

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú"
"Año de la consolidación del Mar de Grau"

Lima, 09 de Mayo del 2016

RESOLUCION JEFATURAL N° 000110-2016-J/ONPE

VISTOS: el Informe N° 000043-2016-GCRC/ONPE de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, los Memorandos N° 002579 y N° 002596-2016-GPP/ONPE de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto y el Informe N° 000210-GAJ/ONPE de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

De conformidad con el literal h) del artículo 5° de la Ley N° 26487 Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, es función de este organismo electoral 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;

Mediante Resolución Jefatural N° 000045-2016-J/ONPE se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria 2016; respecto del cual, la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas recomienda su reprogramación, a fin precisar sobre el dimensionamiento de la aplicación del Voto Electrónico, según la Ficha Técnica aprobada; así como, del ajuste de la inversión publicitaria para la Segunda Elección Presidencial 2016, lo que permitirá difundir los mensajes de motivación e información a los miembros de mesa y electores relacionado a las actividades y los roles que cumplirán en la jornada electoral;

Mediante los Memorandos de Vistos la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto emite opinión favorable por las modificaciones propuestas;

De conformidad con lo dispuesto en los literales c) y g) del artículo 5° y el artículo 13° de la Ley N° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, así como en el literal s) y t) del artículo 11° del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado por 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 2016 Reprogramado Versión 01", cuyo texto en Anexo forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo Segundo.- Disponer que la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas efectúe el seguimiento y evaluación del cumplimiento del Plan de Estrategia Publicitaria 2016 Reprogramado Versión 01.

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

Artículo Cuarto.- Publicar la presente resolución en el portal institucional www.onpe.gob.pe, dentro del plazo de tres (3) días de su emisión.

Regístrese y comuníquese.

MARIANO AUGUSTO CUCHO ESPINOZA
Jefe
Oficina Nacional de Procesos Electorales

MCE/spp/mbb/aar



PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016 (REPROGRAMADO)

Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas

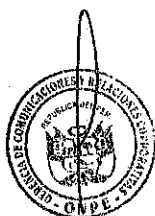
LIMA, MAYO 2016

VERSIÓN 01



INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	4
II.	MARCO LEGAL.....	6
III.	MARCO ESTRATÉGICO.....	7
3.1.	ALINEACIÓN DE OBJETIVOS Y PROGRAMA PRESUPUESTAL	7
IV.	JUSTIFICACIÓN.....	7
4.1	ANTECEDENTES.....	7
4.2	PROBLEMÁTICA	12
4.3	MATRIZ DE RIESGOS.....	12
V.	OBJETIVOS METAS E INDICADORES DEL PLAN.....	13
VI.	ESTRATEGIAS	17
6.1	ESTRATEGIAS OPERATIVAS	17
VII.	ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN	17
VIII.	PRESUPUESTO REQUERIDO	19
IX.	MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN.....	19



ABREVIATURAS

- EG 2016: Elecciones Generales 2016.
- SEP 2016: Segunda Elección Presidencial 2016.
- GCRC: Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas
- GPP: Gerencia de Planeamiento y Presupuesto.
- ETLV: Elige tu local de votación.
- JNE: Jurado Nacional de Elecciones
- ONPE: Oficina Nacional de Procesos Electorales.
- PE: Procesos Electorales.
- PEI: Plan Estratégico Institucional 2014-2017.
- PIA: Presupuesto Inicial 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. La ONPE es la autoridad máxima en la organización y ejecución de los procesos electorales, de referéndum u otras consultas populares. Es un organismo autónomo que tiene atribuciones en materia técnica, administrativa, económica y financiera. Junto al Jurado Nacional de Elecciones (JNE) y al Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), conforman el Sistema Electoral Peruano.

La ONPE garantiza 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 época electoral 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.

La Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas (GCRC), de acuerdo al Reglamento de Organización y Funciones, tiene a su cargo, entre otras funciones: (a) Proponer, dirigir, supervisar y evaluar la política y el Plan de Comunicaciones de la Oficina Nacional de Procesos Electorales; (b) Evaluar, proponer, ejecutar y supervisar los planes, programas y actividades de comunicación interna y externa, de relaciones públicas, imagen institucional y prensa de la ONPE, incluyendo las que deba desarrollar para el mejor funcionamiento de las Oficinas Descentralizadas de Procesos Electorales; (c) 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 modificaciones.

La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) organizará y ejecutará el domingo 10 de abril las Elecciones Generales 2016, para la elección del Presidente de la República, Congresistas de la República y Representantes ante el Parlamento Andino, conforme la convocatoria realizada por la Presidencia del Consejo de Ministros a través del Decreto Supremo N° 080-2015-PCM del 14 de noviembre del 2015.

Que dicha convocatoria se realizó de acuerdo lo que indica el numeral 5) del artículo 118° de la Constitución Política del Perú, concordante con el artículo 80° de la Ley N° 26859 – Ley Orgánica de Elecciones, establece que corresponde al Presidente de la República convocar a Elecciones Generales para la elección del Presidente de la República y Vicepresidentes así, como los congresistas de la República.

Que la Ley N° 28360 – Ley de Elecciones de Representantes ante el Parlamento Andino establece la elección de los Representantes ante el Parlamento Andino es por el período constitucional previsto para el Presidente, Vicepresidentes y Congresistas de la República.

Hay que tener en cuenta que, si ninguno de los candidatos a Presidente de la República y Vicepresidentes obtuviese más de la mitad de votos válidos, se procederá a una segunda elección entre los dos (2) candidatos que hubiesen obtenido la votación más alta para el domingo 05 de junio del 2016, estimándose que dicha fecha estaría dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la proclamación de los cómputos oficiales.



Las Elecciones Generales se registrarán por las disposiciones de la Constitución Política del Perú, la Ley Orgánica de Elecciones Ley N° 26859 y sus modificatorias y la Ley de Elecciones de Representantes ante el Parlamento Andino Ley N° 28360 y su modificatoria.

En dicho proceso electoral van a participar 22 millones 901 mil 954 electores de las 25 regiones del país y peruanos en el extranjero.

Por otro lado, el artículo N° 3 de la Ley N° 28874 - Ley de Publicidad Estatal, determina 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 pretenden llevar a cabo.
- c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo 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.
- d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas.



II. MARCO LEGAL

- ✓ Constitución Política del Perú
- ✓ Ley N° 26487, Ley Orgánica de la ONPE
- ✓ Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal
- ✓ Ley N° 26859, Ley Orgánica de Elecciones
- ✓ Ley N° 28094, Ley de Partidos Políticos
- ✓ DS N° 080-2015-PCM, Convocatoria a Elecciones Generales 2016 para la elección de Presidente, Vicepresidentes, Congresistas y Representantes Peruanos ante el Parlamento Andino.
- ✓ Resolución Jefatural N° 064-2014-J/ONPE, que aprueba el Plan Estratégico Institucional para el periodo 2014-2017 de la Oficina Nacional de Procesos Electorales.
- ✓ Resolución Jefatural N° 371-2015-J/ONPE, que aprueba la Directiva de Formulación, Reprogramación, Monitoreo y Evaluación de los Planes Institucionales de la ONPE e Instructivo Formulación, Reprogramación, Monitoreo y Evaluación de los Planes Institucionales de la ONPE, Versión 01



III. MARCO ESTRATÉGICO

3.1. ALINEACIÓN DE OBJETIVOS Y PROGRAMA PRESUPUESTAL

Los objetivos estratégicos institucionales, señalados en el PEI 2014-2017, determinan el accionar de la institución, asimismo estos objetivos, se encuentran alineados a los productos del Programa Presupuestal N° 0125: "Mejora de la eficacia de los Procesos Electorales e incremento de la Participación Políticas de la Ciudadanía". A continuación, se presenta el objetivo estratégico general, objetivo específico, producto y su actividad, según detalle:

OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL	PRODUCTO	ACTIVIDAD DEL PROGRAMA PRESUPUESTAL	OBJETIVO ESPECÍFICO
OEG1: Fortalecer las prácticas democráticas en el país, garantizando la fiel y libre expresión de la voluntad ciudadana.	3000654. Proceso electoral oportuno y eficiente	5005022. Población informada sobre el proceso electoral	OE3: Difundir las diferentes actividades que realiza la ONPE, durante el desarrollo de los procesos electorales

Asimismo, es una tarea programada en el Plan Operativo Institucional 2016, y sus modificatorias, la cual se alinea al OEG05: Fortalecer la organización con una gestión de excelencia y calidad orientada al ciudadano.

IV. JUSTIFICACIÓN

4.1 ANTECEDENTES

De acuerdo a lo que indica el art. 3° de la Ley N° 28874 Ley de Publicidad Estatal es responsabilidad del Titular del pliego que para realizar publicidad deberá contar con a) Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias.

Por lo tanto, la GCRC propone el presente Plan de Estrategia Publicitaria el cual define los lineamientos que todas las campañas publicitarias durante el año 2016, con la finalidad de mantener informada a la mayor cantidad de electores (Público objetivo), haciendo uso de todos los medios de comunicación disponibles y pertinentes.

El presente plan contempla las campañas publicitarias que se difundirán en los diversos medios de comunicación de ámbito nacional y local (dependiendo el proceso electoral), a través de los cuales se difundirán los mensajes que informarán, motivarán y sensibilizarán a los electores de todo lo relacionado con las actividades y roles que cumplirán en los dos procesos electorales que se ejecutarán en el presente año. Las campañas publicitarias que se van a ejecutar están enmarcadas en los siguientes procesos electorales:



a) Campaña de sensibilización e información previa a las Elecciones para Presidente, Vicepresidente, Congresistas de la República y Representantes ante el Parlamento Andino 2016

- La campaña de sensibilización e información será de ámbito nacional abarcando las 25 regiones del país. Tiene como objetivo, contribuir a crear conciencia democrática en los electores, valorando la importancia de su participación en aspectos cruciales como la reforma electoral en el marco de las EG 2016, la relevancia de la reforma electoral y de emitir un voto, de la confianza que deposita en las autoridades a elegir y a partir de ello "hacer que su voto cuente". Su inicio se previó en el mes de setiembre de 2015 (primera etapa) hasta el 2016 (segunda etapa).

b) Campaña de motivación del programa "Elige tu local de votación"

- Para las Elecciones de Presidente, Vicepresidente y Congresistas de la República y Representantes ante el Parlamento Andino 2016, la ONPE debe atender una población electoral proyectada, para Lima Metropolitana y Callao, de 7 millones 615 mil 266 electores.
- En este contexto, la ONPE enfrenta un reto que consiste en que los ciudadanos accedan a la plataforma de "Elige tu local de Votación" y puedan elegir el local de votación más cercano a su domicilio a fin de disminuir las dificultades que experimentan los ciudadanos el día de la jornada electoral, especialmente, debido a las grandes distancias que deben recorrer entre su residencia y el Local de Votación. Esta situación genera congestión vehicular, pérdida de horas hombre, gastos en transporte, seguridad, entre otros, convirtiéndose un problema generalizado que afecta particularmente a poblaciones que residen en las zonas periféricas de Lima Metropolitana y Callao.
- Considerando dicha problemática la ONPE ha puesto a disposición de los ciudadanos de Lima Metropolitana y Callao el programa "Elige tu local de votación" a través del cual podrán elegir 3 opciones de local en los cuales podrían sufragar. Dicha selección le permitirá el elector votar cerca de su residencia por lo que se disminuirá considerablemente el uso de transporte público y privado y por consiguiente el tráfico en las calles de la capital no será un problema mayúsculo. Promoviendo además un voto en familia.
- La ONPE, extenderá progresivamente la aplicación del programa "Elige tu local de votación" a todo el país. Inicialmente, se priorizará Lima Metropolitana y Callao en consideración a que concentra el 30% de electores del país.
- La campaña publicitaria de motivación al ciudadano se inició el mes de diciembre del 2015 y se extenderá hasta enero de 2016, a continuación, se presenta la población total de electores de Lima y Callao



CUADRO N° 01: NÚMERO DE ELECTORES DE LIMA METROPOLITANA Y CALLAO

PROVINCIA	DISTRITO	ELECTORES TOTAL
LIMA	ANCON	30,354
LIMA	ATE	397,832
LIMA	BARRANCO	45,783
LIMA	BREÑA	103,155
LIMA	CARABAYLLO	174,134
LIMA	CHACLACAYO	38,879
LIMA	CHORRILLOS	232,035
LIMA	CIENEGUILLA	17,927
LIMA	COMAS	400,142
LIMA	EL AGUSTINO	152,545
LIMA	INDEPENDENCIA	165,237
LIMA	JESUS MARIA	110,495
LIMA	LA MOLINA	151,934
LIMA	LA VICTORIA	202,533
LIMA	LIMA	311,356
LIMA	LINCE	83,625
LIMA	LOS OLIVOS	278,454
LIMA	LURIGANCHO	118,709
LIMA	LURIN	53,312
LIMA	MAGDALENA DEL MAR	64,764
LIMA	MIRAFLORES	131,570
LIMA	PACHACAMAC	58,097
LIMA	PUCUSANA	9,018
LIMA	PUEBLO LIBRE	96,635
LIMA	PUENTE PIEDRA	196,680

PROVINCIA	DISTRITO	ELECTORES TOTAL
LIMA	PUNTA HERMOSA	5,567
LIMA	PUNTA NEGRA	5,640
LIMA	RIMAC	168,288
LIMA	SAN BARTOLO	5,416
LIMA	SAN BORJA	123,015
LIMA	SAN ISIDRO	76,439
LIMA	SAN JUAN DE LURIGANCHO	692,951
LIMA	SAN JUAN DE MIRAFLORES	311,581
LIMA	SAN LUIS	58,824
LIMA	SAN MARTIN DE PORRES	480,065
LIMA	SAN MIGUEL	131,887
LIMA	SANTA ANITA	176,196
LIMA	SANTA MARIA DEL MAR	1,408
LIMA	SANTA ROSA	12,812
LIMA	SANTIAGO DE SURCO	302,684
LIMA	SURQUILLO	93,235
LIMA	VILLA EL SALVADOR	298,887
LIMA	VILLA MARIA DEL TRIUNFO	302,078
CALLAO	BELLAVISTA	70,269
CALLAO	CALLAO	351,814
CALLAO	CARMEN DE LA LEGUA-REYNOSO	40,954
CALLAO	LA PERLA	55,866
CALLAO	LA PUNTA	7,321
CALLAO	MI PERU	20,293
CALLAO	VENTANILLA	196,571
TOTAL		7,615,266

Información proyectada de electores, con base en el padrón actualizado trimestralmente por el RENIEC al mes de setiembre 2015.

Fuente: Estadística/SGPL/GPP/ONPE- Plan de ETLV aprobado con RG N° 002-2012-GPP/ONPE (15DIC2015)

c) Campaña Elecciones Generales 2016

- Campaña de cobertura nacional para una población aproximada de 22 millones 901 mil 954 electores en 25 regiones del país. Está dirigida a convocar la participación de electores, miembros de mesa debidamente informados a la jornada electoral.



FICHA TÉCNICA DE LAS EG – 2016

Tipo de Elección		Elecciones de Presidente, Vicepresidentes, Congresistas y Representantes ante Parlamento Andino 2016				
Periodicidad	Fija					
	01	Presidente				
	02	Vice Presidentes				
Autoridades a elegir	130	Congresistas				
	05	Representantes ante Parlamento Andino				
	10	Suplentes ante Parlamento Andino				
Ámbito de la consulta	Nacional (1,854 distritos) y Extranjero (1,266 ciudades)					
Fecha de elección	10 de abril de 2016					
Variable	EG 2016					
ODPE	60					
	Nacional				Extranjero	
Tipo de Votación	Voto Electrónico ^a		CON ^{b3/}	Total Nacional	CON ^b	TOTAL
	VEP ^{a1/}	SEA ^{a2/}				
Nº Distritos/ Ciudades	19	121	1,714	1,854	1,266	1,854 distritos 1,266 ciudades
Votos Válidos ^c	743,169	1,378,429	19,895,432	22,017,030	884,924	22,901,954
Mesas de Sufrágio ^d	2,194	4,856	67,174	74,224	3,083	77,307
Locales de Votación	130	882	4,108	5,120	234	5,354

Ficha Técnica actualizada al 05/08/2016

- 1/ Datos en base al padrón APROBADO 21ENE2016 (Resol. N° 0053-2016-JNE).
- Tipos de votación y ámbito de aplicación:
- VEP: 19 distritos.- Lima (16 distritos), La Punta, Mi Perú y Pacarán.
 - SEA: 121 distritos completos.
 - CON (Convencional): Resto del país (1,714 distritos) y en el Extranjero (1,266 ciudades).
- 2/ Las mesas se conformarán con los siguientes criterios, validados al 10FEB2016:
- * Hasta 360 electores por mesa en Voto Electrónico (VEP, SEA)
 - ^b Hasta 350 electores por mesa.
- 3/ CCPP que participan en las EG2016: 2,491 – En 667 Locales de Votación (08 CON, 02 VEP, 657 SEA)
- Del total de mesas de sufragio en el extranjero, en 30 mesas de sufragio (721 electores), no se realizará selección de 25 candidatos para miembros de mesa ni sorteo de miembros de mesa, por contar con menos de 25 electores que cumplan con los requisitos para la selección de candidatos para miembros de mesa.



FICHA TÉCNICA DE LAS EG 2ª. Vuelta – 2016

Tipo de Elección	Elección de Presidente y Vicepresidentes, 2016					
Periodicidad	Variable					
Autoridades a Elegir	01 Presidente 02 Vice Presidentes					
Ámbito de la consulta	Nacional (1,854 distritos) y Extranjero (1,266 ciudades)					
Fecha de elección	05 de junio de 2016					
Variable	EG 2ª. Vuelta 2016					
ODPE	60					
Tipo de Votación	Nacional				Extranjero	
	Voto Electrónico ^a		CON ^{b,3/}	Total Nacional	CON ^b	TOTAL
	VEP ^{3/}	SEA ^{3/}				
Nº Distritos/ Ciudades	19	121	1,714	1,854	1,266	1,854 distritos 1,266 ciudades
Electores Hábiles ^{3/}	743,169	1,378,429	19,895,432	22,017,030	884,924	22,901,954
Mesas de Sufragio ^{2/}	2,194	4,856	67,174	74,224	3,083	77,307
Locales de Votación	130	882	4,108	5,120	234	5,354

Ficha Técnica al 26ABR016

- 1/ Datos en base al padrón APROBADO 21ENE2016.
- Tipos de votación y ámbito:
 - **VEP: 19 distritos.-** Lima Metropolitana (16 distritos), La Punta, Mi Perú y Pacarán.
 - **SEA: 121 distritos completos.**
 - **CON (Convencional):** Resto del país (1,714 distritos) y en el Extranjero (1,266 ciudades).
- 2/ Las mesas se conformarán con los siguientes criterios, validados al 10FEB2016:
 - ^a Hasta 360 electores por mesa en Voto Electrónico (VEP, SEA)
 - ^b Hasta 300 electores por mesa en Voto Convencional.
- 3/ CCPP que participan en las EG2016: 2,491 – En 667 Locales de Votación (03 CON, 07 VEP, 657 SEA)



- Del total de mesas de sufragio en el extranjero, en 30 mesas de sufragio (721 electores), no se realizará selección de 25 candidatos para miembros de mesa ni sorteo de miembros de mesa, por contar con menos de 25 electores que cumplan con los requisitos para la selección de candidatos para miembros de mesa.

4.2 PROBLEMÁTICA

En lo que respecta a la problemática precisamos 4 aspectos que consideramos fundamentales tanto en la primera como segunda elección:

4.2.1. Asignación Presupuestal ajustada:

Dicha situación podría poner en riesgo el inicio y proyección de los servicios a disponer para el cumplimiento de los objetivos estratégicos y comunicacionales previstos.

4.2.2. Ubicación de local de votación, mesas de sufragio y miembros de mesa:

Electores poco interesados e informados podrían cuestionar la organización del proceso electoral, más aún de no garantizar la orientación y señalética del ordenamiento alfabético dentro del local de votación.

4.2.3. Desconocimiento de aplicación del voto electrónico en Lima Metropolitana y el Callao.

Electores podrían observar la demora de información en la aplicación del Voto Electrónico Presencial, requiriendo que la capacitación e información sea oportuna.

4.2.4. Poco interés y carencia de valores democráticos

Electores y miembros de mesa no acudan a participar del proceso y menos a instalar las mesas de votación en el horario programado.

4.3 MATRIZ DE RIESGOS

Se procede a presentar la matriz de riesgos, identificados por esta Gerencia los cuales se detallan en el siguiente cuadro:



MATRIZ DE RIESGOS DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016

ONPE		PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016		PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016		PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016		PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016		PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016		PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016		
OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		
OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		OBJETIVO		
1	Proceso: Planeamiento-Organización Posible cuestionamiento de la ONPE, por no habilitar el voto electrónico en todo Lima Metropolitana y/o el país.	Reclamos por parte de electores de distritos de Lima Metropolitana y/o provincia, por no acceder a las facilidades del voto electrónico	No considerar en el alcance de proyecto a nivel nacional	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MITIGAR	Disfrazar a través de los medios de comunicación, charlas, etc, que la implementación es progresiva y que por ahora se aplicará en los 30 distritos de Lima Metropolitana y Callao	GORCIGIEE
2	Proceso: Identificación de mesas de sufragio Desconocimiento por parte de la población sobre la mesa de sufragio en la que le corresponderá votar.	Incertidumbre por parte de los electores con respecto a la ubicación de su mesa de votación donde le corresponde votar, teniendo en consideración que ahora será por orden alfabético	No haber informado correctamente a la población que la ubicación de su mesa de sufragio será por orden alfabético.	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	MITIGAR	Informar a los electores cual será el procedimiento para conocer su mesa de votación	GOECORODPE
3	Proceso: Elección de local de votación Falta de elección de local de votación de la gran mayoría de electores de Lima metropolitana y Callao, sobre todo de aquellos que estaban conformes con su local de votación.	Reclamos por parte de los electores ante la desconformidad de los locales de votación asignados.	Tiempo para el registro muy limitado	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MODERADO	MITIGAR	Brindar información a los electores sobre los locales asignados para el cumplimiento de su votación	GORCIGIPP
4	Proceso: Difusión e información del proceso electoral No contar con un período de publicidad adecuado y masivo en los principales medios de comunicación local (tv, radio y prensa)	No llegar a la meta institucional programada	Carencia de presupuesto idóneo para la contratación de medios locales que refuerzan la campaña a nivel nacional	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	ALTO	MITIGAR	Deberá asignar el mayor esfuerzo y priorizar la elaboración de la campaña de difusión.	GORC

V. OBJETIVOS METAS E INDICADORES DEL PLAN

5.1. Objetivo General:

Informar y difundir de manera precisa, oportuna y eficiente, la participación de los electores y miembros de mesa en el marco de los procesos electorales previstos para el presente año 2016; de la misma forma debemos propiciar y motivar la reflexión sobre un voto consciente y responsable que busque el beneficio de nuestra ciudad y país, además debemos motivar la participación activa de los miembros de mesa en las diversas etapas del proceso electoral.

5.2. Objetivos Específicos:

- Motivar la reflexión de los actores electorales sobre la necesidad de participar activamente en las Elecciones Generales del 2016 y de emitir un voto consciente y responsable a través de una campaña de sensibilización e información para electores previo a las Elecciones para Presidente, Vicepresidente, Congresistas de la República 2016, invitando a los actores electorales a reflexionar sobre la importancia de participar activamente en las elecciones y de emitir un voto consciente y responsable.
- Promover la participación de los electores de Lima Metropolitana y Callao para la elección del local de votación a través del aplicativo "Elige tu local de votación".
- Motivar la participación masiva y responsable de los electores y miembros de mesa que van a participar informados de las Elecciones Generales 2016 en primera y segunda vuelta (de darse el caso).
- Promover el conocimiento y capacitación del sistema de votación electrónica en los distritos en donde se extienda esta modalidad en primera y segunda vuelta (de darse el caso).
- Electores asistan a votar conociendo previamente su local de votación, mesa, pabellón y número de orden en el padrón.

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:

- Sensibilizar a los actores electorales a nivel nacional sobre la necesidad de participar activamente (miembros de mesa y electores) en lo concerniente a su rol el día de las elecciones y destacar la importancia los ciudadanos de emitir un voto consciente y responsable, tomando conciencia de que los electores tienen una participación decisiva con su elección de las autoridades en el desarrollo y progreso del país.



- Difundir el módulo "Elige tu local de votación" que permitirá a los electores de Lima Metropolitana y Callao a registrarse y elegir un local de votación cercano a su domicilio.
- Motivar a los electores a que participen activamente en el proceso las Elecciones Generales 2016 a fin de que se informen, antes de emitir su voto: sobre los candidatos a los diversos cargos que serán elegidos el domingo 10 de abril; validar su local de votación; conocer el ordenamiento alfabético en los locales; y, sistemas de votación, en especial voto electrónico en Lima Metropolitana y Callao.

5.5. Público Objetivo

- Ciudadanos hombres y mujeres mayores de 18 años a nivel nacional que vayan a participar de las Elecciones Generales 2016 y la Segunda Elección Presidencial 2016.
- Ciudadanos hombres y mujeres mayores de 18 años a nivel de Lima Metropolitana y Callao para elijan su local de votación.

5.6. Motivos de las campañas

• Participación como miembros de mesa

Se refiere a los profesionales y 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 recoger su credencial y a participar de las jornadas de capacitación.

Para la Segunda elección presidencial vamos a enfatizar en la participación de los miembros de mesa y su responsabilidad de asistir puntualmente a instalar su mesa de sufragio.

• 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 a través de la página web y a asistir como electores.

En este caso para la Segunda Elección Presidencial 2016 se va a convocar la participación masiva de los electores en esta etapa final. Los electores deberán verificar sus locales de votación nuevamente, así como enfatizar en la ubicación de su mesa y orden en el padrón electoral, dado que dentro del local se proyecta un mejor ordenamiento alfabético y organización de las mesas de sufragio.

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

• Voto consciente y responsable

Los ciudadanos deben asumir la importancia de que tienen que emitir un voto consciente y bien pensado. Deben ser responsables, puesto que con su voto le entregan la administración del país a gobernantes y autoridades que deben ser eficientes e incuestionables, de la misma forma debemos actuar por quienes nos representan en el Congreso de la República y en el Parlamento Andino. Se debe promover a crear conciencia democrática en los electores, valorando la importancia de su decisión, de la confianza que deposita en las autoridades a elegir y a partir de ello "hacer que su voto cuente".



Esta campaña informativa y de sensibilización dirigida al elector, en el período previo a las Elecciones para Presidente, Vicepresidente, Congresistas de la República y Representantes ante el Parlamento Andino 2016, a realizarse en el año 2016 busca sensibilizar a los ciudadanos sobre la importancia de emitir su voto como un deber cívico y un derecho democrático en beneficio de su nación y que los convierte en protagonistas del destino del Perú.

En esta línea, se promoverá que el elector conozca el alcance de las elecciones (número y tipo de autoridades a elegir), el sufragio como un derecho político y constitucional por el cuál votará y elegirá a sus autoridades y representantes, la importancia de las elecciones y por qué debe votar para así preocuparse, no solo en asistir el día de la votación, ser miembro de mesa y evitar pagar las multas, sino también para considerar al voto como un acto reflexivo del ciudadano que le permita acudir responsablemente el día en que ejercerá su derecho al sufragio. Además, reconocerá por qué las organizaciones políticas deben presentar sus ingresos y gastos de campaña. También valorará la importancia de las elecciones internas y la práctica democrática al interior de los partidos para la definición de sus candidatos. Como consecuencia, se espera que elector sea más participativo, se preocupe en tomar atención y acceder a otras plataformas informativas que complementarán su análisis y lo llevarán a asumir una actitud responsable para cumplir su deber cívico y contribuir así fortalecer de la democracia.

Se preocupará, también, por conocer los roles de las autoridades y representantes para meditar sobre la confianza que deposita en los representantes a ser elegidos.

• Elige tu local de votación.

Este motivo se utilizará únicamente durante la ejecución de la campaña de registro para el programa, el cual estará disponible para las Elecciones Generales 2016. La información que contendrá los materiales del presente motivo se referirá a los pasos que deben seguir los ciudadanos para concretar su registro en el programa y seleccionar los locales que se encuentren más cercanos a su domicilio.

• Voto Electrónico.

La incorporación del motivo educativo "Voto Electrónico", haciendo énfasis en su aplicación, cómo votar y plataformas informáticas desarrolladas, que nos permita la difusión de mensajes de motivación e información a los electores y miembros de mesa que van a realizar su votación con esta modalidad. Entre los mensajes que se van a difundir, como parte del motivo "Voto Electrónico" tenemos: Distritos en los cuales se realizará la votación con esta modalidad, dónde capacitarse y cómo votar correctamente. Los mensajes estarán relacionados a enfatizar en los distritos en donde se realizará el voto electrónico, las fechas de las jornadas de capacitación para miembros de mesa, la descripción del flujo de la votación (los pasos de la votación) a fin que los electores y miembros de mesa acudan a practicar con los equipos de voto electrónico.

5.7. Medios de comunicación a utilizar

5.7.1. Diarios:

- Avisos roba página y/o
- Avisos media página y/o
- Avisos pie de página en carátula.



5.7.2. Revistas

- Avisos página entera y/o
- Avisos media página

5.7.3. Radios:

- Spot de radio (60 segundos) y/o
- Spot de radio (30 segundos) y/o
- Spot de radio (45 segundos)

5.7.4. Televisión:

- Spot de tv (60 segundos) y/o
- Spot de tv (30 segundos) y/o
- Spot de tv (45 segundos)
- Cintillos o banners de tv

5.7.5. Radiomercados:

- Avisos en radiomercados (60 segundos)
- Avisos en radiomercados (30 segundos)

5.7.6. Redes sociales y web:

- Banners
- Historias patrocinadas
- Páginas web
- Videos web

5.7.7. Publicidad No Convencional:

- Paneles publicitarios
- Volanteo y perifoneo local
- Mailling institucional

La descripción, frecuencia y presupuesto específico de los conceptos y medios a utilizar en la campaña serán determinados de acuerdo al Plan de Medios o Programación de Difusión previsto para la campaña publicitaria de las EG 2016 (Primera y Segunda vuelta), así como para la campaña de sensibilización e información en el marco de las EG 2016 y la campaña informativa de "Elige tu local de votación". Dichos documentos contarán con el sustento técnico de los medios seleccionados (de corresponder y de estar disponibles se contará con estudios de lectoría y sintonía, preferencia de medios por horarios y programas, entre otros).

5.8. Meta Institucional

Para el presente plan se tiene establecido de acuerdo al 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:



META	NÚMERO (*)	RESPONSABLE
Población información sobre el proceso electoral	16,751,597	GCRC

(*): Fuente: Tabla N°29 del Programa Presupuestal para el año 2016.

VI. ESTRATEGIAS

6.1 ESTRATEGIAS OPERATIVAS

Campaña Publicitaria	SENSIBILIZACIÓN E INFORMACIÓN ELECCIONES GENERALES 2016	I. Indagación de cobertura de medios. II. Propuesta de diseño de materiales. III. Propuesta de mensajes de la campaña.
Campaña Publicitaria	ELIGE TU LOCAL DE VOTACIÓN	IV. Indagación de cobertura de medios. V. Propuesta de diseño de materiales. VI. Propuesta de mensajes de la campaña.
Campaña Publicitaria	ELECCIONES GENERALES 2016 (Primera vuelta)	VII. Indagación de cobertura de medios. VIII. Propuesta de diseño de materiales. IX. Propuesta de mensajes de la campaña.
Campaña Publicitaria	ELECCIONES GENERALES 2016 (Segunda vuelta de corresponder)	X. Indagación de cobertura de medios. XI. Propuesta de diseño de materiales. XII. Propuesta de mensajes de la campaña.

VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN

Estas actividades serán ejecutadas por la GCRC a través de la Subgerencia de Relaciones Corporativas y la Subgerencia de Comunicaciones y Prensa.

Es importante destacar que el Plan de Comunicaciones, se basará en las estrategias y metas que versan en el Plan de Estrategia Publicitaria, de acuerdo al proceso electoral que le corresponda, siendo responsabilidad de la GCRC la formulación del mismo.





FORMATO

FORMULACIÓN/REPROGRAMACIÓN DE ACCIONES

Código	FM12-SPP-FAN
Versión	00
Página	1 de 1

1. NOMBRE DEL PLAN - AÑO: Plan de Estrategia Publicitaria 2016 Reprogramado Versión 01
2. ÓRGANO RESPONSABLE: Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas

Nº	Actividad Operativa - Descripción	Medio	Fase	Fecha Inicio	Fecha Fin	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene
1.2.1	Campaña de Sensibilización e información previa a las EG 2016		15%															
1.2.1.1	Informar sobre los resultados obtenidos de la campaña de sensibilización EG2016 en los principales medios de comunicación a nivel nacional	Reporte	Informe	01/01/2016	15/02/2016				1									
1.2.2	Campaña de Motivación del Proyecto "Elige tu local de votación" (ETLV)		20%															
1.2.2.1	Reportar sobre los resultados de la difusión masiva del proyecto ETLV en los principales medios de comunicación.	Reporte	Informe	01/01/2016	15/02/2016				1									
1.2.3	Campaña de Difusión de las Elecciones Generales 2016		40%															
1.2.3.1	Difundir e informar sobre los resultados de la Campaña "El Poder en tus manos"	Reporte	Informe	01/01/2016	15/02/2016				1									
1.2.3.2	Difundir información del proceso mediante redes sociales	Reporte	Informe	01/01/2016	10/06/2016		1	1	1	1	1	1	1					
1.2.3.3	Transmitir la campaña publicitaria EG 2016	Reporte	Reporte	14/03/2016	09/04/2016				1	1								
1.2.3.4	Transmitir la campaña publicitaria Segunda Elección Presidencial EG2016	Reporte	Reporte	08/05/2016	04/06/2016					1	1							
1.2.4	Producción de material de difusión		20%															
1.2.4.1	Producir y aprobar las piezas publicitarias de la campaña EG2016 (avisos, radio, prensa y otros)	Reporte	Reporte	04/01/2016	22/02/2016				1	1								
1.2.5	Planificación Comunicacional		5%															
1.2.5.1	Elaborar el Plan de Comunicaciones para el proceso electoral EG2016	Plan	Informe	05/01/2016	25/01/2016				1									
1.2.5.2	Remitir a la GPP para su revisión y conformidad del Plan y a GAJ para la revisión legal	Plan versión final	Memorando	25/01/2016	01/02/2016									1				
1.2.5.3	Aprobación del Plan de Comunicaciones mediante Resolución Gerencial	Plan	Resolución Gerencial	04/02/2016	05/02/2016				1									
																		100%

VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO

El presupuesto requerido para cada una de las campañas publicitarias tiene un monto definido. El presupuesto para la campaña de sensibilización ha sido solicitado como pedido complementario de presupuesto mediante memorando N° 000022-2015-GCRC/ONPE. El presupuesto de la campaña informativa "Elige tu local de votación" tiene asignación presupuestal aprobada. Informe N° 004606-2015-JAPPTO-SGPR-GPP/ONPE. Los presupuestos para la campaña publicitaria del proceso de las EG 2016 (Primera vuelta). Los presupuestos para la ejecución de las campañas posteriores corresponderán al Presupuesto 2016, conforme la siguiente proyección:

Actividad Publicitaria	Periodo de Ejecución (Estimado)	Presupuesto (Incluido IGV)
Campaña de sensibilización EG 2016 (*)	Enero – Abril 2016	S/. 300,000
Elige tu local de votación (**)	Diciembre (2015) – Enero (2016)	S/. 2'990,313.23
Elecciones Generales 2016 (Primera Vuelta)	Marzo – Abril 2016	S/. 11'461,750.00
Elecciones Generales 2016 (Segunda vuelta)(***)	Mayo – Junio 2016	S/. 10'000,000.00

(*) Con pedido complementario de presupuesto Memorando N° 000022-2015-GCRC/ONPE

(**) Con asignación presupuestal aprobada. Informe N° 004606-2015-JAPPTO-SGPR-GPP/ONPE

(***) Aprobado mediante Proveído N° 001595-2016-J/ONPE (27ABR2016)

IX. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

El monitoreo del presente plan se hará semestralmente a través de formato FM14-GPP/PLAN y la evaluación se realizará al finalizar cada proceso electoral a través de un "Informe Ejecutivo", el cual se adjuntará el formato FM 15-GPP/PLAN los cuales estarán a cargo de la GCRC. Estos formatos serán llenados y revisados a fin de dar cumplimiento al plan.

