

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

RESOLUCION JEFATURAL N° 000574-2023-JN/ONPE

Lima, 18 de Mayo del 2023

VISTOS: los Memorandos n.ºs 000636-GIEE/ONPE y 000646-2023-GIEE/ONPE de la Gerencia de Información y Educación Electoral; el Memorando n.º 000639-2023-GPP/ONPE de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; el Informe n.º 000211-2023-SGPL-GPP/ONPE de la Subgerencia de Planeamiento de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; así como el Informe n.º 000656-2023-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.º 26487;

Mediante Decreto Supremo n.º 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;

De otro lado, el literal h) del artículo 5 de la Ley n.º 26487, Ley Orgánica de la ONPE, concordado con el inciso l) del Artículo 7 del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado con Resolución Jefatural n.º 0063-2014-J/ONPE y sus modificatorias y adecuado mediante Resolución Jefatural n.º 000902-2021-JN/ONPE (en lo sucesivo ROF de la ONPE), estipula que la ONPE tiene como función, entre otras, 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 esa línea, el literal h) del artículo 75 del ROF de la ONPE, señala que es función de la Gerencia de Información y Educación Electoral: "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";

Por su parte, el artículo 3 de la Ley n.º 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, modificado por la Ley n.º 31515, establece que, bajo responsabilidad del Titular del Pliego que, para la autorización de la 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, impacto, localidad de los medios y la obligatoriedad de la vigencia de autorización del Ministerio de

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:

VMHANNX



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;

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, conforme a los porcentajes señalados en la citada norma;

f) El Estado, en sus diferentes niveles de gobierno, puede contratar publicidad, sin cargo ni cobro de comisiones, a través de medios de comunicación habilitados, de manera directa y;

g) En el marco de la Ley 30225, Ley de Contrataciones del Estado, toda institución pública presenta, dentro del plan anual de contrataciones, una sección sobre la planificación comunicacional estratégica de publicidad estatal, la cual debe contener la información señalada en la referida norma;

En ese marco legal, mediante la Resolución Jefatural n.º 000566-2023-JN/ONPE se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria 2023, Versión 00, de la ONPE, que contiene, entre otros, la campaña publicitaria de las Elecciones Municipales Complementarias 2023;

Asimismo, mediante el Memorando n.º 000646-2023-GIEE/ONPE de vistos, la Gerencia de Información y Educación Electoral propone el Plan de Medios Campaña Comunicacional “Elecciones Municipales Complementarias 2023”, versión 00, cuyo objetivo es convocar y motivar la participación de los electores y miembros de mesa en el marco de las EMC 2023, resaltando la importancia de su participación en la elección de sus autoridades de manera responsable. La citada campaña se ejecutará entre el 12 de junio al 01 de julio del 2023, no obstante, la duración de la citada campaña podría variar en caso fuera necesario;

Cabe señalar que la propuesta cuenta con la opinión técnica favorable de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, tal como consta en el Memorando de vistos. Asimismo, la citada Gerencia, informa que la Subgerencia de Presupuesto mediante el Memorando n.º 000042-2023-SGPR-GPP/ONPE señala que el Plan de Medios Campaña Comunicacional “Elecciones Municipales Complementarias 2023”, versión 00, cuenta con el financiamiento correspondiente otorgado a través del clasificador de gasto 2.3.2.2.4.1 en la Actividad Operativa: Gestionar campañas de comunicación, meta presupuestal 86 correspondiente a la Gerencia de Información y Educación Electoral:

En consecuencia, en virtud a la propuesta presentada por la Gerencia de Información y Educación Electoral, que cuenta con la opinión técnica favorable emitida por la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto y verificándose el sustento presupuestal correspondiente, resulta viable y necesario la emisión del acto resolutivo que apruebe el Plan de Medios Campaña Comunicacional “Elecciones Municipales Complementarias 2023”, versión 00, de la Oficina Nacional de Procesos Electorales;

De conformidad con la Ley n.º 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal; el literal h) del artículo 5 y el artículo 13 de la Ley n.º 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.º 063-2014-J/ONPE y adecuado con la Resolución Jefatural n.º 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 Medios Campaña Comunicacional “Elecciones Municipales Complementarias 2023”, versión 00 de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, cuyo 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/jvp



PLAN DE MEDIOS

CAMPAÑA COMUNICACIONAL “Elecciones Municipales Complementarias 2023”

VERSIÓN 00
Mayo 2023



Firmado digitalmente por TONG
MONT Michael Timothy FAU
20291973851 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 16.05.2023 15:30:19 -05:00



Firmado digitalmente por BERNUY
GOMEZ DE LA BARRA Sandra Maria
Martine FAU 20291973851 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 16.05.2023 15:35:47 -05:00



Firmado digitalmente por MAZZEI
MANCÉSIDOR Renzo Antonio FAU
20291973851 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 16.05.2023 15:50:15 -05:00

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: **VMHANNX**



INDICE

1. ANTECEDENTES	3
2. JUSTIFICACIÓN	4
3. OBJETIVO	6
4. ÁMBITO DE APLICACIÓN	7
5. PÚBLICO OBJETIVO	7
6. PERIODO DE DURACIÓN	7
7. SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	7
7.1. Radio:	8
8. DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS SELECCIONADOS:	9
8.1. Radios locales	10
9. RESUMEN Y EVALUACIÓN DE CAMPAÑA	14
10. ANEXO	15



1 ANTECEDENTES

La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) es creada en la Constitución Política del Perú (artículo 177), vigente desde el 31 de diciembre de 1993, teniendo como Ley Orgánica la Ley N° 26487.

La ONPE 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.

La ONPE tiene como fin 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.

De acuerdo al art. 7 inciso I) del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la ONPE, la institución debe *Divulgar, por todos los medios de publicidad que considere necesarios, los fines, procedimientos y formas del acto de la elección y los procesos a su cargo*. En tal sentido, debemos difundir información alusiva a través de los medios de comunicación disponibles.



En dicho contexto, la Gerencia de Información y Educación Electoral (GIEE), de acuerdo con el artículo 75° del ROF¹, tiene a su cargo, entre otras funciones:

- a) *Proponer, ejecutar, supervisar y evaluar el Plan de Comunicaciones, Relaciones Interinstitucionales, Imagen e Identidad Corporativa de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, Oficinas Regionales y Coordinación y Oficina Descentralizadas de Procesos Electorales.*
- h) *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, la GIEE, en articulación de los Lineamientos de Política Institucional de la ONPE, definidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI) Ampliado 2020 – 2027, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 220-2023-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*, considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan informar, difundir y sensibilizar a los ciudadanos y ciudadanas en las actividades más relevantes en el marco de los procesos electorales que se vienen llevando a cabo durante 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, ya sea como elector y/o miembro de mesa; recurriendo a los medios de comunicación disponibles y pertinentes. Esto, a través de la elaboración de un Plan de Medios y sustento técnico enmarcado en el Plan de Estrategia Publicitaria 2023.

2 JUSTIFICACIÓN

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*

¹ Resolución Jefatural N° 902-2021-JN/ONPE.



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 (MTC) para prestar servicios de radiodifusión sonora y televisiva.
(...)



Es en el marco de esta normativa y con el fin de, implementar correctamente las diversas campañas publicitarias, la ONPE, a través de la GIEE, debe generar dos documentos técnicos:

- Plan de Estrategia Publicitaria, que contiene la descripción y justificación de las campañas a difundir; así como la estrategia a aplicar (público objetivo, en qué medios de comunicación se propone difundir, en qué plazos, etc) y la proyección presupuestal.
- Plan de Medios, que contiene la propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión (a nivel de proveedor), 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 MTC, en caso corresponda al tipo de medio. Este documento debe definir el presupuesto exacto a invertir, detallado por proveedor.

Por lo tanto, cumpliendo con lo establecido, la GIEE elaboró el Plan de Estrategia Publicitaria 2023 con las temáticas definidas para difundir sobre las Elecciones Municipales Complementarias 2023 (EMC 2023). Este plan, aprobado con Resolución Jefatural N° 566-2023-JN/ONPE, contiene la propuesta de la campaña publicitaria proyectada para llevarse a cabo entre los meses de junio y julio del presente año.

Se implementará una campaña para informar a la ciudadanía de los distritos involucrados en las EMC 2023 sobre el proceso electoral, motivándola a cumplir con su responsabilidad como electores y/o miembros de mesa, según corresponda; haciendo énfasis en la importancia de su participación para asegurar unas elecciones exitosas y garantizar la elección democrática de sus autoridades.

Se apuntará a resaltar el mensaje principal tanto para los electores (hacer valer su derecho ciudadano a elegir a sus autoridades) como para los miembros de mesa (de ellos depende salvaguardar los votos de la ciudadanía).

El presupuesto a ejecutar para la campaña es de **S/ 49,985.60 (cuarenta nueve mil novecientos ochenta y cinco con 60/100 soles).**

3 OBJETIVO

Convocar y motivar la participación de los electores y miembros de mesa en el marco de las EMC 2023, resaltando la importancia de su participación en la elección de sus autoridades de manera responsable.



4 ÁMBITO DE APLICACIÓN

La presente campaña se aplicará directamente en el ámbito de los distritos participantes, contando para ello con medios radiales de corte local. Es importante delimitar la cobertura exclusivamente a las jurisdicciones involucradas en las EMC 2023, ya que ampliar la difusión a espacios ajenos al proceso electoral podría generar confusión en la ciudadanía.

Asimismo, se debe resaltar que, en consideración a lo dispuesto en la Ley N° 31515, respecto a la radio y la televisión, está prohibido contratar con medios de comunicación que no tengan autorización del MTC para prestar servicios de radiodifusión sonora y televisiva. En tal sentido, la obligatoriedad de la vigencia de las autorizaciones ha exigido que se evaluara en estos aspectos a los medios de comunicación, solo incluyendo a los que cumplieran con lo establecido.

Es en tal sentido que la presente campaña solo abarcará los distritos de Recta (Amazonas), Canis (Ancash), Chimban, Pion (Cajamarca), Manitea (Cusco) Chinchihuasi y Salcabamba (Huancaavelica).

5 PÚBLICO OBJETIVO

Hombres y mujeres de 17² a más que participarán como electores en las EMC 2023³.

6 PERÍODO DE DURACIÓN

La campaña se ejecutará dentro del periodo del 12 de junio al 01 de julio. No obstante, la duración podría variar en caso fuera necesario⁴.

7 SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para la presente campaña publicitaria, la selección de los medios de comunicación apunta a lograr el mayor impacto en el público objetivo, optimizando el presupuesto disponible. Como criterio principal se toma la cobertura de los medios, considerando que este proceso electoral involucra a un segmento específico de la ciudadanía (la residente en los distritos participantes).

² Aquellas personas que cumplen 18 años hasta el mismo día de las elecciones tienen derecho a voto.

³ Según ficha técnica vigente. No es necesario discriminar a los miembros de mesa, puesto que también son electores, por ende, se encuentran en el mismo universo.

⁴ La Gerencia de Información y Educación (GIEE) luego de evaluar la pertinencia y coordinar con los órganos involucrados, ya sea por algún aspecto técnico o administrativo durante el proceso de implementación de la campaña, solicitaría el cambio en la duración de la campaña.



Asimismo, se toma en cuenta lo requerido según la Ley N° 31515, respecto a la obligatoriedad de la vigencia de las autorizaciones del MTC para cada medio de comunicación, según corresponda.

Para difundir la publicidad, se seleccionaron medios con cobertura específica en los distritos participantes de las EMC 2023. Es preciso indicar que en estos espacios la oferta de emisoras elegibles (es decir, que sean formales y cuenten con su documentación técnica en regla) es mínima, o en el peor de los casos, nula⁵.

Asimismo, se revisó que todos los medios seleccionados cumplieran con la formalidad necesaria para operar como radioemisora:

- Que sean dueños de las señales que operan y que se encuentren debidamente autorizadas por el MTC;
- O, por el contrario, que contaran con relaciones formales constituidas con las razones sociales dueñas de las señales, autorizadas por el MTC.

Dicho esto, la selección consta específicamente de medios radiales de corte local. Estas emisoras son de vital importancia para la vida diaria de la ciudadanía residente, ya que, al ser la oferta limitada, estos medios son una de las principales fuentes de información para sus zonas (se aluden temas propios de la localidad, que, al difundirse por una radio, alcanzan fácilmente a la mayor parte de la población); también funcionan como elemento de entretenimiento, e incluso pueden llegar a transmitir otro tipo de contenido, como religioso, por ejemplo.

Finalmente, se tomó en cuenta la oportunidad de la campaña, como una herramienta poderosa para complementar y reforzar las acciones de difusión que los equipos distritales de la ONPE realizan en cada distrito.

Como se ha mencionado líneas arriba, el medio de comunicación seleccionado en esta campaña es:

7.1 Radio

La radio es el segundo medio de comunicación tradicional con mayor presencia en el país (más del 60%), con un consumo promedio de al menos, una hora al día por sus usuarios. (Data TGI – Kantar Ibope). Sin embargo, según el *Estudio Cuantitativo sobre Consumo Televisivo y Radial en Adultos* de CONCORTV, la radio es escuchada por más del 80% de la población.

⁵ Cuatro distritos no cuentan con cobertura al no existir medios de comunicación elegibles: Lari (Arequipa), Huamantanga (Lima), Aco (Ancash) y Aparicio Pomares (Huánuco).



La publicidad en la radio alcanza a una audiencia que confía en ese medio. Goza de la credibilidad en cuanto a información como noticias, así como en los comentarios de sus conductores. Asimismo, la radio juega un papel importante en la vida emocional de los oyentes. La gente escucha la radio cuando se prepara para trabajar en las mañanas, haciendo las tareas del hogar o viajando de un lado a otro, ya sea caminando o en algún medio de transporte; 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 locaciones donde otros medios no tienen alcance. Cualquier persona puede portar un aparato de radio, escucharla en las labores del campo, el transporte público o movilidad particular, tanto tradicionales como alternativos; o incluso, caminando.

A causa de lo dispuesto en la Ley N° 31515, y por las particularidades de las EMC 2023, la estrategia se enfoca principalmente en el uso de emisoras locales que cubran los distritos participantes, asegurando que la información del proceso llegue a la ciudadanía de las jurisdicciones. Todos los medios elegidos están autorizados por el MTC para brindar servicio de radiodifusión.

8 DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS SELECCIONADOS

Criterios de selección

Como se ha explicado en los puntos que anteceden a esta sección, los puntos determinantes para la selección de los medios que difundirán la campaña se resumen en:

- La cobertura, en específico, a los distritos participantes de las EMC 2023.
- La formalidad de los medios de comunicación, ya sea como personas naturales o jurídicas.
- Que los medios que correspondan estén autorizados por el MTC para brindar el servicio de radiodifusión (con autorización vigente, según ley).

Es de conocimiento público que en la actualidad existe disconformidad hacia las autoridades en distintos niveles, así como corrientes de opinión que influyen considerablemente en diferentes segmentos poblacionales. Esta coyuntura obliga a que la estrategia de difusión sea lo más precisa posible.

En tal sentido, no es pertinente incluir medios de comunicación con una cobertura mayor al segmento de interés, ya que, aunque el contenido sea específico, el carácter masivo de la campaña podría generar desinformación en la ciudadanía que no participe, trayendo como consecuencia su confusión, o peor aún, cuestionar su confianza hacia la ONPE, en torno a la organización de procesos electorales.



8.1 Radios Locales

En la presente campaña, solo se gestionarán medios radiales de corte local, gracias a que, a través de estas emisoras, se maximiza la posibilidad de que los mensajes lleguen directamente al público objetivo según cobertura.

La ubicación geográfica de estos medios de comunicación favorece su capacidad de brindar el servicio de radiodifusión a los espacios de su cobertura, con una mejor calidad de señal en comparación a un medio de mayor envergadura (cobertura regional o nacional).

Otra de las ventajas de estas emisoras es que tratan temas locales, contribuyendo considerablemente al posicionamiento de mensajes, teniendo en cuenta la afinidad con su población. Para la presente campaña, los medios elegidos son en muchos casos, la única oferta que la ciudadanía de cada jurisdicción cuenta como fuente informativa.

La propuesta apunta a la contratación de seis (6) emisoras locales que cubrirán siete (7) distritos participantes de las EMC 2023, según el siguiente detalle:

8.1.1 Radio Emanuel:

Guzmán Aguilar Jaime Robert – RUC: 10409694051

Es una emisora fundada el 29 de septiembre de 2011 que se dedica a difundir mensajes y contenidos basados en los valores y principios de la fe. Cuenta con una programación variada que incluye música, enseñanza, reflexiones, testimonios, noticias relevantes y programas especializados en diversos temas. En Radio Emanuel también se pueden encontrar programas especializados en temas específicos como la salud, la familia, la educación, entre otros. Este medio cubrirá el distrito de Recta, en la región Amazonas.

Su participación comercial será la siguiente:

REGIÓN	EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	TIPO	BLOQUE HORARIO		TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.)	INVERSIÓN TOTAL
					INICIO	FIN				
AMAZONAS	RADIO EMANUEL	99.5 FM	Recta	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 3,800.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 3,800.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00	
								4,280	S/ 7,600.00	S/ 7,600.00

La inversión total para este medio será de S/ 7,600.00, por la transmisión de 4,280 segundos.



Es importante resaltar que la emisora está exonerada del IGV, por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley N° 27037, *Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía*.

Asimismo, se contará con mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, sin recargos o costo alguno.**

8.1.2 Radio Estereo Lider La Voz de Mangas:

Santos Albornoz Ricardo – RUC: 10319381339

Emisora fundada el 11 de mayo de 2016, cuya programación se caracteriza por difundir música andina, así como información noticiosa del ámbito local. Sus estudios se ubican en el pueblo de Mangas, uno de los quince distritos de la provincia de Bolognesi y con cobertura única en el cono sur de la Provincia de Bolognesi, Ancash. Tiene como principal objetivo, difundir la cultura, el arte y la música andina.

Este medio será el encargado de cubrir al distrito de Canis, en la región Ancash. Su participación comercial será la siguiente:

REGIÓN	EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	TIPO	BLOQUE HORARIO		TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.)	INVERSIÓN TOTAL Incl I.G.V.
					INICIO	FIN				
ANCASH	RADIO ESTEREO LIDER LA VOZ DE MANGAS	96.9 FM	Canis	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,280.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,280.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00	
								4,280	S/ 4,560.00	S/ 5,380.80

La inversión total para este medio será de S/ 5,380.80, incluido I.G.V., por la transmisión de 4,280 segundos.

Asimismo, se contará con mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, sin recargos o costo alguno.**

8.1.3 Andina Radio:

Telecomunicaciones RTV Andina SAC – RUC: 20605449540

Es una emisora fundada el 17 de junio de 1996, con presencia en la provincia de Chota. Cuenta con una programación dirigida a un público urbano y rural, logrando una gran cobertura y sintonía a nivel local y provincial. Se enfoca en el corte



informativo, con 3 emisiones de noticieros: ANDINA NOTICIAS, de 7:00 am a 8:00 am; EDICION CENTRAL DE ANDINA NOTICIAS, de 12:00 pm a 01:45 pm y AMPLIACION DE NOTICIAS, de 5:00 pm a 6:00 pm.

Este medio fue seleccionado para difundir en los distritos de Chimban y Pion, en la región Cajamarca.

Su participación comercial será la siguiente:

REGIÓN	EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	TIPO	BLOQUE HORARIO		TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.)	INVERSIÓN TOTAL (con I.G.V.)
					INICIO	FIN				
CAJAMARCA	ANDINA RADIO	650 AM	Chimban, Pion	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	2,040	S/ 8,160.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	800	S/ 0.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	2,000	S/ 8,000.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	840	S/ 0.00	
								5,680	S/ 16,160.00	S/ 19,068.80

La inversión total para este medio será de S/ 19,068.80, incluido I.G.V., por la transmisión de 5,680 segundos.

Asimismo, se contará con mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, sin recargos o costo alguno.**

Es importante precisar que originalmente la frecuencia de esta radio era 980 AM, tal como figura en el Registro Nacional de Frecuencias⁶; no obstante, el medio solicitó cambiar su frecuencia a 650 AM, recibiendo la aprobación del MTC mediante Resolución Directoral N° 0469-2023-MTC/28.

8.1.4 Radio Imperio VRAEM 105.9 FM:

Cuba Ramírez Marino– RUC: 10282182462

Esta emisora es una de las pocas formales establecidas en la zona del VRAEM. Fundada el 13 de agosto del año 2020, su programación se caracteriza por difundir tanto contenido musical como información noticiosa de las localidades que alcanza.

El medio fue seleccionado para cubrir el distrito de Manitea, en la región Cusco. Su participación comercial es la siguiente:

⁶ <https://rmf.mtc.gob.pe/>. Se precisa que el registro de Andina Radio está desfasado, ya que sigue indicando la frecuencia antigua, mientras que la actual (650 AM), se muestra en blanco.



REGIÓN	EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	TIPO	BLOQUE HORARIO		TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.)	INVERSIÓN TOTAL incl I.G.V.
					INICIO	FIN				
CUSCO	RADIO IMPERIO VRAEM 105.9 FM	105.9 FM	Manitea	ROTATIVO	06:00	20:00	SPOT	1,520	S/ 2,584.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00	
				ROTATIVO	06:00	20:00	SPOT	1,520	S/ 2,584.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00	
								4,280	S/ 5,168.00	S/ 6,098.24

La inversión total para este medio será de S/ 6,098.24, incluido I.G.V., por la transmisión de 4,280 segundos.

Asimismo, se contará con mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, sin recargos o costo alguno.**

8.1.5 Radio Aura:

Huair Zevallos Mario – RUC: 10310340311

También conocida como “la voz de Oqowillka”, es una emisora fundada el 15 de agosto del 2015, cuya programación se caracteriza por difundir música y noticias locales. Sus estudios se ubican en la ciudad de Paucarbamba, provincia de Churcamp.

Este medio transmite su señal en los distritos de Chinchihuasi (jurisdicción por la que fue seleccionado), Paucarbamba y Pachamarca, significando el 35% de la población de la provincia.

Su participación comercial es la siguiente:

REGIÓN	EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	TIPO	BLOQUE HORARIO		TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.)	INVERSIÓN TOTAL (con I.G.V.)
					INICIO	FIN				
HUANCAVELICA	RADIO AURA	91.1 FM	Chinchihuasi	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,584.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,584.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00	
								4,280	S/ 5,168.00	

La inversión total para este medio será de S/ 6,098.24, incluido I.G.V., por la transmisión de 4,280 segundos.

Asimismo, se contará con mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, sin recargos o costo alguno.**



8.1.6 Radio Kallpa:

Vilcahuaman Mercado Heidi Noimi – RUC: 10430216398

Medio ubicado en la provincia de Tayacaja, de corte principalmente musical. Se caracteriza por ofrecer diversos ritmos, como huaynos, folclórico, juvenil e incluso música del recuerdo. También cuenta con una hora de noticias locales y un espacio dedicado a emitir comunicados para la comunidad.

Es la emisora elegida para cubrir el distrito de Salcabamba, en Huancavelica. Su participación comercial es la siguiente:

REGIÓN	EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	TIPO	BLOQUE HORARIO		TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.)	INVERSIÓN TOTAL (con I.G.V.)
					INICIO	FIN				
HUANCAVELICA	RADIO KALLPA	93.5 FM	Salcabamba	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,432.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,432.00	
				ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00	
							4,280	S/ 4,864.00	S/ 5,739.52	

La inversión total para este medio será de S/ 5,739.52, incluido I.G.V., por la transmisión de 4,280 segundos.

Asimismo, se contará con mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, sin recargos o costo alguno.**

9 RESUMEN Y EVALUACIÓN DE CAMPAÑA

Radios locales

La campaña será al 100% en medios radiales de corte local y será difundida dentro del periodo comprendido del 12 de junio al 01 de julio (20 días).

El mix de medios comprende a 6 emisoras que cubrirán 7 distritos participantes de estas EMC 2023.

El planeamiento determina una compra total de 27,080 segundos, ejecución que significa S/ S/ 49,985.60 incluido el I.G.V.



Asimismo, se resalta que el indicador de desempeño de la campaña será el dispuesto en el Plan de Estrategia Publicitaria 2023, según el siguiente detalle:

INDICADOR DE PRODUCCIÓN FÍSICA	PROCESO ELECTORAL	PÚBLICO OBJETIVO	META PROYECTADA	RESPONSABLE
Población informada sobre el proceso electoral	Elecciones Municipales Complementarias 2023	Electores hábiles ⁷	51% del público objetivo ⁸ .	GIEE

10 ANEXO

1. Cuadros Plan de Medios: resumen de inversión general y por proveedor.

⁷ Según Ficha Técnica EMC 2023.

⁸ Según Plan Estratégico Institucional Ampliado 2020 – 2027.



RESUMEN DE INVERSIÓN
CAMPAÑA ELECCIONES MUNICIPALES COMPLEMENTARIAS 2023

MEDIO	FRECUENCIA	RAZON SOCIAL	R.U.C.	REGION	DISTRITO	TOTAL CON I.G.V.	SHARE %
RADIO EMANUEL	99.5 FM	GUZMAN AGUILAR JAIME ROBERT	10409694051	AMAZONAS	Recta	S/ 7,600.00	15.20%
RADIO ESTEREO LIDER LA VOZ DE MANGAS	96.9 FM	SANTOS ALBORNOZ RICARDO	10319381339	ANCASH	Canis	S/ 5,380.80	10.8%
ANDINA RADIO	650 AM	TELECOMUNICACIONES RTV ANDINA SAC	20605449540	CAJAMARCA	Chimban, Pion	S/ 19,068.80	38.1%
RADIO IMPERIO VRAEM 105.9 FM	105.9 FM	CUBA RAMIREZ MARINO	10282182462	CUSCO	Manitea	S/ 6,098.24	12.2%
RADIO AURA	91.1 FM	HUAIRO ZEVALLOS MARIO	10310340311	HUANCAVELICA	Chinchihuasi	S/ 6,098.24	12.2%
RADIO KALLPA	93.5 FM	VILCAHUAMAN MERCADO HEIDI NOIMI	10430216398	HUANCAVELICA	Salcabamba	S/ 5,739.52	11.5%
TOTAL GENERAL						S/ 49,985.60	100.0%

Medio exonerado de IGV, por estar acogido a la *Ley de la Amazonía Peruana*.

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: **VMHANNX**



CAMPAÑA: EMC 2023
MEDIO: RADIOS LOCALES
PERIODO: 12 de junio a 01 de julio

REGIÓN	EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	RAZÓN SOCIAL	TIPO	BLOQUE HORARIO		TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.)	INVERSIÓN TOTAL (con I.G.V.)	
						INICIO	FIN					
AMAZONAS	RADIO EMANUEL	99.5 FM	Recta	GUZMAN AGUILAR JAIME ROBERT	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 3,800.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 3,800.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00		
									4,280	S/ 7,600.00	S/ 7,600.00	
ANCASH	RADIO ESTEREO LIDER LA VOZ DE MANGAS	96.9 FM	Canis	SANTOS ALBORNOZ RICARDO	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,280.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,280.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00		
									4,280	S/ 4,560.00	S/ 5,380.80	
CAJAMARCA	ANDINA RADIO	650 AM	Chimban, Pion	TELECOMUNICACIONES RTV ANDINA SAC	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	2,040	S/ 8,160.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	800	S/ 0.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	2,000	S/ 8,000.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	840	S/ 0.00		
									5,680	S/ 16,160.00	S/ 19,068.80	
CUSCO	RADIO IMPERIO VRAEM 105.9 FM	105.9 FM	Manitea	CUBA RAMIREZ MARINO	ROTATIVO	06:00	20:00	SPOT	1,520	S/ 2,584.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00		
					ROTATIVO	06:00	20:00	SPOT	1,520	S/ 2,584.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00		
									4,280	S/ 5,168.00	S/ 6,098.24	
HUANCAVELICA	RADIO AURA	91.1 FM	Chinchihuasi	HUAIRA ZEVALLOS MARIO	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,584.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,584.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00		
										4,280	S/ 5,168.00	S/ 6,098.24
	RADIO KALLPA	93.5 FM	Salcabamba	VILCAHUAMAN MERCADO HEIDI NOIMI	ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,432.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	640	S/ 0.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	1,520	S/ 2,432.00		
					ROTATIVO	06:00	18:00	SPOT	600	S/ 0.00		
									4,280	S/ 4,864.00	S/ 5,739.52	
TOTAL DEPARTAMENTO HUANCAVELICA									8,560	S/ 10,032.00	S/ 11,837.76	
TOTAL GENERAL RADIO REGIONALES									27,080	S/ 43,520.00	S/ 49,985.60	

Medio sujeto a la Ley de la Amazonía Peruana

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: VMHANNX

