

"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"

Lima, 13 de Junio del 2019

RESOLUCION JEFATURAL N° 000144-2019-JN/ONPE

VISTOS: El Informe N° 000004-2019-GCRC/ONPE, de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas; el Memorando N° 001551-2019-GPP/ONPE, de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; el Memorando N° 000472-2019-GAJ/ONPE, de la Gerencia de Asesoría Jurídica; el Memorando N° 000736-2019-GCRC/ONPE, de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas; así como, el Informe N° 000200-2019-GAJ/ONPE, de la Gerencia de Asesoría Jurídica;

CONSIDERANDO:

Mediante Decreto Supremo N° 001-2019-PCM, el Presidente de la República convoca a Elecciones Municipales Complementarias 2019, para el día 7 de julio de 2019, con la finalidad de elegir alcaldes y regidores de los consejos municipales de los doce (12) distritos electorales en los que se declaró la nulidad de las Elecciones Municipales 2018, según lo descrito en la Resolución N° 3591-2018-JNE del Jurado Nacional de Elecciones;

En ese contexto, de conformidad con el literal h) del Artículo 5 de la Ley N° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), este organismo constitucional autónomo tiene entre otras funciones, 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;

Asimismo, el literal c) del Artículo 62 del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado por Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias, dispone que es función de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, diseñar, conducir y supervisar las campañas publicitarias con fines de difusión y comunicación a la ciudadanía;

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

Cabe mencionar que, con Resolución Jefatural N° 000097-2019-JN/ONPE, se aprobó el "Plan Operativo Electoral de las Elecciones Municipales Complementarias 2019, Versión 00";

En atención a lo expuesto y de conformidad con lo establecido por el citado Artículo 3 de la Ley N° 28874, la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas (GCRC), con el Informe de vistos, presentó ante la Jefatura Nacional, el Plan de Estrategia Publicitaria 2019, Versión 00, el cual expone la campaña publicitaria que llevará a cabo la ONPE en el marco de las Elecciones Municipales Complementarias 2019, teniendo como objetivos específicos: i) Informar a la población electoral sobre la fecha de la jornada electoral; ii) Motivar la participación de los actores electorales en las EMC 2019, invitándolos a reflexionar

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: sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do e ingresando el siguiente código de verificación: **WVQFBDR**



sobre la importancia de participar activamente en este proceso, así como de cumplir con sus responsabilidades asignadas (como miembros de mesa) y de emitir un voto consciente y responsable; y, iii) Sensibilizar a la población sobre el respeto a los resultados del proceso electoral, exhortando a que no se cometan delitos electorales;

Por su parte, la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, con el Memorando de vistos, otorgó su conformidad al Plan de Estrategia Publicitaria 2019, propuesto por la GCRC, precisando que la Sub Gerencia de Planeamiento y la Sub Gerencia de Presupuesto, han brindado su opinión técnica favorable al referido plan; motivo por el cual, recomienda proseguir con las gestiones administrativas orientadas a su aprobación a través de una Resolución Jefatural, por corresponder de acuerdo a la normativa aplicable;

En ese sentido, habiéndose verificado que el referido Plan guarda coherencia con los fines institucionales, lo dispuesto en la Directiva "Formulación, Reprogramación, Monitoreo y Evaluación de los Planes Institucionales de la Oficina Nacional de Procesos Electorales", Código DI01-GPP/PLAN, Versión 02, y en el Instructivo "Formulación, Reprogramación, Monitoreo y Evaluación de los Planes Institucionales" de la ONPE, Código: IN01-GPP/PLAN, Versión 03, resulta pertinente proceder a su aprobación;

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

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

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- Aprobar el "Plan de Estrategia Publicitaria 2019", Versión 00, cuyo texto, en anexo, forma parte integrante de la presente Resolución Jefatural.

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

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

Artículo Cuarto.- Disponer que la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas ponga a conocimiento de los órganos de la Entidad la aprobación del "Plan de Estrategia Publicitaria 2019", Versión 00.

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

Regístrese y comuníquese.

ELAR JUAN BOLAÑOS LLANOS
Jefe (e)
Oficina Nacional de Procesos Electorales

EBL/JCM/mbb/mra





PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2019

Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas

LIMA, JUNIO 2019

VERSIÓN 00



INDICE

| | |
|---|----|
| ABREVIATURAS | 3 |
| I. INTRODUCCIÓN | 4 |
| II. MARCO LEGAL | 5 |
| III. MARCO ESTRATÉGICO | 5 |
| 3.1. ALINEACIÓN DE OBJETIVOS | 5 |
| IV. JUSTIFICACIÓN | 6 |
| 4.1. ANTECEDENTES | 6 |
| 4.2. CAMPAÑA ELECCIONES MUNICIPALES COMPLEMENTARIAS 2019. | 6 |
| 4.3. PROBLEMÁTICA | 8 |
| Población multilingüe: | 8 |
| Electores y Miembros de mesa poco informados: | 8 |
| MATRIZ DE RIESGOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2018 | 9 |
| V. OBJETIVOS METAS E INDICADORES DEL PLAN | 10 |
| 5.1. Objetivo General: | 10 |
| 5.2. Objetivos Específicos: | 10 |
| 5.3. Objetivos de la marca: | 10 |
| 5.4. Objetivos de la comunicación: | 10 |
| 5.5. Público Objetivo | 11 |
| 5.6. Motivos de las campañas | 11 |
| 5.7. Medios de comunicación a utilizar | 11 |
| 5.8. Meta Institucional | 11 |
| VI. ESTRATEGIAS | 12 |
| VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN | 13 |
| VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO | 15 |
| IX. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN | 15 |



ABREVIATURAS

- EMC 2019: Elecciones Municipales Complementarias 2019
- GCRC: Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas
- GPP: Gerencia de Planeamiento y Presupuesto.
- JNE: Jurado Nacional de Elecciones
- ONPE: Oficina Nacional de Procesos Electorales.
- PE: Procesos Electorales.
- PEI: Plan Estratégico Institucional 2018 - 2022
- PIA: Presupuesto Institucional de Apertura.
- POI: Plan Operativo Institucional
- 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 autoridad máxima que se encarga de organizar y ejecutar distintos procesos electorales, de referéndum y otros tipos de consulta popular. Junto al Jurado Nacional de Elecciones (JNE) y al Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), conforman el Sistema Electoral Peruano.

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

Mediante Decreto Supremo N° 001-2019-PCM, el Presidente de la República convocó a Elecciones Municipales Complementarias 2019, para el día 7 de julio de 2019, con la finalidad de elegir alcaldes y regidores de los concejos municipales en doce (12) distritos a nivel nacional:

| REGION | PROVINCIA | DISTRITO |
|--------------|-------------------|---------------|
| Amazonas | Bagua | Aramango |
| Ancash | Antonio Raimondi | Mirgas |
| Cajamarca | Cajabamba | Condebamba |
| | Celendín | Huasmin |
| Ayacucho | Lucanas | Chipao |
| Huancavelica | Castrovirreyna | Huachos |
| Huánuco | Yarowilca | Pampamarca |
| La Libertad | Santiago de Chuco | Mollepata |
| | Virú | Guadalupito |
| Lima | Canta | Lachaqui |
| | Huarocharí | Sangallaya |
| Puno | Sandia | Alto Inambari |

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

“Diseñar, conducir y supervisar las campañas publicitarias con fines de difusión y comunicación a la ciudadanía; conforme lo establece en su artículo 62° el Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias”.

Asimismo, la GCRC, en articulación de los Lineamientos de Política Institucional de la ONPE, definidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2018 – 2022, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 108-2019-JN/ONPE, en el cual se establece como prioritario el uso intensivo de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) para fortalecer la cultura democrática y la tecnología electoral, considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan informar, difundir y sensibilizar a los ciudadanos en las actividades más relevantes del proceso electoral



a llevarse a cabo en el presente año.

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

II. MARCO LEGAL

- Constitución Política del Perú
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo
- Ley N° 26487, Ley Orgánica de la ONPE
- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal
- Ley N° 26859, Ley Orgánica de Elecciones y sus modificatorias.
- Ley N° 26864, Ley de Elecciones Municipales y sus modificatorias.
- Decreto Supremo N° 001-2019-PCM, Decreto Supremo que convoca a Elecciones Municipales Complementarias 2019
- Resolución Jefatural N° 275-2016-J/ONPE, que aprueba la Directiva de Formulación, Monitoreo, Reprogramación y Evaluación de los Planes Institucionales de la ONPE, Código DI01-GPP/PLAN, Versión 02.
- Instructivo Formulación, Reprogramación, Monitoreo y Evaluación de Planes Institucionales, Código IN01-GPP/PLAN, Versión 03
- Resolución Jefatural N° 108-2019-JN/ONPE, que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2018 – 2022 de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.
- Resolución Jefatural N° 111-2019-JN/ONPE, que aprueba el Plan Operativo Institucional de la Oficina Nacional de Procesos Electorales para el Año Fiscal 2019, versión 02.
- Resolución Jefatural N° 097-2019-JN/ONPE, que aprueba el Plan Operativo Electoral de las Elecciones Municipales Complementarias 2019, Versión 00.

III. MARCO ESTRATÉGICO

3.1. ALINEACIÓN DE OBJETIVOS

Los objetivos estratégicos institucionales, señalados en el PEI 2018 - 2022 determinan el accionar de la institución, estos objetivos se encuentran alineados a los productos del Programa Presupuestal N° 0125: “Mejora de la eficiencia de los procesos electorales e incremento de la participación política de la ciudadanía” y a los objetivos del Plan Estratégico Institucional 2018 - 2022. A continuación, se presenta el objetivo estratégico general, producto, actividad del Programa Presupuestal y la acción estratégica institucional, según detalle:



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

*Según el Plan Operativo Institucional (POI) 2019 y Plan Operativo Electoral EMC 2019.

IV. JUSTIFICACIÓN

4.1. ANTECEDENTES

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

- 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 e impacto de los mismos. Deberá sustentarse técnicamente la elección de los medios con que se llevará a cabo la publicidad del Proceso Electoral, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas.
- Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas publicitarias.

;

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

Por lo tanto, cumpliendo con lo establecido, la GCRC se dispone a formular, implementar y evaluar el Plan de Estrategia Publicitaria para el presente año, el cual contiene las temáticas definidas para la difusión de las campañas publicitaria a través de los medios masivos de comunicación. Durante el presente año, la campaña se ceñirá en el proceso electoral de las Elecciones Municipales Complementarias 2019 (EMC 2019).

4.2. CAMPAÑA ELECCIONES MUNICIPALES COMPLEMENTARIAS 2019 (EMC 2019)

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



continuación:

FICHA TÉCNICA DE LAS EMC 2019 - V06

(Actualizada al 27 de Mayo de 2019)

| Item | Descripción | Elecciones Municipales Complementarias 2019 | |
|------|-----------------------------------|---|--------|
| 1 | Proceso | | |
| 2 | Ámbito | Nacional | |
| 3 | Periodicidad | Variable | |
| 4 | Fecha de elección ^{a/} | Domingo, 7 de julio de 2019 | |
| 5 | ODPE ^{b/} | 4 | |
| 6 | Tipo de Tecnología ^{c/} | SEA | TOTAL |
| 7 | Electores Hábiles ^{d/} | 47,261 | 47,261 |
| 8 | Mesas de Sufragio ^{e/} | 169 | 169 |
| 9 | Locales de Votación ^{f/} | 24 | 24 |
| 10 | Distritos ^{a/} | 12 | 12 |
| 11 | Centros Poblados ^{g/} | 9 | 9 |

Nota: Se considera un máximo de 300 electores por mesa.

a/ En base al DS 001-2019-PCM y anexo.

b/ En base a la Resolución Jefatural 000069-2019-JN/ONPE (15FEB2019)

c/ En base al Memorando 000346-2019-GOECOR (01FEB2019)

d/ En base a la Resolución 0024-2019-JNE (Aprobación del padrón electoral definitivo)

e/ En base a la conformación de mesas de sufragio

f/ Sujeto a cambios, según indicado por GOECOR - ODPE

g/ Se considera a los CCPP principales, es decir los que generaron la solicitud de IMS

SEA: Sistema de Escrutinio Automatizado**Detalle de Centros Poblados**

| | | |
|------|---------------------|-------|
| | Electores Hábiles | 8,193 |
| 11.1 | Mesas de Sufragio | 31 |
| | Locales de Votación | 10 |

La estrategia publicitaria para las EMC 2019 apunta a informar, motivar y sensibilizar a los electores respecto a las actividades que se llevan a cabo en torno al proceso electoral, así como de sus responsabilidades y derechos como elector y, en caso hayan sido elegidos, como miembros de mesa.

La campaña publicitaria será de cobertura regional, considerando las zonas donde están ubicados los distritos participantes.

El objetivo de la campaña es informar a la ciudadanía sobre la importancia de elegir a sus autoridades, respetando el voto popular. Teniendo en cuenta que en los distritos participantes se generaron delitos electorales (destrucción del material



electoral, actos de violencia), se hará énfasis en informar sobre cuáles son estas acciones prohibidas y que su accionar está sancionado con penas privativas de libertad.

Se utilizarán medios masivos radiales de corte regional y/o local, dependiendo de lo que se requiera.

Las piezas comunicacionales a utilizar para la difusión serán:

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

La campaña se ejecutará en el plazo de quince (15) días antes de la jornada electoral.

El presupuesto a ejecutarse es de S/. 30,000.00 (treinta mil y 00/100 soles).

4.3. PROBLEMÁTICA

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

- **Población multilingüe:**

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

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

Los ciudadanos de los distritos participantes, en su mayoría, no muestran interés por informarse del proceso electoral y por conocer si han sido sorteados como miembros de mesa; teniendo en cuenta que ni siquiera creen en la transparencia del proceso (una de las principales razones por las que se generaron los actos de violencia electoral que suspendieron las elecciones municipales el año pasado ha sido justamente la negación de los resultados por parte de una parte de los pobladores locales). Esto complica la entrega de credenciales y las jornadas de capacitación programadas, dando como consecuencia una jornada electoral con problemas en su realización.

Análisis de Riesgos

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



MATRIZ DE RIESGOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2019

| IDENTIFICACION, ANALISIS DEL RIESGO Y OPORTUNIDADES | | | | | | | | | | | EVALUACION DE RIESGOS | | | | | |
|---|------------------------------|---|--|---|--|--|--|---|--|---|-----------------------------|----------|-----------------------------|-------|-----------------------------|-------|
| N° | Fecha de registro | PROCESO NIVEL 1 Ver Tabla 1 | OBJETIVO DE PROCESO Ver Tabla 2 | ACTIVIDAD | TIPO DE RIESGO | RIESGOS | PROPIETARIO DE RIESGO | CAUSAS | EFECTOS / CONSECUENCIAS | CLASIFICACIÓN DEL RIESGO Ver Tabla 3 | PROBABILIDAD | | IMPACTO | | RIESGO | |
| | | | | | | | | | | | VALOR | NIVEL | VALOR | NIVEL | VALOR | NIVEL |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 |
| Colocar el código: Si es negativo :RX: Si es positivo :OX: donde x: es número correlativo desde 1 | Colocar la fecha de registro | Indicar el nombre del proceso Ver tabla 1 | Indicar el objetivo del proceso de nivel 1 (la razón de ser del proceso) Ver tabla 2 | 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 | El Propietario es el que tiene la capacidad y autoridad para tratar el riesgo. | origen(es), condición(es) o factor(es) que generarían el riesgo] Nota: La descripción debería reflejar, para riesgos negativos, ausencia, limitación, deficiencia, | [Indicar el efecto negativo o positivo sobre la consecución de los objetivos. | Colocar el tipo de riesgo que mas prevalece Ver tabla 3 | Ver tabla 4 | | Ver tabla 5 | | Ver tabla 6 | |
| R1 | 29/05/2019 | Comunicaciones | Mejorar la comunicación del proceso electoral para contribuir a que la población se encuentre informada. | Difusión de información en procesos electorales Procesamiento de resultados. | Negativo | Población multilingüe | GCRC | Diversidad cultural y lingüística en el país | Poco o nulo entendimiento de la campaña publicitaria por parte de la población electoral que use otro idioma/lengua/dialecto para comunicarse. | Imagen | 3 | Moderada | 3 | Medio | 9 | ALTO |
| R2 | 29/05/2019 | Comunicaciones | Mejorar la comunicación del proceso electoral para contribuir a que la población se encuentre informada. | Difusión de información en procesos electorales | Negativo | Electores y miembros de mesa poco informados sobre el proceso electoral. | GCRC | Poco interés de la población en informarse al respecto. Poca credibilidad en los procesos electorales | La jornada electoral no se lleva a cabo de manera oportuna. | Imagen | 3 | Moderada | 3 | Medio | 9 | ALTO |



V. OBJETIVOS METAS E INDICADORES DEL PLAN

5.1. Objetivo General:

Convocar y motivar de manera precisa, oportuna y eficiente, la participación de los electores y miembros de mesa en el marco del Proceso de Elecciones Municipales Complementarias 2019, previsto para el presente año. De la misma forma, propiciar y motivar la reflexión sobre un voto consciente y responsable tanto para la elección de las autoridades, respetando los resultados.

5.2. Objetivos Específicos:

- Informar a la población electoral sobre la fecha de la jornada electoral.
- Motivar la participación de los actores electorales en las EMC 2019, invitándolos a reflexionar sobre la importancia de participar activamente en este proceso, así como de cumplir con sus responsabilidades asignadas (como miembros de mesa) y de emitir un voto consciente y responsable.
- Sensibilizar a la población sobre el respeto a los resultados del proceso electoral, exhortando a que no se cometan delitos electorales.

5.3. Objetivos de la marca:

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

5.4. Objetivos de la comunicación:

- Difundir los mensajes del proceso electoral a los ciudadanos, a nivel regional/local, teniendo en cuenta el alcance de las EMC 2019. Incluso, se considerará los idiomas nativos en caso sea necesario.
- Sensibilizar a los actores electorales sobre la necesidad de participar activamente (como miembros de mesa y/o electores) en lo concerniente a su rol durante la jornada electoral y destacar la importancia de emitir un voto consciente y responsable, teniendo en cuenta que los electores tienen una participación decisiva en el desarrollo y progreso del país mediante la elección de autoridades.
- Exhortar a la ciudadanía sobre la prohibición de los delitos electorales, resaltando que se castiga con pena privativa de la libertad a aquellos que los cometan.
- Promover en los ciudadanos el interés por conocer el local de votación y número de la mesa donde vayan a votar.



5.5. Público Objetivo

- Ciudadanos hombres y mujeres mayores de 18 años a 70 años de los distritos involucrados que vayan a participar, como electores y miembros de mesa, en las Elecciones Municipales Complementarias 2019: **47,261 personas**.

5.6. Motivos de las campañas

La campaña considera los siguientes temas:

- **Participación como electores**

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

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

- **Prevención de la violencia electoral**

Se apunta a sensibilizar a la población local a respetar los resultados de los comicios, haciendo énfasis en la prohibición de los delitos electorales. Se informará sobre las consecuencias por cometer acciones indebidas (pena privativa de la libertad).

- **Participación como miembros de mesa**

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

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

5.7. Medios de comunicación a utilizar

- **Radios:**

- Spot de radio de hasta un (1) minuto (60 segundos).

La descripción, frecuencia y presupuesto específico de los conceptos y medios definitivos a utilizar en cada campaña serán determinados de acuerdo al monto de inversión que demande el Plan de Medios de las EMC 2019. Dicho documento contará con el sustento técnico de los medios seleccionados, según la cobertura y disponibilidad en los distritos participantes.

5.8. Meta Institucional

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



| INDICADOR DE PRODUCCIÓN FÍSICA | PROCESO ELECTORAL | META PROYECTADA | RESPONSABLE |
|--|-------------------|---------------------------|-------------|
| Población informada sobre el proceso electoral | EMC 2019 | 50% de electores hábiles. | GCRC |

VI. ESTRATEGIAS

6.1 Estrategias Operativas

| | | |
|----------------------|---|---|
| Campaña Publicitaria | ELECCIONES MUNICIPALES COMPLEMENTARIAS 2019 | I Indagación de cobertura de medios. II. Propuesta de diseño de materiales. III Propuesta de mensajes de la campaña |
|----------------------|---|---|



VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN

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

1. NOMBRE DEL PLAN - AÑO:

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2019

2. ORGANO RESPONSABLE:

GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES CORPORATIVAS

| 3. Cód. | 4. Actividad Operativa / Tarea / Acción | 5. Unidad Orgánica Responsable | 6. Unidad de Medida | 7. Programación | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|--|--------------------------------|---------------------|-----------------|------------|------------|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | | | Fecha | | Meta Anual | Metas Físicas Mensuales | | | | | | | | | | | |
| | | | | Inicio | Fin | | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
| 1 | PROCESO DIRECCIONAL | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1,3 | GESTION DE LA PLANIFICACION | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.3.2 | ACTIVIDAD: Formulación de Planes Especializados y de Acción | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.3.2.1 | Planificación Comunicacional | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.3.2.1.1 | Elaborar Plan de Estrategia Publicitaria para el proceso electoral EMC 2019 | GCRC | Informe | 29/05/2019 | 29/05/2019 | 1 | | | | | 1 | | | | | | | |
| 1.3.2.1.2 | Remitir a la JN el Plan de Estrategia Publicitaria 2019 para aprobación | GCRC | Informe | 03/06/2019 | 03/06/2019 | 1 | | | | | | 1 | | | | | | |
| 1.3.2.1.3 | Aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019 mediante Resolución Jefatural. | GCRC | Resolución | 13/06/2019 | 13/06/2019 | 1 | | | | | | 1 | | | | | | |
| 1.3.2.1.4 | Elaborar Plan de Medios | GCRC | Informe | 30/05/2019 | 13/06/2019 | 1 | | | | | | 1 | | | | | | |
| 1.3.2.1.5 | Remitir a la JN el Plan de Medios para aprobación | GCRC | Informe | 13/06/2019 | 13/06/2019 | 1 | | | | | | 1 | | | | | | |
| 1.3.2.1.6 | Aprobación del Plan de Medios mediante Resolución Jefatural | GCRC | Resolución | 18/06/2019 | 18/06/2019 | 1 | | | | | | 1 | | | | | | |



| 3. Cód. | 4. Actividad Operativa / Tarea / Acción | 5. Unidad Orgánica Responsable | 6. Unidad de Medida | 7. Programación | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|---|--------------------------------|---------------------|-----------------|------------|------------|-------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| | | | | Fecha | | Meta Anual | Metas Físicas Mensuales | | | | | | | | | | | |
| | | | | Inicio | Fin | | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Sep | Oct | Nov | Dic |
| 1.3.2.2 | Campaña de difusión de las Elecciones Municipales Complementarias 2019 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1.3.2.2.1 | Transmitir la campaña publicitaria EMC 2019 | GCRC | Reporte | 25/06/2019 | 06/07/2019 | 1 | | | | | | | 1 | | | | | |
| 1.3.2.2.2 | Reportar sobre los resultados de la difusión de la campaña publicitaria. | GCRC | Informe | 15/07/2019 | 31/07/2019 | 1 | | | | | | | 1 | | | | | |



VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO

El presupuesto propuesto para la implementación de la estrategia publicitaria se basa en el Memorando N° 1270-2019-GPP/ONPE, que comunica la aprobación de una demanda presupuestal adicional, aprobada con Resolución Jefatural N° 129-2019-JN/ONPE.

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

| Específica de gasto | Descripción | Monto |
|---------------------|-------------------------|--------------|
| 2.3.2.2.4.1 | Servicios de Publicidad | S/ 30,000.00 |

En tal sentido, la propuesta se describe a continuación:

| ELECCIONES MUNICIPALES COMPLEMENTARIAS 2019 | |
|---|-----------------------------|
| Tiempo de difusión: junio – julio 2019 | |
| Locaciones a difundir: | |
| <ul style="list-style-type: none"> • A nivel nacional • Distritos participantes en las EMC 2019 | |
| MEDIO | COSTO (Incluido IGV) |
| Radio | S/ 30,000.00 |
| TOTAL PUBLICIDAD | S/ 30,000.00 |

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

IX. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

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

