

## RESOLUCION JEFATURAL N° 000054-2025-JN/ONPE

Lima, 11 de abril de 2025

**VISTOS:** El Proveído n.º 000705-2025-JN/ONPE de esta Jefatura; el Informe n.º 000063-2025-GIEE/ONPE de la Gerencia de Información y Educación Electoral; el Memorando n.º 000386-2025-GPP/ONPE de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; el Informe n.º 000149-2025-SGPL-GPP/ONPE de la Sub Gerencia de Planeamiento de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; el Memorando n.º 000031-2025-SGPR-GPP/ONPE de la Sub Gerencia de Presupuesto de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; así como el Informe n.º 000172-2025-GAJ/ONPE de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y,

### CONSIDERANDO:

La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), es un organismo constitucionalmente autónomo y es la máxima autoridad en la organización y ejecución de los procesos electorales, de referéndum y otros tipos de consulta popular a su cargo, de acuerdo con el artículo 1 de la Ley n.º 26487, Ley Orgánica de la ONPE;

De conformidad con el artículo 31 de la Constitución Política del Perú, que reconoce que los ciudadanos tienen derecho a participar en los asuntos públicos mediante referéndum, iniciativa legislativa, remoción, revocación de autoridades y demanda de rendición de cuentas y los artículos 21 y 22 de la Ley n.º 26300, Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadanos (LDPCC), mediante la Resolución n.º 120-2024-JNE, se aprobó el cronograma electoral para el trámite de solicitudes para la Consulta Popular de Revocatoria 2025, correspondiente al periodo de gobierno regional y municipal 2023-2026;

Posteriormente, con la Resolución n.º 102-2025-JNE, se convocó a la Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales 2025 para el domingo 8 de junio de 2025, que se llevará a cabo en cuatro (4) distritos en igual número de departamentos del país;

La Ley n.º 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, a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades, 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, remite el Plan de Estrategia Publicitaria 2025, versión 00 de la ONPE, que establece estrategias comunicacionales que permiten informar, difundir y sensibilizar a los ciudadanos en las actividades más relevantes enmarcadas en la Consulta Popular de Revocatoria 2025 citada;

Asimismo, mediante el memorando de vistos, de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, que referencia el Informe n° 000149-2025-SGPL-GPP/ONPE de la Subgerencia de Planeamiento de la citada Gerencia, emite opinión favorable al citado Plan, precisando que cumple con la estructura establecida del anexo 9.1 del Procedimiento Formulación, Modificación, Monitoreo y Evaluación de Planes Institucionales, versión 01. Asimismo, informa que la Sub Gerencia de Presupuesto, con el Memorando n.º 00031-2025-SGPR/ONPE comunica que se cuenta con los recursos habilitados otorgados a través del clasificador de gasto 2.3.2.2.4.1 (servicio de publicidad) en la meta presupuestal 115;

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

En uso de las facultades conferidas en el literal g) del artículo 5 y el artículo 13 de la Ley n.º 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, los literales r) y s) del artículo 11 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE aprobado con Resolución Jefatural n.º 000125-2024-JN/ONPE, así como el Decreto Supremo n.º 009-2024-JUS, que aprueba el Reglamento que establece disposiciones sobre publicación y difusión de normas jurídicas de carácter general, resoluciones y proyectos normativos y la Resolución Jefatural n.º 000032-2025-JN/ONPE;

Con los vistos de 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 2025, *versión 00* de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, 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", asimismo, de la citada Resolución y el Plan de Estrategia Publicitaria 2025 *versión 00* de la ONPE, en la sede digital de la ONPE ubicada en la plataforma digital única del Estado peruano [www.gob.pe/onpe](http://www.gob.pe/onpe) y en el Portal de Transparencia de la ONPE, el mismo día.

**Regístrese, comuníquese y publíquese.**

**BERNARDO JUAN PACHAS SERRANO**  
Jefe (e)  
Oficina Nacional de Procesos Electorales





# PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2025

Gerencia de Información y Educación Electoral

LIMA, abril 2025

VERSIÓN 00

Esta es una representación impresa cuya autenticidad puede ser contrastada con la representación imprimible localizada en la sede digital de la Oficina Nacional de Procesos Electorales. La verificación puede ser efectuada a partir del 11-04-2025. Base Legal: Decreto Legislativo N° 1412, Decreto Supremo N° 029-2021-PCM y la Directiva N° 002-2021-PCM/SGTD.

URL: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/doc>  
CVD: 0000 0022 4883 0349



## 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 Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales 2025 .....	8
4.2. Problemática .....	10
4.3 Análisis de Riesgos .....	11
V. OBJETIVOS METAS E INDICADORES DEL PLAN.....	13
5.1. Objetivo General: .....	13
5.2. Objetivos Específicos: .....	13
5.3. Objetivos de la marca:.....	13
5.4. Objetivos de la comunicación:.....	13
5.5. Público Objetivo .....	13
5.6. Motivos de las campañas .....	13
5.7. Medios de comunicación a utilizar.....	14
5.8. Meta Institucional .....	15
VI. ESTRATEGIAS .....	15
6.1 Estrategias Operativas .....	15
VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN.....	16
VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO.....	17
IX. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN.....	17



## ABREVIATURAS

- CPR 2025 : Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales 2025
- 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 la Resolución n° 120-2024-JNE, se inició el proceso de la Consulta Popular de Revocatoria del Mandado de Autoridades Municipales (CPR) 2025, aprobando el cronograma para la generación de solicitudes, derecho de todo ciudadano, según normativa legal vigente.

Asimismo, con la Resolución n° 102-2025-JNE, se convocó oficialmente al proceso, siendo que la jornada electoral se llevará a cabo el próximo 8 de junio de 2025, en cuatro (4) distritos de igual número de departamentos del país.

La CPR 2025 comprenderá a veinte (20) autoridades municipales (cuatro alcaldes distritales y 16 regidores), pertenecientes a los distritos de Boquerón (Padre Abad, Ucayali), Huamali (Jauja, Junín), Julcamarca (Angaraes, Huancavelica) y Huayana (Andahuaylas, Apurímac). Gracias a este proceso se permitirá a la ciudadanía de los distritos involucrados, decidir si sus autoridades deben continuar en el cargo, o de lo contrario, retirarse y ser reemplazados para el último año de gestión.

En dicho contexto, la Gerencia de Información y Educación Electoral (GIEE), de acuerdo al artículo 75 del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la ONPE, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 125-2024-JN/ONPE y sus modificatorias, tiene a su cargo, entre otras funciones:

*“Conducir y supervisar campañas publicitarias electorales, a través de medios tradicionales y digitales para la 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) 2025 – 2030, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 048-2025-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 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 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, ya sean masivos o alternativos, de encontrarse 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° 26300, Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadanos
- Ley n° 26859, Ley Orgánica de Elecciones y sus modificatorias.
- Ley n° 28874, Ley que regula la publicidad estatal
- Ley n° 31515, Ley que modifica la Ley 28874, que regula la publicidad estatal
- Decreto Supremo n° 064-2023-PCM, aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal establecidos en la Ley n° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley n° 31515.
- Resolución Jefatural 125-2024-JN/ONPE, que aprueba el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la ONPE.
- Resolución Jefatural n° 048-2025-JN/ONPE, que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2025 – 2030 de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.
- Resolución N° 120-2024-JNE, que aprueba el cronograma electoral para el trámite de solicitudes para la Consulta Popular de Revocatoria 2025, correspondiente al periodo de gobierno regional y municipal 2023 – 2026.
- Resolución n° 102-2025-JNE, que convoca a la Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales 2025, para el domingo 8 de junio de 2025.
- Resolución Jefatural n° 033-2025-JN/ONPE, que aprueba el Plan Operativo Electoral Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales 2025, actualizado, versión 01.
- 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.
- Procedimiento PR01-GPP/PLAN, Formulación, modificación, monitoreo y evaluación de Planes Institucionales, versión 01.

## III. MARCO ESTRATÉGICO

### 3.1. Alineación de Objetivos

Los objetivos estratégicos institucionales, señalados en el PEI 2025 – 2030, 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 transparentes y eficientes para la obtención de la fiel y libre expresión de la voluntad ciudadana.	3000654: Proceso electoral oportuno y eficiente.	5005022. Población informada sobre el proceso electoral.	AEI 01.03 Campañas comunicacionales sobre el proceso electoral inclusivas para 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*, así como en su Reglamento; dispone que, para la autorización de la realización de Publicidad Estatal, bajo responsabilidad del Titular del Pliego se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- 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.*
- Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretenden llevar a cabo.*
- 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.*
- Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas publicitarias.*
- 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, 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 GIEE 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



publicitarias a través de los medios masivos y alternativos de comunicación disponibles.

Durante el presente año, la estrategia se enmarcará en la campaña alusiva a la CPR 2025, enfocándose en informar a la población sobre el proceso, así como promover la participación de electores y miembros de mesa y respetar los resultados del sufragio.

#### 4.1.1. Campaña “Consulta Popular de Revocatoria 2025”

En contexto con los Planes Operativos Electorales (POE), se definen 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.*

Considerando lo expuesto líneas arriba, es importante implementar una campaña informativa que complemente con la difusión que el personal de la ONPE realice en las jurisdicciones participantes.

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



**FICHA TÉCNICA DE LA CPR 2025 - V05**  
(Actualizada al 25 de marzo de 2025)

Item	Descripción	Consulta Popular de Revocatoria 2025	
1	Proceso		
2	Ámbito	Local (4 distritos)	
3	Periodicidad	Variable	
4	Fecha de elección	08 de Junio del 2025	
5	ODPE <sup>a/</sup>	4	
6	Tipo de Tecnología <sup>b/</sup>	CON	TOTAL
7	Electores Hábiles <sup>c/</sup>	5,615	5,615
8	Mesas de Sufragio <sup>d/</sup>	21	21
9	Locales de Votación <sup>e/</sup>	5	5
10	Distritos <sup>f/</sup>	4	4 distritos

Detalle de Centros Poblados <sup>g/</sup>		
11	Centros Poblados	1
	Electores Hábiles	128
	Mesas de Sufragio	1
	Locales de Votación	1

**Nota:**

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

a/ Con base a propuesta de conformación de ODPE.

b/ Con base en la capacidad técnica y de equipamiento con la que cuenta la institución.

c/ Con base a la Resolución N°0120-2025-JNE (20MAR2025) que aprueba el padrón electoral definitivo de la CPR2025.

d/ Con base al resultado del proceso de conformación de mesas de sufragio.

e/ Con base a la información remitida por la GOECOR.

f/ Con base a las Resoluciones N°0073-2024-SG/ONPE (23OCT2024), N°0078-2024-SG/ONPE (07NOV2024), N°0085-2024-SG/ONPE (27NOV2024), N°0086-2024-SG/ONPE (29NOV2024) y N°00441-2024-JNE (19DIC2024), se admite la solicitud de revocatoria en los distritos de Boqueron (provincia de Padre Abad y región de Ucayali), Huayana (provincia de Andahuaylas y región de Apurímac), Huamali (provincia de Jauja y región de Junín) y Julcamarca (provincia de Angaraes y región de Huancavelica).

g/ Los datos del punto 11 Detalle de centros poblados se desprenden de los totales considerados en los puntos 7, 8 y 9

Esta es una representación impresa cuya autenticidad puede ser contrastada con la representación imprimible localizada en la sede digital de la Oficina Nacional de Procesos Electorales. La verificación puede ser efectuada a partir del 11-04-2025. Base Legal: Decreto Legislativo N° 1412, Decreto Supremo N° 029-2021-PCM y la Directiva N° 002-2021-PCM/SGTD.

URL: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/doc>  
CVD: 0000 0022 4883 0349



La estrategia publicitaria apuntará a informar a la ciudadanía participante sobre las elecciones (la jornada electoral), resaltando aspectos como el horario recomendado para ir a votar, portar el DNI, la consulta de miembros de mesa, entre otros. Del mismo modo, se enfocarán mensajes específicos para miembros de mesa, resaltando principalmente las fechas para las jornadas de capacitación, así como la compensación monetaria por cumplir con su responsabilidad.

Asimismo, se buscará motivar 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 radiales, teniendo en cuenta que este canal es el idóneo para cumplir con los objetivos<sup>1</sup>.

Las piezas comunicacionales a utilizar para la difusión serán:

- Spots radiales, con duraciones de hasta 40 segundos, según corresponda.

La campaña se ejecutará en el plazo de veinte (20) días antes de la jornada electoral.

Se proyecta la ejecución presupuestal de S/ 22,000.00 (veintidós mil y 00/100 soles).

## 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 mínima, ya sea porque no hay canales operativos o, en todo caso, no son formales (en su constitución o en la autorización para brindar el servicio de radiodifusión; que no hayan sido generados o incluso, que no tengan vigencia).
- **Oportunidad – medios con contenido local**  
En contraste a la problemática, la presencia de los medios locales elegibles se convierte en una oportunidad para ampliar la capacidad de impacto de la campaña, ya que estos suelen ser canales que tratan temas de las zonas donde emiten su señal, siendo de interés de la ciudadanía residente.

<sup>1</sup> El uso de otros medios de mayor cobertura, como la televisión (de alcance, como mínimo, regional), podría generar confusión en la ciudadanía al difundirse en el ámbito ajeno al proceso electoral.




### 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:



MATRIZ DE RIESGOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2025

<div><div>Oficina Nacional de Procesos Electorales</div></div>										MATRIZ DE RIESGOS										Código FM09-GPP/GC	
										Versión 09		Fecha de aprobación: 28/06/2023		Página 1 de 2							
Fecha de actualización (Completar este campo de ser el caso)		7/04/2025		Nombre del proceso electoral/Proyecto: (Completar este campo de ser necesario )		CPR 2025															
IDENTIFICACION DEL RIESGO Y OPORTUNIDADES Para ser llenado por el responsable del sistema de gestión de cada órgano y revisado por el responsable del proceso.										ANALISIS Y EVALUACION DE RIESGOS Para ser llenado por el responsable del sistema de gestión de cada órgano y revisado por el responsable del proceso.											
1.Nº	2. FECHA DE IDENTIFICACIÓN	3.PROCESO NIVEL 1 o NIVEL 2 DE CORRESPONDER  <a href="#">Ver Tabla N° 1</a>	4. OBJETIVO DE PROCESO  <a href="#">Ver Tabla N° 1</a>	5. ACTIVIDAD	7. TIPO DE RIESGO	8. DESCRIPCIÓN DEL RIESGO	9. CLASIFICACIÓN DEL RIESGO  <a href="#">Ver Tabla N° 2</a>	10. PROPIETARIO DE RIESGO	11. SISTEMA DE GESTIÓN AFECTADA	13.CAUSAS	14.EFECTOS / CONSECUENCIAS	15.CONTROLES EXISTENTES	16. PROBABILIDAD (Po)		17. IMPACTO (I)		18.NIVEL RIESGO				
									SGC (Sistema de gestión de calidad)				VALOR	NIVEL	VALOR	NIVEL	VALOR	NIVEL			
Colocar el código: Si es negativo Rx Si es positivo: Ox donde x es numero correlativo desde 1.	Colocar la fecha de registro	Indicar el nombre del proceso	Tomar en consideración para la redacción del objetivo, la descripción del objetivo referencial de la Tabla 1 del instructivo	Indicar la actividad del proceso donde se identifique el riesgo	Indicar si es riesgo negativo (no deseado) u oportunidad (riesgo positivo) (deseado)	Describir el riesgo	Colocar el tipo de riesgo que mas prevalece	El Propietario es el que tiene la capacidad y autoridad para tratar el riesgo.	Colocar con una X a que sistema de gestión daña el riesgo. Caso	[Describir la(s) causa(s), origen(es), condición(es) o factor(es) que generarían el riesgo]  <i>Nota:</i> La descripción debería reflejar, para riesgos negativos, ausencia, limitación, deficiencia, ineficacia, etc.; y viceversa para los riesgos positivos.	[Indicar el efecto negativo o positivo sobre la consecución de los objetivos .	Colocar los controles actuales que se cuenta para el riesgo. En caso no tener consignar como "ninguno".  <i>Nota :</i> para la redacción considerar en tiempo presente	<a href="#">Ver Tabla N° 4</a>		<a href="#">Ver Tabla N° 5</a>  Si son riesgos negativos que afecten el SGSI (Seleccionar el nivel de impacto según la suma resultado de los tres principios de SGSI)		<a href="#">Ver Tabla N°6</a>				
R1-COM	07/04/25	PE03.01 Gestión de las Comunicaciones Externas	Dar soporte a la organización en temas relacionados a las comunicaciones, prensa, imagen institucional, relaciones corporativas (cliente interno y externo), identidad institucional y gestión del riesgo reputacional.	Informar a la población sobre los procesos electorales	Negativo	Difusión de la campaña publicitaria para la CPR 2025 podría ser limitada	Imagen	SGRI-GIEE	x	Minima presencia de medios de comunicación elegibles para difundir la campaña en las jurisdicciones involucradas en la CPR 2025 .	Desconocimiento parcial o total sobre información de la jornada electoral por parte de los actores electores de los distritos participantes en la CPR 2025	Ninguno	4	Media	3	Bajo	12	BAJO			
O1-COM	07/04/25	PE03.01 Gestión de las Comunicaciones Externas	Dar soporte a la organización en temas relacionados a las comunicaciones, prensa, imagen institucional, relaciones corporativas (cliente interno y externo), identidad institucional y gestión del riesgo reputacional.	Informar a la población sobre los procesos electorales	Positivo	Utilización como medio exclusivo a la radio para la campaña publicitaria para la CPR 2025	Imagen	SGRI-GIEE	x	- Flexibilidad de consumo, permitiendo que fácilmente sea escuchada.	Electores y miembros de mesa que participan en la CPR 2025 estén informados sobre el proceso electoral	Ninguno	4	Media	4	Medio	16	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 de la CPR 2025. De la misma forma, propiciar y motivar la reflexión sobre un voto consciente y responsable, respetando los resultados.

### 5.2. Objetivos Específicos:

- **Campaña Consulta Popular de Revocatoria 2025:**
  - Informar sobre el proceso electoral. Cuando se llevará a cabo, en qué consta el objeto del sufragio.
  - Motivar a la población a hacer valer su derecho a decidir si quiere revocar o no a sus autoridades.
  - Promover la participación de los electores y miembros de mesa.
  - Informar a los miembros de mesa sobre las jornadas de capacitación, así como sobre la compensación económica por cumplir con su responsabilidad.

### 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, primando la transparencia y seguridad.

### 5.4. Objetivos de la comunicación:

- Informar sobre la CPR 2025, proceso electoral a celebrarse en el año 2025.
- 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.

### 5.5. Público Objetivo

Ciudadanía participante del proceso electoral, según ficha técnica.

### 5.6. Motivos de la campaña

La campaña considera los siguientes temas:

- **Participación como electores**  
Se brinda información general del proceso (fecha y horario de la jornada electoral) y se les convoca a asistir como electores, en aras de hacer valer su derecho al voto.



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

- **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 (los seis suplentes establecidos por ley).

Además, se les motiva a participar de las jornadas de capacitación y a asistir puntualmente a instalar su mesa de sufragio, aludiendo también a la compensación económica por cumplir con su responsabilidad.

## 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.

- **Radio:**

Siendo el segundo medio más consumido por la población peruana, según el estudio de CONCORTV, 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. Los oyentes se encuentran fidelizados a ciertas emisoras y diariamente las sintonizan, siendo parte de su vida diaria.

Según el informe *TV y Radio en Cifras 2024*, de CONCORTV<sup>2</sup>, en el Perú hay más de 6400 estaciones de radio, distribuidas en todo el país.

La radio juega un papel importante en la vida emocional de los oyentes, la gente escucha la radio cuando toma el desayuno, camino a su lugar de trabajo, durante el día mientras labora, al momento de realizar los quehaceres del hogar, e incluso en momentos de ocio; 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 a nivel nacional, regional e incluso, local (el caso que aborda la campaña alusiva a la CPR 2025). Cualquier persona puede portar un aparato de radio, escucharla en las labores del campo, caminando, montando bicicleta, en taxi o movilidad particular, etc.

En tal sentido, se define la selección de medios de la siguiente forma:

- **Rádios:** avisos radiales en emisoras de cobertura local, con duración máxima de 40 segundos.

<sup>2</sup> <https://www.concortv.gob.pe/wp-content/uploads/2024/03/Informe-Tv-y-radio-en-cifras-2024.pdf>



La descripción, frecuencia y presupuesto específico de los conceptos y medios definitivos a utilizar en la campaña serán determinados de acuerdo con el monto de inversión que demande el Plan de Medios. Dicho documento contará con el sustento técnico de los medios seleccionados, según la cobertura y disponibilidad.

## 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 Política 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	Consulta Popular de Revocatoria 2025	Electores hábiles <sup>3</sup>	64.21 % del público objetivo <sup>4</sup> .	GIEE

## VI. ESTRATEGIAS

### 6.1 Estrategias Operativas

Campaña Publicitaria	Descripción de Estrategias
Consulta Popular de Revocatoria del Mandado de Autoridades Municipales 2025	<ul style="list-style-type: none"><li>I. Identificación de rubros/canales de comunicación para aplicación de la estrategia.<ul style="list-style-type: none"><li>a. Radio</li></ul></li><li>II. Propuesta de materiales.<ul style="list-style-type: none"><li>a. Spots radiales de hasta 40 segundos de duración.</li></ul></li><li>III. Propuesta de mensajes de la campaña:<ul style="list-style-type: none"><li>a. La CPR 2025 se llevará a cabo el próximo domingo 8 de junio.</li><li>b. Depende de ti decidir la continuidad de las autoridades de tu distrito.</li><li>c. Elector, haz valer tu derecho al voto.</li><li>d. Vota con tu DNI.</li><li>e. Horario (por definir)</li><li>f. Miembro de mesa, capacítate en las jornadas del 25 de mayo y 1 de junio.</li><li>g. Canales de atención para orientación en el uso de la plataforma (línea telefónica, correos, redes sociales)</li></ul></li></ul>



VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN

	FORMATO	Código:	FM09-GPP/PLAN
	FORMULACIÓN/REPROGRAMACIÓN DE PLANES ESPECIALIZADOS Y DE ACCIÓN	Versión:	01
		Fecha de aprobación:	07/06/2019
		Página:	1 de 1

1. NOMBRE DEL PLAN - AÑO:	PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2025
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
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 2025 para aprobación	GIEE	Memorando	07/04/2025	07/04/2025	1				1			
1.3.2.1.3	Aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria 2025 mediante Resolución Jefatural.	JN	Resolución	11/04/2025	11/04/2025	1				1			
1.3.2.1.4	Elaborar Plan de Medios – campaña CPR 2025	GIEE	Informe	01/04/2025	14/04/2025	1				1			
1.3.2.1.5	Remitir a la GPP el Plan de Medios – campaña CPR 2025	GIEE	Memorando	14/04/2025	14/04/2025	1				1			
1.3.2.1.6	Aprobación del Plan de Medios – campaña CPR 2025	JN	Resolución	21/04/2025	21/04/2025	1					1		
1.3.2.2	Campaña de difusión de las campañas publicitarias												
1.3.2.2.1	Transmitir la campaña publicitaria CPR 2025	GIEE	Reporte	19/05/2025	07/06/2025	1						1	
1.3.2.3.2	Reportar sobre los resultados de la difusión de la campaña publicitaria CPR 2025	GIEE	Informe	09/06/2025	15/07/2025	1							1

## VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO

El presupuesto propuesto para la implementación de la estrategia publicitaria asciende a S/ 22,000.00, según se describe a continuación:

CONSULTA POPULAR DE REVOCATORIA	
Tiempo de difusión: mayo – junio 2025	
Locaciones a difundir:	
○ Distritos participantes en la CPR 2025	
MEDIO	COSTO (Incluido IGV)
Radio	S/ 22,000.00

Fuente: Memorando n° 031-2025-SGPR-GPP/ONPE.

\*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

La evaluación del plan 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 GIEE. Este formato será llenado y revisado a fin de dar cumplimiento al plan.

El informe de evaluación será emitido durante el segundo semestre del año 2025.

Visado digitalmente por:  
**BOLAÑOS LLANOS ELAR JUAN**  
Secretario General  
SECRETARÍA GENERAL

Visado digitalmente por:  
**SALAS PALACIOS MARIA ROCIO**  
Gerente de la Gerencia de  
Planeamiento y Presupuesto  
GERENCIA DE PLANEAMIENTO Y  
PRESUPUESTO

Visado digitalmente por:  
**VITAL REYES SUSANA LUZMILA**  
Gerente de la Gerencia de  
Información y Educación Electoral  
GERENCIA DE INFORMACIÓN Y  
EDUCACIÓN ELECTORAL

Visado digitalmente por:  
**PESTANA URIBE JUAN ENRIQUE**  
Gerente de la Gerencia de Asesoría  
Jurídica  
GERENCIA DE ASESORÍA  
JURÍDICA

Esta es una representación impresa cuya autenticidad puede ser contrastada con la representación imprimible localizada en la sede digital de la Oficina Nacional de Procesos Electorales. La verificación puede ser efectuada a partir del 11-04-2025. Base Legal: Decreto Legislativo N° 1412, Decreto Supremo N° 029-2021-PCM y la Directiva N° 002-2021-PCM/SGTD.

URL: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/doc>  
CVD: 0000 0022 4883 0349

