitarse al respecto.	La jornada electoral no se lleva a cabo de manera oportuna.	Moderada	Moderado	MODERADO

V. OBJETIVOS METAS E INDICADORES DEL PLAN

5.1. Objetivo General:

Convocar y motivar de manera precisa, oportuna y eficiente, la participación de los electores y miembros de mesa en el marco del Proceso de Elecciones Regionales y Municipales 2018, previsto para el presente año. De la misma forma, propiciar y motivar la reflexión sobre un voto consciente y responsable tanto para la elección de las autoridades como para la decisión de la permanencia de las mismas autoridades.

5.2. Objetivos Específicos:

- Informar a la población electoral sobre el programa *Elige tu local de votación*, promoviendo su uso en los plazos establecidos.
- Motivar la participación de los actores electorales en las ERM 2018, invitándolos a reflexionar sobre la importancia de participar activamente en este proceso, así como de cumplir con sus responsabilidades asignadas (como miembros de mesa) y de emitir un voto consciente y responsable.
- Promover el conocimiento y capacitación del sistema de votación electrónica presencial en los distritos en donde se implemente esta modalidad.

5.3. Objetivos de la marca:

- La ONPE garantiza que los resultados de todos los procesos electorales son el fiel reflejo de la voluntad popular.

5.4. Objetivos de la comunicación:

- Difundir los mensajes del proceso electoral a los ciudadanos, a nivel nacional, regional e incluso distrital/local, teniendo en cuenta el alcance de las ERM 2018. Incluso, se considerará los idiomas nativos en caso sea necesario.
- Sensibilizar a los actores electorales sobre la necesidad de participar activamente (como miembros de mesa y/o electores) en lo concerniente a su rol durante la jornada electoral y destacar la importancia de emitir un voto consciente y responsable, teniendo en cuenta que los electores tienen una participación decisiva en el desarrollo y progreso del país mediante la elección de autoridades.
- Difundir la implementación del voto electrónico presencial (VEP) en los procesos electorales y la importancia de la capacitación.
- Promover en los ciudadanos el interés por conocer el local de votación y número de la mesa donde vayan a votar.

5.5. Público Objetivo

- Ciudadanos hombres y mujeres mayores de 18 años a 70 años a nivel nacional que vayan a participar, como electores y miembros de mesa, de las Elecciones Municipales y Regionales 2018: **23,375,001 personas.**

5.6. Motivos de las campañas

La campaña se dividirá en dos principales motivos, los cuales serán desarrollados en dos momentos distintos:

- **Elige tu local de votación.**

Se refiere al programa que la ONPE pondrá a disposición de los electores de Lima Metropolitana y Callao. Gracias a este sistema, los electores de las jurisdicciones incluidas podrán elegir tres locaciones de su preferencia para que sean consideradas al momento en que el órgano competente de la ONPE defina su local de votación.

Se informará sobre el programa y los pasos a seguir para su uso. Asimismo, se resaltarán la importancia de realizarlo lo antes posible, contribuyendo a la sistematización de la elección de locales de votación.

- **Información – ERM 2018**

Este motivo tendrá diversos contenidos:

- **Participación como miembros de mesa**

Se refiere a los ciudadanos que el día de la elección ejercen su función de miembros de mesa titulares (presidente, secretario y tercer miembro) y suplentes.

Además, se les motiva a participar de las jornadas de capacitación y a asistir puntualmente a instalar su mesa de sufragio. También se informa sobre las multas, en caso no cumplir con sus responsabilidades.

- **Participación como electores**

Se brinda información general del proceso (fecha y horario de las jornadas electorales) y se les convoca a confirmar su local de votación y número de mesa a través de la página web o la central telefónica, en los casos que corresponda, y a asistir como electores.

Finalmente incidir en la responsabilidad del elector de tomar una decisión a través de un voto consciente y responsable.

- **Voto Electrónico**

La incorporación del motivo informativo “Voto Electrónico”, haciendo énfasis en su aplicación, cómo votar y plataformas informáticas desarrolladas, que nos permita la difusión de mensajes de motivación e información a los electores y miembros de mesa que van a realizar su votación con esta modalidad. Entre los mensajes que se van a difundir, como parte del motivo “Voto Electrónico” tenemos: Distritos en los cuales se realizará la votación con esta modalidad, dónde capacitarse y cómo votar correctamente. Los mensajes estarán relacionados a enfatizar en los distritos en donde se realizará el voto electrónico, las fechas de las jornadas de capacitación para miembros de mesa, la descripción del flujo de la votación (los pasos de la votación) a fin que los electores y miembros de mesa acudan a practicar con los equipos de voto electrónico.

5.7. Medios de comunicación a utilizar

Fase 1: Elige tu local de votación

- **Radios:**
 - Spot de radio (45 segundos)
 - Spot de radio (60 segundos)
 - Menciones de radio (15 a 20 segundos)
- **Medios alternativos:**
 - Vía Pública: Publicidad en vallas, buses, paraderos, otros.
 - Medios digitales (difusión en portales web, en redes sociales): Banners, GIF, mini videos, otros.

Fase 2: Elecciones Regionales y Municipales 2018

- **Televisión:**
 - Spot de televisión (30 segundos)
 - Pastillas informativas (15 a 20 segundos)
 - Menciones en programas
 - Banners, elementos gráficos, otros.
- **Diarios:**
 - Avisos media página
 - Avisos en cuarto de página
 - Avisos pie de página
- **Radios:**
 - Spot de radio (45 segundos)
 - Spot de radio (60 segundos)
 - Menciones de radio (15 a 20 segundos)
- **Medios alternativos:**
 - Vía Pública: Publicidad en vallas, buses, paraderos, otros.
 - Medios digitales (difusión en portales web, en redes sociales): Banners, GIF, mini videos, otros.
- **Publicidad No Convencional:**
 - Volanteo y perifoneo local

La descripción, frecuencia y presupuesto específico de los conceptos y medios definitivos a utilizar en cada campaña serán determinados de acuerdo al monto de inversión que demande el Plan de Medios de las ERM 2018. Dicho documento contará con el sustento técnico de los medios seleccionados (de corresponder y de estar disponibles se contará con estudios de lectoría y sintonía, preferencia de medios por horarios y programas, entre otros).

5.8. Meta Institucional

Para el presente plan se tiene establecido las metas que se presentan en el siguiente cuadro, las cuales concuerdan con el Programa Presupuestal N° 0125: *Mejora de la eficacia de los Procesos Electorales e incremento de la Participación Políticas de la Ciudadanía*, el cual se detalla a continuación:

INDICADOR DE PRODUCCIÓN FÍSICA	PROCESO ELECTORAL	META PROYECTADA	RESPONSABLE
Población informada sobre el proceso electoral	ERM 2018	50% de electores hábiles.	GCRC

VI. ESTRATEGIAS

6.1 Estrategias Operativas

Campaña Publicitaria	ELECCIONES REGIONALES Y MUNICIPALES 2018	I Indagación de cobertura de medios. II. Propuesta de diseño de materiales. III Propuesta de mensajes de la campaña
----------------------	--	---

VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN

	FORMATO		Código:	FM09-GPP/PLAN
	FORMULACIÓN/REPROGRAMACIÓN DE PLANES ESPECIALIZADOS Y DE ACCIÓN		Versión:	01
			Fecha de aprobación:	03/01/2017
			Página:	1 de 1

1. NOMBRE DEL PLAN - AÑO:

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2018

2. ORGANO RESPONSABLE:

GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES CORPORATIVAS

3. Cód.	4. Actividad Operativa / Tarea / Acción	5. Unidad Orgánica Responsable	6. Unidad de Medida	7. Programación															
				Fecha		Meta Anual	Metas Físicas Mensuales												
				Inicio	Fin		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
1	PROCESO DIRECCIONAL																		
1,3	GESTION DE LA PLANIFICACION																		
1.3.2	ACTIVIDAD: Formulación de Planes Especializados y de Acción																		
1.3.2.1	Planificación Comunicacional																		
1.3.2.1.1	Elaborar Plan de Estrategia Publicitaria para el proceso electoral ERM 2018	GCRC	Informe	01/04/2018	30/04/2018	1					1								
1.3.2.1.2	Remitir a la GPP para su revisión y conformidad del Plan y a GAJ para la revisión legal	GCRC	Memo	01/04/2018	30/04/2018	1					1								
1.3.2.1.3	Aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria mediante Resolución Jefatural.	GCRC	Resolución	30/04/2018	30/04/2018	1					1								
1.3.2.1.4	Elaborar Plan de Medios – ETLV	GCRC	Informe	01/04/2018	08/05/2018	1					1								
1.3.2.1.5	Remitir a la GPP para revisión del Plan de Medios ETLV y GAJ para revisión legal.	GCRC	Memo	17/04/2018	17/04/2018	1					1								
1.3.2.1.6	Aprobación del Plan de Medios ETLV mediante Resolución Jefatural	GCRC	Resolución	08/05/2018	08/05/2018	1					1								
1.3.2.1.7	Elaborar Plan de Medios – ERM 2018	GCRC	Informe	04/06/2018	30/06/2018	1							1						

3. Cód.	4. Actividad Operativa / Tarea / Acción	5. Unidad Orgánica Responsable	6. Unidad de Medida	7. Programación														
				Fecha		Meta Anual	Metas Físicas Mensuales											
				Inicio	Fin		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1.3.2.1.8	Remitir a la GPP para revisión del Plan de Medios ERM 2018 y GAJ para revisión legal.	GCRC	Informe	04/06/2018	30/06/2018							1						
1.3.2.1.9	Aprobación del Plan de Medios ERM 2018 mediante Resolución Jefatural	GCRC	Resolución	30/06/2018	30/06/2018								1					
1.3.2.2	Campaña de difusión de las Elecciones Regionales y Municipales 2018																	
1.3.2.2.1	Transmitir la campaña publicitaria ERM 2018	GCRC	Reporte	01/06/2018	06/10/2018	2						1		1				
1.3.2.2.2	Reportar sobre los resultados de la difusión de la campaña publicitaria.	GCRC	Informe	09/10/2018	30/11/2018	1											1	
1.3.2.5	Producción de material de difusión																	
1.3.2.5.1	Producir y aprobar las piezas publicitarias de la campaña ERM 2018 (avisos, radio, prensa, vía pública, otros)	GCRC	Reporte	05/05/2018	31/07/2018	2					1		1					

VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO

El presupuesto propuesto para la implementación de la estrategia publicitaria se asigna en base al monto dispuesto para la GCRC, según el Memorando N° 204-2018-GPP/ONPE:

META	PRODUCTO	ACTIVIDAD	FUENTE DE FINANCIAMIENTO	GENÉRICA DE GASTOS	DESCRIPCIÓN	TOTAL
0061-GCRC	3000654 Proceso Electoral Oportuno y Eficiente	5005022 Población informada sobre el Proceso Electoral	Recursos Ordinarios	2.3	Bienes y servicios	26,720,967.00

El monto asignado para la difusión de la campaña publicitaria es la siguiente:

Específica de gasto	Descripción	Monto
2.3.2.2.4.2	Otros servicios de publicidad y difusión	S/ 13,652,000.00

En tal sentido, la propuesta se describe a continuación:

ELECCIONES REGIONALES Y MUNICIPALES 2018	
Fase 1: Elige tu local de votación	
Tiempo de difusión: junio 2018	
Ciudades a difundir: Lima Metropolitana, Arequipa, Trujillo	
MEDIO	COSTO (Incluido IGV)
Radio	S/ 1,246,000.00
Prensa	S/ 214,300.00
Outdoor/Indoor	S/ 464,000.00
Digital	S/ 175,700.00
Sub total	S/ 2,100,000.00
Fase 2: ERM 2018	
Tiempo de difusión: agosto - octubre 2018	
Ciudades a difundir: nivel nacional	
MEDIO	COSTO (Incluido IGV)
Televisión	S/ 6,252,000.00
Radio	S/ 3,000,000.00
Prensa	S/ 800,000.00
Outdoor/Indoor	S/ 1,000,000.00
Digital	S/ 500,000.00
Sub total	S/ 11,552,000.00
TOTAL PUBLICIDAD	S/ 13,652,000.00

*El tiempo de ejecución puede variar. Los montos son estimados.

IX. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

La evaluación del plan se realizará al finalizar el ejercicio presupuestal al que corresponde, y se realizará a través de un "Informe Ejecutivo", al cual se adjuntará el formato FM 11-GPP/PLAN los cuales estarán a cargo de la GCRC. Este formato será llenado y revisado a fin de dar cumplimiento al plan.