

RESOLUCION JEFATURAL N° 000066-2025-JN/ONPE

Lima, 23 de abril de 2025

VISTOS: El Informe n.° 000201-2025-SGRI-GIEE/ONPE, de la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales; el Memorando n.° 000611-2025-GIEE/ONPE y el Informe n.° 000072-2025-GIEE/ONPE, de la Gerencia de Información y Educación Electoral; el Informe n.° 000167-2025-SGPL-GPP/ONPE, de la Subgerencia de Planeamiento; el Memorando n.° 000416-2025-GPP/ONPE, de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; así como el Informe n.° 000197-2025-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 consulta popular a su cargo, siendo la autoridad máxima en la organización y ejecución de procesos electorales, de conformidad con su Ley Orgánica, Ley N.° 26487;

Con la Resolución n.° 0102-2025-JNE, el Jurado Nacional de Elecciones convocó a la "Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales (CPR) 2025", para el próximo 8 de junio de 2025, en cuatro (4) distritos en el interior del país;

La "Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales (CPR) 2025", permitirá a la ciudadanía de los distritos participantes, decidir si sus autoridades deben continuar en el cargo, o de lo contrario, retirarse y ser reemplazados para el último año de gestión. Los distritos que están incluidos en este proceso son: Boquerón (Padre Abad, Ucayali), Huamalí (Jauja, Junín), Julcamarca (Angaraes, Huancavelica) y Huayana (Andahuaylas, Apurímac);

Ahora bien, en el literal h) del artículo 5 de la Ley N.° 26487, Ley Orgánica de la ONPE, en concordancia con lo estipulado en el inciso l) del artículo 7 del Texto Integrado de su Reglamento de Organización y Funciones (ROF), aprobado con Resolución Jefatural n.° 000125-2024-JN/ONPE, se ha señalado que es función de la ONPE, 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 general"*;

En esa línea, el literal f) del artículo 75 del Texto Integrado 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.° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, modificado por la Ley n.° 31515, establece, bajo responsabilidad del Titular del Pliego que, para la autorización de la realización de publicidad estatal, se deberá cumplir, entre otros aspectos, con los siguientes requisitos:



“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”;

En ese contexto, mediante la Resolución Jefatural n.º 000054-2025-JN/ONPE (11ABR2025) se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria 2025, versión 00 de la ONPE, que contiene, la “Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales (CPR) 2025”;

Asimismo, mediante el Memorando de Vistos, la Gerencia de Información y Educación Electoral propuso el Plan de Medios de la “Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales (CPR) 2025”, versión 00, la cual se ejecutará entre el 19 de mayo al 07 de junio del 2025;

Cabe señalar que la propuesta antes citada 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 Informe de los antecedentes señaló que el Plan de Medios de la “Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales (CPR) 2025”, versión 00, cuenta con el financiamiento otorgado por la suma de S/.22,000.00 (veintidós mil con 00/100 soles) por la fuente de financiamiento Recursos Ordinarios 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, de la revisión del Plan de Medios materia de análisis, se aprecia que tiene por objetivo convocar y motivar la participación de los electores y miembros de mesa en el marco de la Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales (CPR) 2025”;

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 resolutorio que apruebe el Plan de Medios de la “Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales (CPR) 2025”, versión 00, de la Oficina Nacional de Procesos Electorales;

De conformidad con la Ley n.º 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal; modificada por la Ley n.º 31515, 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, los literales r) y s) del artículo 11 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aprobado por la Resolución Jefatural n.º 000125-2024-JN/ONPE;

Con el visado 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 Medios, Campaña Comunicacional “Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales (CPR) 2025”, versión 00, de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, cuyo anexo 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 con 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/jpu/mbb/jvp

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 23-04-2025. 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 6557 0463



PLAN DE MEDIOS

CAMPAÑA COMUNICACIONAL “Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales 2025”

VERSIÓN 00

Abril 2025

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 23-04-2025. 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 6557 0463



ÍNDICE

| | |
|--|----|
| 1. ANTECEDENTES..... | 3 |
| 2. JUSTIFICACIÓN..... | 4 |
| 3. OBJETIVO..... | 7 |
| 4. ÁMBITO DE APLICACIÓN..... | 7 |
| 5. PÚBLICO OBJETIVO..... | 7 |
| 6. PERIODO DE DURACIÓN..... | 7 |
| 7. SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN..... | 8 |
| 7.1. Radio:..... | 9 |
| 8. DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS SELECCIONADOS:..... | 9 |
| 8.1. Radios locales..... | 10 |
| 9.EVALUACIÓN E IMPACTOS DE CAMPAÑA..... | 13 |
| 10. ANEXOS..... | 14 |

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 23-04-2025. 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 6557 0463



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 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 permitirá a la ciudadanía de los distritos participantes, decidir si sus autoridades deben continuar en el cargo, o de lo contrario, retirarse y ser reemplazados para el último año de gestión. Los distritos que están incluidos en este proceso son: Boquerón (Padre Abad, Ucayali), Huamali (Jauja, Junín), Julcamarca (Angaraes, Huancavelica) y Huayana (Andahuaylas, Apurímac).

De acuerdo al art. 7 inciso l) 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 al artículo 75° del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE¹, 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.
- b) 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.

En articulación al Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 01, *Fortalecer la organización de procesos electorales transparentes y eficientes para la obtención de la fiel y libre expresión de la voluntad ciudadana* y a la Actividad Estratégica Institucional (AEI) 01.03, *Campañas comunicacionales sobre el proceso electoral inclusivas para la ciudadanía*, definidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025 - 2030, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 048-2025-JN/ONPE; así como en contexto del Plan Operativo Electoral correspondiente al proceso electoral (Resolución Jefatural n° 033-2025-JN/ONPE), se 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 2025.

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.*

¹ Resolución Jefatural N° 125-2024-JN/ONPE.



- 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, 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 Ministerio de Transportes y Comunicaciones (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 2025 con las temáticas definidas para difundir sobre la Consulta Popular de Revocatoria del Mandato de Autoridades Municipales 2025 (CPR 2025) en medios de comunicación de corte tradicional. Este Plan, aprobado con [Resolución Jefatural N° 054-2025-JN/ONPE](#), contiene la propuesta de campaña publicitaria *Consulta Popular de Revocatoria 2025*, a ejecutarse entre los meses de mayo y junio del presente año.

En ese sentido, se implementará una campaña para informar a la ciudadanía sobre el proceso electoral, motivándolos a participar como electores y miembros de mesa, según corresponda. haciendo énfasis en la importancia de la participación de los electores y miembros de mesa para asegurar unas elecciones exitosas y que se respete la voluntad popular.

Se buscará motivar la participación de los principales actores electorales, tanto por parte de los electores (hacer valer su derecho ciudadano a elegir a sus autoridades) como de los miembros de mesa (de ellos depende salvaguardar los votos de la ciudadanía).

El presupuesto a ejecutar para la campaña es de **S/ 21,972.96 (veintiún mil, novecientos setenta y dos y 96/100 soles).**



3 OBJETIVO

Convocar y motivar la participación de los electores y miembros de mesa en el marco de la CPR 2025, resaltando la importancia de hacer valer el voto popular para definir si sus autoridades locales continúan su gestión o son revocados de sus cargos.

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 buscar, en lo posible, delimitar la cobertura en específico a las jurisdicciones involucradas en la CPR 2025 (como máximo a nivel de provincia), ya que ampliar la difusión a espacios ajenos al proceso electoral podría generar confusión en la ciudadanía.

Es importante 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.

Habiéndose considerado este factor, la presente campaña solo abarcará los distritos de Boquerón (Padre Abad, Ucayali), Huamali (Jauja, Junín) y Julcamarca (Angaraes, Huancavelica).

Cabe precisar que, sobre el distrito de Huayana, se generará la difusión a través de canales alternativos, como el perifoneo de mensajes y la entrega de material informativo por parte del personal presente en el distrito.

5 PÚBLICO OBJETIVO

Hombres y mujeres de 17² a más, que participarán como electores en la CPR 2025: 5,615 ciudadanos, según ficha técnica vigente del proceso electoral³.

6 PERÍODO DE DURACIÓN

La campaña se ejecutará entre el 19 de mayo y el 7 de junio del 2025. No obstante, la duración podría variar en caso fuera necesario⁴.

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

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

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



7 SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En las campañas publicitarias, la selección de los medios de comunicación apunta a lograr el mayor impacto en el público objetivo, priorizando 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).

Asimismo, se toma en cuenta lo requerido según la Ley n° 31515 y su Reglamento, 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 la CPR 2025. 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 que, aunque no sean titulares de las señales, cuenten con la autorización de la radiodifusión, mediante una transferencia, autorizada 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 rápidamente a la mayor parte de la población local); también funcionan como canal 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 de las Oficinas Descentralizadas de Procesos Electorales (ODPE) realizan en cada uno de los distritos involucrados.

⁵ Es el caso de Huayana, en el que, según el Registro Nacional de Frecuencias (RNF) existen frecuencias autorizadas, pero sus administradores no figuran como titulares, invalidando la figura dispuesta por la normativa legal vigente.



Como se ha mencionado líneas arriba, el medio de comunicación seleccionado para 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 estudio de CONCORTV la radio es escuchada por más del 80 % de la población, estando en más del 86 % de los hogares peruanos.

En cuanto al tipo de programas de radio más escuchados se señalan principalmente y por un amplio margen los musicales (87 %) y los noticieros (47 %), según el Estudio Cuantitativo *sobre Consumo Televisivo y Radial* de CONCORTV⁶.

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 medio 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; incluso, caminando.

A causa de lo dispuesto en la Ley N° 31515, y por el carácter focalizado de la CPR 2025, la estrategia se enfoca principalmente en el uso de emisoras locales que cubran los distritos participantes, asegurando que la información del proceso electoral 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:

⁶ <https://www.concortv.gob.pe/2022-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial/>



- La cobertura, en específico, a los distritos participantes de la CPR 2025. Los medios elegidos deben delimitar su cobertura como máximo a la provincia en la que se encuentra el distrito.
- La formalidad de los medios de comunicación, ya sea como personas naturales o jurídicas.
- Que los medios elegidos estén autorizados por el MTC para brindar el servicio de radiodifusión (con autorización vigente, según ley)⁷.

Por la misma coyuntura que contextualiza a la CPR 2025 (la búsqueda de la revocatoria de las autoridades municipales, a consecuencia del descontento de la ciudadanía respecto a su desempeño), la estrategia de difusión debe apuntar a ser lo más focalizada posible.

En tal sentido, no es recomendable incluir medios de comunicación con una cobertura mayor al segmento de interés (llámense medios que cubran toda la región, o incluso, de ámbito nacional), 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 del proceso electoral.

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 tres (3) emisoras locales que cubrirán tres (3) distritos participantes de la CPR 2025, según el siguiente detalle:

⁷ Información corroborada con el Registro Nacional de Frecuencias, del MTC. <https://rnf.mtc.gob.pe/>



8.4.1 Radio Cultural: Rojas Orellana Felix – RUC: 10283119152

Radio Cultural, con frecuencia 102.7 FM, es la única emisora elegible disponible con cobertura en el distrito de Julcamarca. Ofrece una parrilla variada que combina música andina, criolla y juvenil, junto con espacios informativos y de apoyo al sector agrario. Los fines de semana destacan programas culturales y espacios de participación ciudadana a través de saludos y mensajes.

La participación comercial en este medio será:

| REGIÓN | EMISORA | FRECUENCIA | Provincia | Distrito | TIPO | BLOQUE HORARIO | | TIPO DE PIEZA | TOTAL SEGUNDOS | INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.) | INVERSIÓN TOTAL (con I.G.V.) |
|--------------|----------------|------------|-----------|------------|----------|----------------|-------|---------------|----------------|------------------------------|------------------------------|
| | | | | | | INICIO | FIN | | | | |
| HUANCAVELICA | RADIO CULTURAL | 102.7 FM | Angaraes | Julcamarca | ROTATIVO | 06:00 | 19:00 | SPOT | 1,920 | S/ 2,880.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 480 | S/ 0.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 19:00 | SPOT | 1,920 | S/ 2,880.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 800 | S/ 0.00 | |
| | | | | | | | | | 5,120 | S/ 5,760.00 | S/ 6,796.80 |

La inversión en este medio es de S/ 6,796.80 incluido el IGV, por la transmisión de 5,120 segundos.

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

8.4.2 Radio La Única: Radios Ciudadanas E.I.R.L.– RUC: 20562632256

Radio La Única es una de las emisoras más importantes de su zona de cobertura, a través de la frecuencia 103.3 FM. Tiene una programación variada durante las 24 horas del día, de lunes a domingo (24/7), con contenidos informativos, de opinión y entretenimiento musical. Gracias a sus programas variados cubre todos los sectores etarios y socioeconómicos de la provincia.

Su programación es 100% local, con locutores, productores y periodistas de la misma localidad. Cuenta con bloques de programas educativos y comunales en quechua.

Como dato adicional, esta emisora antes tenía el nombre de Radio Raíces.



La participación comercial en este medio será:

| REGIÓN | EMISORA | FRECUENCIA | Provincia | Distrito | TIPO | BLOQUE HORARIO | | TIPO DE PIEZA | TOTAL SEGUNDOS | INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.) | INVERSIÓN TOTAL (con I.G.V.) |
|--------|----------------|------------|-----------|----------|----------|----------------|-------|---------------|----------------|------------------------------|------------------------------|
| | | | | | | INICIO | FIN | | | | |
| JUNIN | RADIO LA UNICA | 103.3 FM | Jauja | Huamali | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 1,920 | S/ 3,456.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 480 | S/ 0.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 1,920 | S/ 3,456.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 800 | S/ 0.00 | |
| | | | | | | | | | 5,120 | S/ 6,912.00 | S/ 8,156.16 |

La inversión en este medio es de S/ 8,156.16 incluido el IGV, por la transmisión de 5,120 segundos.

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

8.4.3 Radio Boquerón: Radiodifusora Caballero Lagomarcino J.B. S.A.C.– RUC: 20600273524

Radio Boquerón 89.3 FM es una emisora local ubicada en Aguaytía, provincia de Padre Abad, región Ucayali. Su programación combina espacios informativos de interés regional, como *Sistema de Noticias e Infórmate Padre Abad*, con bloques musicales que incluyen cumbias y música variada. Transmite todos los días desde las 5 a. m. hasta las 10 p. m., brindando información y entretenimiento a la población con producción local

Asimismo, cuenta con tres frecuencias activas (señales repetidoras) en la localidad y una planta transmisora ubicada en el mismo distrito, lo que garantiza una señal nítida y estable.

Esta radio se llamaba Radio Unión Aguaytía, pero desde que se creó el distrito de Boquerón, en el año 2021, la emisora cambió su nombre.

La participación comercial en este medio será:

| REGIÓN | EMISORA | FRECUENCIA | Provincia | Distrito | TIPO | BLOQUE HORARIO | | TIPO DE PIEZA | TOTAL SEGUNDOS | INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.) | INVERSIÓN TOTAL (con I.G.V.) |
|---------|----------------|------------|------------|----------|----------|----------------|-------|---------------|----------------|------------------------------|------------------------------|
| | | | | | | INICIO | FIN | | | | |
| UCAYALI | RADIO BOQUERÓN | 89.3 FM | Padre Abad | Boquerón | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 2,360 | S/ 3,540.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 480 | S/ 0.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 2,320 | S/ 3,480.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 800 | S/ 0.00 | |
| | | | | | | | | | 5,960 | S/ 7,020.00 | S/ 7,020.00 |

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 23-04-2025. 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 6557 0463



La inversión en este medio es de S/ 7,020.00 incluido el IGV, por la transmisión de 5,960 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 este medio se encuentra exonerado del IGV, por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley N° 27037, *Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía*.

9 EVALUACIÓN E IMPACTOS DE CAMPAÑA

Radios locales

La campaña será al 100 % en medios radiales de corte local y será difundida dentro del periodo comprendido entre el 19 de mayo y el 7 de junio del 2025.

El mix de medios comprende a 3 emisoras, cada una cubrirá un distrito participante de esta CPR 2025.

El planeamiento determina una compra total de 16,200 segundos, ejecución que significa S/ 21,972.96., incluido el IGV.

Asimismo, se resalta que el indicador de desempeño de la campaña será el dispuesto en el Plan de Estrategia Publicitaria 2025, según el siguiente detalle:

| INDICADOR DE PRODUCCIÓN FÍSICA | PROCESO ELECTORAL | PÚBLICO OBJETIVO | META PROYECTADA | RESPONSABLE |
|--|--------------------------------------|--------------------------------|---|-------------|
| Población informada sobre el proceso electoral | Consulta Popular de Revocatoria 2025 | Electores hábiles ⁸ | 64.21 % del público objetivo ⁹ . | GIEE |

⁸ Según Ficha Técnica CPR 2025

⁹ Según Plan Estratégico Institucional 2025 - 2030



10 ANEXO

1. Cuadros Plan de Medios: resumen de inversión general, resumen de inversión por medio.

Se deja constancia que las fuentes utilizadas para la elaboración del presente Plan de Medios se encuentran archivadas en la Subgerencia de Relaciones Interinstitucionales (SGRI), en caso de cualquier requerimiento.



**RESUMEN DE INVERSIÓN POR MEDIO DE COMUNICACIÓN
CAMPAÑA CONSULTA POPULAR DE REVOCATORIA DEL MANDATO DE AUTORIDADES MUNICIPALES 2025**

| MEDIO | FREUCENCIA | RAZON SOCIAL | R.U.C. | REGION | PROVINCIA | DISTRITO | TOTAL CON I.G.V. | SHARE % |
|----------------------|------------|--|-------------|--------------|------------|------------|---------------------|---------------|
| RADIO CULTURAL | 102.7 FM | ROJAS ORELLANA FELIX | 10283119152 | HUANCAVELICA | ANGARAES | Julcamarca | S/ 6,796.80 | 30.93% |
| RADIO LA ÚNICA | 103.3 FM | RADIOS CIUDADANAS E.I.R.L. | 20562632256 | JUNIN | JAUJA | Huamali | S/ 8,156.16 | 37.1% |
| RAIO BOQUERÓN | 89.3 FM | RADIODIFUSORA CABALLERO LAGOMARCINO J.B. S.A.C. | 20600273524 | UCAYALI | PADRE ABAD | Boquerón | S/ 7,020.00 | 31.9% |
| TOTAL GENERAL | | | | | | | S/ 21,972.96 | 100.0% |

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

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 23-04-2025. 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 6557 0463



CAMPAÑA: CONSULTA POPULAR DE REVOCATORIA DEL MANDATO DE AUTORIDADES MUNICIPALES 2025
MEDIO: RADIOS LOCALES
PERIODO: ENTRE EL 19 DE MAYO Y EL 7 DE JUNIO

| REGIÓN | EMISORA | FRECUENCIA | Provincia | Distrito | TIPO | BLOQUE HORARIO | | TIPO DE PIEZA | TOTAL SEGUNDOS | INVERSIÓN TOTAL (sin I.G.V.) | INVERSIÓN TOTAL (con I.G.V.) |
|-------------------------------------|----------------|------------|------------|------------|----------|----------------|-------|---------------|----------------|------------------------------|------------------------------|
| | | | | | | INICIO | FIN | | | | |
| HUANCAVELICA | RADIO CULTURAL | 102.7 FM | Angaraes | Julcamarca | ROTATIVO | 06:00 | 19:00 | SPOT | 1,920 | S/ 2,880.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 480 | S/ 0.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 19:00 | SPOT | 1,920 | S/ 2,880.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 800 | S/ 0.00 | |
| | | | | | | | | | 5,120 | S/ 5,760.00 | S/ 6,796.80 |
| JUNIN | RADIO LA ÚNICA | 103.3 FM | Jauja | Huamali | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 1,920 | S/ 3,456.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 480 | S/ 0.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 1,920 | S/ 3,456.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 800 | S/ 0.00 | |
| | | | | | | | | | 5,120 | S/ 6,912.00 | S/ 8,156.16 |
| UCAYALI | RADIO BOQUERÓN | 89.3 FM | Padre Abad | Boquerón | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 2,360 | S/ 3,540.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 480 | S/ 0.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 2,320 | S/ 3,480.00 | |
| | | | | | ROTATIVO | 06:00 | 18:00 | SPOT | 800 | S/ 0.00 | |
| | | | | | | | | | 5,960 | S/ 7,020.00 | S/ 7,020.00 |
| TOTAL GENERAL RADIOS LOCALES | | | | | | | | | 16,200 | S/ 19,692.00 | S/ 21,972.96 |

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

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

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

Visado digitalmente por:
UIPAN CHAVEZ MARIA MILAGROS
 Gerente de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto(e)
 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

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 23-04-2025. 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 6557 0463

