



DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

COMISIÓN DE CONSTITUCIÓN Y REGLAMENTO Periodo Anual de Sesiones 2025 – 2026

Señor presidente:

Ha ingresado para dictamen de la Comisión de Constitución y Reglamento los proyectos de ley **11376/2024-JNE**, Ley que modifica el artículo 263-A insertado por la Ley 32166 a la Ley de Orgánica de Elecciones, Ley 26859, para asegurar el voto del personal activo de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional del Perú, y **11377/2024-JNE**, Ley que fortalece el financiamiento público directo e indirecto a las organizaciones políticas peruanas.

El presente dictamen fue aprobado por **MAYORÍA** en la Segunda Sesión Ordinaria de la Comisión de Constitución y Reglamento, de fecha 2 de septiembre de 2025, con el voto a **favor** de los congresistas: Alegría García, Arturo; Aragón Carreño, Luis Ángel; Lizarzaburu Lizarzaburu, Juan Carlos Martín; Aguinaga Recuenco, Alejandro Aurelio; Juárez Gallegos, Carmen Patricia; Moyano Delgado, Martha Lupe; Rospigliosi Capurro, Fernando Miguel; Elías Ávalos, José Luis; Camones Soriano, Lady Mercedes; Calle Lobatón, Digna; Juárez Calle, Heidy Lisbeth; Luna Gálvez, José León; Cerrón Rojas, Waldemar José; Balcázar Zelada, José María; Mita Alanoca, Isaac; Muñante Barrios, Alejandro; Herrera Medina, Noelia Rossvith; Medina Minaya Esdras Ricardo; Williams Zapata José Daniel; Morante Figari, Jorge Alberto; con el voto en **contra** de los congresistas: Quito Sarmiento Bernardo Jaime; Luque Ibarra, Ruth; Palacios Huamán, Margot; con el voto en **abstención** de la congresista: Echaíz Ramos vda. de Núñez, Gladys Margot.

I. SITUACIÓN PROCESAL

El presente predictamen acumula los siguientes proyectos de ley:

- a. El Proyecto de Ley **11376/2024-JNE**, Ley que modifica el artículo 263-A insertado por la Ley 32166 a la Ley de Orgánica de Elecciones, Ley 26859, para asegurar el voto del personal activo de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional del Perú, fue presentado por el **JURADO NACIONAL DE**

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

ELECCIONES ante el Área de Trámite Documentario del Congreso de la República con fecha 29 de mayo de 2025, siendo decretado el 2 de junio del mismo año a la Comisión de Constitución y Reglamento para su estudio y dictamen como única comisión dictaminadora.

- b. El Proyecto de Ley **11377/2024-JNE**, Ley que fortalece el financiamiento público directo e indirecto a las organizaciones políticas peruanas, fue presentado por el **JURADO NACIONAL DE ELECCIONES** ante el Área de Trámite Documentario del Congreso de la República con fecha 29 de mayo del 2025, siendo decretado el 2 de junio del mismo año a la Comisión de Constitución y Reglamento para su estudio y dictamen como única comisión dictaminadora.

II. ANTECEDENTES LEGISLATIVOS

Desde el año 2000 a la fecha se han presentado las siguientes iniciativas legislativas sobre la materia, conforme se aprecia en el Cuadro 1:

Cuadro 1
Proyectos de ley respecto del financiamiento público indirecto

N.º	Proyecto de ley	Título	Sumilla	Último estado
1	00168, 00227, 00466 y otros	Ley General de Partidos Políticos	Regula las actividades de las organizaciones políticas entre las que se halla la franja electoral	Publicada (Ley 28094)
2	02513, 05284, 05371, 05793 y 06050/2020-CR	Ley 31046, Ley que modifica el Título VI "Del Financiamiento de los Partidos Políticos" de la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas	Modifica el financiamiento público directo e indirecto a las organizaciones políticas	Publicada (Ley 31046)

Fuente: Comisión de Constitución y Reglamento 2025-2026.

II.1 Opiniones solicitadas y recibidas

II.1.1. Pedidos de opinión

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

Para el estudio y dictamen de los presentes proyectos normativos, se solicitaron las siguientes opiniones.

Cuadro 2
Opiniones solicitadas respecto del Proyecto de ley 11376/2024-JNE

N.º	Oficio	Entidad	Nombre	Fecha de envío
1	OFICIO N° 1739-2024-2025-CCR/CR	Especialista en derecho electoral	José Manuel Villalobos Campana	04.06.2025
2	OFICIO N° 1740-2024-2025-CCR/CR	Especialista en derecho electoral	Virgilio Hurtado Cruz	04.06.2025
3	OFICIO N° 1741-2024-2025-CCR/CR	Especialista en derecho electoral	José Tello Alfaro	04.06.2025
4	OFICIO N° 1743-2024-2025-CCR/CR	Ministerio de Defensa	Walter Enrique Astudillo Chávez	04.06.2025
5	OFICIO N° 1742-2024-2025-CCR/CR	Ministerio del Interior	Carlos Alberto Malaver Odias	04.06.2025

Fuente y elaboración: Comisión de Constitución y Reglamento 2025-2026.

Cuadro 3
Opiniones solicitadas respecto del Proyecto de ley 11377/2024-JNE

N.º	Oficio	Entidad	Nombre	Fecha de envío
1	OFICIO N° 1735-2024-2025-CCR/CR	Especialista en derecho electoral	José Manuel Villalobos Campana	03.06.2025
2	OFICIO N° 1736-2024-2025-CCR/CR	Especialista en derecho electoral	Virgilio Hurtado Cruz	04.06.2025
3	OFICIO N° 1737-2024-2025-CCR/CR	Especialista en derecho electoral	José Tello Alfaro	04.06.2025
4	OFICIO N° 1738-2024-2025-CCR/CR	Idea Internacional	Percy Medina Masías	04.06.2025

Fuente y elaboración: Comisión de Constitución y Reglamento 2025-2026.

II.1.2. Respuesta a los pedidos de opinión

El 15 de agosto de 2025 el jefe de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) remitió el Oficio 002741-2025-JN/ONPE, que a su vez

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

adjunta el Informe 00270-2025-GPP/ONPE de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, mediante el que recomendó la aprobación del proyecto de ley 11376/2024-JNE pues permitirá a la ONPE contar con información de los desplazamientos del personal policial y de las fuerzas armadas de manera oportuna, lo que es indispensable para determinar la composición de las mesas de sufragio, elaboración y distribución del material electoral, diseño y actividades de capacitación, entre otras.

II.1.3. Opiniones ciudadanas

Respecto a los proyectos de ley analizados no se tienen opiniones ciudadanas, conforme se verifica en la carpeta legislativa web correspondiente^{1 2}.

III. CONTENIDO DE LAS PROPUESTAS

A continuación, resumiremos el contenido y sustento de los proyectos normativos materia de análisis.

- a. El proyecto de ley **11376/2024-JNE** está compuesto por dos artículos:
 - i. El artículo 1 refiere como objeto de la ley, la modificación del artículo 263-A de la Ley 26859, Ley Orgánica de Elecciones, insertado por la Ley 32166, Ley que modifica la Ley 26859, Ley Orgánica de Elecciones, con el fin de ampliar los locales de votación y el horario de la jornada electoral, así como de promover el sufragio del personal activo de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional del Perú, asegurando de esta forma su derecho a la participación política.
 - ii. El artículo 2 contiene la propuesta de modificación del artículo 263-A de la Ley 26859, Ley Orgánica de Elecciones, a fin de que la información necesaria para viabilizar el mecanismo de votación para

¹Respecto del proyecto de ley 11376/2024-JNE, véase: <https://wb2server.congreso.gob.pe/spley-portal/#/expediente/2021/11376>

² Respecto del proyecto de ley 11376/2024-JNE, véase: <https://wb2server.congreso.gob.pe/spley-portal/#/expediente/2021/11377>

**DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY
11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA
LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A
FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS
ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y
MUNICIPALES**

el personal activo de las Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional del Perú sea remitido hasta los cien días previos al acto electoral a fin de asegurar la recepción oportuna de la misma, y permita a la Oficina Nacional de Procesos Electorales cumpla adecuadamente con su función de organización de las elecciones.

- b. El proyecto de ley **11377/2024-JNE** está compuesto por tres artículos y dos disposiciones complementarias:
 - i. El artículo 1 establece como objeto de la ley, el de modificar los artículos 29, 30-A, 36, 36-A, 37, 38 y 41 e insertar una disposición transitoria en la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas; así como la incorporación de una única disposición final a la Ley 27683, Ley de Elecciones Regionales.
 - ii. El artículo 2 propone la modificación de los siguientes artículos en la Ley 26859, Ley Orgánica de Elecciones:
 - 1. Artículo 29, a fin que la asignación de financiamiento público directo se realice respecto de los partidos con representación en la Cámara de Diputados y que este tome como parámetro el ejercicio anual; así como la eliminación de los servicios de asesoría legal y patrocinio legal a las organizaciones políticas y a sus directivos, representantes y voceros en el ejercicio de cargo como gasto autorizado a realizarse con presupuesto público; de otro lado propone disponer que las organizaciones políticas empleen el 15% del financiamiento público directo para realizar actividades de formación, capacitación e investigación en temas que contribuyan a la inclusión efectiva de las mujeres en la vida política partidaria. Finalmente, se pretende que el dinero proveniente del financiamiento público directo no ejecutado en el ejercicio anual sea revertido al tesoro público.
 - 2. Artículo 30-A, reemplazando el nombre de “elecciones congresales” por “elecciones al Senado, Cámara de Diputados”.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

3. Artículo 36, propone modificar las sanciones del literal b) respecto de las infracciones graves para incorporar sanciones vinculadas a las nuevas obligaciones propuestas como la devenidas por no devolver el financiamiento público directo no ejecutado al final del quinquenio, el no emplear el 15% del financiamiento público directo para realizar actividades de formación, capacitación e investigación que contribuyan a la inclusión efectiva de las mujeres o no subsanar las conductas que generaron infracciones leves en el plazo otorgado por ONPE. Respecto de las infracciones muy graves propone el incumplir las reglas de distribución del financiamiento público directo, no devolver los saldos no ejecutados al final del ejercicio fiscal o pagar con fondos del financiamiento público directo servicios diversos o actividades de formación, capacitación, investigación y difusión que no se realizaron.
4. Artículo 36-A, respecto de las sanciones plantean incorporar la reincidencia de las sanciones vinculadas a las alianzas.
5. Artículo 37, plantea modificar las disposiciones vinculadas a la franja electoral aplicable a las elecciones primarias, específicamente, extendiendo dicha franja a la modalidad prevista en el literal a) del artículo 24 de la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas.
6. Artículo 38, propone modificar la redacción con el objeto de incorporar referencias a la distribución de la franja electoral en las elecciones regionales y municipales, así como en las primarias respecto de la modalidad prevista en el literal a) del artículo 24 de la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas. Del mismo modo se plantea una mayor regulación respecto de la franja electoral en redes sociales, incluyendo como proveedores de dicho servicio a personas naturales o jurídicas que utilicen herramientas del entorno digital o cuya principal actividad se desarrolle en este, tales como, las agencias de medios formales ubicadas a nivel nacional, creadores de contenido, o influencers.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

7. Artículo 41, plantea la modificación de las palabras "congreso" por "Senado o Cámara de Diputados", respecto a los espacios en radios y televisión en tiempo no electoral.
- iii. Artículo 3, plantea la incorporación de la décimo cuarta disposición transitoria en la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas, que propone que para la distribución proporcional del financiamiento público indirecto de las elecciones generales del 2026 se deba considerar la representación que obtuvo cada organización política en el Congreso de la República en las elecciones generales 2021.

IV. MARCO JURÍDICO

4.1. Constitución Política

Artículo 35.- Los ciudadanos pueden ejercer sus derechos individualmente o a través de organizaciones políticas como partidos, movimientos o alianzas, conforme a ley. Tales organizaciones concurren a la formación y manifestación de la voluntad popular. Su inscripción en el registro correspondiente les concede personalidad jurídica.

Mediante ley se establecen disposiciones orientadas a asegurar el funcionamiento democrático de las organizaciones políticas y la transparencia sobre el origen de sus recursos económicos, así como su verificación, fiscalización, control y sanción.

El financiamiento de las organizaciones políticas puede ser público y privado. Se rige por ley conforme a criterios de transparencia y rendición de cuentas. El financiamiento público promueve la participación y fortalecimiento de las organizaciones políticas bajo criterios de igualdad y proporcionalidad. El financiamiento privado se realiza a través del sistema financiero con las excepciones, topes y restricciones correspondientes. El financiamiento ilegal genera la sanción administrativa, civil y penal respectiva.

Solo se autoriza la difusión de propaganda electoral en medios de comunicación radiales y televisivos mediante financiamiento público indirecto. [subrayado agregado]

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

4.2. Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas

Artículo 29. Financiamiento público directo

29.1. Solo los partidos políticos y alianzas electorales que obtienen representación en el Congreso reciben del Estado financiamiento público directo.

29.2. Con tal fin, el Estado destinará el equivalente al 0,1% de la unidad impositiva tributaria (UIT) por cada voto emitido para elegir diputados y senadores.

29.3. Dichos fondos se otorgan con cargo al Presupuesto General de la República y son recibidos por los partidos políticos para ser utilizados, durante el quinquenio posterior a la mencionada elección, conforme a las siguientes reglas:

a) Hasta el 50 % del financiamiento público directo recibido para ser utilizado en gastos de funcionamiento ordinario, así como en la adquisición de inmuebles, mobiliario y otros bienes necesarios para atender actividades consustanciales al objeto de la organización política, así como para la contratación de personal y servicios diversos, los que incluyen servicios de asesoría y patrocinio legal a la organización política y a sus directivos, representantes y voceros en el ejercicio de cargo. En caso de dictarse sentencia condenatoria consentida o ejecutoriada, se debe devolver el dinero empleado para tal fin.

b) No menos del 50 % del financiamiento público directo recibido para ser utilizado en actividades de formación, capacitación, investigación y difusión de estas, bajo criterios de igualdad, paridad y no discriminación entre hombres y mujeres. Estas actividades pueden estar orientadas a los procesos electorales convocados e involucrar realización de encuestas, desarrollo de sistemas informáticos o herramientas digitales y procesamiento masivo de datos, así como la implementación o mantenimiento de canales o plataformas institucionales de comunicación como publicaciones en medios físicos o digitales u otras homólogas.

29.4. La transferencia de los fondos a cada partido político se realiza a razón de un quinto por año, distribuyéndose un 40 % por ciento en forma igualitaria entre todos los partidos políticos con representación en el Congreso y un 60 % en forma proporcional a la sumatoria de los votos obtenidos por cada partido político en la elección de diputados y senadores. Si solo se logra

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

representación en una cámara, el cálculo se efectúa únicamente sobre los votos obtenidos en dicha cámara. La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) se encarga de la fiscalización del cumplimiento de lo previsto en el presente artículo.

Artículo 30-A. Aportes para candidaturas distintas a la presidencial

Cada aporte en efectivo o en especie que recibe el candidato para una campaña electoral, en el caso de **elecciones al Senado, Cámara de Diputados**, regionales, municipales y para el Parlamento Andino, de cualquier fuente de financiamiento permitida, no debe exceder de las cincuenta (50) unidades impositivas tributarias (UIT) por aportante.

Artículo 36. Infracciones

Constituyen infracciones los incumplimientos por parte de las organizaciones políticas de las disposiciones de la presente ley.

Las infracciones pueden ser leves, graves y muy graves.

a) Constituyen infracciones leves:

1. No contar con una cuenta en el sistema financiero.
2. Carecer de un tesorero con poderes vigentes inscrito en el Registro de Organizaciones Políticas (ROP) del Jurado Nacional de Elecciones (JNE).
3. Llevar libros contables con un retraso mayor a noventa (90) días calendario.

b) Constituyen infracciones graves:

1. No expedir el recibo de aportaciones recibidas en efectivo o en especie conforme a lo previsto en el artículo 30 de la presente ley.
2. No informar sobre la relación de los aportantes de las actividades proselitistas.
3. Recibir aportes en efectivo superiores al veinticinco por ciento (25%) de una unidad impositiva tributaria (UIT) fuera del sistema financiero.
4. Recibir aportes mayores a los permitidos en la presente ley.
5. No llevar libros de contabilidad.
6. No subsanar las conductas que generaron sanciones por infracciones leves en el plazo otorgado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

c) Constituyen infracciones muy graves:

1. Recibir aportes o efectuar gastos a través de una persona distinta al tesorero titular o suplente o de los tesoreros descentralizados de la organización política.
2. No presentar los informes sobre los aportes e ingresos recibidos, así como los gastos efectuados durante la campaña, en el plazo establecido por la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).
3. En el caso de una alianza electoral, no informar a la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) sobre el aporte inicial de las organizaciones políticas que la constituyen.
4. Incumplir con presentar la información financiera anual en el plazo previsto en la presente ley.
5. Recibir aportes de fuente prohibida, conforme a lo dispuesto en el artículo 31 de la presente ley.
6. Contratar, en forma directa o indirecta, propaganda electoral en radio o televisión.
7. Utilizar el financiamiento público directo para fines diferentes a los señalados en la presente ley.
8. No subsanar las conductas que generaron sanciones por infracciones graves en el plazo otorgado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).

Artículo 36-A. Sanciones

El jefe de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), previo informe de su Gerencia de Supervisión de Fondos Partidarios impone las sanciones siguientes:

- a) Por la comisión de infracciones leves, una multa no menor de cinco (5) ni mayor de quince (15) unidades impositivas tributarias (UIT).
- b) Por la comisión de infracciones graves, una multa no menor de dieciséis (16) ni mayor de treinta (30) unidades impositivas tributarias (UIT). En el caso de las infracciones previstas en el artículo 36, inciso b) numerales 3 y 4, la multa es el monto equivalente al exceso sobre el tope legal o el íntegro del aporte recibido indebidamente, según corresponda.
- c) Por la comisión de infracciones muy graves, una multa no menor de treinta y uno (31) ni mayor de cien (100) unidades impositivas tributarias (UIT) y la pérdida del financiamiento público directo.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

En caso de disolución de la alianza, la sanción se extiende a las organizaciones políticas que la integran. Las resoluciones de sanción pueden ser impugnadas ante el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) en el plazo de quince (15) días hábiles contados desde el día siguiente de su notificación. Contra lo resuelto por el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) no procede recurso alguno.

Las resoluciones que emita la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), en aplicación de la facultad sancionadora prevista en el presente artículo, deben estar debidamente motivadas, identificar la conducta infractora y ser notificadas al tesorero, tesorero descentralizado o responsable de campaña, según corresponda, y al personero de la organización política. Asimismo, deben otorgar plazos razonables para la regularización de la infracción cometida, de ser el caso.

Las multas impuestas a las organizaciones políticas y a las personas jurídicas por las infracciones a las normas sobre financiamiento son cobradas coactivamente por la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) y constituyen recursos del tesoro público que deben ser utilizados para el financiamiento público directo o indirecto otorgado a las organizaciones políticas, de acuerdo a ley.

Artículo 37. Financiamiento público indirecto

Desde los sesenta (60) días hasta los dos (2) días previos a la realización de las Elecciones Generales o Elecciones Regionales y Municipales, las organizaciones políticas con candidatos inscritos, tienen acceso gratuito, de acuerdo a lo establecido en esta ley, a los medios de radiodifusión y televisión, de propiedad privada o del Estado de señal abierta, canales nacionales de cable de alcance nacional, estaciones de radio, públicos o privados y a contratar publicidad diaria en redes sociales.

La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) recibe como asignación presupuestaria, conjuntamente con el presupuesto para el proceso electoral, el monto que irroque el acceso a radio, televisión y al pago de la publicidad en redes sociales en cada elección. Los precios convenidos con los medios de comunicación deben ser los considerados para una tarifa social.

Los medios de comunicación de radio y televisión están prohibidos de contratar propaganda electoral para las organizaciones políticas y sus

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

candidatos, sea a través de sus tesoreros, responsables de campaña, autoridades, candidatos o por intermedio de terceros.

En la utilización de la franja electoral, las organizaciones políticas y la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) deben asegurar que se realice bajo criterios de igualdad, paridad y no discriminación entre hombres y mujeres.

En la utilización de la franja electoral, las organizaciones políticas y la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) deben asegurar que se realice bajo criterios de igualdad, paridad y no discriminación entre hombres y mujeres.

Artículo 38. Duración y frecuencia del financiamiento público indirecto

En las elecciones generales, cada estación de radio y televisión difunde la franja electoral entre las seis (06:00) y las veintitrés (23:00) horas.

La mitad del tiempo total disponible debe estar debidamente valorizado y se distribuye equitativamente entre todos los partidos políticos y alianzas con candidatos inscritos en el proceso electoral.

La otra mitad del tiempo debidamente valorizado se distribuye proporcionalmente a la representación con la que cuenta cada partido político en el Congreso de la República.

Los partidos políticos que participen por primera vez en una elección disponen de un tiempo equivalente al del partido que tenga la menor adjudicación.

En el caso de las redes sociales, se puede contratar publicidad diaria hasta en tres de ellas. El espacio contratado para hacer publicidad en redes sociales se distribuye equitativamente entre todos los partidos políticos y alianzas con candidatos inscritos.

La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) pondrá a disposición de los partidos políticos y alianzas electorales un módulo dentro del Portal Digital de Financiamiento (PDF) con el catálogo de tiempos y espacios disponibles para la contratación de publicidad en radio, televisión y redes sociales.

Podrán inscribirse al catálogo, en calidad de proveedores, todos los medios de comunicación formales a nivel nacional, independientemente de su alcance, rating o sintonía.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

Cada partido político o alianza electoral elegirá directamente, de acuerdo a sus preferencias y a la adjudicación económica que le corresponde, los tiempos y espacios disponibles en el Portal Digital de Financiamiento (PDF), de acuerdo al reglamento que emita la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) para tal fin.

Los espacios de tiempo no utilizados por los partidos políticos y alianzas electorales en la franja electoral serán destinados a la difusión de educación electoral, según lo determine la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).

Artículo 41. Espacios en radio y televisión en período no electoral

Los medios de comunicación de propiedad del Estado están obligados a otorgar mensualmente cinco minutos a cada partido político con representación en el Congreso, para la difusión de sus propuestas y planteamientos. La Gerencia de Supervisión de Fondos Partidarios hace la asignación correspondiente. [subrayado agregado]

V. ANÁLISIS TÉCNICO

5.1. La comunicación político electoral: la campaña electoral

5.1.1. Las campañas electorales y el proselitismo

Para Lauga y García Rodríguez, la campaña electoral permite a los partidos políticos comunicar sus programas e ideas, movilizar a sus simpatizantes e influir y politizar a la población en el sentido de captar sus preferencias políticas³; de otro lado, la Red de Conocimientos Electorales, proyecto ACE define a las campañas electorales como los esfuerzos competitivos hechos por los candidatos y los partidos políticos para ganar el apoyo de los electores en el periodo que precede a una elección, para lo cual los candidatos recurren a una diversidad de técnicas para atraer votantes, desde comparecencias en público y mítines hasta el uso de publicidad en los medios masivos de comunicación. Es decir, la campaña electoral refiere al

³ Martín Lauga y Juan I. García Rodríguez. La campaña electoral: publicidad/propaganda, periodo, prohibiciones. P. 711. En: Nohlen, Dieter, et al. (comps.) Tratado de derecho electoral comparado de américa latina. Segunda edición, 2007.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

momento dentro del cronograma electoral habilitado para que los actores del proceso electoral realicen proselitismo.

En suma, el concepto de campaña electoral está íntimamente ligado al proselitismo o propaganda electoral, pues la primera se efectiviza mediante la segunda, empleando la propaganda con la finalidad de influenciar en las preferencias políticas del elector a través del uso de una gran variedad de formas y técnicas; encontrándose entre las principales formas o más ortodoxas, la realización de “*meetings*” de campaña en las que el electorado tiene contacto directo con el candidato, o también empleando la propaganda por medios de comunicación masivos como la radio y televisión.

5.1.2. La evolución histórica de las campañas electorales y la propaganda política

Antes de la irrupción masiva de la radio y la televisión en la dinámica social, las campañas electorales se llevaban a cabo a través de meetings, reuniones multitudinarias planificadas o espontáneas en los que los candidatos realizaban discursos públicos propagandísticos con el objeto de obtener la adhesión política de los asistentes, lo que, si bien permitía la construcción de una relación directa entre candidato y elector, no permitía una difusión masiva, limitando la misma al ámbito local. Del mismo modo, se recurría a medios de comunicación tradicionales como periódicos y propaganda estática, dígame paneles, unipolares, entre otros, medios que por su naturaleza estática carecen del dinamismo que aportan los medios de comunicación contemporáneos.

Como señala Sartori en su libro titulado *homo videns, la sociedad teledirigida*⁴, los medios de comunicación han transformado de manera irreversible la forma en la que los individuos se comunican, como piensan, así como la dinámica social de la comunicación; prefiriendo los contenidos visuales a los conceptuales. Dicho cambio de paradigma —tanto cognitivo como social— ha modificado la forma en el que las campañas electorales se desarrollan toda vez que la radio y televisión se transforman en el medio más

⁴ Cfr. Giovanni Sartori. *Homo videns, la sociedad teledirigida*. Editorial Taurus, 1998, Buenos Aires.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

eficiente para la realización de la propaganda electoral pues es dinámico, atractivo y puede vencer los límites territoriales que otras formas de propaganda no pueden.

En ese orden de ideas, y conscientes sobre la relevancia de la propaganda electoral en medios de comunicación masivos por su gran potencial como herramienta para influenciar en el electorado, los Estados optaron por regular su empleo pues quienes tienen mayor acceso a los medios de comunicación pueden acrecentar sus opciones de llegar al poder en detrimento de aquellos que no cuenten con los medios económicos necesarios para contratar una extensa parrilla propagandística en los medios de comunicación.

Es así como la revolución causada por la masificación de la radio y televisión obligó a la mayoría de los países a limitar o prohibir la contratación directa de publicidad en medios, complementando dicha regulación con subvenciones para la contratación de propaganda electoral en medios de comunicación como es el caso de Perú, aminorando así la potencial inequidad en el acceso a los medios de comunicación por parte de los partidos políticos.

5.2. El financiamiento público indirecto: la franja electoral

El financiamiento público que el Estado realiza sobre las organizaciones políticas puede ser tanto directo como indirecto, es decir, es directo cuando el Estado realiza entregas de dinero en efectivo a las organizaciones políticas a fin de que sea empleado para sus fines partidarios, mientras que el financiamiento indirecto es aquel que se realiza mediante la subvención de bienes como los espacios en medios de comunicación públicos y privados adquiridos por el Estado en favor de las organizaciones políticas para que estos difundan sus programas de gobierno y, propaganda electoral, esto último denominado por la legislación nacional como "franja electoral".

El vínculo entre el dinero y la política es innegable, por lo que, los distintos Estados han buscado de una forma u otra, aminorar la influencia del dinero o específicamente de los grupos de poder económico sobre los partidos

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

políticos. Es así como la Constitución de 1979 en su artículo 70 dispone que los partidos políticos tienen acceso gratuito a los medios de comunicación social de propiedad del Estado, acceso tendiente a la proporcionalidad resultante de las elecciones parlamentarias inmediatamente anteriores.

Dicha fórmula ha sido trasladada al artículo 35 de la Constitución de 1993, disposición que pese a su reforma mantiene incólume el mandato constitucional de permitir a los partidos políticos acceso a los medios de comunicación masivos de propiedad estatal. Dicha configuración ha servido de base para emisión de la Ley 26859, Ley Orgánica de Elecciones de 1997 que en su articulado 194, modificado por la Ley 27369, Modificaciones a la Ley Orgánica de Elecciones que regirán para las Elecciones Generales del año 2001; disposición que habilita la adquisición de espacios en los canales de televisión de señal abierta y estaciones de radio, públicos y privados, de cobertura nacional en favor de los partidos políticos sin costo alguno.

Posteriormente y por mandato del artículo 37 de la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas publicada como Ley de partidos políticos, en 2003, y modificada en 2020 por la Ley 31046, en y en 2024 por la Ley 32058, se dispuso el acceso gratuito subvencionado por el Estado a las organizaciones políticas con candidatos inscritos, en los medios de radiodifusión y televisión, de propiedad privada o del Estado de señal abierta, canales nacionales de cable de alcance nacional, estaciones de radio, públicos o privados y a contratar publicidad diaria en redes sociales, ampliando dicho alcance a las elecciones primarias. No obstante, y pese al avance y perfeccionamiento de la norma, existen espacios que el legislador debe integrar la norma a fin de evitar el surgimiento de vías alternativas de propaganda electoral encubierta que quiebre el equilibrio y equidad en el acceso a los medios de comunicación masivos en etapa electoral como es la propaganda política a través de influenciadores en redes sociales.

5.3. La campaña electoral en la era digital: La política a través de las redes sociales

De igual forma que la radio y televisión, la masificación del internet y las redes sociales significó un cambio de paradigma para el desarrollo de las

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

campañas electorales, permitiendo a los partidos políticos obtener herramientas de propaganda electoral personalizadas a la medida de cada elector, con menor costo y mayor alcance que la propalada por radio y televisión, la que pese a ser superior en su dinamismo frente a los diarios y la prensa más ortodoxa, no igual de flexible y dinámica que la propaganda realizada mediante las redes sociales y el internet. Un fenómeno aparte es la irrupción de los llamados influencers, anglicismo que se emplea para definir una persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales según la Real Academia Española⁵, y que encuentra equivalente en la lengua española en el sustantivo influenciador, sustantivo.

Ahora, y en mérito a la experiencia electoral de los últimos años a nivel mundial se debe tener en cuenta el potencial propagandístico de los influenciadores, quienes pueden confundir al elector respecto si el apoyo que realiza a determinada opción política es espontáneo o parte de una estrategia propagandística remunerada, pues el poder de convencimiento de los influenciadores reside justamente en la relación de confianza o credibilidad construida en base a la exposición de la cotidianeidad e identificación personal del público objetivo, así como compartir intereses o gustos. Justamente esta es la base que permite a los influenciadores que no son especialistas en dichos tópicos recomendar suplementos nutricionales, productos estéticos, aparatos electrónicos y demás, en base a su experiencia personal.

Dicha dinámica comunicacional es también aprovechada por la comunicación política en un contexto electoral, casos como los de Jake Paul que instó a sus 80 millones de seguidores a votar por Donald Trump⁶, o Mariana Rodríguez en favor de su esposo Samuel García que resultó electo como gobernador de Nuevo León en México.

⁵ Real Academia Española. Corpus del Español del Siglo XXI: «influencer». Disponible en: <https://www.rae.es/noticia/corpus-del-espanol-del-siglo-xxi-influencer>

⁶ Variety. Jake Paul apoya a Donald Trump y compara su condición de delincuente con la de los Padres Fundadores de Estados Unidos. Disponible en: <https://variety.com/2024/digital/news/jake-paul-endorses-donald-trump-felon-founding-fathers-1236196478/>

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

El caso de Jake Paul es interesante para graficar el tópico a analizar pues pese a que dicha adhesión política no fue a cambio de pago alguno —al menos por lo declarado por el entorno empresarial de Paul—, el alcance de dicha propaganda puede ser mucho más efectivo y económicamente valorado que otros actos de proselitismo remunerado, o los realizados a través de la red de turning point⁷. Dichas conductas si no son fiscalizadas puede generar inequidades y distorsiones en la comunicación electoral proselitista, pues dicha participación pese a no ser remunerada puede considerarse como una donación en especie altamente valorada, lo que debería estar sujeto a la fiscalización de aportes y gastos de campaña.

Casos similares son los de personalidades que ya cuentan con cierta credibilidad previa y emplean sus redes sociales para causar impacto en la dinámica electoral, como Ariana Grande que en 2020 instó a sus 280 millones de seguidores de Twitter e Instagram a registrarse para votar en Florida causando el colapso del sistema, debiendo ampliar la fecha en un día⁸, mostrando así su poder movilizador social.

El poder de convencimiento que ejercen los influenciadores más grandes puede tener impactos imponentes en la conducta de sus seguidores, influenciando en sus intereses y patrones de consumo. Podemos citar el caso de Oprah Winfrey cuyo aval personal permitió que diversos títulos literarios sean incorporados en su “club de lectura”, incrementando el volumen de ventas de estos libros de manea casi exorbitante, registrando en algunos casos incrementos de ventas de casi 150 mil ejemplares hasta los 2,7 millones de copias⁹.

De otro lado, el caso de la influenciadora Mariana Rodríguez, grafica bien los puntos ciegos que puede tener la regulación de la propaganda política a

⁷ Shane Goldmacher and Ken Bensinger. Daily New York Times. Republicans Built an Ecosystem of Influencers. Some Democrats Want One, Too. Disponible en:

<https://www.nytimes.com/2024/11/28/us/politics/democratic-influencers.html>

⁸ Xavier Peytibi. El uso de influencers en campaña: el caso de USA 2024. ACOP, 2024. Disponible en:

<https://compolitica.com/el-uso-de-influencers-en-campana-el-caso-de-usa-2024/>

⁹ Nielsen. The Oprah Effect Closing the Book on Oprah’s Book Club. Disponible en:

<https://www.nielsen.com/insights/2011/the-oprah-effect-closing-the-book-on-oprahs-book-club/>

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

través de los influenciadores. Es así como en el año 2021, la ciudadana Mariana Rodríguez, quien previamente a contraer matrimonio con Samuel García, era ya reconocida en el ámbito de estilo de vida y belleza. En ese sentido durante la campaña electoral Rodríguez optó por una estrategia que cotidianice y humanice a su pareja, generando identificación personal con los potenciales electores. Dicha conducta no pasó desapercibida por el Instituto Nacional Electoral (INE) de México, quien argumentó que se habían infraccionado las normas de transparencia en el financiamiento pues la influenciadora había proporcionado apoyo económico en especie no reportado a la campaña, ello por el valor económico que aporta la campaña en redes sociales realizada en favor del candidato, empleando su sitio como influenciadora, siendo sancionados, no obstante las mismas fueron revocadas y García fue electo gobernador.¹⁰

5.4. ¿Se debe regular el proselitismo mediante influenciadores y redes sociales?

Si bien previamente hemos recurrido a la casuística para graficar la interacción e importancia de los influenciadores en las campañas políticas, es menester ineludible tornarnos sobre los datos, es así como según Brennan Center, OpenSecrets y Wesleyan Media Project en la campaña presidencial de los Estados Unidos de Norteamérica en 2024, los candidatos y partidos políticos han gastado más de \$ 619 millones de dólares en publicidad digital respecto a las elecciones solo en Google y Meta, las dos plataformas digitales más grandes de dicho país¹¹.

De otro lado, según estudios de Pew Research Center, 4 de cada 10 adultos en Estados Unidos de Norteamérica recibe información noticiosa por

¹⁰ José-Luis López-Aguirre; Selena-Sarai López-Arce. Emociones en campaña: Impacto de la influencer Mariana Rodríguez en las elecciones de Nuevo León. En: Revista panamericana de comunicación. Volumen 7, nro. 1, junio de 2025. Disponible en: <https://revistas.up.edu.mx/rpc/article/view/3306/2789>

¹¹ Brennancenter. El gasto en las campañas políticas en internet en 2024. Disponible en: <https://www.brennancenter.org/es/our-work/analysis-opinion/campanas-politicas-estados-unidos-gasto-internet-2024>

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

TikTok¹², otro estudio de la misma institución señala que el 54% de los estadounidenses entre 18 y 29 años dice confiar al menos algo en la información proveniente de redes sociales, apenas por debajo de su nivel de confianza en medios nacionales (60%). Un mayor porcentaje (76%) confía en medios locales. Entre los adultos mayores, la brecha es más marcada: solo el 28% de quienes tienen 65 años o más confían al menos algo en las redes sociales, frente al 74% que confía en los medios nacionales y el 84% en los locales¹³.

Mientras que, a nivel nacional, DATUM señala que el 51% de los consultados se centra meramente en la lectura de noticias con contenido político en redes sociales (51%)¹⁴, lo que grafica en buena forma el creciente interés de las personas en las redes sociales como fuente de información política y su influencia en las preferencias electorales.

En suma, consideramos apropiada la regulación del proselitismo en redes sociales a fin de no quebrar la igualdad en el acceso a recursos y medios propagandísticos que debe gobernar las campañas electorales; no obstante, y pese a que esto pueda generar una evidente tensión entre la espontaneidad de la comunicación de los influenciadores y su derecho a exponer libremente sus creencias e ideas políticas, con el derecho de las personas a saber si cuando estás adhesiones son pagadas, manteniendo la transparencia que como principio debe gobernar las campañas electorales.

5.5. PROPUESTA DEL TEXTO SUSTITUTORIO

¹² Pew Research Center. More Americans – especially young adults – are regularly getting news on TikTok. Disponible en: <http://pewresearch.org/short-reads/2024/09/17/more-americans-regularly-get-news-on-tiktok-especially-young-adults/>

¹³ Pew Research Center. Republicans have become more likely since 2024 to trust information from news outlets, social media. Disponible en: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/05/08/republicans-have-become-more-likely-since-2024-to-trust-information-from-news-outlets-social-media/>

¹⁴ Datum Internacional. Participación política en redes sociales. Disponible en: http://www.datum.com.pe/new_web_files/files/pdf/Art%C3%ADculo%20Activismo%20Redes%20Digitales%20-Morado_250711090444.pdf

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

Si bien el Proyecto de ley **11377/2024-JNE**, Ley que fortalece el financiamiento público directo e indirecto a las organizaciones políticas peruanas plantea la modificación de los artículos 29, 30-A, 37, 36, 36-A, 38 y 41 e insertar una disposición transitoria en la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas, consideramos que no todas las propuestas de modificación planteadas son viables, pues varias de dichas propuestas han sido previamente analizadas y desestimadas por esta Comisión.

Es así como respecto a la propuesta contenida en el artículo 29, que plantea variar el parámetro de asignación del financiamiento público directo solo a los partidos con representación en la Cámara de Diputados, se elimine como gastos válidos los servicios de asesoría legal y patrocinio legal a las organizaciones políticas y a sus directivos, representantes y voceros en el ejercicio de cargo, se emplee el 15% del financiamiento público directo para realizar actividades de formación, capacitación e investigación en temas que contribuyan a la inclusión efectiva de las mujeres en la vida política partidaria¹⁵ y que el dinero proveniente del financiamiento público directo no ejecutado en el ejercicio anual sea revertido al tesoro público; tales propuestas, han sido estudiadas, analizadas, debatidas y finalmente desestimadas, dando origen a la Ley 32254, Ley que modifica la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas, a fin de restituir el financiamiento privado de personas jurídicas y dictar disposiciones para el empleo del financiamiento público, publicadas el 31 de enero de 2025.

Mientras que, respecto del artículo 30-A que propone se remplace el nombre de “elecciones congresales” por “elecciones al Senado, Cámara de Diputados”, no obstante, consideramos que dicho cambio no es necesario pues la redacción actual engloba adecuadamente la conformación del congreso bicameral, lo que se define adecuadamente en el artículo 21 de la Ley 26859, Ley Orgánica de Elecciones, artículo también modificado en enero de 2025 mediante la Ley 32254, Ley que modifica la Ley 28094, Ley

¹⁵ El PL 7192/2023-CR propone que se establezca que no menos del 15% del monto destinado a formación y capacitación será exclusivo para la formación política de mujeres militantes de la organización política. PL acumulado al dictamen que dio origen a la Ley 32254, Ley que modifica la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas, a fin de restituir el financiamiento privado de personas jurídicas y dictar disposiciones para el empleo del financiamiento público, publicadas el 31 de enero de 2025.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

de Organizaciones Políticas, a fin de restituir el financiamiento privado de personas jurídicas y dictar disposiciones para el empleo del financiamiento público, publicadas el 31 de enero de 2025.

De otro lado, se desestima la propuesta modificatoria del artículo 36, mediante las que se proponen nuevas sanciones, toda vez que al no haber acogido la propuesta de infracciones planteadas para el artículo 29, no corresponde regular las posibles sanciones, misma suerte que corre el artículo 36-A.

En cuanto a los artículos 37 y 38 de la LOP, se tiene que el artículo 37, no establece con claridad una regla específica cuando corresponde aplicar la franja electoral en elecciones primarias, toda vez que el artículo 24 de la LOP contempla tres modalidades para las elecciones primarias como: a) voto de ciudadanos, b) voto de afiliados, y c) voto de delegados), por lo que es razonable considerar que la franja deba únicamente otorgarse cuando se convoque a la ciudadanía en general para participar en las elecciones primarias, es decir, cuando se utilice la modalidad a).

Actualmente, esto no está especificado en el artículo 37, lo que genera incertidumbre operativa y financiera para el sistema electoral, motivo por el que la ONPE a través del Jurado Nacional de Elecciones propone su modificación puesto que la franja electoral en primarias solo se justifica cuando el proceso tiene carácter general, abierto y competitivo, es decir, cuando la ciudadanía en su conjunto sea convocada a participar, supuesto que solo se concreta en la modalidad a) del artículo 24, toda vez que la elección por afiliados o delegados de los otros supuestos tienen un carácter interno o restringido en cuanto al público elector, por lo que asignarles espacio en la franja electoral a las organizaciones políticas que opten por dicha modalidad significaría contratar publicidad estatal para decisiones internas partidarias que no requieren participación ciudadana universal, lo que podría significar también un uso poco eficiente del presupuesto público

Ahora, en el artículo 38 de la misma ley, no se establece ningún criterio de distribución de la franja electoral en elecciones regionales y municipales, a diferencia del criterio de distribución establecido para las elecciones

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

generales, lo que deja en manos de la autoridad electoral una amplia discrecionalidad sin parámetros legales definidos. Esta omisión afecta el principio de predictibilidad y transparencia del proceso electoral, y podría dar lugar a cuestionamientos sobre la imparcialidad de la distribución.

En suma, consideramos que el texto sustitutorio propuesto debe centrarse en la regulación de las disposiciones vinculadas a la franja electoral regional y la aplicable a las elecciones primarias, específicamente, extendiendo dicha franja a la modalidad prevista en el literal a) del artículo 24 de la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas, modificando por ende el contenido del artículo 37, mientras que atendiendo a los fundamentos previamente analizados consideramos pertinente la modificación del artículo 38, con el objeto de incorporar como regla la distribución equitativa de la franja electoral en las elecciones regionales y municipales, entre todas las organizaciones políticas con candidatos inscritos en las elecciones regionales y municipales, mientras que será una distribución proporcional si solo se tiene candidatos inscritos en una de ellas.

Del mismo modo se plantea una mayor regulación respecto de la franja electoral en redes sociales, incluyendo como proveedores de dicho servicio a personas naturales o jurídicas que utilicen herramientas del entorno digital o cuya principal actividad se desarrolle en este, tales como, las agencias de medios formales ubicadas a nivel nacional, creadores de contenido, o influenciadores, ello con el objeto de garantizar la transparencia de financiamiento y gastos en la campaña electoral.

Finalmente, y respecto del Proyecto de ley **11376/2024-JNE**, consideramos que la medida planteada garantiza de mejor manera que la información requerida por la Oficina Nacional de Procesos Electorales sea recibida de manera oportuna por parte de los órganos de gobierno de las fuerzas armadas y policiales, pues dicha información requiere ser conocida antes de los cien días previos a la elección y no dentro de dicho umbral como la norma actual dispone, ello con la finalidad de incorporar a los efectivos policiales y militares en las mesas de votación del lugar al que serán desplazados en cumplimiento de su servicio por la coyuntura electoral.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

VI. ANÁLISIS DEL MARCO NORMATIVO Y EFECTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA

La presente propuesta impacta en el artículo **263-A** de la Ley 26859, Ley Orgánica de Elecciones, y en los artículos **37**, **38** y **41** de la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas.

Cuadro 4
Efecto de la vigencia de la norma

Ley 26859, Ley orgánica de elecciones	TS Propuesto
Artículo 263-A. [...] En el caso de que los miembros de las Fuerzas Armadas o de la Policía Nacional del Perú sean destacados a una circunscripción electoral diferente a la señalada en su documento nacional de identidad (DNI), el Ministerio del Interior y el Ministerio de Defensa, bajo responsabilidad, y con el fin de facilitar el ejercicio de su derecho al voto, están obligados a remitir a la Oficina Nacional de Procesos Electorales, dentro de los cien días calendario antes de las elecciones, la siguiente información sobre dicho personal: [...].	Artículo 263-A. [...] En el caso de que los miembros de las Fuerzas Armadas o de la Policía Nacional del Perú sean destacados a una circunscripción electoral diferente a la señalada en su documento nacional de identidad (DNI), el Ministerio del Interior y el Ministerio de Defensa, bajo responsabilidad, y con el fin de facilitar el ejercicio de su derecho al voto, están obligados a remitir a la Oficina Nacional de Procesos Electorales, hasta cien días calendario antes de la elección, la siguiente información sobre dicho personal: [...].
Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas	TS Propuesto
Artículo 37.- Financiamiento público indirecto [...] Las correspondientes elecciones primarias en el marco de las	Artículo 37. Financiamiento público indirecto [...] Las correspondientes elecciones primarias en el marco de las

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

Elecciones Generales y Elecciones Regionales y Municipales también cuentan con una franja electoral de acuerdo con la modalidad elegida conforme a lo dispuesto por el artículo 24. Esta tendrá un periodo de vigencia de quince (15) días a dos (2) días previos a las votaciones.	Elecciones Generales y Elecciones Regionales y Municipales, bajo la modalidad prevista en el literal a) del artículo 24, también cuentan con una franja electoral. Esta tendrá un periodo de vigencia de quince (15) días a dos (2) días previos a las votaciones.
Artículo 38.- Duración y frecuencia del financiamiento público indirecto En las elecciones generales, cada estación de radio y televisión difunde la franja electoral entre las seis (06:00) y las veintitrés (23:00) horas. La mitad del tiempo total disponible debe estar debidamente valorizado y se distribuye equitativamente entre todos los partidos políticos y alianzas con candidatos inscritos en el proceso electoral. La otra mitad del tiempo debidamente valorizado se distribuye proporcionalmente a la representación con la que cuenta cada partido político en el Congreso de la República. Los partidos políticos que participen por primera vez en una elección disponen de un tiempo equivalente al del partido que tenga la menor adjudicación. En el caso de las redes sociales, se puede contratar publicidad diaria hasta en tres de ellas. El espacio contratado para hacer publicidad en	Artículo 38. Duración y frecuencia del financiamiento público indirecto En las elecciones generales, regionales y municipales, así como, para las elecciones primarias que se desarrollen bajo la modalidad prevista en el literal a) del artículo 24, cada estación de radio y televisión y redes sociales difunden la franja electoral entre las seis (06:00) y las veintitrés (23:00) horas. Para el caso de las Elecciones Generales, la mitad del tiempo total disponible debe estar debidamente valorizado y se distribuye equitativamente entre todas las organizaciones políticas y alianzas con candidatos inscritos en el proceso electoral. La otra mitad del tiempo debidamente valorizado se distribuye proporcionalmente a la representación con la que cuenta cada organización política o alianza en el Senado o en la Cámara de Diputados.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

redes sociales se distribuye equitativamente entre todos los partidos políticos y alianzas con candidatos inscritos.

La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) pondrá a disposición de los partidos políticos y alianzas electorales un módulo dentro del Portal Digital de Financiamiento (PDF) con el catálogo de tiempos y espacios disponibles para la contratación de publicidad en radio, televisión y redes sociales.

Podrán inscribirse al catálogo, en calidad de proveedores, todos los medios de comunicación formales a nivel nacional, independientemente de su alcance, rating o sintonía.

Cada partido político o alianza electoral elegirá directamente, de acuerdo a sus preferencias y a la adjudicación económica que le corresponde, los tiempos y espacios disponibles en el Portal Digital de Financiamiento (PDF), de acuerdo al reglamento que emita la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) para tal fin.

Los espacios de tiempo no utilizados por los partidos políticos y alianzas electorales en la franja electoral serán destinados a la difusión de educación electoral, según lo determine la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).

Las organizaciones políticas o alianzas que participen por primera vez en una elección disponen de un tiempo equivalente al **de la organización política** que tenga la menor adjudicación.

Para el caso de elecciones regionales y elecciones municipales, el tiempo disponible se distribuye de manera equitativa entre todas las organizaciones políticas y alianzas con candidatos inscritos en ambas elecciones y, proporcional si solo se tiene candidatos inscritos en una de ellas, conforme a lo establecido en el reglamento de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE).

La franja electoral de las elecciones primarias se distribuye equitativamente entre todas las organizaciones políticas y alianzas que opten por la modalidad establecida en el literal a) del artículo 24 de la presente ley.

La ONPE pondrá a disposición de las **organizaciones políticas y alianzas, según el proceso electoral que corresponda**, un módulo dentro del Portal Digital de Financiamiento (PDF) con el catálogo de tiempos y espacios disponibles para la contratación de publicidad en radio, televisión y redes sociales.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

	Podrán inscribirse al catálogo, en calidad de proveedores, todos los medios de comunicación formales a nivel nacional, independientemente de su alcance, rating o sintonía. Para el caso de redes sociales, pueden inscribirse como proveedores, personas naturales o jurídicas que utilicen herramientas del entorno digital o cuya principal actividad se desarrolle en este, tales como, las agencias de medios formales ubicadas a nivel nacional, creadores de contenido, o influenciadores. La ONPE regula los requisitos mínimos, condiciones y procedimientos para la inscripción de los proveedores. Cada organización política y alianza elegirá directamente, de acuerdo a sus preferencias y a la adjudicación económica que le corresponde, los tiempos y espacios, así como, redes sociales disponibles en el Portal Digital de Financiamiento (PDF), de acuerdo al reglamento que emita la ONPE para tal fin. Los espacios de tiempo no utilizados por las organizaciones políticas y alianzas en la franja electoral serán destinados a la difusión de educación electoral, según lo determine la ONPE.
Artículo 41.- Espacios en radio y televisión en período no electoral	Artículo 41. Espacios en radio y televisión en tiempo no electoral

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

Los medios de comunicación de propiedad del Estado, están obligados a otorgar mensualmente cinco minutos a cada partido político con representación en el Congreso, para la difusión de sus propuestas y planteamientos. La Gerencia de Supervisión de Fondos Partidarios hace la asignación correspondiente.	Los medios de comunicación de propiedad del Estado, están obligados a otorgar mensualmente cinco minutos a cada partido político o alianza con representación en el Senado o en la Cámara de Diputados , para la difusión de sus propuestas y planteamientos. La Gerencia de Supervisión de Fondos Partidarios hace la asignación correspondiente.
---	--

Fuente y elaboración: Comisión de Constitución y Reglamento 2025-2026.

VII. ANÁLISIS COSTO BENEFICIO

De conformidad con lo dispuesto por el artículo 75 del Reglamento del Congreso de la República procederemos a realizar el análisis costo beneficio correspondiente, por lo que, habiéndose contextualizado las iniciativas legislativas y precedido al análisis del objeto y contenido de estas, continuaremos con identificar a los actores, dígame entidades, sujetos o grupos posiblemente afectados con la medida para posteriormente determinar el efecto de la proposición normativa sobre estos.¹⁶

Efectos que pueden traducirse en costos y beneficios de distinto tipo¹⁷, impactando tanto económica como no económicamente en estos. En ese sentido, se identifican los siguientes costos y beneficios proyectados sobre la Oficina Nacional de Procesos Electorales, las organizaciones políticas Estado y los electores, los que se muestran en los siguientes cuadros.

Cuadro 4

¹⁶ Congreso de la República. Guía de orientación del análisis costo-beneficio legislativo - ACBL. 2005. Pg. 3-4.

¹⁷ Centro de Capacitación y Estudios Parlamentarios del Congreso de la República. Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS) y Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES). Manual de Aplicación del Análisis Costo Beneficio (ACB) y Análisis Costo Efectividad (ACE) para la presentación o evaluación de proyectos de ley. 2017. Pg. 17.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

Análisis costo beneficio

Actor	Costo	Beneficio
1. ONPE	Modificación de la normativa reglamentaria de la ONPE y capacitación a sus funcionarios y servidores	Organiza la franja electoral e incrementa la predictibilidad presupuestal y operativa.
		Mejora la eficiencia en la gestión de contratos con medios de comunicación y realiza la distribución técnica del tiempo.
		Optimiza el empleo del presupuesto público.
2. Las organizaciones políticas	Costo de información y capacitación a los personeros y cuadros directivos partidarios	Un reparto mucho más técnico y equitativo de la franja electoral en elecciones regionales
		Reglas claras que permiten planificar la campaña y acceder de manera justa a los medios de comunicación.
3. Electores	Costo de información de la nueva normativa	Maximiza la posibilidad de informarse de manera justa respecto de los planes de gobierno y propuestas de los partidos políticos en campaña electoral antes de emitir su voto

Elaboración y fuente: Comisión de Constitución y Reglamento 2025-2026.

VIII. CONCLUSIÓN

Por las consideraciones expuestas, la Comisión de Constitución y Reglamento, como resultado del análisis respectivo, y de conformidad con lo establecido en el inciso b) del artículo 70 del Reglamento del Congreso de la República, propone la **APROBACIÓN** de los **proyectos de ley 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE**, con el siguiente **TEXTO SUSTITUTORIO**:

LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR

**DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY
11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA
LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A
FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS
ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y
MUNICIPALES**

**PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y
MUNICIPALES**

**Artículo 1. Modificación de los artículos 263-A y 346 de la Ley 26859, Ley
Orgánica de Elecciones**

Se modifican los artículos 263-A —segundo párrafo — y 346 —literal e)— de la Ley 26859, Ley Orgánica de Elecciones, en los siguientes términos:

“Artículo 263-A. [...]

En el caso de que los miembros de las Fuerzas Armadas o de la Policía Nacional del Perú sean destacados a una circunscripción electoral diferente a la señalada en su documento nacional de identidad (DNI), el Ministerio del Interior y el Ministerio de Defensa, bajo responsabilidad, y con el fin de facilitar el ejercicio de su derecho al voto, están obligados a remitir a la Oficina Nacional de Procesos Electorales, **hasta** cien días calendario antes de **la elección**, la siguiente información sobre dicho personal:
[...].”

Artículo 346. Está prohibido a toda autoridad política o pública:

[...]

e) Realizar en el ejercicio de sus funciones propaganda a favor o campaña en contra de alguna agrupación política, alianza o candidato, sin perjuicio del ejercicio del derecho de expresión y de defensa de posiciones ideológicas, programáticas o partidarias; sin que ello constituya infracción al deber de imparcialidad o neutralidad.

[...]

**Artículo 2. Modificación de los artículos 37, 38 y 41 de la Ley 28094, Ley de
Organizaciones Políticas**

Se modifican el quinto párrafo del artículo 37 y los artículos 38 y 41 de la Ley 28094, Ley de Organizaciones Políticas, en los siguientes términos:

“Artículo 37. Financiamiento público indirecto

[...]

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

Las correspondientes elecciones primarias en el marco de las Elecciones Generales y Elecciones Regionales y Municipales, **bajo la modalidad prevista en el literal a) del artículo 24**, también cuentan con una franja electoral. Esta tendrá un periodo de vigencia de quince (15) días a dos (2) días previos a las votaciones.

Artículo 38. Duración y frecuencia del financiamiento público indirecto

En las elecciones generales, **regionales y municipales, así como en las elecciones primarias que se desarrollen bajo la modalidad prevista en el literal a) del artículo 24**, cada estación de radio y televisión y **red social difunde** la franja electoral entre las seis (06:00) y las veintitrés (23:00) horas. **Para el caso de las Elecciones Generales**, la mitad del tiempo total disponible debe estar debidamente valorizado y se distribuye equitativamente entre **todas las organizaciones políticas y alianzas** con candidatos inscritos en el proceso electoral.

La otra mitad del tiempo debidamente valorizado se distribuye proporcionalmente a la representación con la que cuenta cada **organización política o alianza** en el **Senado o en la Cámara de Diputados**.

Las organizaciones políticas o alianzas que participen por primera vez en una elección disponen de un tiempo equivalente al **de la organización política** que tenga la menor adjudicación.

Para el caso de las Elecciones Regionales y Elecciones Municipales, el tiempo disponible se distribuye de manera equitativa entre todas las organizaciones políticas y alianzas con candidatos inscritos en ambas elecciones y, de manera proporcional, si solo se tienen candidatos inscritos en una de ellas.

La franja electoral de las elecciones primarias se distribuye equitativamente entre todas las organizaciones políticas y alianzas que opten por la modalidad establecida en el literal a) del artículo 24.

La **ONPE** pondrá a disposición de las **organizaciones políticas y alianzas, según el proceso electoral que corresponda**, un módulo dentro del Portal Digital de Financiamiento (PDF) con el catálogo de tiempos y espacios disponibles para la contratación de publicidad en radio, televisión y redes sociales.

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

Podrán inscribirse al catálogo, en calidad de proveedores, todos los medios de comunicación formales a nivel nacional, independientemente de su alcance, rating o sintonía.

Para el caso de redes sociales, pueden inscribirse como proveedores las personas naturales o jurídicas que utilicen herramientas del entorno digital o cuya principal actividad se desarrolle en ámbito, tales como las agencias de medios formales ubicadas a nivel nacional, o los creadores de contenido, o los influenciadores. La ONPE regula los requisitos mínimos, condiciones y procedimientos para la inscripción de los proveedores.

Cada **organización política y alianza** elegirá directamente, de acuerdo a sus preferencias y a la adjudicación económica que le corresponde, los tiempos y espacios, **así como las redes sociales** disponibles en el Portal Digital de Financiamiento (PDF), de acuerdo al reglamento que emita la **ONPE** para tal fin.

Los espacios de tiempo no utilizados por las **organizaciones políticas y alianzas** en la franja electoral serán destinados a la difusión de educación electoral, según lo determine la **ONPE**.

Artículo 41. Espacios en radio y televisión en periodo no electoral

Los medios de comunicación de propiedad del **Estado** están obligados a otorgar mensualmente cinco minutos a cada partido político **o alianza** con representación en el **Senado o en la Cámara de Diputados** para la difusión de sus propuestas y planteamientos. La Gerencia de Supervisión de Fondos Partidarios hace la asignación correspondiente."

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA. Entrada en vigor

Se exceptúa al artículo 1, de lo dispuesto por el artículo XIII del Título Preliminar de la Ley 26859, Ley Orgánica de Elecciones, por lo que entra en vigor al día siguiente de su publicación de conformidad con lo prescrito por el artículo 109 de la Constitución.

SEGUNDA. Implementación

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES

El Jurado Nacional de Elecciones (JNE) y la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), en el ámbito de sus respectivas competencias, reglamentan lo dispuesto en la presente ley en un plazo no mayor a los treinta días calendario de su entrada en vigor.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA TRANSITORIA

ÚNICA. Distribución del financiamiento público indirecto

Para la distribución del financiamiento público indirecto en las Elecciones Generales del 2026 se considera la representación obtenida por los partidos políticos en el Congreso de la República en las Elecciones Generales 2021.

DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA DEROGATORIA

ÚNICA. Derogación de la cuarta disposición transitoria y complementaria de la Ley 27683, Ley de Elecciones Regionales

Se deroga la cuarta disposición transitoria y complementaria de la Ley 27683, Ley de Elecciones Regionales.

Dese cuenta,
Sala de Sesiones
2 de septiembre de 2025.



Firmado digitalmente por:
ROSPIGLIOSI CAPURRO
Fernando Miguel FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 02/09/2025 19:24:46-0500



Firmado digitalmente por:
ALEGRIA GARCIA Luis
Arturo FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 02/09/2025 16:08:37-0500

LUIS ARTURO ALEGRÍA GARCÍA
Presidente
Comisión de Constitución y Reglamento



Firmado digitalmente por:
LIZARZABURU LIZARZABURU
Juan Carlos Martin FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 02/09/2025 17:10:25-0500



Firmado digitalmente por:
ARAGON CARREÑO Luis Angel
FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 02/09/2025 16:53:41-0500



Firmado digitalmente por:
BALCAZAR ZELADA Jose
Maria FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 08:06:21-0500



Firmado digitalmente por:
MORANTE FIGARI Jorge
Alberto FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 09:47:58-0500



Firmado digitalmente por:
MOYANO DELGADO Martha
Lupe FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 02/09/2025 17:46:38-0500



Firmado digitalmente por:
AGUINAGA RECUENCO
Alejandro Aurelio FAU 20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 09:29:20-0500



Firmado digitalmente por:
LIZARZABURU LIZARZABURU
Juan Carlos Martin FAU
20161749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 02/09/2025 17:33:52-0500

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY 11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y MUNICIPALES



Firmado digitalmente por:
JOSÉ LUIS ELIAS AVALOS
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 14:24:01-0500



Firmado digitalmente por:
MITA ALANCA Isaac FAU
20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 10:05:21-0500



Firmado digitalmente por:
HERRERA MEDINA Noelia
Rossvith FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 18:11:14-0500



Firmado digitalmente por:
JUAREZ GALLEGOS Carmen
Patricia FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 15:48:41-0500



Firmado digitalmente por:
CAMONES SORIANO Lady
Mercedes FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 11:42:24-0500



Firmado digitalmente por:
MUÑANTE BARRIOS Alejandro
FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 16:31:47-0500



Firmado digitalmente por:
CERRON ROJAS Waldemar
Jose FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 02/09/2025 19:21:07-0500



Firmado digitalmente por:
MEDINAMINAYA Esdras
Ricardo FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 15:07:46-0500



Firmado digitalmente por:
JUAREZ CALLE Heidy
Lisbeth FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 11:33:56-0500



Firmado digitalmente por:
WILLIAMS ZAPATA Jose
Daniel FAU 20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 09:56:46-0500



Firmado digitalmente por:
CALLE LOBATON Digna FAU
20181749126 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 03/09/2025 12:12:50-0500

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

**DICTAMEN RECAÍDO EN LOS PROYECTOS DE LEY
11376/2024-JNE y 11377/2024-JNE, LEY QUE MODIFICA
LA LEY 26859, LEY ORGÁNICA DE ELECCIONES, Y LA
LEY 28094, LEY DE ORGANIZACIONES POLÍTICAS, A
FIN DE OPTIMIZAR PROCEDIMIENTOS EN LAS
ELECCIONES GENERALES, REGIONALES Y
MUNICIPALES**