

Lima, 24 de Mayo del 2017

RESOLUCION JEFATURAL N° 000151-2017-JN/ONPE

VISTOS: el Informe N° 000049-2017-GCRC/ONPE de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, el Informe N° 000122-2017-GPP/ONPE y el Memorando N° 001426-2017-GPP/ONPE de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto y el Informe N° 000231-2017-GAJ/ONPE de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Mediante la Resolución N° 0046-2017-JNE el Jurado Nacional de Elecciones ha convocado a Consulta Popular de Revocatoria del mandato de Autoridades Municipales 2017, para el domingo 11 de junio de 2017, en 27 circunscripciones del país;

La Ley N° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), a través del literal h) de su artículo 5° establece como 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 en general;

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 debe contar con: 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, debiendo 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;

Con la Resolución Jefatural N° 000040-2017-J/ONPE se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria 2017;

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 y responsabilidad de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas (GCRC), el diseño, conducción y supervisión de las campañas publicitarias con fines de difusión y comunicación a la ciudadanía;

En atención a lo anterior y de conformidad con lo establecido en el referido artículo 3 de la Ley N° 28874, la GCRC ha elevado a la Jefatura Nacional para la aprobación respectiva, mediante el documento de vistos, el proyecto sustentado del Plan de Medios correspondiente a la Campaña Publicitaria Consulta Popular de Revocatoria 2017, descrita en el Plan de Estrategia Publicitaria 2017, con un costo

 Firma Digital

Firmado digitalmente por JERI
GABEZUDO Paola Silvia
(FAU20291973851)
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 24.05.2017 16:24:04 -05:00

 Firma Digital

Firmado digitalmente por RIVERA
QUISPE Yosayamina Eduarda
(FAU20291973851)
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 24.05.2017 12:40:38 -05:00

 Firma Digital

Firmado digitalmente por
ESPINOZA TIO Maria Cecilia
(FAU20291973851)
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 24.05.2017 10:55:43 -05:00

 Firma Digital

Firmado digitalmente por
GUERRERO LOPEZ Susana
Ivonne (FAU20291973851)
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 24.05.2017 10:52:40 -05:00

presupuestado de S/ 18,481.63 (dieciocho mil cuatrocientos ochenta y uno y 63/100 Soles);

Con el sustento del plan señalado, la GCRC ha justificado de manera técnica 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, así como sustentado la razón por la que se ha elegido a los medios referidos en dicho documento, de manera preferente y el motivo por el cual se difundirá en siete circunscripciones del país;

La Gerencia de Planeamiento y Presupuesto con los documentos de vistos ha dispuesto la asignación presupuestaria y otorgado conformidad al Plan de Medios propuesto;

Habiéndose verificado que el referido plan guarda coherencia con los fines institucionales y responde a lo requerido por la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, resulta pertinente su aprobación;

De conformidad con lo dispuesto en los literales c), g) y h) del artículo 5° de la Ley N° 26487, Ley Orgánica de la ONPE y los literales n) y t) del artículo 11° del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado con Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias;

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

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- Aprobar el Plan de Medios de la Campaña Publicitaria Consulta Popular de Revocatoria 2017, cuyo texto en Anexo forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo Segundo.- Encargar a la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas las acciones pertinentes para el seguimiento del cumplimiento del Plan de Medios que se aprueba mediante la presente resolución.

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

Regístrese y comuníquese.

ADOLFO CARLO MAGNO CASTILLO MEZA
Jefe
Oficina Nacional de Procesos Electorales

Plan de Medios

Consulta Popular de Revocatoria 2017 – CPR 2017

Generalidades

El domingo 11 de junio del presente año se llevará a cabo la Consulta Popular de Revocatoria 2017 (CPR 2017) en la cual los ciudadanos de 27 distritos decidirán si sus autoridades dejarán o no el cargo para el que fueron elegidas.

La ONPE como integrante del Sistema Electoral Peruano es responsable de la organización de todos los procesos electorales. Parte de sus funciones es motivar la participación del elector y miembros de mesa para lo cual elabora y aprueba un Plan de Estrategia Publicitaria.

Para la CPR 2017 la ONPE realizará una inversión, para la difusión de su campaña publicitaria, de **S/. 18,481.63 soles** incluido impuestos, siendo su grupo objetivo los hombres y mujeres entre los 18 y 70 años de edad, de todos los niveles socioeconómicos de los distritos que van a participar de la consulta.

OBJETIVO GENERAL

- Fortalecer las prácticas democráticas informando a los ciudadanos (electores y miembros de mesa) sobre la importancia de decidir, de manera informada, la permanencia o no de sus autoridades.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover la participación de los ciudadanos (como electores y miembros de mesa) y la importancia de su papel en la Consulta Popular.
- Informar, utilizando diversos canales, a los ciudadanos sobre la Consulta Popular y las acciones posteriores al proceso, además de la utilización de tecnología que permitirá la entrega de resultados en el menor tiempo posible.
- Promover que los ciudadanos consulten si son miembros de mesa y sus respectivos locales de votación.
- Motivar la participación de los miembros de mesa en cada una de las jornadas de capacitación.
- Promover el respeto a los resultados que emitirá la ONPE, los cuales serán el fiel reflejo de la voluntad popular.

PÚBLICO OBJETIVO

- Electores hábiles mayores de 18 años que figuren en el padrón electoral.



JP



- Hombres y mujeres sorteados miembros de mesa.

PROCESOS Y ETAPAS INVOLUCRADOS EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

- **Análisis y selección de medios:** Por la característica geográfica de cada distrito que participan del proceso, se procedió, como criterio técnico, identificar aquellas radios cuya señal llegue a dichos distritos, ya sea porque transmiten desde el mismo lugar o por cobertura (es decir la radio está ubicada en otro distrito, provincia o departamento pero la señal al distrito del proceso). Dichas radios deberían también contar con la respectiva autorización del Ministerio de Transporte y Comunicaciones para poder transmitir. Hemos verificado también con el testimonio de los coordinadores distritales que ya se encuentran instalados en los distritos y que nos confirmaron cuales señales de radio llegan a cada distrito.
- Luego de esa evaluación se determinó que 20 de los distritos no cuentan con ninguna emisora legal (que transmita desde el distrito o que le llegue señal por cobertura) que permita la difusión de los avisos de la campaña publicitaria.
- Por lo tanto solamente vamos a difundir los mensajes de motivación e información a los ciudadanos de 7 distritos utilizando radios locales. Los otros 20 distritos en los cuales no tendremos cobertura de radios locales vamos a desarrollar una campaña de difusión utilizando el servicio de volanteo y perifoneo de tal forma que los 27 distritos cuenten con la misma información referida al proceso electoral.
- Esta selección de medios nos permite cumplir con el equilibrio informativo que se refiere al uso de medios para la difusión de mensajes que permitan a los ciudadanos conocer más del presente proceso que se llevará a cabo en su jurisdicción.
- **Elaboración del Plan de Medios:** Este fue desarrollado en base al plan de estrategia publicitaria, tomando en cuenta la complejidad del proceso, el grupo objetivo, la duración de la campaña así como la distribución de los mensajes y duraciones de los avisos.
- Teniendo en cuenta el monto de inversión y que la duración de la campaña está proyectada a 13 días (del 29 de mayo al 10 de junio) semanas, consideramos que el rendimiento de la inversión en los medios, la frecuencia de los avisos y los niveles de audiencia será eficiente, dentro de los parámetros de una campaña masiva y con mensajes multilingües.

JP



ESTRATEGIA DE LA SELECCIÓN DE LOS MEDIOS

- Para la CPR 2017 solamente vamos a difundir los mensajes a través de radios locales, por tal motivo una de los criterios empleados ha sido la de verificar que cuenten con autorización vigente del Ministerio de Transporte y Comunicaciones para transmitir.
- Además los medios no deben tener impedimento para contratar con el estado y contar, según corresponda, de su RNP.

MONTOS DE INVERSIÓN A CONTRATAR CON CADA MEDIO

En base a la cantidad de avisos diarios que se tiene previsto emitir en cada radio a contratar se definió el monto de inversión de cada medio de comunicación.

- Se está adjuntando la relación de medios a utilizar, así como el monto de inversión por cada medio.
- Se indica además la cantidad total de avisos a transmitir, cantidad de segundos, costos unitarios (aviso de 45 seg) y el monto total de la inversión por cada medio.

ESPECIFICACIONES SOBRE EL MANEJO DE MEDIOS

- Los medios se ven en la obligación y se reservan el derecho de interrumpir su programación y/o levantar sus espacios publicitarios, para cubrir un mensaje del Gobierno Central, Institución Estatal, Institución Privada u Organismo del Estado; así como para cubrir un evento de interés nacional, afectando así la pauta publicitaria.
- En cuanto a la duración de los programas o bloques horarios contratados, estos pueden variar la hora de inicio o término pues depende de varios factores: 1) Duración de las tandas comerciales publicitarias ó 2) duración del contenido del programa, si se trata de un programa en vivo (noticiero, concurso, u otros) ambos pueden durar más de lo establecido o menos de lo esperado.

Por los puntos anteriores descritos, las pautas/órdenes de transmisión de medios deberán ser reestructuradas dependiendo de las variaciones en la programación de cada medio. Hay que tener en cuenta que los medios de comunicación no siempre planifican los cambios de programación o secciones con anticipación, pudiendo darse algunos cambios en un tiempo corto, incluso el mismo día de la transmisión del aviso.



JP



PLAN DE MEDIOS

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN

Teniendo en consideración que solamente vamos a contar con emisoras radiales de corte local, el 100% de la inversión publicitaria se destinará a dicho rubro

MEDIOS	INVERSIÓN S/.	SHARE
RADIOS LOCALES	18,481.63	100
TOTAL GENERAL	18,481.63	100%

PERIODO DE DIFUSIÓN

Se proyecta que la difusión de la campaña publicitaria de la CPR 2017 sea entre el 29 de mayo y el 10 de junio del 2017

RADIOEMISORAS DE COBERTURA LOCAL

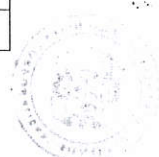
Se han seleccionado 10 emisoras de cobertura local que permitirá la difusión de los mensajes de la campaña publicitaria en 07 distritos que participan del proceso. Dichas emisoras emitirán un total de 1,040 avisos de 45 segundos (total de 46,800 segundos).

En el plan de medios se detalla la relación de radios, cantidad de avisos y los montos de inversión.

RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Campaña: Consulta Popular de Revocatoria 2017 – CPR 2017

RADIOS LOCALES	INVERSIÓN S/.	%
Consorcio de Medios Locales – CML	18,481.63	100
TOTAL GENERAL incluido IGV	18,481.63	100%



CONSULTA POPULAR DE REVOCATORIA 2017

Resumen por distrito

N°	DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO	RADIO FRECUENCIA Y SEÑAL DE ORIGEN	valor 45" con IGV	Total de avisos durante campaña	Total de segundos	Total inversión con IGV
1	AMAZONAS	LUYA	SAN CRISTOBAL	FORMULA FM 93.5-CHACHAPOYAS-CHACHAPOYAS-AMAZONAS	17.7	104	4,680	1,840.80
2				REINA DE LA SELVA FM 101.5-CHACHAPOYAS-CHACHAPOYAS-AMAZONAS	42.48	104	4,680	4,417.92
3	ANCASH	AIJA	HUACLLAN	QUASSAR FM 106.7-HUARMY-HUARMY-ANCASH	10.62	104	4,680	1,104.48
4				ONDAS DE AIJA FM 97.3-AIJA-AIJA-ANCASH	10.62	104	4,680	1,104.48
5	ANCASH	HUAYLAS	PAMPAROMAS	RADIO MORO FM 92.7-MORO-SANTA-ANCASH	10.62	104	4,680	1,104.48
6	ANCASH	HUAYLAS	SANTA CRUZ	QUASSAR FM 104.5-CARAZ-HUAYLAS-ANCASH	10.62	104	4,680	1,104.48
7	AREQUIPA	CAMANA	OCOÑA	SUPER ESTACION DE OCOÑA FM 92.-CAMANA-AREQUIPA	8.85	104	4,680	920.40
8	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA	QUIPILLACTA AM 1120-CARMEN ALTO-HUAMANGA-AYACUCHO	17.7	104	4,680	1,840.80
9				WARI AM 1060-AYACUCHO-HUAMANGA-AYACUCHO	39.648	104	4,680	4,123.39
10	AYACUCHO	PAUCAR DEL SARA SARA	COLTA	MILLENIUM FM 97.7 -PAUSA-PAUCAR DEL SARA SARA-AYACUCHO	8.85	104	4,680	920.40
COSTO TOTAL - Consorcio de Medios Locales - CML						1040	46,800	18,481.63

JP

