

"Decenio de la igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año de la unidad, la paz y el desarrollo"

RESOLUCION JEFATURAL N° 000566-2023-JN/ONPE

Lima, 10 de Mayo del 2023

VISTOS: El Memorando n.° 000588-2023-GIEE/ONPE de la Gerencia de Información y Educación Electoral; el Memorando n.° 000592-2023-GPP/ONPE de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; así como el Informe n.° 000635-2023-GAJ/ONPE de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) es un organismo constitucional autónomo y tiene como función primordial velar por la obtención de la fiel y libre expresión de la voluntad popular, manifestada a través de los procesos electorales, de referéndum y otros tipos de consultas populares a su cargo, siendo la autoridad máxima en la organización y ejecución de procesos electorales, de conformidad con su Ley Orgánica, Ley n.° 26487;

Mediante Decreto Supremo n.° 001-2023-PCM, la Presidenta de la República convocó a Elecciones Municipales Complementarias (EMC), para el día 2 de julio de 2023, con la finalidad de elegir alcaldes y regidores de los concejos municipales en 12 (doce) distritos;

La Ley n.° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, tiene como objetivo, entre otros, establecer los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión, de conformidad con el literal a) del artículo 1 de la citada ley. De acuerdo con el artículo 2 de la citada norma, se entiende por publicidad institucional aquella que tiene por finalidad la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias, entre otros conceptos. Asimismo, el literal a) del artículo 3 de la referida Ley, 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;

En ese ámbito normativo, mediante el informe de vistos, la Gerencia de Información y Educación Electoral, propone la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria 2023 de la ONPE, versión 00, para la realización de la campaña publicitaria alusiva a las Elecciones Municipales Complementarias 2023 – EMC 2023 citadas, precisando que ha sido elaborado en articulación con los Lineamientos de Política Institucional de la ONPE, definidos en el Plan Estratégico Institucional 2020-2027 ampliado de la ONPE, aprobado mediante Resolución Jefatural n.° 000220-2023-JN/ONPE, en el cual se establece como prioritario el desarrollo de herramientas tecnológicas que permitan a la ONPE fortalecer la cultura democrática y mejorar la organización y, ejecución de los procesos electorales, por lo que resulta 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;

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación:

PBWYMLB



Asimismo, mediante el Memorando de vistos, de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, que referencia el Informe n° 000195-2023-SGPL-GPP/ONPE de la Subgerencia de Planeamiento de la citada Gerencia, se emite opinión favorable respecto a la propuesta Plan de Estrategia Publicitaria 2023, versión 00, precisando que ha cumplido con el contenido mínimo según el anexo n. ° 9.1 y los ítems 1 y 2 del numeral 6.1.2 del procedimiento PR01-GPP/PLAN versión 00 y, cuenta con el sustento presupuestal correspondiente, otorgado a través del clasificador de gasto 2.3.2.2.4.1, en la meta presupuestal 86 de la Gerencia de Información y Educación Electoral;

En tal sentido, la Gerencia de Asesoría Jurídica, mediante el Informe de vistos, opina que el Plan de Estrategia Publicitaria 2023 de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, versión 00, recoge los contenidos requeridos en el artículo 3 de la Ley que regula la Publicidad Estatal citada;

En ese orden de ideas, resulta necesario proceder con la aprobación del Plan propuesto, para los fines correspondientes;

De conformidad con la Ley n.° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal; el literal h) del artículo 5 y el artículo 13 de la Ley n.° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, así como, el literal s) del artículo 11 del Reglamento de Organización y Funciones de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aprobado por la Resolución Jefatural n.° 063-2014-J/ONPE y adecuado con la Resolución Jefatural n.° 000902-2021-JN/ONPE y sus modificatorias;

Con los vistos de la Gerencia General, la Secretaría General y de las Gerencias de Asesoría Jurídica, de Planeamiento y Presupuesto y de Información y Educación Electoral;

SE RESUELVE:

Artículo Primero. - Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria 2023, de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, versión 00, que consta en el anexo que forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo Segundo. – Encargar a la Gerencia de Información y Educación Electoral la coordinación y supervisión del cumplimiento del Plan aprobado en el artículo precedente.

Artículo Tercero. - Disponer la publicación de la presente Resolución en el diario oficial El Peruano y de la Resolución y su anexo en la web oficial de la ONPE ubicada en la plataforma digital única del Estado peruano www.gob.pe/onpe y en el Portal de Transparencia de la ONPE, dentro del plazo de tres (3) días de su emisión.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

PIERO ALESSANDRO CORVETTO SALINAS
Jefe
Oficina Nacional de Procesos Electorales

PCS/iab/cmv





PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023

Gerencia de Información y Educación Electoral

LIMA, MAYO 2023

VERSIÓN 00



Firmado digitalmente por VITAL
REYES Susana Luzmila FAU
20291973851 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 08.05.2023 16:55:07 -05:00



Firmado digitalmente por TONG
MONT Michael Timothy FAU
20291973851 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 05.05.2023 15:08:52 -05:00

Firmado digitalmente por MAZZEI
MANCÉSIDOR Renzo Antonio FAU
20291973851 soft
Motivo: Soy V° B°
Fecha: 08.05.2023 17:17:3

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **PBWYMLB**



ÍNDICE

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
4.1.1. Campaña Elecciones Municipales Complementarias 2023	7
4.2. Problemática	9
4.3 Análisis de Riesgos	9
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	11
5.6. Motivos de las campañas	11
5.7. Medios de comunicación a utilizar.....	12
5.8. Meta Institucional	13
VI. ESTRATEGIAS	13
6.1 Estrategias Operativas	13
VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN.....	14
VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO.....	16
IX. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN.....	16



ABREVIATURAS

- EMC : Elecciones Municipales Complementarias
- GIEE : Gerencia de Información y Educación Electoral
- GPP : Gerencia de Planeamiento y Presupuesto.
- JNE : Jurado Nacional de Elecciones.
- ONPE : Oficina Nacional de Procesos Electorales.
- PEI : Plan Estratégico Institucional
- POE : Plan Operativo Electoral
- RENIEC : Registro Nacional de Identificación y Estado Civil.
- ROF : Reglamento de Organización y Funciones.



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 la máxima autoridad en la organización y ejecución de los 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° 001-2023-PCM, la presidente de la república convocó a Elecciones Municipales Complementarias (EMC), para el día 2 de julio de 2023, con la finalidad de elegir alcaldes y regidores de los concejos municipales de los siguientes distritos:

N°	DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
1	ANCASH	BOLOGNESI	CANIS
2	AMAZONAS	BONGARA	RECTA
3	AREQUIPA	CAYLLOMA	LARI
4	CAJAMARCA	CHOTA	CHIMBAN
5	CAJAMARCA	CHOTA	PION
6	LIMA	CANTA	HUAMANTANGA
7	ANCASH	CORONGO	ACO
8	HUANCAVELICA	CHURCAMP	CHINCHIHUASI
9	CUSCO	LA CONVENCION	MANITEA
10	HUANCAVELICA	TAYACAJA	SALCABAMBA
11	HUANUCO	YAROWILCA	APARICIO POMARES

Inicialmente, fueron 12 distritos, pero en Ninabamba (Cajamarca), al no haberse presentado ninguna lista de pre candidatos para las Elecciones Internas correspondientes a este proceso electoral, este distrito no participará en las EMC 2023.

En dicho contexto, la Gerencia de Información y Educación Electoral (GIEE), de acuerdo al artículo 75 del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 902-2021-J/ONPE y sus modificatorias, tiene a su cargo, entre otras funciones:

“Conducir y supervisar campañas publicitarias y de educación electoral, a través de medios tradicionales y digitales, difusión y comunicación a las organizaciones políticas y a la ciudadanía”.

Asimismo, en articulación de los Lineamientos de Política Institucional de la ONPE, definidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI) Amplificado 2020 – 2027, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 220-2023-JN/ONPE, en el cual se establece como prioritario el desarrollo de herramientas tecnológicas que permitan a la ONPE fortalecer la cultura democrática y mejorar la organización y, ejecución de los procesos electorales, es relevante 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 y difusión estratégica a fin de informar a la ciudadanía y población electoral, según corresponda, sobre las campañas que contempla este documento técnico, recurriendo a los medios de comunicación, masivos, alternativos y disponibles.

II. MARCO LEGAL

- o Constitución Política del Perú
- o Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo
- o Ley N° 26487, Ley Orgánica de la ONPE
- o Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal
- o Ley N° 31515, Ley que modifica la Ley 28874, que regula la publicidad estatal
- o Ley N° 26859, Ley Orgánica de Elecciones y sus modificatorias.
- o Decreto Supremo N° 001-2023-PCM, Decreto Supremo que convoca a Elecciones Municipales Complementarias 2023.
- o Resolución Jefatural N° 220-2023-JN/ONPE, que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2020 - 2027 Ampliado de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.
- o Resolución Jefatural N° 419-2020-JN/ONPE, que aprueba la Directiva de Formulación, Monitoreo, Reprogramación y Evaluación de los Planes Institucionales de la ONPE, Código DI01-GPP/PLAN, Versión 03.
- o Resolución Jefatural 902-2021-JN/ONPE, que aprueba la adecuación del Reglamento de Organización y Funciones de la Oficina Nacional de Procesos Electorales aprobado por Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias, a los Lineamientos de Organización del Estado aprobados por Decreto Supremo N° 054-2018-PCM y sus modificatorias.
- o Resolución Jefatural N° 279-2023-JN/ONPE, que aprueba el Plan Operativo Electoral Elecciones Municipales Complementarias 2023, versión 02; y sus modificatorias.

III. MARCO ESTRATÉGICO

3.1. Alineación de Objetivos

Los objetivos estratégicos institucionales, señalados en el PEI 2020 – 2027 Ampliado, 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”; tal como se muestra a continuación:

OBJETIVO ESTRATEGICO INSTITUCIONAL	PRODUCTO	ACTIVIDAD DEL PROGRAMA PRESUPUESTAL	ACCIONES ESTRATÉGICAS INSTITUCIONALES
OEI.01: Fortalecer la organización de los procesos electorales para la población electoral	3000654: Proceso electoral oportuno y eficiente.	5005022. Población informada sobre el proceso electoral.	AEI 01.03 Difusión integral sobre el proceso electoral a la ciudadanía.



IV. JUSTIFICACIÓN

4.1. Antecedentes

La Ley N° 28874, *Ley que Regula la Publicidad Estatal*, en su Artículo 3°, *Requisitos*, y su modificación, mediante la Ley N° 31515, *Ley que modifica la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal*; 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, impacto, localidad de los medios y la obligatoriedad de la vigencia de autorización del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, en caso corresponda al tipo de medio. 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.*
- d) *Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas publicitarias.*
- e) *Las entidades del Estado que contraten con los medios de comunicación privados, respecto de la radio y televisión, deben contratar a aquellos medios que operen en los distritos, provincias y regiones con una programación distribuida de la siguiente manera:*
 - 1. *Cuando se trate de mensajes circunscritos a una localidad específica (distrito, provincia o región) y sean contratados por esa autoridad local, el setenta por ciento (70 %) de dicha distribución como mínimo debe ir a medios locales.*
 - 2. *Cuando se trate de mensajes circunscritos a una localidad específica (distrito, provincia o región) y sean contratados por una autoridad nacional, el cincuenta por ciento (50 %) de dicha distribución como mínimo debe ir a medios locales.*
 - 3. *Cuando se trate de mensajes dirigidos a nivel nacional, el treinta por ciento (30 %) de dicha distribución como mínimo debe ir a medios locales.*

Para fines del presente artículo, se entiende por medio local a aquel que tiene el cincuenta por ciento (50 %) de programación local.

(...)



Asimismo, en la Ley N° 31515, modifica el numeral 5 de la Ley N° 28874, *Prohibiciones*, indicando lo siguiente:

(...) La entidad o dependencia que adquiera los servicios de empresas privadas de publicidad o medio de comunicación social buscará no privilegiar a una sola empresa, a menos que las erogaciones que se hagan estén sustentadas por las tarifas, el prestigio, la cartera y la eficacia de las prestadoras de dichos servicios.

Está prohibido excluir a los medios que operen en los distritos, provincias y regiones, debiéndose cumplir con lo establecido en el literal e) del artículo 3 cuando se adquieran los servicios de medios de comunicación para campañas sectoriales, orientadas a poblaciones de jurisdicciones o sectores. Respecto a la radio y la televisión, está prohibido contratar con medios de comunicación que no tengan autorización del Ministerio de Transportes y Comunicaciones para prestar servicios de radiodifusión sonora y televisiva.

(...)

Es en el marco de esta normativa y con el fin de dar a conocer y justificar las diversas estrategias de comunicación masiva, la ONPE, a través de la GIEE, aprueba para los procesos electorales, Planes de Estrategia Publicitaria que detalla todo lo concerniente sobre las campañas de difusión.

El presente Plan de Estrategia Publicitaria para el año 2023, contiene las temáticas definidas para la difusión de las campañas publicitarias a través de los medios masivos y alternativos de comunicación disponibles, cuya estructura se basa según el anexo n. ° 9.1 del procedimiento *“Formulación, modificación, monitoreo y evaluación de planes institucionales”*.

La principal estrategia se enmarca en las Elecciones Municipales Complementarias 2023 (EMC 2023), enfocándose en informar a la población sobre el proceso, promover la participación de electores y miembros de mesa,

4.1.1. Campaña “Elecciones Municipales Complementarias 2023”

En el POE EMC 2023, se definieron estrategias específicas, para el proceso *Comunicación, imagen y difusión*. Entre ellas se encuentra:

Elaborar mensajes diferenciados de acuerdo con el público objetivo y actores electorales, considerando los enfoques de género, interculturalidad y lenguaje de señas.

Teniendo en cuenta esta diferenciación, es importante implementar una campaña informativa que puedan complementar con la difusión que el personal de la ONPE realice en los distritos participantes.

Esta campaña apunta a informar a la población electoral hábil, según ficha técnica del proceso:



FICHA TÉCNICA DE LAS EMC 2023 - V04

(al 23 de marzo de 2023)

Item	Descripción	Elecciones Municipales Complementarias 2023	
1	Proceso		
2	Ámbito	Nacional	
3	Periodicidad	Variable (8 Departamentos) ^{f/}	
4	Fecha de elección	02 de Julio de 2023	
5	ODPE ^{a/}	8	
6	Tipo de Tecnología ^{b/}	STAE	TOTAL
7	Electores Hábiles ^{c/}	19,107	19,107
8	Mesas de Sufragio ^{d/}	72	72
9	Locales de Votación ^{e/}	19	19
10	Distritos ^{f/}	11	11 distritos

Detalle de Centros Poblados		
11	Centros Poblados	4
	Electores Hábiles*	1,394
	Mesas de Sufragio*	6
	Locales de Votación*	4

* Valores estan incluidos en la tabla superior

Nota:

- Se considera instalación de mesas especiales
- Se considera la capacidad de mesa de 300 electores.

^{a/} Mediante Resolución Jefatural N°0035-2023-JN/ONPE (18ENE2023) se aprobó la conformación de 08 ODPE.^{b/} Con base en la capacidad técnica y de equipamiento con la que cuenta la institución^{c/} Con base al padrón aprobado para la EMC2023, mediante Resolución N°0038-2023-JNE (09MAR2023)^{d/} Producto de la conformación de mesas de sufragio.^{e/} Con base a la información de locales de votación del SISGLV^{f/} Con base al Decreto Supremo N°001-2023-PCM (03ENE2023) que convocó a EMC2023.

STAE: Solución Tecnológica de Apoyo al Escrutinio



La estrategia publicitaria apuntará a informar a la ciudadanía participante sobre las elecciones (la jornada electoral), resaltando los siguientes aspectos:

- ✓ Horario recomendado para ir a votar
- ✓ Portar el DNI
- ✓ Consulta de miembros de mesa, entre otros
- ✓ Motivar y sensibilizar a los electores respecto a la importancia de su participación como electores; y, en caso hayan sido elegidos, como miembros de mesa.

La campaña publicitaria será de cobertura local al 100%, considerando las zonas donde están ubicados los distritos participantes. Se utilizarán exclusivamente medios masivos radiales de local, teniendo en cuenta que este canal es el idóneo para cumplir con los objetivos¹.

Las piezas comunicacionales a utilizar para la difusión serán:

- o Spots radiales, con duraciones hasta de 60 segundos, según corresponda.

La campaña se ejecutará en el plazo de veinte (20) días antes de la jornada electoral, es decir, del 12/06/23 al 01/07/23.

4.2. Problemática

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

- **Mínima oferta de medios de comunicación en los distritos participantes**
La presencia de medios de comunicación elegibles para difundir la campaña en las jurisdicciones involucradas en el proceso electoral es casi nula, ya sea porque no hay canales operativos o, en todo caso, no son formales (ya sea en su constitución o en la autorización para brindar el servicio de radiodifusión).
- **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. Hay que tener en cuenta que, en algunas zonas del país, la ciudadanía no considera al español como su primer idioma.

4.3 Análisis de Riesgos

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

¹ El uso de otros medios de mayor cobertura, como la televisión, prensa escrita o medios digitales (portales web), podría generar confusión en la ciudadanía al difundirse en espacios ajenos al proceso electoral.



IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO Y OPORTUNIDADES Para ser llenado por el responsable del sistema de gestión de cada órgano y revisado por el responsable del proceso.										ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE RIESGOS Para ser llenado por el responsable del sistema de gestión de cada órgano y revisado por el responsable del proceso.												
1N°	2.FECHA DE IDENTIFICACIÓN	3.PROCESO NIVEL 1 Ver Tabla N° 1	4.OBJETIVO DE PROCESO Ver Tabla N° 1	5.ACTIVIDAD	6.ACTIVO DE LA INFORMACION EN CASO DE RIESGO DE SOS	7.TIPO DE RIESGO	8.DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	9.CLASIFICACIÓN DEL RIESGO	10.PROPIETARIO DE RIESGO	11.SISTEMA DE GESTIÓN AFECTADO	12.NIVELES DE LOS PRINCIPIOS DE SOS			13.CAUSAS	14.EFECTOS / CONSECUENCIAS	15.CONTROLES EXISTENTES	16.PROBABILIDAD (P)		17.IMPACTO (I)		18.NIVEL RIESGO	
											SOC Sistema Operativo Centralizado	SGSI Sistema Integrado de Gestión de la Información	SGS Sistema de Gestión de la Seguridad				Cualitativa	Cuantitativa	Integral	Operativa	Valor	Nivel
											Ver Tabla N°3			(Describir brevemente, organizando los factores que generan el riesgo)					Ver Tabla N°5			
											Ver Tabla N°3			Ahora se describe detalladamente el riesgo, sus causas, efectos, consecuencias, impactos, indicadores, acciones y controles para su manejo preventivo.					Ver Tabla N°4		Ver Tabla N°6	
R1	03/05/23	Difusión de Información Electoral al Elector y Ciudadano (Comunicaciones)	Poner en conocimiento de la ciudadanía información relevante sobre el funcionamiento de la entidad y los procesos electorales a través de medios de comunicación físicos y digitales, reforzando la imagen y reputación institucional	Gestionar campañas de comunicación 1.5.19 Transmitir la campaña publicitaria del proceso electoral		Negativo	La capacidad de difusión de la campaña publicitaria podría verse limitada en los distritos donde no cuentan con medios de comunicación elegibles	Imagen	SGRGEE	X				Ausencia de medios locales de comunicación elegibles en algunos distritos participantes de las EMC 2023	Desconocimiento parcial o total de los actores electorales sobre el proceso electoral	1. Instructivo aplicado en la EMC 2023 (R05-GIE/COM Difusión de actividades electorales OPE y ORC) a nivel de distrito	5	Alta	3	Bajo	15	MODERADO
R2	03/05/23	Difusión de Información Electoral al Elector y Ciudadano (Comunicaciones)	Poner en conocimiento de la ciudadanía información relevante sobre el funcionamiento de la entidad y los procesos electorales a través de medios de comunicación físicos y digitales, reforzando la imagen y reputación institucional	Gestionar campañas de comunicación 1.5.19 Transmitir la campaña publicitaria del proceso electoral		Negativo	Los mensajes de la campaña publicitaria podrían no ser percibidos por los actores electorales de los distritos de la EMC 2023	Imagen	SGRGEE	X				Desinterés de la ciudadanía participante sobre procesos electorales, considerando el alto nivel de ausentismo en las ERM 2022	Desconocimiento parcial de los actores electorales sobre las EMC 2023	1. Instructivo aplicado en la EMC 2023 (R05-GIE/COM Difusión de actividades electorales OPE y ORC) a nivel de distrito	4	Media	3	Bajo	12	BAJO



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 Municipales Complementarias 2023, 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, respetando los resultados.

5.2. Objetivos Específicos:

- o Informar a la población electoral sobre la fecha de la jornada electoral.
- o Motivar la participación de los actores electorales en las EMC 2023, 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.
- o Promover la participación de los electores en los horarios recomendados.

5.3. Objetivos de la marca:

- o 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:

- o Difundir los mensajes del proceso electoral a los ciudadanos, a nivel local, teniendo en cuenta el alcance de las EMC 2023.
- o Motivar a los actores electorales sobre su participación activa (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.
- o 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

Ciudadanía participante del proceso electoral, según ficha técnica.

5.6. Motivos de las campañas

La campaña considera los siguientes temas:

o 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 los canales institucionales (línea telefónica, redes sociales, u oficina en su distrito) y a asistir como electores.



vulnerable: adultos mayores, mujeres embarazadas, personas con discapacidad.

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

o **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.

5.7. Medios de comunicación a utilizar

Considerando el objetivo de la campaña, así como la oferta de medios de comunicación en los distritos participantes, se propone como medio exclusivo a la radio de cobertura local.

o **Radio:**

Siendo el segundo medio más consumido por la población peruana, según el *Estudio Cuantitativo sobre Consumo Televisivo y Radial en Adultos*, de CONCERTV², publicado en octubre del año 2019. Goza de la credibilidad en cuanto a información como noticias, así como en los comentarios de sus conductores. Los oyentes se encuentran fidelizados a ciertas emisoras y diariamente las sintonizan, siendo parte de su vida diaria.

Asimismo, la radio juega un papel importante en la vida emocional de los oyentes, la gente escucha la radio cuando toma el desayuno, durante el día mientras trabaja, mientras realiza los quehaceres del hogar, etc; creando así, un entorno más personalizado que otros medios no pueden igualar.

La gran fortaleza de la radio es su flexibilidad de consumo, permitiendo que fácilmente sea escuchada en muchas partes del país, superando incluso limitaciones que otros medios de comunicación sufren, como, por ejemplo, la compleja geografía de muchas locaciones alejadas, característica de varios distritos involucrados en las EMC 2023. Cualquier persona puede portar un aparato de radio, escucharla en las labores del campo, caminando, utilizando algún medio de transporte, etc.

No solo eso, sino que, según el informe *TV y Radio en Cifras 2021*, de CONCERTV³, en el Perú hay más de 5800 estaciones de radio, distribuidas en todo el país, contando con elementos a nivel local, incluso.

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 EMC 2023. Dicho documento contará con el sustento técnico de los medios seleccionados, según la cobertura y disponibilidad en los distritos participantes.

Para la campaña se utilizarán spots radiales de hasta un (1) minuto de duración.

² <http://www.concertv.gob.pe/investigacion/estudios-cuantitativos/2019-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial-2/>

³ Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: PBWYMLB



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	PÚBLICO OBJETIVO	META PROYECTADA	RESPONSABLE
Población informada sobre el proceso electoral	Elecciones Municipales Complementarias 2023	Electores hábiles ⁴	51% del público objetivo ⁵ .	GIEE

VI. ESTRATEGIAS

6.1 Estrategias Operativas

Campaña Publicitaria	Descripción de Estrategias
Elecciones Municipales Complementarias 2023	I. Identificación de rubros/canales de comunicación para aplicación de la estrategia. a. Radio II. Propuesta de materiales. a. Spots radiales, de hasta un minuto de duración. III. Propuesta de mensajes de la campaña: a. Cuándo son las EMC 2023 b. A quiénes elegiremos c. Elector, has valer tu derecho cívico de elegir a tus autoridades a través del voto. d. Revisa tu local de votación antes de ir a votar e. Ve a votar con tu DNI f. Horario: de 07:00 a 17:00 horas. Se recomienda que adultos mayores, mujeres embarazadas y personas con discapacidad vayan a votar en las dos últimas horas. g. Si eres miembro de mesa, debes cumplir con tu responsabilidad, así velarás por el derecho de todos los ciudadanos de elegir a sus autoridades. h. Canales de atención para orientación en el uso de la plataforma (línea telefónica, correos, redes sociales)

⁴ Según Ficha Técnica EMC 2023

⁵ Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **PBWYMLB**



VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN

	FORMATO	Código:	FM10-GPP/PLAN
		Versión:	01
		Fecha de aprobación:	03/01/2017
		Página:	1 de 1

1. NOMBRE DEL PLAN - AÑO:

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2023

2. ORGANO RESPONSABLE:

GERENCIA DE INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN ELECTORAL

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	Abril	Mayo	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene
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																		
1.3.2.1.2	Remitir a la GPP el Plan de Estrategia Publicitaria 2023 para aprobación	GIEE	Memorando	04/05/2023	04/05/2023	1					1								
1.3.2.1.3	Aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria 2023 mediante Resolución Jefatural.	JN	Resolución	05/05/2023	12/05/2023	1					1								
1.3.2.1.4	Elaborar Plan de Medios – EMC 2023	GIEE	Informe	15/04/2023	15/05/2023	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	Abril	Mayo	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Ene
1.3.2.1.5	Remitir a la GPP el Plan de Medios – EMC 2023	GIEE	Memorando	15/05/2023	15/05/2023	1					1								
1.3.2.1.6	Aprobación del Plan de Medios – EMC 2023	JN	Resolución	22/05/2023	22/05/2023	1					1								
1.3.2.2	Campaña de difusión de las EMC 2023																		
1.3.2.2.1	Transmitir la campaña publicitaria EMC 2023	GIEE	Reporte	12/06/2023	01/07/2023	1						1							
1.3.2.3.2	Reportar sobre los resultados de la difusión de la campaña publicitaria EMC 2023	GIEE	Informe	27/07/2023	27/07/2023	1								1					



VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO

El presupuesto propuesto para la implementación de la estrategia publicitaria asciende a S/.50,000.00 según se describe a continuación:

ELECCIONES MUNICIPALES COMPLEMENTARIAS 2023	
Tiempo de difusión: junio – julio 2023	
Locaciones a difundir:	
o Distritos participantes en las EMC 2023	
MEDIO	COSTO (Incluido IGV)
Radio	S/ 50,000.00
TOTAL PUBLICIDAD	S/ 50,000.00

*El tiempo de ejecución puede variar. Los montos son estimados. El presupuesto, así como la elección y distribución de medios se detallará en el Plan de Medios de la campaña.

IX. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

El monitoreo se realizará en el mes de julio y la evaluación del plan se realizará en el mes de agosto de 2023, a través de un “Informe Ejecutivo”, al cual se adjuntará el formato FM 11-GPP/PLAN los cuales estarán a cargo de la GIEE.

