

INFORME N°047-2022-DCI- CATV/JNE

A: **LIC. JANET TALAVERA TELLO**
Directora de Comunicaciones e Imagen Institucional

ASUNTO: Informe final de campaña publicitaria "Tu Voto Decide" por ERM 2022.

REFERENCIA: a) Resolución N° 079-2022-P/JNE
b) Resolución N° 081-2022-P/JNE
c) Carta N°001-2022/PG-PCM
d) Carta N.º 002-2022/PG-PCM
e) Informe Final N° de Expediente 80579

FECHA: Lima, 17 de noviembre de 2022

Es grato dirigirme a usted para saludarla cordialmente y en relación a la ejecución de la campaña publicitaria "Tu Voto Decide – ERM 2022" realizada del 15 de setiembre al 01 de octubre de 2022, informo lo siguiente:

I. ANTECEDENTES

La Dirección de Comunicaciones e Imagen Institucional (DCI) del JNE es la encargada de formular, implementar y evaluar los planes, estrategias y productos de comunicación, así como dar seguimiento a las acciones que implementan las direcciones, proyectos especiales, organismos públicos y empresas adscritas, en materia de comunicaciones (Reglamento de Organización y Funciones, aprobado con Resolución N°001-2016-JNE).

La DCI es además la responsable de elaborar el Plan de Estrategia Publicitaria del JNE y/o Campañas Publicitarias con sustento para la difusión de la publicidad en medios de comunicación de alcance masivo, sea nacional, regional o local. El plan debe estar alineado a los objetivos, funciones y atribuciones de la entidad y deberá ser aprobado por Presidencia.

Mediante el Oficio N.º 0753-2021-P/JNE, de fecha 29 de diciembre del 2021, el Presidente del Jurado Nacional de Elecciones remite a la Presidencia del Consejo de Ministros, el acuerdo del Pleno del Jurado Nacional de Elecciones, de fecha 22 de diciembre de 2021, que dispone solicitar al señor Presidente de la República la convocatoria a Elecciones Regionales 2022 de gobernadores, vicegobernadores y consejeros del consejo regional de los gobiernos regionales de los departamentos de toda la República y de la Provincia Constitucional del Callao; así como a Elecciones Municipales 2022 de alcaldes y regidores de los concejos provinciales y concejos distritales de la República; ambas elecciones para el primer domingo de octubre de 2022.

Con fecha 4 de enero del 2022, se aprueba el Decreto Supremo N.º 001-2022-PCM que convoca a Elecciones Regionales y Municipales 2022 para elección de alcaldes y regidores de los concejos provinciales y concejos distritales de la República, para el 2 de octubre de 2022.

Con fecha 02 de junio del presente, mediante memorando N° 081-2022-DCI/JNE, la DCI solicita a la Dirección General de Recursos y Servicios el servicio de elaboración de Plan de Medios y difusión de campaña publicitaria en el marco de las ERM 2022; en atención a la solicitud de la jefatura de Logística (proveído N° 002108-2022-LOG/JNE).

Con fecha 28 de junio del presente, tras un estudio de mercado realizado por la jefatura de Logística, se pone de conocimiento a la DCI el resultado del mismo mediante correo electrónico adjuntando la notificación del proveedor Producciones Génesis SAC a quien se le otorga el servicio de elaboración de Plan de Medios y difusión de campaña publicitaria.

El 16 de julio de 2022, se publica en el diario oficial El Peruano, la Ley N° 31515 que modifica la Ley 28874, ley que regula la publicidad estatal.

El 08 de agosto, mediante expediente N° 29652-2022, la empresa Producciones Génesis SAC encargada de elaborar, coordinar, monitorear y evaluar el Plan de Medios; remitió el Plan de Medios y sustento técnico de la campaña de "Tu Voto Decide – ERM 2022" solicitando aprobación del mismo.

Con fecha 18 de agosto, Producciones Génesis SAC envía rectificación y sustento de Plan de Medios para la campaña "Tu Voto Decide 2022".

Con fecha 26 de agosto del 2022, mediante resolución N° 079-2022-P/JNE, se aprueba el Plan Estratégico de Publicidad del JNE publicado en el diario oficial El Peruano.

Con fecha 31 de agosto de 2022 mediante resolución N° 081-2022-P/JNE se aprueba el servicio en el Plan de Medios y sustento técnico de la campaña "Tu Voto Decide – ERM 2022".

Con fecha 16 de setiembre, la empresa Producciones Génesis SAC envió vía correo electrónico la Carta N°001-2022/PG-PCM con el reporte de implementación de pauta publicitaria de medios radiales.

Con fecha 19 de setiembre, Producciones Génesis SAC envía mediante correo electrónico la Carta N.º 002-2022/PG-PCM con el Plan de Monitoreo – Supervisión y reporte de la implementación de la pauta publicitaria en medios digitales.

Con fecha 14 de octubre del presente, Producciones Génesis SAC envía Informe Final con N° de Expediente 80579.

II. ANÁLISIS

La Dirección de Comunicaciones e Imagen Institucional (DCI) es responsable de coordinar, supervisar y evaluar el cumplimiento de las campañas comunicacionales y publicitarias del Jurado Nacional de Elecciones.

A fin de difundir adecuadamente la campaña publicitaria, el área de logística del JNE contrató a Producciones Génesis SAC (Central de Medios), a través de Orden de Servicio N.º

03808, empresa que presenta el Plan de medios de la Campaña "Tu Voto Decide 2022", el mismo que contiene sustento técnico y un análisis competitivo de los medios de comunicación seleccionados de acuerdo a los estudios de rating (Kantar Ibope Media), estudios de audiencia (CPI), estudios de medios digitales (Conscore), y/o por su cobertura puedan transmitir los mensajes a la población de las localidades priorizadas y con el fin de poder optimizar la inversión publicitaria.

Con ese fin, la Central de Medios propuso una estrategia de medios para maximizar el alcance, frecuencia e impactos, integrando medios de alta penetración y cobertura en el público objetivo seleccionado.

La campaña publicitaria estuvo dirigida a personas 18 a 45 años de todos los niveles socioeconómicos del Perú que ejerció su voto en los comicios sub nacionales. Buscó concientizar al electorado sobre la importancia de informarse antes de elegir a sus autoridades regionales y municipales para los próximos cuatro años.

A continuación un resumen del mix de medios implementado de acuerdo al Plan de Medios y sus indicadores post campaña:

1. Radios de Lima Metropolitana:

Medio	Razón Social	Tipo de compra	Avisos contratados	Bonificación Extra	Difundido	GRPs	Impactos
Onda Cero	Grupo Panamericana de Radios SA	Spot 30"	85	43	128	166.3	8119.4
Moda	CRP Medios y Entretenimiento SAC	Spot 30"	80	40	120	226	11034.2
RPP	Grupo RPP SAC	Spot 30"	48	24	72	96.8	4726.2
Nacional	Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú*	Spot 30"	118	0	118	-	-

2. Radios Regionales:

Medio	Razón Social	Tipo de compra	Avisos contratados	Bonificación Extra	Difundido	GRPs	Impactos
Chévere	Producciones Visión EIRL	Spot 30"	134	0	134	254.60	186.26
Victoria	Radiodifusora Del Sur EIRL	Spot 30"	170	0	170	289.00	1,642.20
Turbo Mix	Radio Difusora Comercial Turbo Mix SRL	Spot 30"	136	0	136	204.00	262.48
Santa Mónica	Productora Musical Flower Radio Santa Monica SAC	Spot 30"	170	0	170	238.00	622.20
Ondas Del Huallaga	Radio Ondas Del Huallaga SAC	Spot 30"	134	0	134	53.60	101.84
Zona 5	Zona 5 De Chiclayo SRL	Spot 30"	134	0	134	107.20	393.96
Nova Trujillo	Nor Peruana De Telecomunicaciones SA	Spot 30"	170	0	170	119.00	595.00
Antena 10	Radio Difusora Alfa Y Omega SRL	Spot 30"	170	0	170	170.00	591.60
Sol De Los Andes	Radio Sol De Los Andes S.A.	Spot 30"	134	0	134	160.80	363.14
Tropical	Radio Tropical SAC	Spot 30"	134	0	134	187.60	174.20
Súper Fm-Am	Radiodifusora Del Ucayali SAC	Spot 30"	134	0	134	214.40	396.64
Máxima	Cadena Dial EIRL	Spot 30"	170	0	170	493.00	768.40
A1	Leny Eladia Malasquez Echeagaray*	Spot 30"	170	0	170	102.00	112.20
Huanta 2000	Radio Cobriza 2000 SAC*	Spot 30"	134	68	202	-	-
Nova Ica	Nor Peruana De Telecomunicaciones SA*	Spot 30"	134	0	134	-	-
La Voz De La Selva	Instituto De Promoción Social Amazónica*	Spot 30"	134	0	134	-	-
Fortaleza	Radio Fortaleza SCRL*	Spot 30"	170	0	170	-	-
Astral	Radio Televisora Astral SAC*	Spot 30"	170	0	170	-	-

(*) Los medios de comunicación no muestran indicadores de GRP'S e impacto ya que no contratan el servicio de estudios de audiencia. Sin embargo, fueron seleccionadas por la Central de Medios en función al principio de cobertura geográfica en la zona de interés para la difusión del mensaje, dentro del marco de la Ley 31515 y la Ley 28874, ley que regula la publicidad estatal.

3. Plataformas digitales:

Medio	Plataforma digital	Canal	Pre Evaluación	Post Evaluación	Variación Adicional %
YouTube	YouTube / Visualizaciones	YouTube	103,383	232,054	124.46%
Facebook & Instagram	Facebook & Instagram / Impresiones	Facebook & Instagram	816,750	990,927	21.33%
Facebook & Instagram	Facebook & Instagram / Visualizaciones	Facebook & Instagram	15,675	51,762	230.22%
TikTok	TikTok / Impresiones	TikTok	548,516	838,726	52.91%
Programática	Audio Ads / Escuchas	Programática	57,984	57,997	0.02%
Programática	Standar Ads / Impresiones	Programática	619,486	619,760	0.04%
Grupo El Comercio	Toma de canal Correo, Ojo, Trome / Impresiones	Portales Webs	90,531	91,571	1.15%
Grupo El Comercio	Toma de canal El Comercio, Gestión, Perú21, Depor / Impresiones	Portales Webs	60,355	62,072	2.84%
Grupo El Comercio	Interscroller Correo, Ojo, Trome / Impresiones	Portales Webs	90,000	90,997	1.11%
Grupo El Comercio	Interscroller El Comercio, Gestión, Perú21, Depor / Impresiones	Portales Webs	60,000	60,997	1.66%
Grupo El Comercio	Video Pre Roll Correo, Ojo, Trome / Impresiones	Portales Webs	60,000	61,005	1.68%
Grupo El Comercio	Video Pre Roll El Comercio, Gestión, Perú21, Depor / Impresiones	Portales Webs	40,000	41,014	2.54%
Grupo El Comercio	Botón El Comercio, Gestión, Perú21, Depor, Correo, Ojo, Trome/ Impresiones	Portales Webs	90,000	91,234	1.37%
Grupo RPP	Banner Caja en RPP / Impresiones	Portales Webs - RPP	173,000	174,000	0.58%
Grupo RPP	InterScroller RPP / Impresiones	Portales Webs - RPP	125,000	125,999	0.80%
Andina	Full banner/ Impresiones	Portal Web - Andina	-	41290	0.00%
FluVIP	Stories en Instagram de Katty Palma / Alcance	Influencer	11,687	17,048	45.87%

Resultado:

RADIO:

1. En cuanto a la campaña de radio, esta alcanzó al 54.90% del grupo objetivo versus el 52.70% proyectado en el Plan de Medios.
2. El 54.90% de la población objetiva alcanzada escuchó el spot 8.90 veces en promedio.
3. Se obtuvo el 489.10 de GRP'S a nivel de post evaluación que, en número de personas es equivalente a 23,879.80 versus el 21,199.40 personas que se había proyectado; lo que representa un incremento del impacto del 12.6%.
4. En radios regionales, se difundieron un total de 2,702 avisos (2,124 spots pagados + 578 avisos bonificados) adicionalmente se otorgaron 68 avisos extras, transmitiendo en total 2,770 spots en total.
5. En cuanto a radios de Lima Metropolitana, se difundieron un total 438 spots durante la campaña.
6. Con respecto a las bonificaciones obtenidas en los medios de Lima Metropolitana, de acuerdo a lo manifestado por la Central de Medios, se consiguió más del 47% de avisos sin costo para la institución, lo que representó un ahorro de más de S/. 107,000.00 Nuevos Soles.
7. Con respecto a las bonificaciones obtenidas en las radios regionales, de acuerdo a lo manifestado por la Central de Medios, se consiguió el 28% de avisos sin costo para la institución, lo que representó un ahorro de más de S/. 35,000.00 Nuevos Soles.

PLATAFORMAS DIGITALES:

1. El uso del medio digital display permitió reforzar la comunicación hacia el público en general, ya que permitió que el elector visualice la campaña desde todos los dispositivos (Pc, Tablet, celular). La campaña logró servir más de 798 mil impresiones en total en los portales webs.
2. Asimismo, la presencia de la publicidad en Facebook + Instagram (tanto por impresiones CPM y por reproducciones de video CPV) superaron los objetivos. En la campaña por impresiones CPM (post con gráfica) el objetivo era llegar a 816,750 impresiones siendo el resultado final fue de 990,927 impresiones, lo que representa un 21.3% más de lo proyectado.
En la campaña por impresiones CPV (post con video) el objetivo era llegar a 15,675 reproducciones de video (a través de Facebook + Instagram) siendo el resultado final fue de 51,762 reproducciones, lo que representa un 230.2% más de lo proyectado.
3. Adicionalmente, en YouTube se logró obtener un total de 232,054 vistas del video de campaña, logrando 124.46% de variación adicional a lo contratado.
4. En TikTok se logró obtener un total de 838,726 impresiones, logrando 52.91% adicional a lo contratado.
5. En cuanto a programática, con el formato de Audio Ads se logró obtener un total de 57,997 audios escuchados, logrando 0.02% de variación adicional a lo contratado. Por su parte, con el formato Standar Ads se logró obtener un total de 619,760 impresiones, logrando 0.04% de variación adicional a lo contratado.
6. También se hizo uso de la publicidad con influencer, a través de Katia Palma, quien cumplió con la difusión de las 3 historias destacadas en su cuenta de Instagram, las mismas que obtuvieron un total de alcance de 17,048 personas, logrando un 45.87% adicional a lo contratado. Adicionalmente, se brindó un bonificado que permitió publicar uno de los videos de la influencer en la cuenta oficial del JNE en TikTok.
7. De lo estipulado en el Plan de Medios, las empresas radio Huancayo FM/AM y Grupo La República Publicaciones S.A. (portales webs), no pasaron el proceso de validación interna del área de Logística al no cumplir con los requisitos estipulados en el TDR.
8. Cabe resaltar que los resultados de los impactos en radio, plataformas digitales y redes sociales superó los resultados estimados, favoreciendo la difusión de la campaña.
9. Con la información consolidada final podemos concluir que la campaña tuvo una mayor cantidad de impactos contratados debido a las bonificaciones (sin costo alguno) logradas con los diferentes medios, lo que de acuerdo a la valorización de la Central de Medios, representaría un ahorro total de s/ 199,095.88 soles (Radios de Lima: S/17,250.20; Radios regionales: S/ 35,466.01 y Plataformas Digitales: S/ 56,379.67).

III. CONCLUSIONES

1. De acuerdo a los informes de implementación, informe de monitoreo, cartas de cumplimiento de los medios y las muestras de evidencias de la difusión de la publicidad de la campaña "Tu Voto Decide – ERM 2022"; se concluye que la campaña se ejecutó de acuerdo a lo establecido en el Plan de Medios aprobado mediante Resolución N°

2. 081-2022-P/JNE y en cumplimiento del Plan Estratégico de Publicidad aprobado mediante Resolución N° 079-2022-P/JNE con un presupuesto asignado de S/ 509 000.00 (quinientos y nueve mil soles).
3. La campaña "Tu Voto Decide 2022" se ejecutó del 15 de setiembre al 01 de octubre, de acuerdo a lo contemplado en el Plan de Medios aprobado.
4. La implementación de la campaña publicitaria permitió concientizar y motivar a la ciudadanía para que ejerza el poder de decisión emitiendo un voto de manera libre e informada en el marco de las Elecciones Regionales y Municipales 2022.
5. Del mismo modo, se concluye que los medios utilizados contribuyeron a afianzar los objetivos generales y específicos de la campaña "Tu Voto Decide ERM 2022".
6. Los resultados de los impactos en radio, medios digitales y redes sociales superan los resultados estimados, favoreciendo el alcance e impacto de la campaña.
7. Como incidencia se reporta que radio Huancayo FM/AM y Grupo La República Publicaciones S.A. (portales webs), no pasaron el proceso de validación interna del área de Logística al no cumplir con los requisitos estipulados en el TDR.
8. Es importante destacar que toda campaña para su correcta y completa difusión requiere de un soporte publicitario que permite que los mensajes y contenidos lleguen a la mayor cantidad de personas del público objetivo. De esta manera, se cumple con el objetivo principal de informar y lograr que el público comprenda, recuerde y tome acción respecto a los mensajes recibidos.

IV. RECOMENDACIONES

1. Se sugiere poner de conocimiento del cierre y resultado de la campaña a las áreas que crea conveniente.
2. Solicitar a quien corresponda la publicación en el portal de Transparencia el gasto de publicidad correspondiente a la campaña "Tu Voto Decide ERM 2022" en cumplimiento del Art 6º de la Ley que regula la Publicidad Estatal N° 28874.

Es todo cuanto tengo que informarle.



Lic. Carlos Augusto Trelles Velásquez
Especialista en Publicidad y Marketing - DCI