

Lima,

RESOLUCIÓN JEFATURAL N° -2017-JN/ONPE

VISTOS: el Informe N° 000063-2017-GCRC/ONPE de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, el Memorando N° 003352-2017-GPP/ONPE de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; el Informe N° 000835-2017-SGPL-GPP/ONPE de la Sub Gerencia de Planeamiento de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; el Informe N° 002730-2017-SGPR-GPP/ONPE de la Sub Gerencia de Presupuesto de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; así como el Informe N° 000441-2017-GAJ/ONPE de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Mediante el Decreto Supremo N° 044-2017-PCM se convocó a Elecciones Municipales para el día domingo 10 de diciembre de 2017, con la finalidad de elegir Alcaldes y Regidores de los Concejos Municipales de dieciocho (18) distritos creados en los años 2015 y 2016;

Con la Resolución Jefatural N° 000239-2017-JN/ONPE se aprobó el "Plan Operativo Electoral Elecciones Municipales Diciembre 2017, Versión 00"; documento en el que se presenta la información electoral relevante para la organización y desarrollo de las elecciones convocadas;

De conformidad con el literal h) del artículo 5 de la Ley N° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), 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 en general;

En ese contexto, mediante Resolución Jefatural N° 000040-2017-J/ONPE se aprobó el "Plan de Estrategia Publicitaria 2017"; respecto al cual, la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, propone su reprogramación;

Es así, que la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas mediante el Informe N° 000063-2017-GCRC/ONPE eleva a la Jefatura Nacional el "Plan de Estrategia Publicitaria 2017 Reprogramado, Versión 01" para su aprobación; señalando que en el referido Plan se precisa el dimensionamiento de la aplicación del Voto Electrónico Presencial y del Sistema de Escrutinio Automatizado, según la Ficha Técnica aprobada; así como el ajuste de la inversión publicitaria para las Elecciones Municipales Diciembre 2017, lo que permitirá difundir los mensajes de motivación e información a los miembros de mesa y electores relacionados a las actividades y los roles que cumplirán en la jornada electoral;

La Gerencia de Planeamiento y Presupuesto con los documentos de vistos, emite opinión favorable por las modificaciones propuestas;

Considerando 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 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, los literales s) 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, respectivamente;

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- Aprobar el “Plan de Estrategia Publicitaria 2017 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 Reprogramado Versión 01.

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 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 ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2017

Reprogramado

Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas

 Firma Digital

Firmado digitalmente por
SEMINARIO REYNA Miguel Martin
(FAU20291973851)
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 23.10.2017 08:56:14 -05:00

LIMA, SETIEMBRE 2017

VERSIÓN 01

 Firma Digital

Firmado digitalmente por
GONZALEZ RODRIGUEZ Melva
Justina (FAU20291973851)
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 16.10.2017 17:28:27 -05:00

INDICE

ABREVIATURAS.....	3
I. INTRODUCCIÓN.....	4
II. MARCO LEGAL.....	8
III. MARCO ESTRATÉGICO	8
3.1. ALINEACIÓN DE OBJETIVOS.....	8
IV. JUSTIFICACIÓN.....	9
4.1. ANTECEDENTES.....	9
a) Campaña Elecciones Municipales 2017.....	9
b) Campaña Consulta Popular de Revocatoria 2017.....	10
c) Campaña Elecciones Municipales Diciembre 2017.....	12
4.2 PROBLEMÁTICA	14
4.2.1. Asignación Presupuestal:.....	15
4.2.2. Población multilingue:	15
4.2.3. Electores y Miembros de mesa poco informados:.....	15
4.2.4. Desconocimiento del uso de tecnologías de votación.....	15
4.3 ANÁLISIS DE RIESGOS	15
V. OBJETIVOS METAS E INDICADORES DEL PLAN	17
5.1. Objetivo General:.....	17
5.2. Objetivos Específicos:	17
5.3. Objetivos de la marca:.....	17
5.4. Objetivos de la comunicación:	17
5.5. Público Objetivo	18
5.6. Motivos de las campañas.....	18
5.7. Medios de comunicación a utilizar	18
5.8. Meta Institucional.....	19
VI. ESTRATEGIAS	19
VII. ACTIVIDADES OPERATIVAS / ACCIONES DEL PLAN	20
VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO	24
IX. MONITOREO Y EVALUACIÓN DEL PLAN	24

ABREVIATURAS

- EM 2017: Elecciones Municipales 2017.
- EM DIC 2017: Elecciones Municipales Diciembre 2017
- CPR 2017: Consulta Popular de Revocatoria 2017.
- 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 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.
- PCM: Presidencia del Consejo de Ministros.

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 el 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.

Mediante Acuerdo del Pleno del Jurado Nacional de Elecciones de fecha 28 de junio de 2016, se acordó solicitar la convocatoria a Elecciones Municipales en tres circunscripciones creadas durante el año 2015, a través de la Ley N° 30310, que crea el distrito de Neshuya y el distrito de Alexander Von Humboldt, en la provincia de Padre Abad del departamento de Ucayali; y la Ley N° 30320, que crea el distrito de Pucacolpa, en la provincia de Huanta del departamento de Ayacucho;

Dicha convocatoria se solicitó 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 Municipales para la elección del alcalde, regidores y demás funcionarios que señala la ley. Además, de conformidad con la Ley N° 26859, Ley Orgánica de Elecciones; la Ley N° 26864, Ley de Elecciones Municipales; y, la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.

La Presidencia del Consejo de Ministros – PCM, a través del DS N° 043-2016-PCM del 09 de julio del 2016 Convoca a Elecciones Municipales, para el día domingo 12 de marzo de 2017, con la finalidad de elegir alcaldes y regidores de los concejos municipales de las circunscripciones que se detallan a continuación:

- Distrito de Neshuya, de la provincia de Padre Abad, del departamento de Ucayali.
- Distrito de Alexander Von Humboldt, de la provincia de Padre Abad, del

departamento de Ucayali.

- Distrito de Pucacolpa, de la provincia de Huanta del departamento de Ayacucho

En ese contexto, la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) organizó y ejecutó el domingo 12 de marzo las Elecciones Municipales 2017, para la elección de 03 alcaldes y 15 regidores, conforme la convocatoria realizada por la PCM. En dicho proceso electoral participaron aproximadamente 6,685 electores residentes de los 3 distritos antes mencionados.

Por otro lado, el 24 de enero de 2017 el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) emite la Resolución N° 0046-2017-JNE a través de la cual convocó a la Consulta Popular de Revocatoria del mandato de Autoridades Municipales 2017 para el domingo 11 de junio de 2017 en 27 circunscripciones:

N°	DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
1	AMAZONAS	LUYA	SAN CRISTOBAL
2	AMAZONAS	CHACHAPOYAS	LA JALCA
3	ANCASH	AIJA	CORIS
4	ANCASH	AIJA	HUACLLAN
5	ANCASH	AIJA	SUCCHA
6	ANCASH	HUAYLAS	PAMPAROMAS
7	ANCASH	HUAYLAS	SANTA CRUZ
8	ANCASH	HUARI	MASIN
9	ANCASH	MARISCAL LUZURIAGA	LLAMA
10	ANCASH	SANTA	MACATE
11	APURIMAC	AYMARAES	SORAYA
12	APURIMAC	GRAU	TURPAY
13	APURIMAC	ANDAHUAYLAS	TUMAY HUARACA
14	AREQUIPA	CAYLLOMA	TISCO
15	AREQUIPA	CAMANA	OCOÑA
16	AREQUIPA	CASTILLA	AYO
17	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA
18	AYACUCHO	PAUCAR DEL SARA SARA	COLTA
19	CAJAMARCA	CELENDIN	UTCO
20	CUSCO	CANCHIS	SAN PEDRO
21	HUANUCO	LAURICOCHA	RONDOS
22	LA LIBERTAD	BOLIVAR	CONDORMARCA
23	LA LIBERTAD	SANTIAGO DE CHUCO	SITABAMBA
24	LIMA	CAÑETE	ZUÑIGA
25	LIMA	YAUYOS	MADEAN
26	PUNO	SANDIA	PHARA
27	TACNA	CANDARAVE	CAMILACA

Es necesario precisar que la revocación del mandato de autoridades es un derecho de control ciudadano consagrado en los artículos 2, numeral 17 y 31 de la Constitución Política del Perú, a través del cual, la ciudadanía puede destituir mediante votación a una autoridad de elección popular antes de que expire el periodo para el que fue elegida.

Es mediante la Ley N° 26300, Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadanos, que se desarrolla el derecho de revocación, estableciendo los requisitos y el procedimiento a seguir para su ejercicio, como un proceso electoral de consulta popular.

Mediante Acuerdo del Pleno del Jurado Nacional de Elecciones de fecha 28 de marzo de 2017, se acordó solicitar la convocatoria a Elecciones Municipales en 15 (quince) distritos creados en los años 2015 y 2016 a través de las siguientes leyes: (1) Ley N° 30346 - Ley de creación del distrito de Vizcatán del Ene en la provincia de Satipo del departamento de Junín; (2) Ley N° 30349 - Ley de creación del distrito de Villa Kintiarina en la provincia de La Convención del departamento de Cusco; (3) Ley N° 30358 - Ley de creación del distrito de La Yarada Los Palos en la provincia de Tacna del departamento de Tacna; (4) Ley N° 30360 - Ley de creación del distrito de La Morada en la provincia de Marañón del departamento de Huánuco; (5) Ley N° 30376 - Ley de creación del distrito de Pucayacu en la provincia de Leoncio Prado del departamento de Huánuco; (6) Ley N° 30377 - Ley de creación del distrito de Castillo Grande en la provincia de Leoncio Prado del departamento de Huánuco; (7) Ley N° 30378 - Ley de creación del distrito de Santa Rosa de Alto Yanajanca en la provincia de Marañón de departamento de Huánuco; (8) Ley N° 30379 - Ley de creación del distrito de San Pablo de Pillao en la provincia y departamento de Huánuco; (9) Ley N° 30387 - Ley de creación del distrito de Chaca en la provincia de Huanta del departamento de Ayacucho; (10) Ley N°30388 - Ley de creación del distrito de Roble en la provincia de Tayacaja del departamento de Huancavelica; (11) Ley N° 30391 - Ley de creación del distrito de Pichos en la provincia de Tayacaja del departamento de Huancavelica; (12) Ley N°30392 - Ley de creación del distrito de Rocchacc en la provincia de Chincheros del departamento de Apurímac; (13) Ley N° 30393 - Ley de creación del distrito de El Porvenir en la provincia de Chincheros del departamento de Apurímac; (14) Ley N°30445 - Ley de creación del distrito de Santiago de Tucuma en la provincia deTayacaja del departamento de Huancavelica; y, (15) Ley N° 30455 - Ley de creación del distrito de Los Chankas en la provincia de Chincheros del departamento de Apurímac;

Asimismo, mediante Acuerdo del Pleno del Jurado Nacional de Elecciones de fecha 04 de abril de 2017, se acordó ampliar los alcances del Acuerdo del Pleno de fecha 28 de marzo de 2017, e incorporar en el pedido de convocatoria a Elecciones Municipales a tres distritos creados durante el año 2016, a través de las siguientes leyes: (1) Ley N° 30457 - Ley de creación del distrito de Oronccoy en la provincia de La Mar del departamento de Ayacucho; (2) Ley N° 30481 – Ley de creación del distrito de Megantoni en la provincia de La Convención del departamento de Cusco; (3) Ley N° 30491 - Ley de creación del distrito de Santo Domingo de Anda, ubicado en la provincia de Leoncio Prado del departamento de Huánuco.

De conformidad con lo señalado en el artículo 3 de la Ley N° 26864 - Ley de Elecciones Municipales, el Presidente de la República convoca a elecciones municipales, para el domingo 10 de diciembre de 2017, en las circunscripciones antes mencionadas y que aún no cuentan con autoridades ediles (alcalde y regidores). Esta convocatoria se realiza en conformidad con lo dispuesto en el numeral 5 del artículo 118 de la Constitución Política del Perú; la Ley N° 26859 - Ley Orgánica de Elecciones;

la Ley N° 26864 - Ley de Elecciones Municipales; y, la Ley N° 29158 - Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.

En ese contexto, la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) organizará y ejecutará el domingo 10 de diciembre de 2017 las Elecciones Municipales 2017, para la elección de 18 alcaldes distritales y 90 regidores distritales, conforme la convocatoria realizada por la PCM. En dicho proceso electoral van a participar aproximadamente 30,532 electores residentes en los siguientes 18 distritos:

N°	DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
1	JUNÍN	SATIPO	VIZCATÁN DEL ENE
2	CUSCO	LA CONVENCIÓN	VILLA KINTIARINA
3	TACNA	TACNA	LA YARADA LOS PALOS
4	HUÁNUCO	MARAÑON	LA MORADA
5	HUÁNUCO	LEONCIO PRADO	PUCAYACU
6	HUÁNUCO	LEONCIO PRADO	CASTILLO GRANDE
7	HUÁNUCO	MARAÑON	SANTA ROSA DE ALTO YANAJANCA
8	HUÁNUCO	HUÁNUCO	SAN PABLO DE PILLAO
9	AYACUCHO	HUANTA	CHACA
10	HUANCAVELICA	TAYACAJA	ROBLE
11	HUANCAVELICA	TAYACAJA	PICHOS
12	APURIMAC	CHINCHEROS	ROCCHACC
13	APURIMAC	CHINCHEROS	EL PORVENIR
14	HUANCAVELICA	TAYACAJA	SANTIAGO DE TUCUMA
15	APURIMAC	CHINCHEROS	LOS CHANKAS
16	AYACUCHO	LA MAR	ORONCCOY
17	CUSCO	LA CONVENCIÓN	MEGANTONI
18	HUÁNUCO	LEONCIO PRADO	SANTO DOMINGO DE ANDA

Por lo expuesto, y en el marco de las funciones de la ONPE, resulta relevante, informar y convocar a la población electoral a participar de dichos procesos y consultas populares recurriendo a los medios de comunicación, masivos y alternativos, disponibles.

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° 26864, Ley de Elecciones Municipales
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo
- Ley N° 30315, Ley que modifica diversos artículos de la Ley 26300, Ley de los derechos de participación y control ciudadanos.
- Ley 30414, Ley que modifica la Ley 28094, Ley de Partidos Políticos.
- DS N° 043-2016-PCM, Convocatoria a Elecciones Municipales 2017.
- 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° 275-2016-J/ONPE, que aprueba la Directiva de Formulación, Monitoreo, Reprogramación y Evaluación de los Planes Institucionales de la ONPE e Instructivo Formulación, Reprogramación, Monitoreo y Evaluación de los Planes Institucionales de la ONPE, Versión 02.
- Resolución N° 0046-2017-JNE a través de la cual, el Jurado Nacional de Elecciones, convoca a la Consulta Popular de Revocatoria del mandato de Autoridades Municipales 2017 para el domingo 11 de junio de 2017 en 27 circunscripciones.
- DS N° 044-2017-PCM, Convocatoria a las Elecciones Municipales del 10 de diciembre de 2017.

III. MARCO ESTRATÉGICO

3.1. ALINEACIÓN DE OBJETIVOS

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 ESTRATEGICO 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 popular.	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 y consultas populares.

Asimismo, es una tarea programada en el Plan Operativo Institucional 2017, 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 Plan de Estrategia Publicitaria el cual define los lineamientos de todas las campañas publicitarias para el año 2017, 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 difundieron y aquella que se difundirá en los diversos medios de comunicación de ámbito nacional (de ser necesarios) 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 a cumplirse en los tres procesos electorales que se ejecutarán en el presente año. Las campañas publicitarias que comprende están enmarcadas en los siguientes procesos electorales:

a) Campaña Elecciones Municipales 2017.

- La campaña publicitaria fue de cobertura local por tratarse solamente de 3 distritos a nivel nacional. El objetivo de la campaña fue informar a la ciudadanía sobre la importancia de elegir a sus autoridades, de evaluar sus propuestas y a los mismos candidatos. Además la de motivar a los miembros de mesa a que acudan a sus jornadas de capacitación.
- Se utilizó medios de comunicación (radios y diarios) con cobertura en los distritos en los cuales se realizó el proceso.
- Los avisos utilizados fueron spots de radio de 60 seg. y avisos de prensa tipo pie de página y media página.
- Dicha campaña se ejecutó del 2 al 11 de marzo de 2017.
- El presupuesto ejecutado fue de 25,611.20 soles.

FICHA TÉCNICA DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES - 2017

Tipo de Elección	Elecciones Municipales
Periodicidad	Variable
Municipalidades	03 Distritales
Total de distritos participantes	03 distritos
Autoridades a elegir	03 alcaldes distritales 15 regidores distritales
Ámbito de la consulta	Distrital
Fecha de elección	12 de marzo de 2017
Variable	EM 2017
ODPE	01
Electores Hábiles	6,685*
Mesas de Sufragio	26**
Locales de Votación	06**

Actualizado al 09ENE2017

Tipo de Tecnología en Elección: VE

* En base a la Resolución N° 1287-2016-JNE-24DIC2016 y Oficio N° 000002-2017/GRE/RENIEC (03ENE2017)

** Se considera 300 electores como máximo por mesa.

*** Locales de CCP que participan en las EM2017: 03 (872 electores, 05 mesas)

Detalle a Nivel de Distrito

N°	Departamento	Provincia	Distrito	Número de Electores	Mesas de Votación	Locales
1	Ucayali	Padre Abad	Neshuya	3,452	12	1
2	Ucayali	Padre Abad	Alexander Von Humbolt	1,955	7	1
3	Ayacucho	Huanta	Pucacolpa	1,278	7	4
TOTAL				6,685	26	6

b) Campaña Consulta Popular de Revocatoria 2017

- El objetivo de la campaña fue concientizar a los ciudadanos para que emitan un voto responsable, teniendo en consideración que la revocatoria es un proceso mediante el cual se consulta a los ciudadanos si su autoridad debe dejar el cargo o no para el que fue elegido.
- La campaña además permitió motivar a los miembros de mesa para participar de las jornadas de capacitación y cumplan con su papel el día del proceso.
- Por la cantidad de distritos, provincias y regiones involucrados y las condiciones geográficas se utilizó medios de cobertura local.
- Los medios considerados fueron: radio y volanteo y perifoneo.
- Los spots tuvieron una duración de 45 segundos.
- La campaña se ejecutó del 31 de mayo al 10 de junio de 2017.
- La campaña tuvo una inversión de 49,899.63 soles.

FICHA TÉCNICA DE LA CPR 2017

Tipo de Elección	Consulta Popular de Revocatoria
Periodicidad	Variable
Autoridades	26 Alcaldes Distritales 63 Regidores
Ámbito de la consulta	Nacional
Fecha de elección	11JUN2017
Variable	CPR 2017
ODPE	05
Tipo Votación *	SEA
Número de distritos	27
Electores Hábiles	51,881
Mesas de Sufragio	191
Locales de Votación	38

Actualizada al 05ABR017

Nota: las sedes actuales de las ORC serán utilizadas como locales de operación de las ODPE

*Aprobada en Comité de Gerencia el 05ABR2017

Ficha Técnica actualizada en base al padrón electoral aprobado, con Resolución N° 0125-2017-JNE(25MAR2017)

Mesas conformadas en base a un máximo de 300 electores.

CCPP (9 Locales de CCPP, 22 mesas; 5,340 electores)

- AMAZONAS (Triunfo)
- ANCASH (Chadancayo, Pisha, Santa Ana, Huanrooc y Santa Rosa de Paquirca)
- AREQUIPA (Cotacota)
- AYACUCHO (Manallasacc)
- CAJAMARCA (El Limón)

Detalle de Autoridades en Consulta

N°	DEPARTAMENT O	PROVINCIA	DISTRITO	AUTORIDADES EN CONSULTA	
				ALCALDES	REGIDORES
1	AMAZONAS	LUYA	SAN CRISTOBAL	1	0
2	AMAZONAS	CHACHAPOYAS	LA JALCA	1	4
3	ANCASH	AIJA	CORIS	1	5
4	ANCASH	AIJA	HUACLLAN	1	2
5	ANCASH	AIJA	SUCCHA	1	4
6	ANCASH	HUAYLAS	PAMPAROMAS	0	2
7	ANCASH	HUAYLAS	SANTA CRUZ	1	2
8	ANCASH	HUARI	MASIN	1	5
9	ANCASH	MARISCAL LUZURIAGA	LLAMA	1	4
10	ANCASH	SANTA	MACATE	1	5
11	APURIMAC	AYMARAES	SORAYA	1	5
12	APURIMAC	GRAU	TURPAY	1	0
13	APURIMAC	ANDAHUAYLAS	TUMAY HUARACA	1	0
14	AREQUIPA	CAYLLOMA	TISCO	1	0
15	AREQUIPA	CAMANA	OCOÑA	1	5
16	AREQUIPA	CASTILLA	AYO	1	4
17	AYACUCHO	HUAMANGA	CHIARA	1	1
18	AYACUCHO	PAUCAR DEL SARA SARA	COLTA	1	0
19	CAJAMARCA	CELENDIN	UTCO	1	1
20	CUSCO	CANCHIS	SAN PEDRO	1	2
21	HUANUCO	LAURICOCHA	RONDOS	1	5
22	LA LIBERTAD	BOLIVAR	CONDORMARCA	1	0
23	LA LIBERTAD	SANTIAGO DE CHUCO	SITABAMBA	1	3
24	LIMA	CAÑETE	ZUÑIGA	1	0
25	LIMA	YAUYOS	MADEAN	1	0
26	PUNO	SANDIA	PHARA	1	1
27	TACNA	CANDARAVE	CAMILACA	1	3
TOTAL				26	63

c) Campaña Elecciones Municipales Diciembre 2017.

- La campaña publicitaria será de cobertura local por tratarse solamente de 18 distritos a nivel nacional, el objetivo es informar a la ciudadanía sobre la importancia de elegir a sus autoridades, de evaluar sus propuestas y a los mismos candidatos, además de

motivar a los miembros de mesa para que acudan a sus jornadas de capacitación.

- Se informará en caso que en su lugar de votación se haga uso del Sistema de Votación Electrónica Presencial (VEP) lo cual demandará la respectiva capacitación de electores y miembros de mesa.
- Como alternativa de motivos que tendrán los avisos que vamos a difundir en medios, consideramos los siguientes: Informativo, Miembros de mesa y Voto Electrónico Presencial.
- Utilizaremos medios de comunicación (radios y/o diarios) que tengan cobertura en los distritos en los cuales se realizará el proceso. De manera complementaria podemos utilizar el servicio de volanteo y perifoneo en alguno o la totalidad de los distritos.
- Los avisos a utilizar podrían ser spots de radio de 60 seg. y/o 45 seg, además de avisos de prensa tipo pie de página y/o media página.
- La campaña se ejecutará entre noviembre y diciembre hasta el sábado 09 de diciembre de 2017.
- El Presupuesto destinado es de 527,600 soles.

FICHA TÉCNICA DE LAS ELECCIONES MUNICIPALES DICIEMBRE 2017 EM DIC 2017

Tipo de Elección	Elecciones Municipales		
Periodicidad	Variable		
Municipalidades	18 Distritales		
Total de distritos participantes	18 distritos		
Autoridades a elegir	18 alcaldes distritales		
	90 regidores distritales		
Ámbito del Proceso	Distrital		
Fecha de elección ⁽¹⁾	10 de diciembre de 2017		
ODPE ⁽²⁾	4		
Tipo de Tecnología	VEP	SEA	TOTAL
Electores Hábiles ⁽³⁾	18,079	12,453	30,532
Mesas de Sufragio ⁽⁴⁾	66	49	115
Locales de Votación ⁽⁵⁾	15	14	29
Distritos	12	6	18

Actualizado al 04OCT2017

Tipo de Tecnología aplicar: Voto Electrónico Presencial (VEP)
Sistema de Escrutinio Automatizado (SEA)

Criterio: Reducción de tiempos en la entrega de resultados

⁽¹⁾ En base a convocatoria a Elecciones - D.S. N° 044-2017- PCM (11ABR2017)

⁽²⁾ En base a la Resolución Jefatural N°000144-2017-JN/ONPE (12MAY2017)

⁽³⁾ En base al padrón aprobado con RESOLUCIÓN N° 0366-2017-JNE (19SEP2017)

⁽⁴⁾ Se considera 300 electores como máximo por mesa, y 250 electores en mesas de CCPP; a excepción del CCPP Santa Isabel (San Pablo de Pillao) que está conformado por una mesa de 251 electores.

⁽⁵⁾ Locales se confirmarán luego de verificación por parte de la ODPE.

AREA GEOGRÁFICA COMPRENDIDA EN LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE DICIEMBRE 2017

N°	DEPARTAMENTO	PROVINCIA	DISTRITO
1	JUNÍN	SATIPO	VIZCATÁN DEL ENE
2	CUSCO	LA CONVENCIÓN	VILLA KINTIARINA
3	TACNA	TACNA	LA YARADA LOS PALOS
4	HUÁNUCO	MARAÑÓN	LA MORADA
5	HUÁNUCO	LEONCIO PRADO	PUCAYACU
6	HUÁNUCO	LEONCIO PRADO	CASTILLO GRANDE
7	HUÁNUCO	MARAÑÓN	SANTA ROSA DE ALTO YANAJANCA
8	HUÁNUCO	HUÁNUCO	SAN PABLO DE PILLAO
9	AYACUCHO	HUANTA	CHACA
10	HUANCAVELICA	TAYACAJA	ROBLE
11	HUANCAVELICA	TAYACAJA	PICHOS
12	APURIMAC	CHINCHEROS	ROCCHACC
13	APURIMAC	CHINCHEROS	EL PORVENIR
14	HUANCAVELICA	TAYACAJA	SANTIAGO DE TUCUMA
15	APURIMAC	CHINCHEROS	LOS CHANKAS
16	AYACUCHO	LA MAR	ORONCCOY
17	CUSCO	LA CONVENCIÓN	MEGANTONI
18	HUÁNUCO	LEONCIO PRADO	SANTO DOMINGO DE ANDA

4.2 PROBLEMÁTICA

En lo que respecta a la problemática precisamos cuatro (4) aspectos que consideramos fundamentales:

4.2.1. Asignación Presupuestal:

Debemos contar con una asignación presupuestal apropiada que garantice la inversión en medios, que nos permita difundir los mensajes a electores y miembros de mesa. De no contar con los recursos requeridos podemos vernos afectados en el alcance de las metas programadas debido a que no podremos informar a los ciudadanos de acuerdo a sus necesidades.

4.2.2. Población multilingüe:

La presencia de población multilingüe 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 de radio son: Quechua variante Chanka, aimara y ashaninka u alguna otra lengua nativa que se requiera.

4.2.3. Electores y Miembros de mesa poco informados:

Los ciudadanos en general no muestran interés por informarse del proceso electoral y por conocer si han sido sorteados como miembros de mesa. Esto complica la entrega de credenciales y las jornadas de capacitación programadas.

4.2.4. Desconocimiento del uso de tecnologías de votación.

Electores y miembros de mesa poco informados y capacitados en la aplicación y uso de tecnologías como el Voto Electrónico Presencial (VEP) y el Sistema de Escrutinio Automatizado (SEA).

4.3 ANÁLISIS 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 2017

Evaluación de riesgos							Plan de tratamiento								
Tipo	Descripción	Propietario	Causa(s)	Consecuencia(s)	Nivel de probabilidad	Nivel de impacto	Nivel del riesgo	Estrategia del tratamiento	Situación esperada	Acciones de implementación	Ubicación de la implementación	Evidencia	Responsable de la acción	Fecha programada de inicio	Fecha programada de fin
5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
[Seleccionar indicando si es riesgo negativo (no deseado) / beneficio (deseado) que degradar/umentar, por ejemplo, el nivel de satisfacción del cliente y demás partes interesadas; 2) aprovechamiento de recursos; y 3) otros propósitos o factores de éxito del proceso/proyecto]	[Describir con un nivel de detalle razonable el posible evento, suceso o acontecimiento perjudicial (no deseado) / beneficioso (deseado) que degradar/umentar, por ejemplo, el nivel de satisfacción del cliente y demás partes interesadas; 2) aprovechamiento de recursos; y 3) otros propósitos o factores de éxito del proceso/proyecto]	[Indicar el órgano responsable de dar respuesta o tratamiento al riesgo]	[Describir la(s) causa(s), origen(es), condición(es) o factor(es) que generan el riesgo] <i>Nota: La descripción debería reflejar, para riesgos negativos, ausencia, limitación, debilidad, ineficiencia, etc.; y viceversa para los riesgos positivos.</i>	[Indicar el(l)os propósito(s) o factor(es) de éxito del Proceso/ Proyecto que el riesgo degradar/umentaría]	[Seleccionar el nivel de probabilidad de que la(s) causa(s) (campo 8) genere el riesgo] [Ver tabla 2]	[Seleccionar el nivel de impacto que ocasionaría el riesgo con respecto a la(s) consecuencia(s) (campo 9)] [Ver tabla 3.1/3.2]	[Cálculo automático] [Ver tabla 4 y 5]	[Seleccionar la estrategia de tratamiento del riesgo] [Ver tabla 6.1/4.2]	[Describir la situación que se espera encontrar de acuerdo a la estrategia seleccionada] <i>Nota: Si la estrategia seleccionada es reducir o aumentar la probabilidad o el impacto, seleccionar el nivel correspondiente en el campo inferior (14.1) de acuerdo a la situación a describir</i>	[Indicar la principal acción o implementar que conducirá a la situación esperada]	[Indicar el local/propio o cargo de la ONPE, de ser el caso, el ambiente en donde se implementará la acción]	[Indicar el modo que se evidenciará la implementación de la acción: un escrito de cualquier tipo, imágenes, etc.]	[Indicar el cargo real (incluyendo el órgano y unidad orgánica a la cual pertenece) dirigido por el responsable]	[dd/mm/aaaa]	[dd/mm/aaaa]
Negativo	Desinformación de la población en informarse respecto al proceso electoral, elección de miembros de mesa y formas de votación correcta.	GCRC	Poco interés de la población electoral en participar en los procesos electorales por la actuación de las autoridades una vez que son elegidas en el cargo.	Incremento del ausentismo electoral.	Moderada	Severo	MODERADO	Reducir_probabilidad	Difundir los mensajes de manera adecuada y oportuna a fin de brindar toda la información a los actores electorales. Participación activa de los miembros de mesa a las jornadas de capacitación.	1. Definir de manera institucional los mensajes que se van a difundir en cada uno de los procesos: informativo, motivacionales y de capacitación.	Sede Central	Reporte	GCRC	02/01/2017	10/12/2017
Negativo	Demora o complicación en la producción de los spots electorales	GCRC	Zonas donde se realizarán los procesos hay diversidad de lenguas. Falta de traductores o intérpretes en Lima de lenguas inmersas en los procesos	Población desinformada relacionada al proceso electoral Poca participación de los actores en el proceso electoral.	Moderada	Severo	MODERADO	Reducir_probabilidad	Spots electorales oportunamente traducidos para su despliegue a los actores electorales.	1. Identificar las diversas lenguas en coordinación con el Ministerio de Cultura que se hablan en cada una de las zonas de la consulta.	Sede Central	Reporte	GCRC	02/01/2017	10/12/2017
Negativo	Cuestionamiento de los resultados del proceso electoral	GCRC	Existencia de electores golondrinos Desinformación del elector	Perdida de la credibilidad del proceso daño de la imagen institucional	Alta	Severo	ALTO	Reducir_probabilidad	Electores informados de que el padrón electoral, es elaborado por el RENIEC. Es el RENIEC el responsable de verificar la residencia de cada ciudadano.	1. Coordinar con el RENIEC a fin que disponga de personal para el día del proceso a fin de aclarar consultas de los ciudadanos.	Sede Central	Reporte	Comité Electoral/ GGC	02/01/2017	10/12/2017

V. OBJETIVOS METAS E INDICADORES DEL PLAN

5.1. Objetivo General:

Convocar y motivar de manera precisa, oportuna y eficiente, la participación de los electores y miembros de mesa en el marco de los procesos electorales previstos para el presente año 2017; de la misma forma debemos propiciar y motivar la reflexión sobre un voto consciente y responsable tanto para la elección de las autoridades como para la decisión de la permanencia de las mismas autoridades.

5.2. Objetivos Específicos:

- Motivar la participación de los actores electorales que van a elegir por primera vez a sus autoridades municipales en las dos Elecciones Municipales del 2017, invitando a los actores electorales a reflexionar sobre la importancia de participar activamente en estas elecciones y de emitir un voto consciente y responsable.
- De la misma forma debemos propiciar y motivar la reflexión sobre emitir un voto consciente y responsable que busque el beneficio de nuestra ciudad y país en el marco de la Consulta Popular de Revocatoria 2017.
- Promover el conocimiento y capacitación del sistema de votación electrónica presencial en los distritos en donde se implemente esta modalidad.

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, de los distritos que van a participar de las EM 2017, CPR 2017 y EM DIC 2017, en su idioma nativo en caso sea necesario.
- Sensibilizar a los actores electorales en cada uno de los distritos sobre la necesidad de participar activamente (como miembros de mesa o electores) en lo concerniente a su rol el día de las elecciones 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.
- Difundir la implementación del voto electrónico en los procesos electorales y la importancia de la capacitación.
- 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 nivel nacional que vayan a participar, como electores y miembros de mesa, de las Elecciones Municipales 2017, Consulta Popular de Revocatoria 2017 y Elecciones Municipales Diciembre 2017.

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 y a 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 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.

- **Voto Electrónico**

La incorporación del motivo informativo “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 media página y/o
- Avisos pie de página en carátula.

5.7.2. Radios:

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

- Pastillas de radio (60 segundos) y/o

- Pastillas de radio (45 segundos)

5.7.7. Publicidad No Convencional:

- Volanteo y perifoneo local

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 EM 2017, CPR 2017 y EM DIC 2017. 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:

DENOMINACIÓN DE LA META	PROCESO ELECTORAL	META EJECUTADA Y/O PROYECTADA	RESPONSABLE
Población informada sobre el proceso electoral	EM 2017	3,552	GCRC
	CPR 2017	18,669	GCRC
	EM DIC 2017	21,950	GCRC
TOTAL		44,171(*)	

- (*) - La meta ejecutada es de: 22,221
- La meta proyectada es de: 21,950

VI. ESTRATEGIAS

6.1 ESTRATEGIAS OPERATIVAS

Campaña Publicitaria	ELECCIONES MUNICIPALES 2017	I. Indagación de cobertura de medios. II. Propuesta de diseño de materiales. III. Propuesta de mensajes de la campaña.
Campaña Publicitaria	CONSULTA POPULAR DE REVOCATORIA 2017	IV. Indagación de cobertura de medios. V. Propuesta de diseño de materiales. VI. Propuesta de mensajes de la campaña.
Campaña Publicitaria	ELECCIONES MUNICIPALES DICIEMBRE 2017	VII. Indagación de cobertura de medios. VIII. Propuesta de diseño de materiales. IX. 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		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 2017 – REPROGRAMADO VERSIÓN 01

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 el Plan de Comunicaciones para el proceso electoral EM2017	GCRC	Informe	02/01/2017	02/02/2017	1		1										
1.3.2.1.2	Remitir a la GPP para su revisión y conformidad del Plan y a GAJ para la revisión legal	GCRC	Memorando	03/02/2017	03/02/2017	1		1										
1.3.2.1.3	Aprobación del Plan de Comunicaciones mediante Resolución Gerencial	GCRC	Resolución	13/02/2017	13/02/2017	1		1										
1.3.2.1.4	Elaborar el Plan de Comunicaciones para la campaña de la CPR 2017	GCRC	Informe	01/04/2017	12/04/2017	1				1								
1.3.2.1.5	Remitir a la GPP para su revisión y conformidad del Plan y a GAJ para la revisión legal	GCRC	Memorando	12/04/2017	03/05/2017	1				1	1							
1.3.2.1.6	Aprobación del Plan de Comunicaciones mediante Resolución Gerencial	GCRC	Resolución	24/05/2017	24/05/2017	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	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																	
1.3.2.1.7	Elaborar Plan de Comunicaciones para el proceso electoral EM Diciembre 2017	GCRC	Informe	14/09/2017	15/09/2017	1										1		
1.3.2.1.8	Remitir a la GPP para su revisión y conformidad del Plan y a GAJ para la revisión legal	GCRC	Memo	18/09/2017	22/09/2017	1										1		
1.3.2.1.9	Aprobación del Plan de Comunicaciones mediante Resolución Gerencial	GCRC	Resolución	27/09/2017	29/09/2017	1										1		
1.3.2.2	Campaña de difusión de las Elecciones Municipales 2017																	
1.3.2.2.1	Transmitir la campaña publicitaria EM 2017	GCRC	Reporte	02/03/2017	11/03/2017	1			1									
1.3.2.2.2	Reportar sobre los resultados de la difusión de la campaña publicitaria .	GCRC	Informe	26/04/2017	26/04/2017	1				1								
1.3.2.3	Campaña de Difusión de las CPR 2017																	
1.3.2.3.1	Difundir información del proceso mediante redes sociales	GCRC	Reporte	01/02/2017	16/06/2017	5		1	1	1	1	1						
1.3.2.3.2	Transmitir la campaña publicitaria CPR 2017	GCRC	Reporte	31/05/2017	10/06/2017	2					1	1						
1.3.2.3.3	Reportar los resultados de la campaña publicitaria CPR 2017	GCRC	Informe	04/07/2017	04 /07/2017	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
1.3.2.4	Campaña de Difusión de las EM Diciembre 2017																	
1.3.2.4.1	Difundir información del proceso mediante redes sociales	GCRC	Reporte	01/09/2017	15/12/2017	4									1	1	1	1
1.3.2.4.2	Transmitir la campaña publicitaria EM DIC 2017	GCRC	Reporte	20/11/2017	09/12/2017	2											1	1
1.3.2.4.3	Reportar los resultados de la campaña publicitaria EM DIC 2017	GCRC	Informe	18/12/2017	22/12/2017	1												1
1.3.2.5	Producción de material de difusión																	
1.3.2.5.1	Producir y aprobar las piezas publicitarias de la campaña EM 2017 (avisos, radio y prensa)	GCRC	Reporte	02/01/2017	20/02/2017	2	1	1										
1.3.2.5.2	Producir y aprobar las piezas publicitarias de la campaña CPR 2017 (avisos, radio y prensa, redes, u otros)	GCRC	Reporte	17/04/2017	30/05/2017	1				1	1							
1.3.2.5.3	Producir y aprobar las piezas publicitarias de la campaña EM DIC 2017 (avisos, radio y prensa, redes, u otros)	GCRC	Reporte	16/10/2017	27/10/2017	1										1		

VIII. PRESUPUESTO REQUERIDO

El presupuesto ejecutado y propuesto para cada una de las campañas ejecutadas y por ejecutarse en el marco de los procesos electorales del año 2017 es el siguiente:

Actividad Publicitaria	Período de Ejecución	Presupuesto (Incluido IGV)
Elecciones Municipales 2017	Marzo 2017	S/. 25,611.20*
Consulta Popular de Revocatoria 2017	Mayo – Junio 2017	S/. 49,899.63*
Elecciones Municipales Diciembre 2017	Noviembre – Diciembre 2017	S/. 527,600**

*Presupuesto ejecutado.

** Presupuesto asignado mediante Memorando N° 2349-2017-GPP/ONPE (7 de agosto de 2017)

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. Estos formatos serán llenados y revisados a fin de dar cumplimiento al plan.