

"Decenio de la Igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"  
"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

## RESOLUCION JEFATURAL N° 000116-2021-JN/ONPE

Lima, 18 de Mayo del 2021

**VISTOS:** El Memorando N° 000801-2021-GCRC/ONPE y el Memorando Múltiple N° 000013-2021-GCRC/ONPE de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas; el Memorando N° 001782-2021-GPP/ONPE de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto; el Informe N° 000600-2021-SGPL-GPP/ONPE de la Sub Gerencia de Planeamiento; el Informe N° 001598-2021-SGPR-GPP/ONPE de la Sub Gerencia de Presupuesto; y el Informe N° 000254-2021-GAJ/ONPE de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y,

### CONSIDERANDO:

Por Decreto Supremo N° 122-2020-PCM se convocó a Elecciones Generales para el 11 de abril de 2021, para la elección del Presidente de la República, Vicepresidentes, así como de los Congresistas de la República y de los representantes peruanos ante el Parlamento Andino; asimismo, se precisó que de darse una segunda elección, ésta se realizaría el 06 de junio de 2021, en caso de que ninguno de los candidatos a Presidente de la República y Vicepresidentes obtuviese más de la mitad de los votos válidos;

Por otra parte, a través de la Resolución Jefatural N° 000110-2021-JN/ONPE, la Oficina Nacional de Procesos Electorales aprobó el Plan Operativo Electoral Segunda Elección Presidencial 2021 - Versión 00;

De conformidad con el literal h) del artículo 5 de la Ley N° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, este organismo constitucional autónomo tiene como función, entre otras, divulgar por todos los medios de publicidad que juzgue necesarios, los fines, procedimientos y formas del acto de la elección y de los procesos a su cargo en general;

Además, el literal c) del artículo 62 del Reglamento de Organización y Funciones de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aprobado por Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias, dispone que es función de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, diseñar, conducir y supervisar las campañas publicitarias con fines de difusión y comunicación a la ciudadanía;

Por otro lado, el artículo 3 de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, establece que, bajo responsabilidad del Titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con los siguientes requisitos: a) Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales; b) Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo; c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos. Deberá sustentarse técnicamente la razón por la que una determinada entidad o dependencia eligió a determinados medios de manera preferente, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas; y, d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

En este sentido, en atención a la Segunda Elección Presidencial 2021, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria 2021, Modificado, Versión 01, de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, mediante Resolución Jefatural N° 000113-2021-JN/ONPE de fecha 14 de mayo de 2021;

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación:

CKFXUSP



Conforme a lo antes señalado, mediante el Memorando Múltiple N° 000013-2021-GCRC/ONPE, la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, en el marco de sus funciones, propone la aprobación del Plan de Medios de la Campaña Comunicacional “Segunda Elección Presidencial 2021”, Versión 00, cuyo objetivo será:

*“Informar al electorado (electores y miembros de mesa) a nivel nacional sobre la SEP 2021, resaltando la importancia de su participación, en el marco del derecho democrático de la ciudadanía por elegir a las autoridades y representantes del país. Transmitir a los electores la confianza de hacer valer su derecho al voto sin temor a contagiarse por la COVID-19, teniendo en cuenta todos los protocolos de control y prevención contra la enfermedad que se implementarán”;*

Asimismo, a través del documento que obra en los vistos, la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, emite opinión favorable, respecto a la propuesta del citado Plan; así mismo, manifiesta que se cuenta con la disponibilidad presupuestal necesaria para proceder a la aprobación del Plan de Medios de la Campaña Comunicacional “Segunda Elección Presidencial 2021 - Versión 00”;

En tal sentido, la Gerencia de Asesoría Jurídica mediante el Informe de vistos, opina que el Plan propuesto por la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, recoge los contenidos requeridos en el artículo 3 de la Ley N° 28874 citada;

En consecuencia, resulta necesario aprobar el Plan de Medios Campaña Comunicacional “Segunda Elección Presidencial 2021”, Versión 00, de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, para los fines correspondientes;

De conformidad con la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal; el literal h) del artículo 5 y el artículo 13 de la Ley N° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, así como, el literal s) del artículo 11 del Reglamento de Organización y Funciones de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aprobado por la Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias;

Con el visado de la Gerencia de Asesoría Jurídica, de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto y de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas;

#### **SE RESUELVE:**

**Artículo Primero.**- Aprobar el Plan de Medios Campaña Comunicacional “Segunda Elección Presidencial 2021”, Versión 00, de la Oficina Nacional de Procesos Electorales, cuyo anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

**Artículo Segundo.** - Encargar a la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas la coordinación y supervisión del cumplimiento del Plan aprobado en el artículo precedente.

**Artículo Tercero.** - Disponer la publicación de la presente Resolución en el Diario Oficial El Peruano y de la Resolución y su anexo, en el portal institucional [www.onpe.gob.pe](http://www.onpe.gob.pe), y en el portal de Transparencia de la Entidad, en la misma fecha de su publicación en el diario oficial El Peruano.

**Regístrese, comuníquese y publíquese**

**PIERO ALESSANDRO CORVETTO SALINAS**

**Jefe**

**OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES**

PCS/iab/mbb/bbf





OFICINA NACIONAL DE PROCESOS ELECTORALES

# PLAN DE MEDIOS

## CAMPAÑA COMUNICACIONAL “Segunda Elección Presidencial 2021”

VERSIÓN 00

Mayo 2021



Firmado digitalmente por TONG  
MONT Michael Timothy FAU  
20291973851 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 16.05.2021 21:35:37 -05:00



Firmado digitalmente por MORA  
CHING Diana Mabel FAU  
20291973851 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 16.05.2021 22:11:05 -05:00



Firmado digitalmente por  
PORTOCARRERO GRADOS Benito  
Maria FAU 20291973851 soft  
Motivo: Soy el autor del documento  
Fecha: 17.05.2021 08:24:45 -05:00

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: CKFXUSP



# INDICE

1. ANTECEDENTES.....	3
2. JUSTIFICACIÓN .....	4
3. OBJETIVO.....	7
4. ÁMBITO DE APLICACIÓN .....	7
5. PÚBLICO OBJETIVO.....	7
6. PERIODO DE DURACIÓN .....	7
7. SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	7
7.1. Televisión: .....	9
7.2. Radio: .....	12
7.3. Diarios (prensa escrita): .....	13
7.4. Publicidad Digital: .....	13
7.5. Publicidad en Exteriores/Interiores (OOH):.....	14
8. DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS SELECCIONADOS: .....	15
8.1. Televisión Nacional.....	15
8.2. Televisión por cable.....	28
8.3. Televisión Regional .....	32
8.4. Radios Nacionales .....	35
8.5. Radios locales .....	41
8.6. Diarios Locales.....	44
8.7. Publicidad Digital .....	50
8.8. Publicidad en Exteriores/Interiores (OOH) .....	54
9.EVALUACIÓN E IMPACTOS DE CAMPAÑA.....	61
10. ANEXOS .....	64



## 1 ANTECEDENTES

La Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) es creada en la Constitución Política del Perú (artículo 177), vigente desde el 31 de diciembre de 1993, teniendo como Ley Orgánica la Ley n° 26487.

La ONPE es un organismo autónomo y autoridad máxima que se encarga de organizar y ejecutar distintos procesos electorales, de referéndum y otros tipos de consulta popular. Junto al Jurado Nacional de Elecciones (JNE) y al Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC), conforman el Sistema Electoral Peruano.

La ONPE tiene como fin velar porque se obtenga la fiel y libre expresión de la voluntad popular, manifestada a través de los procesos electorales que se llevan a cabo, garantizando así, a todos los ciudadanos sin distinción, el derecho al voto y que el resultado del escrutinio sea el reflejo exacto de la voluntad popular. En el marco de los procesos electorales, diseña y distribuye la cédula de sufragio, actas electorales y todos los materiales necesarios para las elecciones; asimismo capacita a los miembros de mesa y demás actores electorales.

Mediante Decreto Supremo N° 122-2020-PCM, el Presidente de la República convocó a Elecciones Generales el día domingo 11 de abril del año 2021, para la elección del Presidente de la República, Vicepresidentes, así como de los Congresistas de la República y de los representantes peruanos ante el Parlamento Andino.

En el Decreto, se establece que en caso de que ninguno de los candidatos a la Presidencia y Vicepresidencias de la República obtuviese más de la mitad de los votos válidos, se procederá a una segunda elección entre los dos (2) candidatos que hubiesen obtenido la votación más alta, para el día domingo 06 de junio de 2021, estimándose que dicha fecha estaría dentro de los treinta (30) días calendario siguientes a la proclamación de los cómputos oficiales.

Al igual que en las Elecciones Generales (EEGG 2021) del 11 de abril, la Segunda Elección Presidencial se realizará en medio de un estado de emergencia sanitaria, producto de la pandemia producida por la COVID-19. Este panorama exige que a nivel comunicacional, se refuerce la sensibilización, sobre todo a los miembros de mesa, respecto a la importancia de su participación en la jornada electoral, transmitiéndoles la confianza de unas elecciones seguras a nivel sanitario, gracias a todas las medidas de prevención y control que vienen aplicándose.

De acuerdo al art. 7 inciso t) del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la ONPE, la institución debe "Divulgar por todos los medios de publicidad que considere necesarios, los fines, procedimientos y formas del acto de la elección y los procesos a su cargo". En tal sentido, debemos difundir información alusiva a través de los medios de comunicación disponibles.



En dicho contexto, la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas (GCRC), de acuerdo al artículo 62° del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE<sup>1</sup>, tiene a su cargo, entre otras funciones:

- a) Proponer, dirigir, supervisar y evaluar la política y Plan de Comunicaciones de la ONPE;
- b) Evaluar, proponer, ejecutar y supervisar los planes, programas y actividades de comunicación interna y externa, de relaciones públicas, imagen institucional y prensa de la ONPE, incluyendo las que deba desarrollar para el mejor funcionamiento de las Oficinas Descentralizadas de Procesos Electorales;
- c) Diseñar, conducir y supervisar las campañas publicitarias con fines de difusión y comunicación a la ciudadanía.

Asimismo, la GCRC, en articulación de los Lineamientos de Política Institucional de la ONPE, definidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2020-2025, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 162-2020-JN/ONPE, en el cual se establece como prioritario *el uso intensivo de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) para fortalecer la cultura democrática*, considera necesario establecer estrategias comunicacionales que permitan informar, difundir y sensibilizar a los ciudadanos y ciudadanas en las actividades más relevantes en el marco de los procesos electorales que se viene llevando a cabo durante el presente año.

Por lo expuesto, es fundamental desarrollar e implementar acciones de comunicación estratégica a fin de informar a la población sobre el proceso electoral en cuestión, sensibilizarla sobre la importancia de su participación como acto democrático por excelencia y transmitirles la confianza de que pueden hacer valer su derecho a voto sin temor al riesgo de contagio por el COVID-19, gracias a todas las medidas que se implementarán ese día; recurriendo a los medios de comunicación disponibles y pertinentes. Esto, a través de la elaboración de un Plan de Medios y sustento técnico enmarcado en el Plan de Estrategia Publicitaria 2021.

## 2 JUSTIFICACIÓN

La Ley N° 28874, *Ley que Regula la Publicidad Estatal*, en su Artículo 3°, *Requisitos*, dispone que, para la autorización de la realización de Publicidad Estatal, bajo responsabilidad del Titular del Pliego se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.
- b) Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretenden llevar a cabo.

<sup>1</sup> Con Resolución Jefatural 246-2019-JN/ONPE que aprobó el Texto Integrado del ROF de la ONPE que fue aprobado con Resolución Jefatural 063-2014-J/ONPE con las modificaciones contenidas en las Resoluciones n.° 216-2014-J/ONPE, 0122-2015- J/ONPE, 002-2017-J/ONPE y 183-2019-JN/ONPE



- c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos. Deberá sustentarse técnicamente la elección de los medios con que se llevará a cabo la publicidad del Proceso Electoral, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas.
- d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas publicitarias.

Es en el marco de esta normativa y con el fin de, implementar correctamente las diversas campañas publicitarias, la ONPE, a través de la GCRC, debe generar dos documentos técnicos:

- Plan de Estrategia Publicitaria, que contiene la descripción y justificación de las campañas a difundir; así como la estrategia a aplicar (público objetivo, en qué medios de comunicación se propone difundir, en qué plazos, etc) y la proyección presupuestal.
- Plan de Medios, que contiene la propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión (a nivel de proveedor), de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos. Este documento debe definir el presupuesto exacto a invertir, detallado por proveedor.

Por lo tanto, cumpliendo con lo establecido, la GCRC generó el Plan de Estrategia Publicitaria Modificado 2021, Versión 01, aprobado con Resolución Jefatural N° 113-2021-JN/ONPE; a fin de incluir la propuesta de la campaña publicitaria “Segunda Elección Presidencial 2021”, proyectada a llevarse a cabo entre los meses de mayo y junio del presente año.

Siguiendo las líneas de acción de las EEGG 2021, se mantendrán y mejorarán los protocolos de control y prevención contra el COVID-19, que contribuyen a reducir considerablemente el riesgo de contagio por esta enfermedad. La campaña comunicacional mantiene el objetivo de no solo informar sobre el proceso electoral, sino, de transmitir confianza en la ciudadanía y motivarla a hacer valer su derecho ciudadano democrático sin temor a enfermarse.

Se recurrirá a las siguientes piezas comunicacionales para desarrollar la estrategia:

- **Televisión**  
Se utilizarán diferentes piezas publicitarias: avisos, cápsulas informativas, cintillos o banners, entre otros.



Aparte de la pauta regular de avisos, la construcción del planeamiento en televisión ha incluido diferentes elementos o piezas publicitarias para difusión en tándem comercial e incluso dentro de contenidos de algunos programas, con lo cual se ha buscado realizar una mezcla de elementos para difundir los mensajes utilizando los soportes publicitarios que mejor se ajusten a la estrategia comunicacional.

Asimismo, se elaborará contenido diferenciado, con talentos (es decir, personajes) propios de algunos medios televisivos.

- **Radios:**

Se utilizarán avisos publicitarios y menciones en programas de alto nivel de audiencia.

La difusión en radios locales en las principales ciudades nos permitirá acercarnos más a una audiencia que las prefiere por encima de los medios de cobertura nacional, robusteciendo así la capacidad de difusión de la campaña y potenciando el alcance en cada localidad.

- **Prensa escrita:** elementos en diarios de alcance regional, con formatos de media página. Publicación cruzada de medios, con el objetivo de alcanzar a distintos públicos.

Asimismo, la campaña se apoyará con elementos en medios complementarios:

- **Medios digitales:** formatos según espacios en sitios web, redes sociales o cualquier plataforma online de alto impacto para los usuarios, que fuera a contratarse (banners web, formatos audiovisuales, audios, animaciones, etc.)
- **Publicidad en exteriores/interiores (OOH<sup>2</sup>):** elementos digitales en puntos de alto tránsito en diversas ciudades del país.

El presupuesto a ejecutarse para la campaña es de **S/ 4,299,999.81 (cuatro millones doscientos noventa y nueve mil novecientos noventa y nueve con 81/100 soles).**

---

<sup>2</sup> OOH: *Out of Home*. Es el tipo de publicidad que aborda al cliente potencial fuera de su casa. Puede ser al aire libre, en la vía pública (exteriores), o dentro de un local, como un centro comercial (interiores).



### **3 OBJETIVO**

Informar al electorado (electores y miembros de mesa) a nivel nacional sobre la SEP 2021, resaltando la importancia de su participación, en el marco del derecho democrático de la ciudadanía por elegir a las autoridades y representantes del país.

Transmitir a los electores la confianza de hacer valer su derecho al voto sin temor a contagiarse por la COVID-19, teniendo en cuenta todos los protocolos de control y prevención contra la enfermedad que se implementarán.

### **4 ÁMBITO DE APLICACIÓN**

Es una campaña de cobertura nacional, potenciándose a nivel local. Para ello se utilizarán todos los medios de comunicación disponibles, a nivel nacional y regional/local: televisión, radio. En caso de la prensa escrita, se recurrirá a medios de corte regional/local, considerando el posicionamiento de estos medios en sus localidades. Se complementará con difusión a través de medios digitales y con publicidad en exteriores (en puntos de alto tránsito en diversas ciudades).

### **5 PÚBLICO OBJETIVO**

Hombres y mujeres de 17<sup>3</sup> a más, de todos los niveles socioeconómicos, que vayan a participar como electores y miembros de mesa en la SEP 2021.

### **6 PERÍODO DE DURACIÓN**

La campaña se ejecutará entre el 23 de mayo y el 6 de junio. La duración variará de acuerdo a lo requerido por la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas (GCRC).

### **7 SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

En las campañas publicitarias, la selección de los medios de comunicación apunta a lograr el mayor impacto en el público objetivo, priorizando a los medios que alcancen este cometido con el presupuesto disponible. Otros criterios para tomar en cuenta son el alcance y la cobertura en el territorio nacional, el nivel de audiencia (para televisión y radio), usuarios alcanzados (para medios digitales), presencia en las zonas de cobertura (medios locales) según se encuentren disponible o existan. Asimismo, que los mensajes que se transmitan en los medios no trasgredan los valores que promueve la institución.

---

<sup>3</sup> Aquellas personas que cumplen 18 años hasta el mismo día de las elecciones tienen derecho a voto.



Esta selección se realiza tomando en cuenta lo que indica la Ley N° 28874, **Ley que Regula la Publicidad Estatal**, en donde se detallan los criterios para el uso de recursos públicos de publicidad; de los cuales se analizará los **costos, la cobertura, alcance, penetración**, preferencia de consumo de medios de los públicos seleccionados y otros, que se encuentran considerados en el presente sustento de la pauta de medios de esta campaña.

Para difundir los avisos, se seleccionaron medios con alcance nacional, a través de horarios con mayor audiencia, de acuerdo con sus costos y a los reportes de audiencia emitidos por empresas especializadas en análisis de audiencias/lectoría: el *ranking* de audiencia de programas televisivos (*TV Data*) y CPI para emisoras radiales (Software Consulta de Audiencia Radial CPI). En caso de los medios digitales, se tomó en cuenta los reportes de analítica sobre usuarios alcanzados (*Google Analytics*)<sup>4</sup>; asimismo, se consideró otras fuentes de investigación de mercado en cada rubro.

Asimismo, se complementó la selección con medios de corte regional/local, a fin de maximizar la capacidad de difusión de la campaña, considerando la cobertura de las emisoras en espacios geográficos donde la presencia de los medios de alcance nacional es mínima o incluso nula. Otro factor importante es la preferencia de un segmento de la población por los medios locales, ya sea por su programación, porque se sienten identificados con el contenido que emiten (los temas que tratan son en su mayoría de índole local), o por sus conductores (personajes y/o líderes de opinión que gozan con aceptación de la población local).

La propuesta considera un *mix* de medios amplio para la difusión de la campaña, principalmente incluye medios con mayor alcance como: Publicidad Exterior y TV abierta con más del 90%, seguido por Internet con más del 80%, Además de Radio, Televisión por Cable/ Satélite y Periódicos con más del 60% de alcance.

Además, se registra a tv abierta el medio con mayor tiempo de uso, seguido por internet, radio y cable. Tal como se grafica en el siguiente análisis realizado en TGI, herramienta de Kantar Ibope Media, por el consumo de medios 2020

A continuación, compartimos el análisis realizado en TGI<sup>5</sup>, herramienta de *Kantar Ibope Media*, por el consumo de medios del 2020<sup>6</sup>.

---

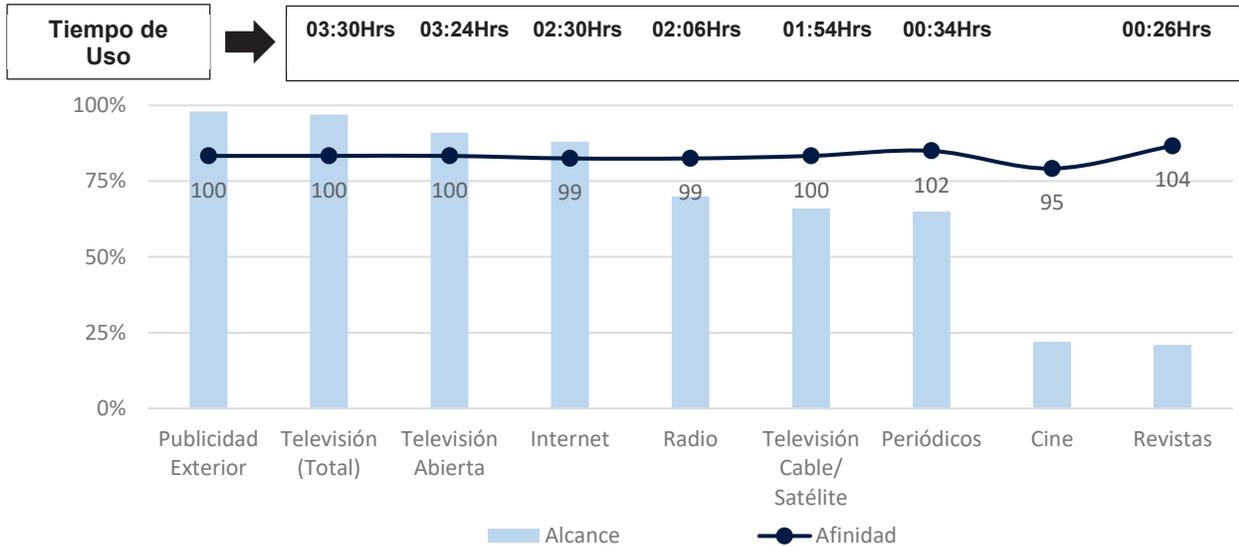
<sup>4</sup> Se precisa que los reportes *CPI* y *la data de Google Analytics* fueron brindados por los medios de comunicación seleccionados en el presente plan de medios.

<sup>5</sup> TGI: *Target Group Index*

<sup>6</sup> Estudio de Consumo de Medios Total 2020/ Fuente: TGI de *Kantar Ibope Media*



**Consumo de Medios 2020 en los últimos 30 días**  
**VARIABLES: Alcance% y Afinidad de 18 a 75\* años Total NSE**  
**Región Lima + 06 Ciudades (Trujillo, Chiclayo, Piura, Arequipa, Cusco y Huancayo)**



Fuente Kantar Ibope Media / TGI-Perú Total 2020  
 \*Límite de edad de personas

Finalmente, se precisa que también se consideró la cobertura de cada medio, que contribuya a una adecuada difusión del mensaje de la campaña, cubriendo e impactando a la mayor cantidad del público objetivo.

Dicho esto, se observa que es necesario combinar los medios indistintamente, de tal forma que, en la campaña, se pueda cubrir a la mayor cantidad de la población y desde diversos medios, a fin de que pueda lograrse el mayor alcance y buscando una frecuencia en la transmisión de los mensajes de la campaña, considerando que la situación sanitaria a nivel nacional ha afectado considerablemente los hábitos de consumo de las personas, incluyendo el de medios de comunicación.

Los medios de comunicación escogidos para las campañas son:

### 7.1 Televisión

Es el medio de mayor consumo, con más del 90% de alcance, de acuerdo al análisis de TGI. Razón por la que será nuestra plataforma de comunicación principal para la difusión de la campaña.



Asimismo, según el *Estudio Cuantitativo sobre Consumo Televisivo y Radial en Adultos* del Consejo Consultivo de Radio y Televisión (CONCORTV), sobre las actitudes, hábitos y opinión con respecto a la Televisión y la Radio en el Perú, desarrollado el 2019<sup>7</sup>; se rescata a la Televisión (Tv), como el medio más utilizado independientemente al día de consumo, tal como se detalla como en el siguiente cuadro:

Días	Ven TV	Escuchan radio	Leen diarios y revistas	Navegan por internet
Lunes a Viernes	99%	83%	64%	82%
Sábado y Domingo	97%	81%	60%	78%

Asimismo, este canal goza de un alto nivel de alcance, teniendo la capacidad de llegar de forma masiva a la población en general gracias a la oferta variada de contenido que ofrece, segmentada por categorías (informativo, entretenimiento, etc), grupos etarios, etc. A través de los programas más vistos por el público objetivo se puede lograr un impacto directo.

La televisión es el catalizador para otros medios de comunicación. Como ejemplo, cada vez más personas que siguen los programas de televisión están utilizando medios digitales, logrando una simbiosis entre ambas plataformas. Esto potencia considerablemente la capacidad de posicionamiento de mensajes.

La televisión también es el medio más utilizado, tanto en un día típico de lunes a viernes, como durante los fines de semana. Teniendo en cuenta el mismo estudio, el porcentaje de personas que dicen consumir la televisión es elevado, yendo entre el 89% y 100% de lunes a viernes, como del 79% al 100% durante los fines de semana. También es el medio al que se le dedica mayor cantidad de horas al día. Es importante resaltar que, como consecuencia a la emergencia sanitaria nacional, el medio es visto mucho más que antes.

A continuación, se muestra un análisis sobre “Encendido de Televisión” en general:

Periodo: Ene – Dic 2019 vs Ene Dic 2020/ de Lunes a Domingo

<sup>7</sup> Estudio sobre consumo televisivo y radial 2019 – CONCORTV  
<http://www.concortv.gob.pe/investigacion/estudios-cuantitativos/2019-estudio-sobre-consumo-televisivo-y-radial-2/>



Público Objetivo: HM DE 18 a 99 años Total NSE  
Variable: Rating# y Share%

LUN A VIE	RATING #		SHARE %	
	2019	2020	2019	2020
TV ABIERTA	1.121.480	1.185.490	66%	63%
TV PAGADA (CABLE)	400.020	388.670	24%	21%
OTROS	167.900	295.330	10%	16%
<b>TOTAL TV</b>	<b>1.689.400</b>	<b>1.869.490</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

SÁB Y DOM	RATING #		SHARE %	
	2019	2020	2019	2020
TV ABIERTA	943.240	1.022.690	56%	54%
TV PAGADA (CABLE)	521.250	502.350	31%	26%
OTROS*	213.090	370.690	13%	20%
<b>TOTAL TV</b>	<b>1.677.580</b>	<b>1.895.730</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Nota: Fuente Kantar Ibope Media / Instar / Servicio de Medición de Audiencia/ Lun a Dom / Región Lima + 06 Ciudades

\*Otros: otras plataformas de transmisión, como *streaming* a través de dispositivos móviles, consolas de videojuegos, reproductores de DVD, etc.



En caso de la televisión por cable, la difusión segmentada es aún más específica, ya que el género de la programación de los canales lo permite. Muchos hogares en el país recurren a operadores de cable para poder contar, aparte de una oferta más variada de contenido, con una mejor calidad de imagen.

Para la estrategia publicitaria se considera como un complemento táctico, porque refuerza el impacto de la publicidad difundida en televisión abierta, debido a que alcanza a audiencias complementarias que se pueden encontrar en cable con programas especializados o eventos de alto interés y afinidad para el público objetivo de la campaña.

Asimismo, según el estudio de CONCORTV, entre los años 2017 y 2019, el porcentaje de hogares que cuentan con televisión por cable ha ascendido en cinco puntos porcentuales.

## 7.2 Radio

La radio es el segundo medio con mayor presencia en los hogares en el país (91%). De igual forma, es el segundo medio de mayor consumo: de lunes a viernes el 83% de la población escucha la radio, y en caso de los sábados y domingos, el 81%.

En cuanto al tipo de programas de radio más escuchados se señalan principalmente y por un amplio margen los musicales (82%) y los noticieros (51%), según el *“Estudio Cuantitativo sobre Consumo Televisivo y Radial en Adultos”* de CONCORTV.

La publicidad en la radio alcanza a una audiencia que confía en ese medio. Goza de la credibilidad en cuanto a información como noticias, así como en los comentarios de sus conductores. Asimismo, la radio juega un papel importante en la vida emocional de los oyentes. La gente escucha la radio cuando se está alistando para ir al trabajo en las mañanas, haciendo las tareas del hogar o viajando de un lado a otro, ya sea caminando o en algún medio de transporte; creando así, un entorno más personalizado que otros medios no pueden igualar. Por estas razones, existen públicos para cada emisora por el perfil del oyente al que se dirigen, según la tendencia musical, y/o la presencia de líderes de opinión

La gran fortaleza de la radio es su flexibilidad de consumo, permitiendo que fácilmente sea escuchada a nivel nacional, regional y local. Cualquier persona puede portar un aparato de radio, escucharla en las labores del campo, el transporte público, taxi o movilidad particular, tanto tradicionales como alternativos; incluso, caminando.



### 7.3 Diarios (prensa escrita)

En el Perú, a nivel nacional, existen más de un centenar de diarios y a pesar de la penetración del internet y el aumento en el consumo de medios digitales, este rubro aún no ha sido desplazado.

Según el mismo estudio de CONCORTV, el 64% de la población lee diarios y revistas de lunes a viernes y 60% los sábados y domingos.

Es importante considerar que la coyuntura sanitaria nacional producto del COVID-19 ha generado que los medios de comunicación, sobre todo aquellos de prensa escrita, hayan disminuido en sus niveles de consumo de manera considerable; sin embargo, esto ha generado que se potencie una tendencia que se establece desde algún tiempo: la dinamización de los medios al generarse sus versiones digitales, que son consumidas ya sea desde un computador o incluso a través de un teléfono móvil o Tablet.

Los diarios alcanzan una lectoría diversa y amplia. Los lectores buscan anuncios, entretenimiento y noticias en los periódicos. Además, los diarios tienen permanencia, se pueden conservar y consultar tantas veces se requiera. La publicidad en diarios logra obtener resultados positivos, de acuerdo con la experiencia observada en otras campañas. Los contenidos pueden servir para manejar una estrategia interesante en publicidad en diarios, complementando la campaña con un soporte visual gráfico.

### 7.4 Publicidad Digital

De acuerdo al último informe técnico de *Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación* del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)<sup>8</sup>, emitido en marzo del presente año, indica que, en el cuarto trimestre del 2020, el 69,8% de la población de 6 y más años de edad del país hace uso del Internet, con un aumento de 7,8 puntos porcentuales de crecimiento comparado a similar trimestre en el 2019. Por área de residencia, en Lima Metropolitana la población usuaria de Internet significó el 85,2%, en el resto urbano el 72,4% y en el área rural el 38,8%<sup>9</sup>.

El mismo boletín de INEI indica que el 90,9%, 88,3% y 81% de la población de 19 a 24 años, de 12 a 18 años y de 25 a 40 años de edad, respectivamente, son los mayores usuarios de Internet. Entre los niños de 6 a 11 años acceden el 70,6%. En la población de 60 y más años de edad solo usa Internet el 26,9%.

<sup>8</sup> *Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación, Octubre – Noviembre - Diciembre 2020* – INEI <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/01-informe-tecnico-tic-iv-trimestre-2020.pdf>

<sup>9</sup> Sobre la estadística en el área rural, es importante resaltar que tuvo un crecimiento amplio en comparación al año anterior, que significaba solo un 22,8%. Se ascendió la estadística en 12,8 puntos porcentuales.



El informe mundial *Digital Report 2021* de Hootsuite y We are Social<sup>10</sup> indica que, en enero del presente año, se detectaron 19,90 millones de usuarios de Internet en el Perú, notándose que el 56,4% fue consumido desde un ordenador (computadores de escritorio y/o portátiles) y el 42,5%, a través de teléfonos móviles.

Estas estadísticas evidencian que este medio en la actualidad goza de una vigencia ascendente, que no solo permite alcanzar a los usuarios con algún mensaje, sino que permite la posibilidad de interacciones, lo que enriquece la experiencia y mejora exponencialmente la posibilidad de posicionamiento.

## 7.5 Publicidad en Exteriores/Interiores (OOH):

Este tipo de publicidad permite una difusión a nivel visual que complementa y recuerda los mensajes lanzados en otros medios de comunicación. Ya sea para potenciar la difusión de imágenes emitidas a través de medios audiovisuales, o para brindar un respaldo a la difusión mediante emisoras radiales; estos elementos maximizan la capacidad de posicionamiento.

Según el estudio de mercado *“Las nuevas expectativas del consumidor y el uso de los medios de comunicación post cuarentena”* realizado por Ipsos Perú, la publicidad en exteriores/interiores se destaca por su alta fiabilidad y alto nivel de atención por parte de consumidores “post cuarentena”, a comparación de otros medios como la TV, el medio digital, o la radio. El 54% de los encuestados declaró su buena actitud para recibir mensajes por parte de la publicidad exterior, siendo más accesibles a generar vínculos con sus marcas favoritas<sup>11</sup>.

Por otra parte, el consumo de este medio es casi inconsciente, puesto que los elementos están expuestos ante la vista del público objetivo, que no necesita contar con algún dispositivo (televisión, radio, o medios digitales) o hacer un gasto de dinero para acceder al mismo (medios escritos).

A esto se suma el hecho de que la publicidad se encuentra en difusión permanente, maximizando la posibilidad de impacto en las personas que estén cerca al elemento.

<sup>10</sup> *Digital Report 2021 – We Are Social y Hootsuite* - <https://datareportal.com/reports/digital-2021-peru>

<sup>11</sup> *Estudio de Ipsos Perú declara al OOH como el medio más confiable post cuarentena* – [mercadonegro.pe - https://www.mercadonegro.pe/via-publica/estudio-de-ipsos-peru-declara-al-ooh-como-el-medio-mas-confiable-post-cuarentena/](https://www.mercadonegro.pe/via-publica/estudio-de-ipsos-peru-declara-al-ooh-como-el-medio-mas-confiable-post-cuarentena/)



## 8 DESCRIPCIÓN DE LOS MEDIOS SELECCIONADOS

### Criterios de selección

La selección de medios tiene como objetivo lograr el mayor impacto (es decir, alcanzar con la difusión a la mayor cantidad del público objetivo posible) con el presupuesto disponible, para lo cual se ha priorizado la inversión en publicidad en medios de mayor afinidad, audiencia y lectoría, entre otros, según sea el caso. Para ello, se ha analizado cada uno de los medios recomendados, tomando en cuenta el análisis cuantitativo, que se logra midiendo la rentabilidad (CPM, *costo por mil*<sup>12</sup>) y el análisis cualitativo de los medios utilizados en general (prestigio, credibilidad, etc.). Asimismo, se optimizaron los recursos disponibles logrando condiciones especiales y mejoras en las propuestas que cada medio seleccionado presentó, elevando de manera considerable la rentabilidad del presente plan de medios.

Para la selección de los medios se tomaron como referencia reportes de la empresa *Kantar Ibope Media*<sup>13</sup> para la evaluación de audiencias en televisión (señal abierta y cable) y lectorías de diarios.

Asimismo, se han considerado reportes brindados por los medios de comunicación a contratar en el presente Plan de Medios, correspondientes a la empresa especializada *CPI* para radios, y reportes de analítica (*Google Analytics*) para medios digitales.

### 8.1 Televisión Nacional

La estructura de compra en este medio tiene como objetivo lograr el mayor impacto (es decir, alcanzar con la difusión a la mayor cantidad del público objetivo posible), rentabilizar el presupuesto otorgado, para ello se evaluó y se han priorizado televisoras analizando cuantitativamente (rendimiento de CPM<sup>14</sup>) y cualitativamente (cobertura, perfil, credibilidad, etc., del medio), siendo elegidos por relevancia, impacto y eficiencia para el público objetivo de la campaña. Adicionalmente se ha logrado mejoras especiales para la difusión, de acuerdo con las coordinaciones realizadas con cada uno de los medios.

Cabe resaltar que, para la evaluación por audiencia en cada canal, se realiza en base a las mediciones de *Kantar Ibope Media* (soporte técnico), la misma que permite ejecutar y evaluar la elección por programas, bloques horarios, días de emisión y géneros televisivos.

<sup>12</sup> Medida utilizada comúnmente en la publicidad. Radios, televisión, periódicos, revistas y la publicidad en línea se pueden comprar sobre la base de lo que cuesta mostrar el anuncio a mil espectadores (CPM).

<sup>13</sup> Empresa contratada por la institución.

<sup>14</sup> Costo por Mil (CPM), indicador de rentabilidad. Medida utilizada en publicidad de TV, Radios, Medios Impresos y la publicidad en Internet, sobre la base de lo que cuesta, el costo por mostrar el aviso a mil espectadores (CPM).



La selección de las televisoras se realizó también teniendo en cuenta la suma del *Share* de Audiencia (SOA) de los principales canales comerciales, sobre el encendido total de Televisión Abierta en el grupo demográfico base para la pauta (HM de 18 a más años Total NSE), a nivel nacional (Lima + 6 ciudades); análisis que nos permite desagregar el *ranking* de sintonía por canal detallado en el siguiente cuadro:

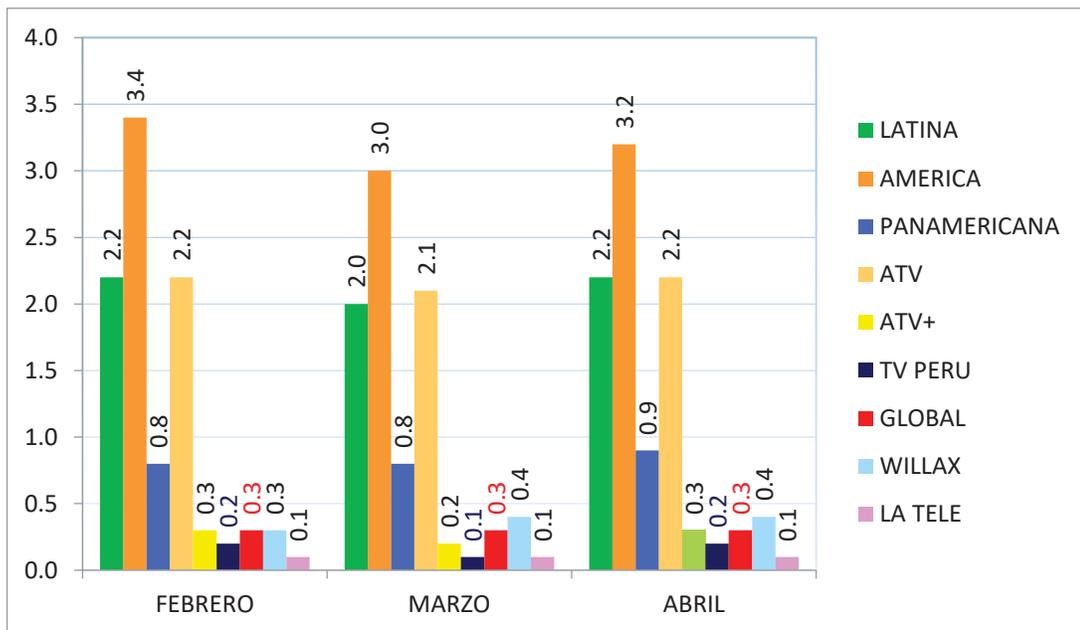
HM 18 a 99 Total NSE			
Lima + 6 Ciudades			
06:00 - 00:00	Abril		
	rat%	rat#	SOA
Latina	2,2	230,83	22%
América Televisión	3,2	336,64	33%
Panamericana	0,9	90,56	9%
ATV	2,2	234,52	23%
ATV+	0,3	29,42	3%
Tv Perú	0,2	17,52	2%
Global	0,3	32,01	3%
Willax Perú	0,4	45,51	4%
La Tele	0,1	10,72	1%
Exitosa Tv	0	0	0%
<b>Total Abril</b>		<b>1027,73</b>	<b>100%</b>

Nota: Exitosa TV no registra dato de audiencia porque no contrata el servicio con *Kantar Ibope Media*, por eso ese canal no registra datos de audiencia en rat%, rat # y SOA.



Asimismo, la herramienta del TV Data nos permite poder revisar el evolutivo de audiencia por bloques horarios de programación regular y/o contratación con lo cual nos brinda un criterio adicional para conocer el comportamiento mensual de cada canal en el grupo objetivo de la campaña y con ello tener una referencia sobre los pesos a considerar por canal como parte de la estrategia de planificación en este medio. El siguiente cuadro muestra este análisis:

#### EVOLUTIVO DE RATING POR EMISORA – BLOQUE DE 06:00 A 24 HORAS (LIMA + 6 CIUDADES)



Fuente: KANTAR IBOPE MEDIA (\*Ciudades: Arequipa/ Cusco / Huancayo / Piura / Chiclayo / Trujillo)

A continuación, se describe las fortalezas de cada canal y los programas donde se fijó actividad publicitaria planeada para este medio.

#### 8.1.1. Latina:

**Latina Media S.A. - RUC: 20545533406**

Es una cadena de televisión peruana de señal abierta que transmite desde 1983, con 57 estaciones propias de televisión ubicadas en diferentes departamentos del Perú. Este medio televisivo se encuentra en el tercer lugar de sintonía a nivel nacional, según el ranking elaborado (*Kantar Ibope Media/ Data: Abril*).



Asimismo, Latina Televisión registra 91% de cobertura a nivel nacional según el último estudio publicado por CPI<sup>15</sup>, sobre *Cobertura y Calidad de señal Televisiva y Radial Nacional Urbano* del 2018.

Este canal se ha diferenciado desde hace años por la producción de programas concurso que han convocado a televidentes aficionados a la imitación y/o canto de artistas de relevancia nacional e internacional, el cual se ha posicionado en el mercado peruano. Además, cuenta con un staff periodístico importante que cubre la parrilla de programación con diferentes ediciones de noticieros en el día (edición mañana/tarde/central/noche), así como ediciones durante el fin de semana y la edición especial de un programa dominical de investigación periodística que se difunde desde hace varios años y ha sido conducido por periodistas de trayectoria y trascendencia nacional.

Complementan su programación telenovelas, *magazines*, programas deportivos, películas/cine/series y otros.

La participación comercial de este medio puede verse en el siguiente cuadro:

---

<sup>15</sup> <https://www.cpi.pe/banco/market-report.html>



Medio	Tipo de Compra	Programa	Día	Bloque Horario	Tipo de pieza	Ibope		Total Segundos	Impactos	TGRP's	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)		
						18 a 99 años TNSE									
						Rat (%)	MIs (#)								
LATINA	COMPRA PAUTA REGULAR	90 MATINAL-MA	LMWJV	07:00 a 09:00	Spot	1.6	166.6	240	1,333.0	12.6	S/	35.7	47,600.00	56,168.00	
		90 CENTRAL-NO	LMWJV	19:00 a 20:29	Spot	2.9	307.9	300	3,078.6	28.9	S/	32.3	99,500.00	117,410.00	
		90 NOCHE-NO	LMWJ	23:00 a 23:49	Spot	2.1	225.7	60	451.3	4.2	S/	54.3	24,500.00	28,910.00	
		YO SOY-NO	LMWJV	20:30 a 22:00	Spot	3.5	370.6	150	1,853.0	17.4	S/	47.2	87,500.00	103,250.00	
		YO SOY-S-NO	S	21:30 a 23:59	Spot	3.6	379.0	60	757.9	7.1	S/	48.4	36,700.00	43,300.00	
		90 DOMINICAL-D-MA	D	06:00 a 08:29	Spot	1.5	157.2	60	314.5	3.0	S/	24.3	7,650.00	9,027.00	
		REPORTE SEMANAL-D-MA	D	08:30 a 11:59	Spot	3.3	351.4	60	702.8	6.6	S/	29.0	20,400.00	24,072.00	
		90 MEDIODIA-D-TA	D	12:00 a 13:59	Spot	2.7	285.0	60	569.9	5.4	S/	32.8	18,700.00	22,066.00	
		90 CENTRAL-D-NO	D	19:00 a 19:59	Spot	3.6	384.5	60	769.0	7.2	S/	25.9	19,900.00	23,482.00	
	PUNTO FINAL-D-NO	D	20:00 a 21:59	Spot	4.2	446.2	60	892.4	8.4	S/	34.6	30,900.00	36,462.00		
	45% Bonificados del Total de la Pauta Regular	TODO POR MI HIJA-TA	LMWJV	17:30 a 19:00	Spot	2.5	269.6	300	2,696.2	25.3		0.0			
		90 MEDIODIA-TA	LMWJV	12:00 a 14:30	Spot	1.7	176.6	300	1,765.7	16.6		0.0			
		HUELLA DIGITAL-D-TA	D	14:00 a 15:00	Spot	1.5	160.2	60	320.4	3.0		0.0			
		CASO CERRADO-TA	LMWJV	14:30 a 17:29	Spot	1.7	184.3	300	1,842.9	17.3		0.0			
		90 DOMINICAL-D-MA	D	06:00 a 08:29	Spot	1.5	157.2	60	314.5	3.0		0.0			
		90 MEDIODIA-S-TA	S	12:00 a 13:59	Spot	1.1	121.6	60	243.2	2.3		0.0			
		CINE SA TA	S	15:29 a 17:00	Spot	1.3	140.7	60	281.5	2.6		0.0			
	<b>TOTAL LATINA</b>								<b>2250</b>	<b>18,186.8</b>	<b>170.8</b>	<b>S/</b>	<b>21.6</b>	<b>393,350.00</b>	<b>464,153.00</b>

La inversión en este medio suma un total de S/. 464,153.00 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 2,250 segundos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, ubicaciones preferenciales en la tanda, entre otras, todos ellos sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio de S/ 21.6.**



### 8.1.2. América Televisión:

#### **Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. – RUC: 20100049008**

Esta casa televisora se transmite desde 1958 y cuenta con 47 estaciones a nivel nacional y señal digital terrestre implementada. Es el canal comercial líder en sintonía, según el ranking *Kantar Ibope Media / Data: Abril*.

Del mismo modo, América Televisión registra el 95% de cobertura a nivel nacional según el último estudio elaborado por CPI, sobre *Cobertura y Calidad de señal Televisiva y Radial Nacional Urbano* del 2018.

Se caracteriza por tener el mayor número de producciones nacionales en programas de entretenimiento, sobre todo en el bloque estelar como “*De Vuelta Al Barrio*” y “*EEG*”; que cuentan con varias temporadas y se posicionaron como los principales programas en el *Top Ten* de los programas más vistos de la televisión nacional (edición regular).

Complementan su parrilla de programación, principalmente noticieros en diferentes horarios y ediciones durante el día (mañana/tarde/noche) y fines de semana, además del programa periodístico dominical estelar (referente de investigaciones periodísticas que marcan el panorama político nacional), así como telenovelas, *magazines*, programa deportivo, películas/cine, miniseries, musicales y otros.

La participación comercial de este medio se puede ver en el siguiente cuadro:



Medio	Tipo de Compra	Programa	Día	Bloque Horario	Tipo de pieza	Ibope		Total Segundos	Impactos	TGRP's	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)		
						18 a 99 años TNSE	Mls (#)								
						Rat (%)									
AMERICA	COMPRA PAUTA REGULAR	DE VUELTA AL BARRIO-NO	LMWJV	20:30 a 21:35	Spot	7.0	739.9	120	2,959.8	27.8	S/	36.2	107,200.00	126,496.00	
		EEG-TA	LMWJV	18:52 a 20:40	Spot	6.5	694.7	420	9,726.1	91.4	S/	26.0	253,260.00	298,846.80	
		DOS HERMANAS-NO	LMWJV	21:30 a 22:35	Spot	6.5	689.7	180	4,138.4	38.9	S/	38.9	160,800.00	189,744.00	
		LOS MILAGROS DE LA ROSA TA	LMWJV	18:00 a 18:51	Spot	3.6	379.9	540	6,837.8	64.3	S/	22.9	156,780.00	185,000.40	
		EL REVENTONAZO DE LA CHOLA-S-N	S	19:00 a 21:00	Spot	3.9	415.2	60	830.4	7.8	S/	29.9	24,790.00	29,252.20	
		EL ARTISTA DEL AÑO	S	21:00 a 23:30	Spot	5.9	630.6	60	1,261.1	11.8	S/	28.7	36,180.00	42,692.40	
		ESTAS EN TODAS-S-MA	S	09:00 a 11:00	Spot	2.2	234.4	60	468.9	4.4	S/	37.2	17,420.00	20,555.60	
		EN BOCA DE TODOS-TA	LMWJV	13:00 a 15:00	Spot	2.5	265.1	300	2,651.4	24.9	S/	32.9	87,100.00	102,778.00	
		CUARTO PODER-D-NO	D	20:00 a 22:00	Spot	5.2	630.6	90	1,891.7	15.6	S/	28.7	54,270.00	64,038.60	
		AMERICA NOTICIAS-NO	LMWJV	22:30 a 23:35	Spot	4.7	499.3	120	1,997.1	18.8	S/	36.2	72,360.00	85,384.80	
		DOMINGO AL DIA-D-MA	D	08:00 a 11:00	Spot	3.2	337.6	120	1,350.3	12.7	S/	25.8	34,840.00	41,111.20	
		PRIMERA EDICION NACIONAL-MA	LMWJV	07:00 a 09:00	Spot	3.0	318.9	90	956.6	9.0	S/	38.9	37,185.00	43,878.30	
		AMER.NOT.ED.SAB-S-MA	S	07:00 a 09:00	Spot	2.9	309.9	120	1,239.4	11.6	S/	28.1	34,840.00	41,111.20	
			AMERICA NOT.EDIC.DOM-D-MA	D	07:00 a 08:30	Spot	2.3	245.1	60	490.2	4.6				
			AMER.NOTIC.ED.MED-TA	LMWJV	11:50 a 13:00	Spot	1.6	168.4	120	673.4	6.3				
			BUTACA AMÉRICA (PELICULA)	D	15:00 a 17:10	Spot	1.9	203.7	60	407.3	3.8				
			AL FONDO HAY SITIO-TA	LMWJV	15:00 a 16:00	Spot	2.5	264.5	240	2,115.9	19.8				
			AMERICA HOY-MA	LMWJV	09:30 a 11:00	Spot	2.0	216.8	150	1,083.8	10.2				
			TEC-D-MA	D	11:00 a 12:00	Spot	2.1	219.2	60	438.4	4.1				
			CINESCAPE-S-MA	S	11:00 a 12:00	Spot	1.4	151.1	60	302.2	2.8				
									3,030	41,820.3	391	25.8	1,077,025.00	1,270,889.50	
		BONIFICACIÓN	CAPSULAS ROTATIVAS	LMWJVSD	06:00 a 00:00	Cápsula TV	3.2	341.6	600	10,247.3	96.3				
			CÁPSULAS EN RRSS DE AMERICA	LMWJVSD		Cápsula OnLine (APP)									
	<b>TOTAL AMÉRICA</b>								<b>3630</b>	<b>52,067.7</b>	<b>487.0</b>	<b>S/</b>	<b>25.0</b>	<b>1,077,025.00</b>	<b>1,270,889.50</b>

La inversión en este medio suma un total de S/. 1'270,889.50 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 3,630 segundos.



Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, ubicaciones preferenciales, entre otras, sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio de S/ 25.0**

### **8.1.3. Panamericana Televisión:**

#### **Panamericana Televisión S.A. - RUC: 20100017149**

Transmite desde 1957, siendo uno de los medios más antiguos. Tiene 70 estaciones propias, siendo la señal comercial privada que posee más estaciones de televisión en todo el país y cuenta también con señal digital terrestre implementada. Se ubica en el cuarto lugar de sintonía a nivel nacional, según el ranking *Kantar Ibope Media/ Data: Abril*.

Panamericana Televisión registra el 89% de cobertura a nivel nacional según el último estudio elaborado por CPI, sobre *Cobertura y Calidad de señal Televisiva y Radial Nacional Urbano* del 2018.

La parrilla de programación de este medio se conforma por noticieros emitidos en diferentes ediciones en el día (edición mañana/tarde/noche), así como ediciones durante el fin de semana, además de su programa periodístico dominical estelar que se emite desde hace varios años (*Panorama*), siendo un referente sobre investigaciones y/o denuncias principalmente sobre la coyuntura política.

Complementa su propuesta televisiva programas de diferentes géneros como: novelas, miniserias, musicales, comedia, concursos, deportivos, *magazines* y otros.

En este canal se considera la siguiente participación comercial:



Medio	Tipo de Compra	Programa	Día	Bloque Horario	Tipo de pieza	Ibope		Total Segundos	Impactos	TGRP's	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IG.V)	
						18 a 99 años TNSE								
						Rat (%)	Mis (#)							
PANAMERICANA	COMPRA PAUTA REGULAR	BDP SEGUNDA EDICION-MA	LMWJV	06:30 a 09:29	Spot	0.8	88.5	270	796.8	7.5	S/	18.1	52,560.00	62,020.80
		24 HORAS EDIC.CENTRA	LMWJV	21:00 a 22:59	Spot	2.2	234.0	270	2,105.9	19.8				
		24 HORAS-ED.MEDIO-TA	LMWJV	12:30 a 15:10	Spot	1.0	104.9	210	734.3	6.9	S/	17.2	40,880.00	48,238.40
		24 HORAS EDIC.CENTRA	LMWJV	21:00 a 22:59	Spot	2.2	234.0	210	1,637.9	15.4				
		NOVELA TARDE	LMWJV	15:10 a 16:30	Spot	0.8	79.4	150	397.1	3.8	S/	23.3	18,525.00	21,859.50
		DE QUE ESTAMOS HABLANDO	LMWJV	20:00 a 20:59	Spot	0.8	79.5	150	397.5	3.8				
		PORQ HOY SABADO CON ANDRES-S-T	S	16:50 a 20:59	Spot	0.9	99.2	60	198.3	1.9	S/	23.8	11,118.00	13,119.24
		24 HORAS-ED.SABATINA-S-NO	S	21:00 a 21:59	Spot	1.3	134.2	60	268.3	2.5				
		EL DOMINICAL-D-TA	D	16:30 a 18:29	Spot	0.7	72.3	60	144.6	1.4	S/	17.1	7,410.00	8,743.80
		TELE DEPORTE-DOM.	D	18:30 a 19:44	Spot	1.4	143.7	60	287.4	2.7				
		EL DOMINICAL-D-TA	D	16:30 a 18:29	Spot	0.7	72.3	60	144.6	1.4	S/	14.3	11,118.00	13,119.24
		PANORAMA	D	19:45 a 21:59	Spot	3.0	315.4	60	630.8	5.9				
		<b>TOTAL PTV</b>								<b>1620</b>	<b>7,743.7</b>	<b>72.8</b>	<b>S/</b>	<b>30.1</b>

La inversión en este medio suma un total de S/. 167,100.98 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 1,620 segundos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **menciones en programas, ubicaciones preferenciales en las tandas comerciales, entre otras, sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio de S/ 30.1**



### 8.1.4 TV Perú:

#### Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – RUC: 20338915471

Es la televisora oficial del Estado. Es una entidad adscrita al Ministerio de Cultura y funciona desde 1958. Es el canal que cuenta con más estaciones a nivel nacional (177) y también cuenta con señal digital terrestre implementada. Cabe resaltar que fue el primero medio peruano en usar oficialmente esta tecnología.

Se ubica en el séptimo lugar de sintonía a nivel nacional, según el ranking *Kantar Ibope Media/ Data: Abril*.

Asimismo, TV Perú registra el 91% de cobertura a nivel nacional según el último estudio elaborado por CPI, sobre *Cobertura y Calidad de señal Televisiva y Radial Nacional Urbano* del 2018.

La parrilla de programación del canal se conforma por noticieros, siendo la única televisora de cobertura nacional que emite versiones en lenguas originarias como *Jiwasanaka* (lengua Aimara), *Ashi Añane* (lengua Asháninca) y *Ñuqanchick* (lengua quechua). Además, cuenta con programas culturales, documentales, infantiles, musicales, debates, deportivos, turismo y otros.

La participación comercial del medio es la siguiente:

Medio	Tipo de Compra	Programa	Dia	Bloque Horario	Tipo de pieza	Ibope		Total Segundos	Impactos	TGRP's	CPM a 30**	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)
						18 a 99 años TNSE	Rat (%)						
TV PERU	COMPRA PAUTA REGULAR	AVISOS ROTATIVOS	LMWJVSD	05:00 a 00:00	Spot	0.2	17.6	1350	793.6	7.7	S/ 48.2	38,250.00	45,135.00
	*Capsulas Especiales - Rotativas	Capsulas Especiales	LMWJVSD	05:00 a 00:00	Capsulas	0.2	17.6	560	493.8	4.8	S/ 68.0	33,566.67	39,608.67
<b>TOTAL TV PERU</b>								<b>1910</b>	<b>1,287.3</b>	<b>12.4</b>	<b>S/ 64.0</b>	<b>71,816.67</b>	<b>84,743.67</b>

**La inversión en este medio suma un total de S/. 84,743.67 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 1,910 segundos.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **ubicaciones preferenciales en las tandas comerciales, entre otras, sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio de S/ 64.0.**



### **8.1.5 Grupo ATV:**

#### **Andina de Radiodifusión S.A.C – RUC: 20100114420**

Su señal se transmite desde 1983. Tiene 56 estaciones a nivel nacional y cuenta con señal digital implementada. Ocupa el segundo lugar de sintonía a nivel nacional, según el ranking *Kantar Ibope Media/ Data: Abril*.

Asimismo, ATV registra el 91% cobertura a nivel nacional según el último estudio elaborado por CPI, sobre *Cobertura y Calidad de señal Televisiva y Radial Nacional Urbano* del 2018.

La parrilla de programación del canal se conforma por noticieros (ediciones mañana/noche), además del dominical periodístico que emite en horario estelar (*Día D*). Complementa su propuesta con novelas, *magazines*, comedia, musicales, *talk shows*, cine y otros.



La participación comercial de este grupo es la siguiente:

Medio	Tipo de Compra	Programa	Día	Bloque Horario	Tipo de pieza	lbope		Total Segundos	Impactos	TGRP's	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)		
						18 a 99 años TNSE									
						Rat (%)	Mls (#)								
ATV	Cápsulas informativas con talentos de 20" rotativas . Incluye producción. Ubicaciones preferenciales	Cápsulas de 20" bloque 06:00 - 11:59	LMWJVSD	06:00 a 11:59	Cápsulas TV	0.8	84.4	260	1,097.7	10.3	S/	29.0	220,000.00	259,600.00	
		Cápsulas de 20" bloque 12:00 - 18:59	LMWJVSD	12:00 a 18:59	Cápsulas TV	1.9	205.5	260	2,671.3	25.1					
		Cápsulas de 20" bloque 19:00 - 00:00	LMWJVSD	19:00 a 00:00	Cápsulas TV	4.2	448.0	340	7,615.2	71.6					
	Page peel. Incluye producción. 10 seg	piezas bloque 06:00 - 11:59	LMWJVSD	06:00 a 11:59	Page Peel	0.8	86.8	70	607.3	5.7	S/	17.9	31,000.00	36,580.00	
		piezas bloque 12:00 - 18:59	LMWJVSD	12:00 a 18:59	Page Peel	1.9	205.5	70	1,438.4	13.5					
		piezas bloque 19:00 - 00:00	LMWJVSD	19:00 a 00:00	Page Peel	4.2	451.6	70	3,161.4	29.7					
	PAQUETE JB EN ATV	JB en ATV													
		Dinámica 45"	SAB	20:30 a 22:30	Grabación Elenco	6.0	642.6	45	642.6	6.0	S/	18.8	30,000.00	35,400.00	
		Spot	SAB	20:30 a 22:30	Spot	6.0	634.3	30	634.3	6.0					
	<b>TOTAL PAUTA ACCIONES ESPECIALES ATV</b>								<b>1145</b>	<b>17,868.2</b>	<b>167.8</b>	<b>S/</b>	<b>27.2</b>	<b>281,000.00</b>	<b>331,580.00</b>
	ATV PAQUETE: S/23,400 (No Inc IGV) PESO: 85% SHARE DEL PAQUETE	01 aviso bloque 06:00 - 11:59	LMWJVSD	06:00 a 11:59	Spot	0.8	84.4	420	1,182.1	11.1	S/	18.9	278,460.00	328,582.80	
		01 Banner bloque 06:00 - 18:59	LMWJVSD	06:00 a 18:59	Banner	1.4	147.5	140	2,064.7	19.5					
		01 aviso bloque 12:00 - 18:59	LMWJVSD	12:00 a 18:59	Spot	1.9	205.5	420	2,876.7	27.0					
		01 aviso bloque 19:00 - 00:00	LMWJVSD	19:00 a 00:00	Spot	4.2	448.0	420	6,271.3	58.9					
		02 aviso bloque 06:00 - 18:59	LMWJVSD	06:00 a 18:59	Spot	1.4	149.6	840	4,187.5	39.2					
<b>TOTAL GRUPO ATV</b>								<b>2240</b>	<b>16,582.4</b>	<b>155.7</b>	<b>S/</b>	<b>18.9</b>	<b>278,460.00</b>	<b>328,582.80</b>	
<b>TOTAL GRUPO ATV</b>								<b>3385</b>	<b>34,450.53</b>	<b>323.5</b>		<b>21.59</b>	<b>559,460.00</b>	<b>660,162.80</b>	

La inversión suma un total de S/. 660,162.80 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 3,385 segundos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **ubicaciones preferenciales en las tandas comerciales, bloques horarios preferenciales, entre otras, sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio de S/ 21.59.**



### 8.1.8 Willax TV:

**AgenciaPerú Producciones S.A.C. – RUC: 20521683768**

Inicia su transmisión a través de internet en 2010 y desde el 2012 empezó su transmisión como canal de televisión abierta, contando también con señal digital implementada. Tiene una estación propia y su cobertura a nivel nacional se emite por convenios con cable operadores.

Ocupa también el quinto lugar de sintonía a nivel nacional, según el ranking *Kantar Ibope Media/ Data: Abril*.

La parrilla de programación del canal se conforma por noticieros, *magazines*, novelas, comedia y otros.

En este canal se proyecta la siguiente participación comercial:

Medio	Tipo de Compra	Programa	Día	Bloque Horario	Tipo de pieza	Ibope		Total Segundos	Impactos	TGRP's	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)	
						18 a 99 años TNSE	Rat (%)							
WILLAX	COMPRA PAUTA REGULAR	BLOQUE HORARIO - TARDE	LMWJV	12:00 a 18:59	Spot	0.50	48.90	600	978.0	10.0	S/	12.6	12,299.15	14,513.00
		BLOQUE HORARIO - PRIME	LMWJV	19:00 a 23:59	Spot	0.80	87.30	900	2,619.0	24.0	S/	10.3	26,978.90	31,635.10
TOTAL WILLAX								1500	3,597.00	34.0		10.92	39,278.05	46,348.10

**La inversión en este medio suma un total de S/. 46,348.10 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 1,500 segundos.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **ubicaciones preferenciales en las tandas comerciales, elementos prefijados, entre otras, sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio de S/ 10.92.**

### 8.1.9 Exitosa TV:

**Radio La Karibeña S.A.C. – RUC: 20113367360**

Inicia su transmisión a nivel de internet, desde 2013 emite en señal abierta y por señal digital implementada. Cuenta con 12 estaciones propias y su cobertura nacional se complementa con convenios con cable operadores.

La parrilla de programación del canal se conforma básicamente en formatos noticiosos, deportes, espacios de comedia y otros.



La propuesta comercial de este medio es la siguiente:

Medio	Tipo de Compra	Programa	Día	Bloque Horario	Tipo de pieza	Ibope		Total Segundos	Impactos	TGRP's	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IG.V)
						18 a 99 años TNSE							
						Rat (%)	MIs (#)						
EXITOSA TV	COMPRA PAUTA REGULAR	EXITOSA PERÚ	LMWJV	05:00 a 08:00	Spot	0.00	0.00	480	0.0	0.0	-	4,800.00	5,664.00
		HABLEMOS CLARO	LMWJV	08:00 a 11:00	Spot	0.00	0.00	480	0.0	0.0	-	4,800.00	5,664.00
		LAS COSAS POR SU NOMBRE	LMWJV	11:00 A 14:00	Spot	0.00	0.00	480	0.0	0.0	-	4,800.00	5,664.00
<b>TOTAL EXITOSA TV</b>								<b>1440</b>	<b>-</b>	<b>0.0</b>		<b>14,400.00</b>	<b>16,992.00</b>

La inversión en este medio suma un total de **S/. 16,992.00 (incluye I.G.V.)**, por la transmisión de **1,440 segundos**.

## 8.2 Televisión por cable

La propuesta establecida en este medio es una compra táctica, en donde se ha priorizado estar presentes en señales que cubren eventos deportivos de gran interés y relevancia para el público objetivo de la campaña, como la *Liga Nacional de Fútbol, Clasificatorias Qatar 2022, etc.* Así como también se han considerado señales informativas especializadas, debido a la coyuntura electoral, política y social; adicionalmente se complementa la estrategia con una compra puntual en canales de entretenimiento, sobre todo en los fines de semana.

Cabe precisar que para la evaluación por audiencia en este medio se considera la medición de *Kantar Ibope Media* (soporte técnico), a nivel de Lima Metropolitana, la misma que permite efectuar la selección de programas, bloques horarios, días de emisión y géneros televisivos.

A continuación, se describe por cada canal y los programas donde se fijó actividad publicitaria planeada para este medio.

### 8.2.1 Media Networks:

#### **Media Networks Latin America S.A.C. – RUC: 20335955065**

Es una empresa que desarrolla producción para canales de la parrilla televisiva de Movistar TV, principalmente de contenido deportivo, como *Movistar Deportes*, canal líder y referente de eventos deportivos; *Gol Perú* que cubre esencialmente el desarrollo de la Liga Nacional de Fútbol (Liga 1 y Liga 2) y *Movistar Plus* enfocado en el estilo de vida, gastronomía y entretenimiento.



En este grupo televisivo se considera como compra principal, la cobertura de la fecha 7 de los partidos de futbol correspondientes a las clasificatorias rumbo al Mundial de la FIFA Qatar 2022.

La propuesta comercial es la siguiente:

Medio	Programa	Día de semana	Bilqueo Horario	Tipo	Ibope		Total Segundos	Impactos	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)
					18 a 99 años TNSE						
					Rat (%)	Mls (#)					
MEDIANETWORKS	GOL PERU - ROTATIVOS	LMWJV	06:00 - 12:00	Spot	0.1	6.4	600	127.5	S/ -	S/0.00	S/0.00
	GOL PERU - ROTATIVOS	S	06:00 - 12:00	Spot	0.3	19.5	60	39.0	S/ -	S/0.00	S/0.00
	MOVISTAR DEPORTES - ROTATIVOS	LMWJVSD	06:00 - 12:00	Spot	0.0	2.9	480	45.7	S/ -	S/0.00	S/0.00
	GOL PERU - ROTATIVOS	LMWJVSD	17:00 - 23:59	Spot	0.1	6.9	900	207.8	S/ 16.7	S/3,465.00	S/4,088.70
	MOVISTAR DEPORTES - AL ANGULO	LMWJVSD	22:00 - 23:00	Spot	0.1	8.5	210	59.5	S/ 147.3	S/8,766.85	S/10,344.88
	CLASIFICATORIAS CONMEBOL AL MUNDIAL DE LA FIFA QATAR 2022 PAQUETE FECHA 7 * AVISOS DE 30" * MENCIÓN de 30" * BANNERS de 10"	Por Definir	Horario por Definir			18.4	2,607.0		2,607.0		S/64,000.00
<b>TOTAL MEDIANETWORKS</b>							<b>2250</b>	<b>3,086.5</b>	<b>S/ 25.0</b>	<b>S/76,231.85</b>	<b>S/89,953.58</b>

**La inversión a esta empresa suma un total de S/. 89,953.58 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 2,250 segundos.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, elementos prefijados sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM promedio de S/. 25.0**

### 8.2.3 Canal N:

**Productora Peruana de Información S.A.C. – RUC: 20513546301**

Se emite desde 1999. Es el primer canal de producción peruana de cable especializado con programación periodística, entrevistas, enlaces en vivo, noticias en general de la coyuntura política nacional e internacional. Se difunde exclusivamente por la señal de Movistar Perú.

La participación comercial en este canal considera diferentes tipos de compra, como pauta regular con la difusión de avisos (spots), complementándose con acciones especiales como cápsulas rotativas.

A continuación, la propuesta comercial:



Medio	Programa	Día de semana	Bloque Horario	Tipo	Ibope		Total Segundos	Impactos	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)		
					18 a 99 años TNSE								
					Rat (%)	Mls (#)							
CANAL N	AGENDA POLITICA-D-NO	D	19:00 - 20:00	Spot	0.8	63.4	120	253.8	S/	18.0	S/4,556.00	S/5,376.08	
	PRIMERO A LAS OCHO-S-NO	S	20:00 - 21:00	Spot	0.4	28.8	90	86.5	S/	28.6	S/2,472.00	S/2,916.96	
	N NOTICIAS-D-MA	D	08:00 - 12:45	Spot	0.3	24.2	90	72.7	S/	16.6	S/1,206.00	S/1,423.08	
	N NOTICIAS-S-NO	S	21:00 - 22:00	Spot	0.4	31.6	60	63.1	S/	26.1	S/1,648.00	S/1,944.64	
	N NOTICIAS-TA2	LMWJV	18:00 - 19:00	Spot	0.4	34.1	240	272.5	S/	15.7	S/4,288.00	S/5,059.84	
	PRIMERO A LAS OCHO-NO	LMWJV	20:00 - 21:00	Spot	0.3	26.9	180	161.5	S/	42.3	S/6,834.00	S/8,064.12	
	20 21-NO	LMWJV	21:00 - 22:00	Spot	0.3	25.0	120	100.0	S/	45.6	S/4,556.00	S/5,376.08	
	N DIRECTO-TA1	LMWJV	17:01 - 18:00	Spot	0.3	23.2	180	139.1	S/	23.1	S/3,216.00	S/3,794.88	
	N DIRECTO-MA	LMWJV	10:00 - 12:00	Spot	0.3	25.3	90	75.9	S/	21.2	S/1,608.00	S/1,897.44	
	N NOTICIAS-TA1	LMWJV	16:00 - 17:10	Spot	0.2	18.1	150	90.7	S/	29.6	S/2,680.00	S/3,162.40	
	N NOTICIAS-S-TA	S	08:00 12:30	Spot	0.5	35.6	120	142.3	S/	15.1	S/2,144.00	S/2,529.92	
		PRIMERO A LAS 12-TA	LMWJV	12:00 - 14:00	Spot	0.2	17.8	180	107.0	S/	-	S/0.00	S/0.00
		N DIRECTO-TA	LMWJV	14:00 - 15:00	Spot	0.3	20.0	120	80.2	S/	-	S/0.00	S/0.00
		ROTATIVOS DAY	LMVJVS	06:00 - 18:59	Spot	0.3	20.5	330	225.2	S/	-	S/0.00	S/0.00
		ROTATIVOS PRIME	LMMJVS	19:00 - 00:00	Spot	0.3	22.5	210	157.3	S/	-	S/0.00	S/0.00
	CAPSULAS ROTATIVAS	LMWJSD	06:00 - 00:00	Cápsula TV	0.3	21.0	600	631.2	S/	-		S/0.00	
<b>TOTAL CANAL N</b>							<b>2880</b>	<b>2,658.9</b>	<b>S/</b>	<b>14.6</b>	<b>S/35,208.00</b>	<b>S/41,545.44</b>	

La inversión en este medio suma un total de S/. 41,545.44 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 2,880 segundos.

Asimismo, la empresa ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales y ubicaciones preferenciales sin recargos o costos adicionales.** Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio de S/ 14.6.

### 8.2.3 RPP Tv:

**GRUPORPP S.A.C. – RUC: 20492353214**

La señal se emite desde 2011 y se difunde exclusivamente por la señal de Movistar Perú. Este medio mantiene la misma línea que la emisora radial, *RPP Noticias*, con una programación periodística que incluye entrevistas, resúmenes informativos y enlaces en vivo.

La propuesta comercial es la siguiente:

Medio	Programa	Día de semana	Bloque Horario	Tipo	Ibope		Total Segundos	Impactos	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)	
					18 a 99 años TNSE							
					Rat (%)	Mls (#)						
RPP TV	ROTATIVOS	LMWJV	06:00 - 00:00	Spot	0.1	7.2	840	200.6	S/	132.6	S/26,600.00	S/31,388.00
	ROTATIVOS	LMWJV	06:00 - 00:00	Spot	0.1	7.2	510	121.8	S/	-	S/0.00	S/0.00
<b>TOTAL RPP TV</b>							<b>1350</b>	<b>322.4</b>	<b>S/</b>	<b>82.5</b>	<b>S/26,600.00</b>	<b>S/31,388.00</b>



La inversión en este medio suma un total de S/. 31,388.00 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 1,350 segundos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, ubicaciones preferenciales en bloques horarios y tandas, sin recargos o costos adicionales.**

#### 8.2.4 Sony Perú:

**AXN Perú Advertising Sales S.A. – RUC: 20601621968**

Este grupo en nuestro país comercializa la señal de *Sony Channel*, canal de entretenimiento que tiene en su programación con programas concursos como *American Idol* o series exitosas con varias temporadas como *Grey's Anatomy*.

Además, comercializa la señal de AXN (Action Extreme Network), emisora que le pertenece a Sony Network. Su parrilla de programación se compone por series, películas de acción, policiales, ciencia ficción y misterio.

La participación comercial es la siguiente:

Medio	Programa	Día de semana	Bloque Horario	Tipo	Ibope		Total Segundos	Impactos	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)	
					18 a 99 años TNSE							
					Rat (%)	Mis (#)						
SONY / AXN	SONY - ROTATIVOS	D	18:00 - 00:00	Spot	0.1	8.2	180	49.0	S/	3.2	S/5,616.00	S/6,626.88
	AXN - ROTATIVOS	S	18:00 - 00:00	Spot	0.1	10.7	180	64.2	S/	2.5	S/5,832.00	S/6,881.76
<b>TOTAL SONY / AXN</b>							<b>360</b>	<b>113.2</b>	<b>S/</b>	<b>101.1</b>	<b>S/11,448.00</b>	<b>S/13,508.64</b>

La inversión en este medio suma un total de S/. 13,508.64 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 360 segundos.



### 8.3 Televisión Regional

La principal diferencial de estos medios es que brindan información propia de la zona a la que pertenecen, difundiendo acontecimientos que las emisoras de alcance nacional no consideran y que pueden ser de alto interés para la población local. Esto sucede principalmente con los programas de corte informativo noticioso.

A esto, se suma el hecho de que los conductores de los programas suelen ser personajes reconocidos por la gente de la región, lo que genera un fuerte sentido de confianza.

Para la selección de emisoras locales, se ha considerado criterios de cobertura geográfica del público objetivo y la formalidad de la emisora, es decir, que cuenten con autorización del Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC) para operar con su señal.

La campaña será transmitida en las siguientes emisoras:

#### 8.3.1 Sol TV

##### Video Films S.A.C. – RUC: 20481828954

Sol TV es un canal de televisión abierta del norte del país, que transmite desde 2003 desde la ciudad de Trujillo, cuenta con una red de filiales en todo el norte, siendo el canal más importante en esta parte del país. Su sede principal se ubica en la ciudad de Trujillo. Su primera filial en abrir fue en Chepén en el año 2007, luego se sumaría Cajamarca, Chiclayo, Huaraz, Piura, Tumbes, Virú y Pacasmayo.

La cobertura actual de acuerdo con lo indicado por la televisora es la siguiente: Piura (Castilla, Catacaos, Cura Mori, La Arena, Piura) – Chiclayo (Lambayeque, Ferreñafe, Chiclayo) – Trujillo (El Porvenir, Florencia de Mora, Huanchaco, La Esperanza, Laredo, Moche, Salaverry, Víctor Larco Herrera, Trujillo) – Cajamarca (Encañada, Jesús, Llacanora, Los Baños del Inca, Cajamarca) – Huaraz (Independencia, Huaraz) – Viru.

La participación comercial en este medio constará de lo siguiente:

Medio	Programa	Hora Inicio*	Hora Fin*	Cobertura	Tipo	Total Segundos	Tarifa Neta	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)
SOL TV	"SOL TV NOTICIAS - EDICIÓN DE LA MAÑANA"	06:00	09:45	TRUJILLO - VIRU - PIURA - CAJAMARCA - CHICLAYO - HUARAZ	SPOTS	600	S/ 1,177.30	S/ 23,546.00	S/ 27,784.28
	"SOL TV NOTICIAS - EDICIÓN DE LA TARDE"	13:00	14:00	TRUJILLO - VIRU - PIURA - CAJAMARCA - CHICLAYO - HUARAZ	SPOTS	600	S/ 1,177.30	S/ 23,546.00	S/ 27,784.28
	"SOL TV NOTICIAS - EDICIÓN CENTRAL"	19:30	21:00	TRUJILLO - VIRU - PIURA - CAJAMARCA - CHICLAYO - HUARAZ	SPOTS	600	S/ 1,177.30	S/ 23,546.00	S/ 27,784.28
	BONIFICADO "SOL TV NOTICIAS - EDICIÓN DE LA MAÑANA"	06:00	10:00	TRUJILLO - VIRU - PIURA - CAJAMARCA - CHICLAYO - HUARAZ	SPOTS	300	S/ -	S/ -	S/ -
<b>SOL TV</b>						<b>2,100</b>	<b>S/ 70,638.00</b>	<b>S/ 83,352.84</b>	



**La inversión en este medio suma un total de S/. 83,352.84 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 2,100 segundos.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, sin recargos o costos adicionales.**

### 8.3.2 ATV Sur

**Andina de Radiodifusión S.A.C– RUC: 20100114420**

ATV Sur es un canal de televisión digital terrestre peruano, parte del Grupo ATV. Fue lanzado el 10 de noviembre de 2011, transmite desde Arequipa para el sur del país por señal abierta y como canal de televisión por suscripción a nivel nacional. Es la primera televisora del interior del país en emitir su señal vía satélite y es considerada la cadena televisiva con la mejor cobertura en el sur del país, cubriendo las regiones de Arequipa, Cusco, Moquegua, Puno y Tacna.

La participación comercial en este medio será:

Medio	Programa	Hora Inicio*	Hora Fin*	Cobertura	Tipo	Total Segundos	Tarifa Neta	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)
ATV SUR	01 AVISO BLOQUE 06:00 - 11:59	06:00	11:59	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AREQUIPA</li> <li>• CUSCO</li> <li>• TACNA</li> <li>• PUNO</li> <li>• MOQUEGUA</li> </ul>	SPOT	600	S/ 936.00	S/ 18,720.00	S/ 22,089.60
	01 BANNER BLOQUE 06:00 - 11:59	06:00	11:59		BANNER	200			
	01 AVISO BLOQUE 12:00 - 18:59	12:00	18:59		SPOT	600			
	01 AVISO BLOQUE 19:00 - 00:00	19:00	00:00		SPOT	600			
	01 AVISO BLOQUE 06:00 - 18:59	06:00	18:59		SPOT	600			
<b>ATV SUR</b>					<b>2,600</b>		<b>S/ 18,720.00</b>	<b>S/ 22,089.60</b>	

**La inversión en este medio suma un total de S/. 22,089.60 (incluye I.G.V.), por la transmisión de 2,600 segundos.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales sin recargos o costo alguno.**



### 8.3.3 Amazonia TV – CANAL 35 – Maynas, Loreto:

**ARIES E.I.R.L. – RUC: 20493200942**

Se presentan desde el 2007 como una nueva alternativa que forma parte de la preferencia del público local. Hoy brindan una programación fresca, variada y con nuevas propuestas para la teleaudiencia iquiteña.

Según información del medio, Amazonía Tv. cubre íntegramente la provincia de Maynas, con sus 4 distritos: Iquitos, Belén, Punchana y San Juan Bautista. Teniendo zona urbana y rural dentro de ellas.

También llegan a zonas aledañas como: Padre Cocha, Alto Nanay, Picuruyacu, Iquitos Isla, Indiana, Mazán, Nina – Rumi y a través de *Cable Iquitos - Nauta*, cubre la ciudad de Nauta y zonas aledañas.

La participación comercial en este medio será:

Medio	Programa	Hora Inicio*	Hora Fin*	Cobertura	Tipo	Total Segundos	Tarifa Neta	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)
AMAZONIA TV CANAL 35	AVISOS FIJADOS* PRIMERA EDICIÓN 06:00	06:00	07:00	MAYNAS - IQUITOS	SPOT	480	S/ 84.00	S/ 1,344.00	S/ 1,344.00
	AVISOS FIJADOS* EDICIÓN MEDIODÍA 12:00	12:00	13:00		SPOT	600	S/ 84.00	S/ 1,680.00	S/ 1,680.00
	AVISOS FIJADOS* EDICIÓN CENTRAL 19:00	19:00	20:00		SPOT	420	S/ 84.00	S/ 1,176.00	S/ 1,176.00
AMAZONIA TV CANAL 35						1,500	S/ 4,200.00	S/ 4,200.00	

**La inversión en este medio suma un total de S/. 4,200.00 por la transmisión de 1,500 segundos.** Es importante precisar que este medio está exonerado del IGV, por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley N° 27037, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **elementos fijados, entre otros, sin recargos o costos adicionales.**



### 8.3.5 TV Noticias Canal 12 – Alto Amazonas – Loreto

#### SARITA PRODUCCIONES E.I.R.L. – RUC: 20531423462

Empresa con más de 12 años transmitiendo información en Alto Amazonas. Brindan una buena cobertura en la parte norte central del país; incluso, alcanza a las localidades con lenguas nativas de la región de Loreto. Sus programas de corte noticioso cuentan con un alto nivel de sintonía en la zona.

La participación comercial en este medio será la siguiente:

Medio	Programa	Hora Inicio*	Hora Fin*	Cobertura	Tipo	Total Segundos	Tarifa Neta	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)
TV NOTICIAS CANAL 12	AL INSTANTE NOTICIAS - I EDICIÓN	07:00	09:30	ALTO AMAZONAS - LORETO	SPOT	300	S/ 171.00	S/ 1,710.00	S/ 1,710.00
	AL INSTANTE NOTICIAS - II EDICIÓN	13:00	16:00		SPOT	600	S/ 171.00	S/ 3,420.00	S/ 3,420.00
	MICROFONO ABIERTO	18:00	20:30		SPOT	300	S/ 171.00	S/ 1,710.00	S/ 1,710.00
	BONIFICACIÓN EN AL INSTANTE NOTICIAS - I EDICIÓN	07:00	09:30		SPOT	300	S/ -	S/ -	
TV NOTICIAS CANAL 12					1,500		S/ 6,840.00	S/ 6,840.00	

**La inversión en este medio suma un total de S/. 6,840.00 por la transmisión de 1,500 segundos.** Es importante precisar que este medio está exonerado del IGV, por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley N° 27037, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, sin recargos o costo alguno.**

## 8.4 Radios Nacionales

Se ha realizado una selección de radios para contar con espacios de difusión de diferentes géneros que alcancen a todos los públicos.

Se consideró la segmentación por grupo etario, así como tendencias musicales. Se utilizaron como referencia las cifras actualizadas de CPI<sup>16</sup> para los públicos objetivos.

La selección de las radios corresponde a los medios con mayor audiencia de acuerdo con los estudios de CPI, se realiza en base a los días de mayor audiencia y la cantidad de avisos es establecida de acuerdo al presupuesto y periodicidad de la campaña, considerando también los picos de audiencia según el reporte de CPI<sup>17</sup>. Asimismo, se

<sup>16</sup> Estudio de audiencia Radial Nacional Urbano – Setiembre 2020

<sup>17</sup> Picos de audiencia horarios entre 06:00 y 22:00 Horas.



revisó el reporte *Cobertura y Calidad de la Señal Televisiva y Radial – Nacional urbano 2018 (Market Report N°5, octubre 2019)*, de la misma empresa, el cual fue proveído por los medios de comunicación.

Es importante precisar que la selección de los medios radiales tiene otra determinante: su calidad de medio de comunicación formal. Para ello, debe cumplir lo establecido en la Ley de Radio y Televisión, normativa regulada por el MTC.

La campaña será transmitida en las siguientes emisoras:

#### 8.4.1 **GRUPO RPP**

##### **GrupoRPP S.A.C. – RUC: 20492353214**

- **RPP Noticias:** se ha consolidado como el medio de mayor credibilidad del país, uniendo y llevando información a todos los peruanos, marcando la agenda noticiosa gracias al despliegue de sus periodistas tanto en el ámbito nacional como internacional. De esa forma se movilizan para ofrecer las noticias en el mismo momento que ocurren a lo largo del Perú y el extranjero. Es la emisora informativa líder a nivel nacional, con más de 50 años al aire con presencia en 79 ciudades a nivel nacional<sup>18</sup>. Su público objetivo es de 26 años a más de todos los niveles socioeconómicos. Tiene un alcance a nivel nacional de 5 millones de personas, según datos indicados por el medio.

Según el reporte CPI, RPP Noticias se encuentra en el primer lugar entre las radios más consumidas, con un promedio de audiencia de 302,900 personas.

- **Radio La Zona:** es una emisora dirigida al segmento juvenil del país. Se caracteriza por un estilo de música *reggaetón*, electro, salsa, hip hop, entre otros. Se encuentra en el segundo lugar de sintonía en el grupo etario de 17 a 25 años.

La participación comercial de este grupo radial consta de lo siguiente:

---

<sup>18</sup> Según dato del medio.



EMISORA NIVEL NACIONAL	AUDIENCIA (*)		TIPO	BLOQUE HORARIO	TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	IMPACTOS (000)	CPM a 30" SIN IGV	TOTAL SIN IGV S/.	TOTAL CON IGV S/.
	H y M 18 a mas Total									
	Rtg %	Miles (000)								
RPP	1.7	302.9	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,050	10,602	5.17	S/ 82,950.00	S/ 97,881.00
RPP	1.7	302.9	Rotativo	04:00 - 24:00	Spot	540	5,452			
RPP	1.7	302.9	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,050	10,602	5.17	S/ 82,950.00	S/ 97,881.00
RPP	1.7	302.9	Rotativo	04:00 - 24:00	Spot	540	5,452			
La Zona	0.6	111.7	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	900	3,351	3.51	S/ 15,300.00	S/ 18,054.00
La Zona	0.6	111.7	Rotativo	06:00 - 24:00	Spot	270	1,005			
La Zona	0.6	111.7	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	900	3,351	3.51	S/ 15,300.00	S/ 18,054.00
La Zona	0.6	111.7	Rotativo	06:00 - 24:00	Spot	270	1,005			
Grupo RPP S.A.C.						5,520	40,820	4.81	S/ 196,500.00	S/ 231,870.00

La inversión en este grupo radial es de S/ 231,870.00 incluido el IGV, por la transmisión de 5,520 segundos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: segundos adicionales, ubicaciones preferenciales en la tanda y bloques horarios, entre otras, todos ellos sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio del grupo radial de S/ 4.81.

#### 8.4.2 CRP Medios y Entretenimiento

##### CRP Medios y Entretenimiento S.A.C. – RUC: 20382350368

- **La Inolvidable:** emisora con música en español de los años 60, 70 y 80. Transmite estilos musicales como las baladas, nueva ola, boleros y música criolla. Se considera como su grupo objetivo principal a los hombres y mujeres de 38 años a más de todos los niveles socioeconómicos.

Considerando al público objetivo de la presente campaña, se ve pertinente contratar en esta emisora, donde nuestras oportunidades de consumo mejoran sustancialmente, al contar con una propuesta que es atractiva para las personas mayores de 40 años, incluyendo adultos mayores que tienen una mayor disposición para ejercer su derecho a voto.

Citando el reporte de CPI, La Inolvidable se encuentra en el quinto lugar de las radios más escuchadas en el país, con un promedio de 190,500 personas.

- **Moda:** es la radio musical con mejor sintonía en el Perú, siendo ubicada en el tercer lugar en el reporte de CPI con un promedio de 204,200 usuarios. El



género musical predominantes es de corte juvenil, como el *reggaetón*, *latin urban*, bachata y salsa.

Es una emisora que conecta sobre todo con la población joven (considerando hasta un máximo de 37 años), que disfruta de música que “está de moda” y con contenido atractivo hecho especialmente para ellos. En contraste con radio La Inolvidable, esta emisora nos permitirá abarcar al segmento que se encuentra más ávido a recibir y compartir información de valor.

- **Nueva Q** Emisora especializada en música tropical andina, cumbia peruana y latinoamericana. se dirige a hombres y mujeres de 17 a 50 años de los niveles medio y bajo. Se encuentra en el sexto lugar entre las radios más escuchadas, según CPI, con una audiencia promedio de 150,900 personas. Respecto a su género, ocupa el segundo lugar.

La participación comercial en este grupo radial será en las siguientes emisoras:

EMISORA NIVEL NACIONAL	AUDIENCIA (*)		TIPO	BLOQUE HORARIO	TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	IMPACTOS (000)	CPM a 30" SIN IGV	TOTAL SIN IGV S/.	TOTAL CON IGV S/.
	H y M 18 a mas Total									
	Rtg %	Miles (000)								
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,260	8,001	2.45	S/ 29,400.00	S/ 34,692.00
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	630	4,001			
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,260	8,001	2.45	S/ 29,400.00	S/ 34,692.00
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	630	4,001			
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención rotativa	200	1,905	3.44	S/ 5,250.00	S/ 6,195.00
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención	40	381			
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	7,351	3.16	S/ 34,875.00	S/ 41,152.50
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	540	3,676			
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	7,351	3.16	S/ 34,875.00	S/ 41,152.50
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	540	3,676			
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención rotativa	200	2,042	4.85	S/ 7,930.00	S/ 9,357.40
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención	40	408			
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	900	4,527	3.31	S/ 22,500.00	S/ 26,550.00
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	450	2,264			
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	900	4,527	3.31	S/ 22,500.00	S/ 26,550.00
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	450	2,264			
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención rotativa	200	1,509	5.22	S/ 6,305.00	S/ 7,439.90
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención	40	302			
CRP Medios y Entretenimiento S.A.C.						10,440	66,185	3.02	S/ 193,035.00	S/ 227,781.30

La inversión en este grupo radial es de S/ 227,781.30 incluido el IGV, por la transmisión de 10,440 segundos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, ubicaciones preferenciales en la tanda y bloques horarios, entre otras, todos ellos sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio del grupo radial de S/ 3.02.**



### 8.4.3 GRUPO PANAMERICANA

#### Grupo Panamericana de Radios – RUC: 20219038683

Radio Panamericana cuenta con una programación a nivel nacional basada en salsa moderna y música latina, matizada con otros géneros musicales como baladas y boleros por las mañanas. Está segmentada a un público objetivo de hombres y mujeres de 26 a 50 años de niveles socio económicos B, C, D.

Según el reporte general vigente de CPI, Panamericana se encuentra en el séptimo puesto entre las radios más escuchadas, con una audiencia promedio de 149,600 personas.

La participación comercial de esta empresa es:

EMISORA NIVEL NACIONAL	AUDIENCIA (*)		TIPO	BLOQUE HORARIO	TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	IMPACTOS (000)	CPM a 30" SIN IGV	TOTAL SIN IGV S/.	TOTAL CON IGV S/.
	H y M 18 a mas Total									
	Rtg %	Miles (000)								
Panamericana	0.8	149.6	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	900	4,488	3.61	S/ 24,300.00	S/ 28,674.00
Panamericana	0.8	149.6	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	450	2,244			
Panamericana	0.8	149.6	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	900	4,488	3.61	S/ 24,300.00	S/ 28,674.00
Panamericana	0.8	149.6	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	450	2,244			
Grupo Panamericana de Radios S.A.						2,700	13,464	3.61	S/ 48,600.00	S/ 57,348.00

La inversión en este medio es de S/ 57,348.00 incluido el IGV, por la transmisión de 2,700 segundos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, ubicaciones preferenciales en tanda y en bloques horarios, entre otras, todos ellos sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio de S/ 3.61.**

### 8.4.4 GRUPO RADIO LA KARIBEÑA

#### Radio La Karibeña S.A.C. – RUC: - 20113367360

- **Exitosa**, es la segunda emisora especializada en noticias. Tiene programas deportivos, periodísticos, de participación ciudadana y música peruana. Su público objetivo prioritario lo conforman hombres y mujeres de 25 años a más de los niveles socioeconómicos C, D, E.



No solo es la segunda emisora de corte informativo, también está calificada como la segunda radio más escuchada, con una audiencia promedio de 211,200 personas, según estudio de CPI.

Lo interesante de su dinámica es que gran parte de su programación recibe llamadas del público combinada con noticias, entrevistas y comentarios a cargo de periodistas o líderes de opinión.

- **La Karibeña**, es la principal emisora en música cumbia del país. Según el reporte CPI, se encuentra en el puesto 4 de las emisoras más escuchadas de país, con una audiencia promedio de 202.700 personas. Está dirigida al público objetivo de 26 a más años de los niveles socioeconómicos C, D y E.

La presencia de esta emisora se pronuncia en varias regiones, estando entre los primeros lugares de preferencia por la audiencia local.

La participación de este grupo radial es la siguiente:

EMISORA NIVEL NACIONAL	AUDIENCIA (*)		TIPO	BLOQUE HORARIO	TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	IMPACTOS (000)	CPM a 30" SIN IGV	TOTAL SIN IGV S/.	TOTAL CON IGV S/.
	H y M 18 a mas Total									
	Rtg %	Miles (000)								
Karibeña	1.1	202.7	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	7,297	3.52	S/ 37,800.00	S/ 44,604.00
Karibeña	1.1	202.7	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	510	3,446			
Karibeña	1.1	202.7	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	7,297	3.52	S/ 37,800.00	S/ 44,604.00
Karibeña	1.1	202.7	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	510	3,446			
Exitosa	1.2	211.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	7,603	3.67	S/ 41,040.00	S/ 48,427.20
Exitosa	1.2	211.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	510	3,590			
Exitosa	1.2	211.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	7,603	3.67	S/ 41,040.00	S/ 48,427.20
Exitosa	1.2	211.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	510	3,590			
<b>Radio La Karibeña SAC</b>						<b>6,360</b>	<b>43,873</b>	<b>3.59</b>	<b>S/ 157,680.00</b>	<b>S/ 186,062.40</b>

La inversión en este grupo radial es de S/ 186,062.40 incluido el IGV, por la transmisión de 6,360 segundos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **segundos adicionales, ubicaciones preferenciales en los bloques horarios, entre otras, todos ellos sin recargos o costos adicionales. Esto permite obtener un CPM (costo por mil) promedio del grupo radial de S/ 3,59.**



#### 8.4.5 Radio Nacional

##### **Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – RUC: 20338915471**

Radio Nacional del Perú es la primera radioemisora del país que tiene sus orígenes en la estación privada Lima OAX-AM, la misma que fue constituida en 1924. Durante muchos años Radio Nacional del Perú fue el líder de la radiodifusión peruana y actualmente se encuentra embarcada en una nueva etapa en la que la repotenciación tecnológica, actualización de sus recursos técnicos y humanos y una moderna programación. Es una de las emisoras con mayor cantidad de estaciones y por ende la de mayor cobertura a nivel nacional.

La participación comercial en esta empresa será en la siguiente:

EMISORA NIVEL NACIONAL	AUDIENCIA (*)		TIPO	BLOQUE HORARIO	TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	IMPACTOS (000)	CPM a 30" SIN IGV	TOTAL SIN IGV S/.	TOTAL CON IGV S/.
	H y M 18 a mas Total									
	Rtg %	Miles (000)								
Nacional	s/e	s/e	Rotativo	06:00 - 17:00	Spot	1,020			S/ 3,264.00	S/ 3,851.52
Nacional	s/e	s/e	Rotativo	06:00 - 17:00	Spot	990			S/ 3,168.00	S/ 3,738.24
Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú						2,010			S/ 6,432.00	S/ 7,589.76

**La inversión en este medio es de S/ 7,589.76 incluido el IGV, por la transmisión de 2,010 segundos.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **mejoras en el bloque horario y ubicaciones preferenciales en la tanda sin recargos o costos adicionales.**

#### 8.5 Radios Locales

Los medios locales permiten mejorar de manera considerable la penetración de la campaña en el público objetivo. La difusión que se genera a través de las radios de alcance nacional es complementada por estos medios que, de manera segmentada, contribuyen a que los mensajes lleguen directamente a la población local según cobertura.

El Perú es un país que cuenta con una geografía accidentada, que en muchas partes obstaculiza el alcance de las señales de radiodifusión de los medios nacionales. Las radios locales, al estar ubicadas en el interior de las regiones (llegan por cobertura,



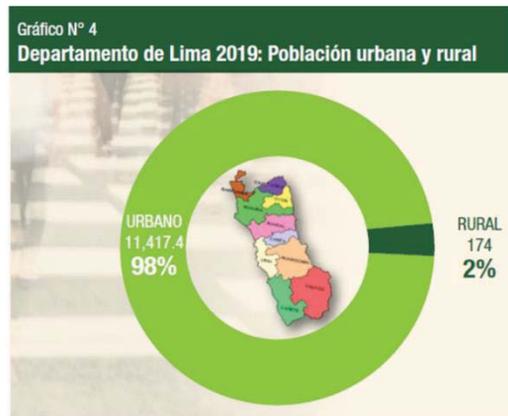
en algunos casos, a zonas de complicado acceso), pueden lograr impactar directamente a los ciudadanos de la zona donde se encuentren.

Otra ventaja de estas emisoras es que tratan temas locales. Esto contribuye considerablemente al posicionamiento de mensajes, teniendo en cuenta la afinidad con su población.

En el *Market Report* de CPI “Perú: Población 2019”<sup>19</sup>, el departamento de Estadística de dicha empresa, realizó una estimación y proyección de población en base al Censo Nacional del 2017 y registra que la población rural a nivel nacional es el 21%. Mientras que en el Departamento de Lima representa el 2%. Tal como se muestra en los siguientes gráficos de CPI que se comparte a continuación:



FUENTE: I.N.E.I. Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017  
ELABORACION: DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA - C.P.I.



FUENTE: I.N.E.I. Estimaciones y proyecciones de población en base al Censo 2017  
ELABORACION: DEPARTAMENTO DE ESTADISTICA - C.P.I.

En los últimos años se registra un crecimiento de estaciones de radio y televisión a nivel nacional, según el informe de cifras de radio y televisión a nivel nacional de CONCORTV<sup>20</sup>, como a continuación se muestra en el siguiente cuadro:



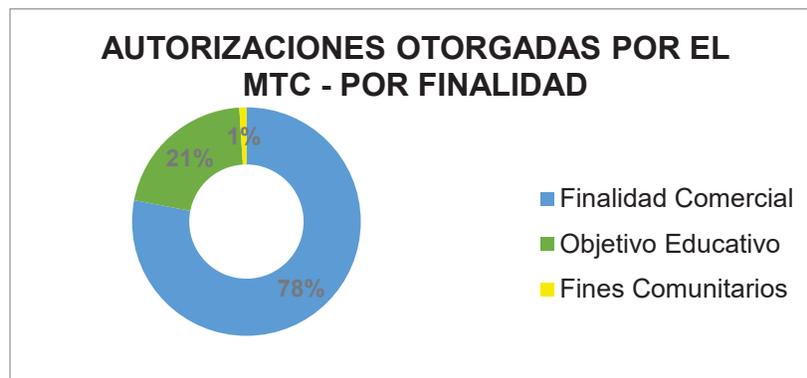
<sup>19</sup> <https://www.cpi.pe/banco/market-report.html>

<sup>20</sup> <http://www.concortv.gob.pe/investigacion/estudios-cuantitativos/2020-radio-y-tv-en-cifras/>



Asimismo, el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC), publicó una nota de prensa en su web, el 03 octubre del 2019<sup>21</sup>. En ella indica que las autorizaciones de radiodifusión que otorga son por un plazo máximo de diez años y son renovables, precisa también que los titulares de autorización pueden transmitir mensajes publicitarios.

Y a la fecha de la publicación de la nota de prensa, del total de autorizaciones otorgadas, principalmente se realizan para fines comerciales (78%). A continuación, graficamos el resumen publicado por el MTC, sobre autorizaciones otorgadas de acuerdo con la finalidad de la solicitud:



Por ello existe una imperiosa necesidad de reforzar una compra focalizada a nivel regional/local para optimizar la capacidad de informar oportunamente al elector. La difusión en medios radiales de provincias busca complementar de manera puntual la pauta de radios a nivel nacional. La selección de emisoras se ha llevado a cabo considerando la cobertura local de cada una, características según la información brindada por los medios, el uso de lenguas/dialectos y su condición formal como medio de comunicación (según la normativa legal vigente del MTC). Además de los niveles de audiencia que se presentan en los estudios de CPI en las ciudades en donde tiene el servicio de audiencia radial.

La propuesta apunta a la contratación de emisoras en 22 regiones del país (la excepción es Lima Provincias, ya que las emisoras de alcance nacional tienen cobertura total en la jurisdicción), siendo un total de 43 radios locales. En el anexo 1 del presente documento se puede ver el detalle de cada uno, con su propuesta comercial.

<sup>21</sup> <https://www.gob.pe/institucion/mtc/noticias/52116-mtc-informate-como-obtener-autorizacion-de-radiodifusion>



## 8.6 Diarios Locales

La propuesta del plan de medios apunta a publicar avisos en los diarios locales de mayor preferencia<sup>22</sup> y/o cobertura. Al igual que los nacionales son una buena opción informativa ya que puede ampliar la información que se expone en la radio y brindar el soporte visual de la misma, pero en este caso específico se centran en las noticias locales. Asimismo, la circulación de ejemplares en la región permitirá que la información llegue a espacios donde otros medios no suelen alcanzar.

A continuación, detallamos la compra de cada diario local propuesto detallando su respectiva participación comercial:

### 8.6.1 El Pueblo - Arequipa

**SEIS E.I.R.L. – RUC: 20498250131**

Es líder de opinión en Arequipa con más de 120 años saliendo. Está dirigido al NSE A-B. Es independiente, no político. Uno de los 3 diarios de provincia en salir con formato estándar. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoría MIs (000) (**)			
EL PUEBLO	AREQUIPA	L-S	26 cm.x 10 col (26 x 26 cm)	3era o 5ta	2	41.5	83.0	7,280.00	8,590.40
EL PUEBLO	AREQUIPA	L-S	26 cm.x 10 col (26 x 26 cm)	OTRAS	1	41.5	41.5	-	-
SEIS E.I.R.L.					3		124.5	7,280.00	8,590.40

**La inversión en este medio es de S/ 8,590.40 incluido el IGV, por la publicación de 3 avisos.**

### 8.6.2 La Voz de Huamanga – Ayacucho

**Aguida Agripina Valverde Gonzales – RUC: 10210844673**

Líder de opinión en Ayacucho, con 23 años de salida. Es serio, independiente, no político. Es un grupo de medios que incluye diario, radio y redes. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoría MIs (000) (**)			
LA VOZ DE HUAMANGA	AYACUCHO	L-S	18 cm x 6 col (18 x 27.2 cm)	3era o 5ta	2	s / e		3,326.40	3,925.15
LA VOZ DE HUAMANGA	AYACUCHO	L-S	18 cm x 6 col (18 x 27.2 cm)	OTRAS	1	s / e		-	-
AGUIDA AGRIPINA VALVERDE GONZALES					3	0		3326.4	3,925.15

<sup>22</sup> Gracias a los reportes de lectoría brindados por el coordinador de los medios escritos locales.



La inversión en este medio es de S/ 3,925.15 incluido el IGV, por la publicación de 3 avisos.

### 8.6.3 Panorama Cajamarquino - Cajamarca

Grupo Editora Panorama SAC – RUC: 20600690192

Diario serio, líder de opinión en Cajamarca. 70% de información local. Tiene 23 años de salida. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoria Mls (000) (**)			
PANORAMA CAJAMARQUINO	CAJAMARCA	L-S	6 mod x 6 col (13.0 x 25.0 cm)	3era o 5ta	2	5.7	11.4	4,636.80	5,471.42
PANORAMA CAJAMARQUINO	CAJAMARCA	L-S	6 mod x 6 col (13.0 x 25.0 cm)	OTRAS	1	5.7	5.7	-	-
GRUPO EDITORA PANORAMA SAC					3		17.1	4,636.80	5,471.42

La inversión en este medio es de S/ 5,471.42 incluido el IGV, por la publicación de 3 avisos.

### 8.6.4 El Norteño / La Industria – Chiclayo (Lambayeque)

Emp. Editora La Industria de Chiclayo S.A. – RUC: 20105887079

- El Norteño: diario dirigido al NSE B, C y D. Del estilo del diario *Trome*, enfocado a noticias policiales.

La participación comercial de esta empresa será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoria Mls (000) (**)			
EL NORTEÑO	LAMBAYEQUE (CHICLAYO)	L-V	14 cm x 6 col (14 x 26.0 cm)	9na.	2	37.8	75.6	2,083.20	2,458.18
EMP.EDIT.LA INDUSTRIA DE CHICLAYO S.A.					2		75.6	2,083.20	2,458.18

La inversión en este medio es de S/ 2,458.18 incluido el IGV, por la publicación de 2 avisos.

### 8.6.5 El Sol - Cusco

Ediciones y Producciones El Sol S.A. – RUC: 20527195188



Diario con más de 110 años en circulación, es serio e independiente, tiene información local al 70%. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoria MIs (000) (**)			
EL SOL	CUSCO	L-S	17 cm x 6 col (17 x 26.0 cm)	3era o 5ta	2	7.6	15.2	3,978.00	4,694.04
EL SOL	CUSCO	L-S	17 cm x 6 col (17 x 26.0 cm)	OTRAS	1	7.6	7.6	-	-
EDICIONES Y PRODUCCIONES EL SOL S.A.					3		22.8	3,978.00	4,694.04

La inversión en este medio es de S/ 4,694.04 incluido el IGV, por la publicación de 3 avisos.

### 8.6.6 La Prensa – Ilo (Moquegua)

Pratum E.I.R.L – RUC: 20602825915

Líder de opinión en Moquegua, tiene 9 años de salida diaria, es diario serio que llega al segmento AB de la región. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoria MIs (000) (**)			
LAPRENSA	ILO / MOQUEGUA	L-S	06 mod x 6 cols (13 x 24.94 cm)	3era o Contra carátula	2	s / e		3,920.00	4,625.60
LAPRENSA	ILO / MOQUEGUA	L-S	06 mod x 6 cols (13 x 24.94 cm)	OTRAS	1	s / e		-	-
PRATUM EIRL					3			3,920.00	4,625.60

La inversión en este medio es de S/ 4,625.60 incluido el IGV, por la publicación de 3 avisos.

### 8.6.7 La Hora – Piura

Diario El Tiempo S.A.C. – RUC: 20102505957

Líder de lectoría con tiraje de 30,000 ejemplares, es serio pero ágil de leer. Cumple 18 años en Piura. Dirigido al NSE BCD. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoria MIs (000) (**)			
LA HORA	PIURA	L-S	5 mod x 6 col (15.1 x 25.5 cm)	5ta o 7ma	2	154.6	309.2	4,745.76	5,600.00
LA HORA	PIURA	L-S	5 mod x 6 col (15.1 x 25.5 cm)	OTRAS	1	154.6	154.6	-	-
DIARIO EL TIEMPO S.A.C.					3		463.8	4,745.76	5,600.00

La inversión en este medio es de S/ 5,600 incluido el IGV, por la publicación de 3 avisos.



### 8.6.8 Sin Fronteras (Puno) – Puno / Juliaca

**Comunicaciones MPJ SAC – RUC: 20605971343**

Líder de lectoría en Puno-Juliaca con 30,000 ejemplares. De corte serio, con 4 años de salida. Es el diario judicial local. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoría MIs (000) (**)			
SIN FRONTERAS (PUNO)	PUNO / JULIACA	L-S	5 mod x 6 col (12.4 x 24.94 cm)	3era o 5ta	2	52	104.0	5,437.44	6,416.18
SIN FRONTERAS (PUNO)	PUNO / JULIACA	L-S	5 mod x 6 col (12.4 x 24.94 cm)	OTRAS	1	52	52.0	-	-
COMUNICACIONES MPJ SAC					3		156.0	5,437.44	6,416.18

La inversión en este medio es de S/ 6,416.18 incluido el IGV, por la publicación de 3 avisos.

### 8.6.9 La Industria / Satélite – Chimbote (Ancash), Trujillo (La Libertad)

**Emp. Edit. La Industria de Trujillo S.A. – RUC: 20132162230**

- **La Industria:** es el diario que llega bien al segmento medio alto y alto, de formato standard, que toca temas de política, coyuntura de la ciudad entre otros
- **Satélite:** diario de noticias policiales. Líder en lectoría en La Libertad. con 50 años en el mercado. Dirigido al NSE BCD.

La participación comercial en esta empresa será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoría MIs (000) (**)			
LA INDUSTRIA CHIMBOTE	ANCASH (CHIMBOTE)	L-S	10 mod x 6 col (18.14 x 26.0 cm)	3era o 5ta	2	16.6	33.2	3,480.00	4,106.40
SATELITE - Trujillo	TRUJILLO (LA LIBERTAD)	L-D	7 mod x 6 col (12.59 x 25.4 cm)	3era o 5ta	2	82.3	164.6	3,360.00	3,964.80
EMP.EDIT.LA INDUSTRIA DE TRUJILLO S.A.					4		197.8	6,840.00	8,071.20

La inversión en este medio es de S/ 8,071.20 incluido el IGV, por la publicación de 4 avisos.

### 8.6.10 Ahora Huánuco – Huánuco

**JTP Editores E.I.R.L. – RUC: 20223635815**



Líder de opinión en Huánuco, con información local al 70%. Según el medio, es el diario de mayor lectoría y tiene más de 20 años de salida. Dirigido al NSE ABC. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoría MIs (000) (**)			
AHORA HUANUCO	HUANUCO	L-S	6 mod x 6 col (12.8 x 25.7 cm)	3era o 5ta	2	s / e		3,456.00	3,456.00
AHORA HUANUCO	HUANUCO	L-S	6 mod x 6 col (12.8 x 25.7 cm)	OTRAS	1	s / e		-	-
JTP EDITORES E.I.R.L.					3		0.0	3,456.00	3,456.00

**La inversión en este medio es de S/ 3,456.00, por la publicación de 3 avisos.**

Es importante precisar que este medio está exonerado del IGV, por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley N.º 27037, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía.

### 8.6.11 Don Jaque – Madre de Dios

**Editorial Imprenta Pirámide EIRL – RUC: 20526885822**

Líder de opinión en Madre de Dios, con 16 años de fundado, serio e independiente y tiene información local al 70%. Diario judicial y único medio impreso local. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoría MIs (000) (**)			
DON JAQUE	MADRE DE DIOS	L-S	15 cm x 6 col (15 x 25 cm)	3era o Contra carátula	2	s / e		4,590.00	4,590.00
DON JAQUE	MADRE DE DIOS	L-S	15 cm x 6 col (15 x 25 cm)	OTRAS	1	s / e		-	-
EDITORIAL IMPRENTA PIRAMIDE EIRL					3		0.0	4,590.00	4,590.00

**La inversión en este medio es de S/ 4,590.00, por la publicación de 3 avisos.**

Es importante precisar que este medio está exonerado del IGV, por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley N.º 27037, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía.

### 8.6.12 Ahora Pucallpa – Pucallpa (Ucayali)

**Grafica Net Ucayali EIRL – RUC: 20602296092**

Líder de opinión en Ucayali, con más de 30 años saliendo. Diario serio y pertenece a la cadena de diarios *Ahora* (Iquitos, Tarapoto y Pucallpa). Dirigido al NSE BC. La participación comercial en este medio será:



MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoria MIs (000) (**)			
AHORA PUCALLPA	PUCALLPA (UCAYALI)	L-S	14 cm x 6 col (14 x 25 cm)	5ta o Contra carátula	2	22.7	45.4	3,276.00	3,276.00
AHORA PUCALLPA	PUCALLPA (UCAYALI)	L-S	14 cm x 6 col (14 x 25 cm)	OTRAS	1	22.7	22.7	-	-
GRAFICA NET UCAYALI EIRL					3		68.1	3,276.00	3,276.00

**La inversión en este medio es de S/ 3,276.00 por la publicación de 3 avisos.**

Es importante precisas que este medio está exonerado del IGV, por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley N° 27037, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía.

### 8.6.13 El Clarín Amazonense - Amazonas

**Grupo RTP Editores E.I.R.L. – RUC: 20602228321**

Diario serio, con 9 años de salida en la región Amazonas. La participación comercial en este medio será:

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoria MIs (000) (**)			
EL CLARÍN AMAZONENSE	AMAZONAS	L-S	17 cm x 6 col (17 x 24.7 cm)	3era o Contra carátula	2	s / e		3,672.00	3,672.00
GRUPO RTP EDITORES EIRL					2		0.0	3,672.00	3,672.00

**La inversión en este medio es de S/ 3,672.00, por la publicación de 2 avisos.**

Es importante precisar que este medio está exonerado del IGV, por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley N° 27037, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía.



## 8.7 Publicidad Digital

Para esta campaña se han propuesto publicidad digital, alternando entre distintos tipos de plataformas a fin de poder cubrir el mayor espectro posible, los medios propuestos incluyen diversos formatos en los principales Portales Web del país según los reportes de analítica (*Google Analytics*), brindado por los medios incluidos en el presente Plan; elementos de valor en las cuentas de redes sociales de los principales medios, entre otros.

### 8.7.1 Portales del Grupo El Comercio

#### Empresa Editora El Comercio SA – RUC: 20143229816

Portales web de noticias más visitados del país, con la última información del Perú y el mundo. Tiene contenido variado de noticias, política, economía, tecnología, gastronomía, entre otros.

Según el reporte de analítica correspondiente a diciembre del 2020, los portales del grupo son de los más visitados por internautas en el país, encabezados por [www.elcomercio.pe](http://www.elcomercio.pe) con 27,839,705 usuarios únicos.

La participación comercial en este medio será:

MEDIO / PORTAL (*)	TIPO DE ELEMENTO	SEGMENTACIÓN / DISPOSITIVO	UBICACIÓN	Impresiones / Colocaciones	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (Incl. IGV) S/.
Todos los medios / Web	Banner Toma de Canal	Desktop y Mobile	Internas	1,300,000	20,606.04	24,315.13
Todos los medios / Web	Video Inline	Desktop y Mobile	Internas	1,300,000	18,545.44	21,883.61
Todos los medios / Web	Interscroller	Desktop y Mobile	Internas	1,300,000	16,484.83	19,452.10
Empresa Editora El Comercio S.A.				3,900,000	55,636.31	65,650.84

**La inversión en este medio es de S/ 65,650.84 incluido el IGV, por 3,900,000 impresiones/colocaciones<sup>23</sup>.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **impresiones/colocaciones adicionales, sin recargos o costos adicionales.**

### 8.7.2 LaRepublica.pe

<sup>23</sup> Impresiones: veces en que un elemento se ve en una pantalla, ya sea de computado, teléfono móvil y/o Tablet.



## Grupo La República Publicaciones S.A. – RUC: 20517374661

Según el reporte de analítica de diciembre del 2020, el portal web del diario La República se ubica en el segundo lugar entre los portales web de corte informativo noticioso a nivel nacional, con 22,511,575 usuarios únicos.

Este medio goza con una propuesta única: RTV, que ofrece una serie de programas en su plataforma online con periodistas y líderes de opinión como sus conductores. Ediciones como “Sin Guion”; gozan de un buen nivel de aprobación, factor que será aprovechado en el presente Plan de Medios.

La participación comercial en este medio será:

MEDIO / PORTAL (*)	TIPO DE ELEMENTO	SEGMENTACIÓN / DISPOSITIVO	UBICACIÓN	Impresiones / Colocaciones	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
Larepublica.pe	Pre Roll	Desktop/Móvil		350,000	11,025.00	13,009.50
	Skycrappier	Móvil		350,000	4,900.00	5,782.00
	Parallax	Móvil		350,000	8,085.00	9,540.30
	Mega Leader Top			350,000	6,125.00	7,227.50
	Sin Guion	Desktop/Móvil	RTV (transmisión en Youtube y Facebook)	2	9,846.20	11,618.52
Grupo La República Publicaciones S.A.				1,400,002	39,981.20	47,177.82

**La inversión en este medio es de S/ 47,177.82 incluido el IGV, por 1,400,002 impresiones/colocaciones.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **impresiones/colocaciones adicionales, sin recargos o costos adicionales.**

### 8.7.3 RPP.pe

#### GrupoRPP SA – RUC: 20492353214

El portal web de RPP se ubica en el tercer lugar entre las webs nacionales de tipo informativo noticioso, según el reporte de analítica, con una visita de 20,001,967 usuarios únicos solo en el mes de diciembre de 2020. Como portal de noticias, tiene contenidos actualizados minuto a minuto, secciones especiales de política, deportes, economía y salud, entre otros. Su diferencial principal es que mantiene la transmisión de su emisora radial principal, RPP Noticias, en *streaming*<sup>24</sup> permanente.

<sup>24</sup> Transmisión online.



La propuesta en el presente Plan busca aprovechar la capacidad de alcance que tiene el medio, que no solo se limita al portal web, sino que comulga con su cuenta oficial en *Facebook*.

La participación comercial en este medio será:

MEDIO / PORTAL (*)	TIPO DE ELEMENTO	SEGMENTACIÓN / DISPOSITIVO	UBICACIÓN	Impresiones / Colocaciones	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
RPP	Toma de canal	Desktop / Mobile	Portada RPP.pe	1	14,700.00	17,346.00
RPP	Audio Pre roll	Audio Digital: Web y APP	Rotativos en plataforma de audio digital	120,000	2,400.00	2,832.00
RPP	Display	Desktop / Mobile		200,000	4,000.00	4,720.00
RPP	Video inread	Desktop / Mobile	Rotativo en la Sección Web RPP.PE internas	150,000	7,200.00	8,496.00
RPP	Richmedia	Mobile	Rotativo en la Sección Web RPP.PE internas	200,000	8,000.00	9,440.00
<b>GrupoRPP S.A.C.</b>				<b>670,001</b>	<b>S/36,300.00</b>	<b>42,834.00</b>

**La inversión en este medio es de S/ 42,834.00 incluido el IGV, por 670,001 impresiones/colocaciones.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **elementos e impresiones/colocaciones adicionales, sin recargos o costos adicionales.**

#### 8.7.4 Atv.pe

##### **Andina de Radiodifusión S.A.C. – RUC: 20100114420**

Atv.pe es la página web oficial del canal de televisión ATV. El portal es consumido por sus usuarios buscando complementar la información que suelen recibir de la programación que se emite por televisión.

Esto se refleja a través de sus plataformas de *streaming*, centralizándose en las redes sociales *Facebook* y *Youtube*, donde los usuarios acceden a la programación completa del medio. Este factor es el principal diferencial del medio, que con la popularidad de sus principales programas apalancan el consumo de sus formatos online.



La participación comercial en este medio será:

MEDIO / PORTAL (*)	TIPO DE ELEMENTO	SEGMENTACIÓN / DISPOSITIVO	UBICACIÓN	Impresiones / Colocaciones	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
ATV.pe	Adbreak	FB / YT	AlEstiloJuliana/Andrea/ Magaly Tv la Fime/ Ed. Central / Día D	235,000	3,783.90	4,465.00
ATV.pe	Take over	Móvil	ROS	270,000	8,923.73	10,530.00
ATV.pe	pre roll			240,000	6,305.08	7,440.00
ATV.pe	Banner display	Móvil	ROS	190,000	2,898.31	3,420.00
<b>Andina de Radiodifusión S.A.C.</b>				<b>935,000</b>	<b>21,911.02</b>	<b>25,855.00</b>

**La inversión en este grupo es de S/ 25,855.00 incluido el IGV, por 935,000 impresiones/colocaciones.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **elementos e impresiones/colocaciones adicionales, así como difusión en sus cuentas de redes sociales, sin recargos o costos adicionales.**

#### **8.7.5 América Digital**

##### **Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. – RUC: 20100049008**

Es el portal web de la emisora televisiva, donde comparte información complementaria a lo que difunde en su medio principal.

Cuenta con una plataforma digital, *América TvGo*, que brinda una alternativa *online* para consumir la programación emitida en su señal televisiva.

En diciembre del año 2020, según el reporte de analíticas, este medio recibió la visita de aproximadamente 11,000,000 usuarios únicos, de los cuales el 74.4% procede del Perú.

La participación comercial en este medio será:



MEDIO / PORTAL (*)	TIPO DE ELEMENTO	SEGMENTACIÓN / DISPOSITIVO	UBICACIÓN	Impresiones / Colocaciones	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
América.pe	Pre Roll tvGO	Desktop / Mobile	Formato corriendo en Tvgo Web y app	220,000	8,800.00	10,384.00
América.pe	SFS	Desktop / Mobile	Formato corriendo en tvGO App	400,000	11,661.02	13,760.00
América.pe	Box	Desktop / Mobile	Formato corriendo en ROS en la Web América (América entretenimiento, América Noticias y América Deportes)	250,000	3,389.83	4,000.00
América.pe	Pre Roll Web América	Desktop / Mobile	Formato corriendo en ROS en la Web América (América entretenimiento, América Noticias y América Deportes)	130,000	4,494.92	5,304.00
<b>Compañía Peruana de Radiodifusión SA</b>				<b>1,000,000</b>	<b>28,345.76</b>	<b>33,448.00</b>

**La inversión en este grupo es de S/ 33,448.00 incluido el IGV, por 1,000,000 impresiones/colocaciones.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **descuentos e impresiones/colocaciones adicionales; así como difusión en sus cuentas de redes sociales, sin recargos o costos adicionales.**

## 8.8 Publicidad en Exteriores/Interiores (OOH):

Complementando la estrategia propuesta en los otros medios de comunicación, se considera implementar publicidad OOH en pantallas digitales en puntos de alto tránsito en Lima Metropolitana y otras ciudades principales del país.

Si bien la situación sanitaria nacional mantiene restricciones sobre la libertad de desplazamiento de la población (incluso, en las últimas semanas las medidas se han ampliado en las regiones con mayor tasa de contagio por la COVID-19), la reactivación progresiva de las actividades económicas recupera paulatinamente las tendencias respecto al traslado de largas distancias dentro de las ciudades. Muchas personas que están activas laboralmente necesitan ir a sus centros de labores (y regresar a sus hogares al final del día).

En la ciudad de Lima, capital de nuestro país y punto que concentra a la mayor parte de la población a nivel nacional, un estudio realizado por la institución internacional INRIX indica que en pleno tiempo de pandemia la población sigue recurriendo al uso del transporte colectivo, significando el 51% de limeños en promedio<sup>25</sup>.

<sup>25</sup> El transporte urbano después del COVID 19 – gestión.pe - <https://gestion.pe/blog/te-lo-cuento-facil/2020/05/transporte-publico-del-metropolitano-a-las-bicicletas.html/>





Asimismo, estas ubicaciones cuentan con una proyección de afluencia<sup>28</sup>, es decir, la cantidad de personas que podrán ver la publicidad exhibida.

A continuación, se presentan los medios seleccionados:

### 8.8.1 ALAC

#### **ALAC Outdoor S.A.C. – RUC: 20481577005**

Es una empresa peruana que inicio sus actividades el 23 de agosto 2007. Con presencia en 18 ciudades del Perú, dedicada a la exhibición de publicidad exterior.

La participación comercial en este medio será con pantallas digitales en Lima Metropolitana y Trujillo, según el siguiente cuadro:

CIUDAD /DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	CANTIDAD	COSTO NETO (SIN I.G.V.)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)
			IMPACTOS	PERIODO						
TRUJILLO	HACIA LA URBANIZACIÓN SAN ANDRÉS Y CALIFORNIA	PANTALLA DIGITAL	2,115,021	MARZO	ÓVALO LARCO	7 seg.	14 días	1	S/ 1,500.00	S/ 1,770.00
SANTIAGO DE SURCO	HACIA EL ÓVALO HIGUERETA, BANCO DE LA NACIÓN Y MIRAFLORES	PANTALLA DIGITAL	403,702	MARZO	AV. BENAVIDES CDRA. 41 -SANTIAGO DE SURCO	7 seg.	14 días	1	S/ 2,500.00	S/ 2,950.00
SANTIAGO DE SURCO	BAJADA DEL CERRO RAÚL FERRERO HACIA EL C.C. EL POLO	PANTALLA DIGITAL	450,327	MARZO	EL GOLF CRUCE CON RAÚL FERRERO - SANTIAGO DE SURCO	7 seg.	14 días	1	S/ 2,500.00	S/ 2,950.00
SAN JUAN DE MIRAFLORES	HACIA INSTITUTO IDAT, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA	PANTALLA DIGITAL	1,771,080	MARZO	FRENTE AL C.C. MALL DEL SUR	7 seg.	14 días	1	S/ 2,500.00	S/ 2,950.00
SANTA ANITA	COSTADO C.C. MALL AVENTURA PLAZA SANTA ANITA / CENTRO BANCARIO	PANTALLA DIGITAL	393,619	MARZO	CARRETERA CENTRAL Km 3,5	7 seg.	14 días	1	S/ 2,500.00	S/ 2,950.00
ATE VITARTE	FRENTE AL C.C. REAL PLAZA PURUCHUCO, CON TRÁNSITO HACIA STA ANITA	PANTALLA DIGITAL	146,323	MARZO	AV. NICOLAS AYLLON CRUCE CON CALLE ALFA - ATE	7 seg.	14 días	1	S/ 2,500.00	S/ 2,950.00
COMAS	FRENTE AL C.C. PLAZA COMAS MERCADO UNICACHI	PANTALLA DIGITAL	512,041	MARZO	AV. LOS ANGELES FRENTE AL C.C. MALL PLAZA COMAS	7 seg.	14 días	1	S/ -	S/ -
TOTAL - ALAC OUTDOOR S.A.C.									S/ 14,000.00	S/ 16,520.00

**La inversión en este grupo es de S/ 16,520.00 incluido el IGV, por 07 elementos.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **tarifas preferenciales en sus elementos.**

### 8.8.2 JMT

#### **JMT Outdoors S.A.C. – 20513953012**

Empresa de publicidad exterior estática y digital con más de 10 años, cuenta con más de 670 ubicaciones estratégicas en Lima y provincias.

La participación comercial en este medio será con pantallas digitales en principales provincias y distritos de Lima.

<sup>28</sup> Información brindada por cada medio.



CIUDAD /DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	CANTIDAD	COSTO NETO (SIN I.G.V.)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)	
			IMPACTOS	PERIODO							
AREQUIPA	HACIA AV. LA MARINA CON DIRECCIÓN A LA PLAZA DE ARMAS	PANTALLA LED	1,830,757	MARZO	ÓVALO QUIÑONES	7 seg.	14 días	1	S/ 2,333.33	S/ 2,753.33	
PIURA	HACIA EL HOSPITAL UNIVERSITARIO - ATL. DE LA UNIVERSIDAD DE PIURA	PANTALLA LED	1,001,873	MARZO	AV CACERES CRUCE CON AV IRRAZOLA (FRENTE AL OPEN PLAZA DE PIURA)	7 seg.	14 días	1	S/ 2,333.33	S/ 2,753.33	
AREQUIPA	TRÁNSITO HACIA AV. CAYMA CON DIRECCION AL C.C. REAL PLAZA	PANTALLA LED	2,741,540	MARZO	AV. EL EJÉRCITO CDRA 7 - YANAHUARA	7 seg.	14 días	1	S/ 2,333.33	S/ 2,753.33	
BARRANCO	A POCAS CCUADRAS DEL PLAZA VEA DEL COORTLJO	PANTALLA LED	6,554,030	MARZO	AV. REPUBLICA DE PANAMÁ	7 seg.	14 días	1	S/ 2,333.33	S/ 2,753.33	
INDEPENDENCIA	TRÁNSITO HACIA Av. TUPAC AMARU - FRENTE A PLAZA NORTE	PANTALLA LED	26,439,410	MARZO	TOMAS VALLE CON ALFREDO MENDIOLA	7 seg.	14 días	1	S/ 2,333.33	S/ 2,753.33	
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	TRÁNSITO HACIA SAN JUAN DE MIRAFLORES SURCO	PANTALLA LED	2,122,765	MARZO	PACHACUTEC / 26 DE NOVIEMBRE	7 seg.	14 días	1	S/ -	S/ -	
TOTAL - JMT OUTDOORS S.A.C.									6	S/ 11,666.67	S/ 13,766.67

La inversión en este grupo es de S/ 13,766.67 incluido el IGV, por 6 elementos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: tarifas preferenciales en sus elementos.

### 8.8.3 CLEAR CHANNEL

**PANELES NAPSA S.R.L. – RUC: 20378726876**

Compañía de publicidad exterior con mayor cobertura, con disponibilidad de elementos en diferentes formatos. Se encuentra en puntos estratégico en la ciudad de Lima.

La participación comercial constará de pantallas digitales en distritos de Lima:

CIUDAD /DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	CANTIDAD	COSTO NETO (SIN I.G.V.)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)	
			IMPACTOS	PERIODO							
SANTIAGO DE SURCO	FRENTE AL GRIFO PRIMAX	Pantallas Digitales	25,768,470	ENERO	Av. BENAVIDES CON CERRO VERDE	7 seg.	14 días	1	S/ 2,542.37	S/ 3,000.00	
SANTIAGO DE SURCO	GRIFO PRIMAX	Pantallas Digitales	5,049,593	ENERO	Av. AMAMEDA DEL CORREGIDOR N° 1195	7 seg.	14 días	1	S/ 2,542.37	S/ 3,000.00	
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	HACIA MALL DEL SUR	Pantallas Digitales	24,409,806	ENERO	MZ H.LT. 14 URB. ENTEL PERU / LOS HÉROES 122	7 seg.	14 días	1	S/ 2,542.37	S/ 3,000.00	
SURQUILLO	HACIA SAN ISIDRO	Pantallas Digitales	13,575,284	ENERO	Av. TOMÁS MARSANO 890	7 seg.	14 días	1	S/ 2,542.37	S/ 3,000.00	
SURCO	HACIA LA MOLINA	Pantallas Digitales	11,737,361	ENERO	Av. JAVIER PRADO 5250 - LA FONTANA	7 seg.	14 días	1	S/ -	S/ -	
TOTAL - CLEAR CHANNEL - PANELES NAPSA S.R.L.									5	S/ 10,169.49	S/ 12,000.00

La inversión en este grupo es de S/ 12,000.00 incluido el IGV, por 5 elementos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: tarifas preferenciales en sus elementos.



## 8.8.4 LIMA VISUAL

**LIMA LED S.A.C. – RUC: 20600801831**

Empresa dedicada a publicidad exterior, sus actividades comerciales comenzaron en el año 2015. Actualmente cuentan con pantallas digitales en principales distritos de la ciudad de Lima.

La participación comercial en este medio será con pantallas digitales en Lima Metropolitana:

CIUDAD /DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	CANTIDAD	COSTO NETO (SIN I.G.V.)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)	
			IMPACTOS	PERIODO							
MIRAFLORES	IGLESIA MARIA REINA / CHILLIS / CINEPLANET	Pantalla Led	913,500	ABRIL	OVALO GUTIERREZ ENTRADA COMANDANTE ESPINAR	7 seg.	14 dias	1	S/ 2,000.00	S/ 2,360.00	
MIRAFLORES	HACIA BARRANCO / CIRCUITO DE PLAYAS / LARCOMAR	Pantalla Led	1,062,000	ABRIL	Av. REDUCTO CDRA 11	7 seg.	14 dias	1	S/ 1,000.00	S/ 1,180.00	
SANTIAGO DE SURCO	HACIA LA EMBAJADA USA / JOCKEY / CERRO CENTINELA	Pantalla Led	531,000	ABRIL	Av. ENCALADA CDRA. 14	7 seg.	14 dias	1	S/ -	S/ -	
SANTIAGO DE SURCO	FRENTE AL C.C. EL POLO	Pantalla Led	497,250	ABRIL	Av. ENCALADA CDRA. 14	7 seg.	14 dias	1	S/ -	S/ -	
TOTAL - LIMA VISUAL- LIMA LED S.A.C.									4	S/ 3,000.00	S/ 3,540.00

La inversión en este grupo es de S/ 3,540.00 incluido el IGV, por 4 elementos.

## 8.8.5 Latin American Outdoors

**PRODUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DEL PERU SAC – 20516529084**

Empresa formada hace más de 17 años como medio publicitario de vía pública. En la actualidad nos ofrecen más de 2,400 caras publicitarias en todo el Perú.

La participación comercial en este medio será con pantallas digitales en Lima, Arequipa, Ica, Chiclayo, Trujillo, Piura y Callao:

CIUDAD /DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	CANTIDAD	COSTO NETO (SIN I.G.V.)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)	
			IMPACTOS	PERIODO							
AREQUIPA	ZONA DE ALTO TRÁNSITO PEATONA, VEHICULAR, ZONA BANCARIA Y FERRTERA	Pantalla Led	1,558,826	MARZO	Av. JESÚS CDRA 1	8 Seg	14 dias	1	S/ 1,400.00	S/ 1,652.00	
ICA	AL COSTADO DE EL C.C. EL QUINDE	Pantalla Led	409,448	MARZO	Av. LOS MAESTROS FRENTO AL C.C. EL QUINDE	8 Seg	14 dias	1	S/ 1,400.00	S/ 1,652.00	
CHICLAYO	CON DIRECCIÓN AL C.C. REAL PLAZA, OPEN PLAZA, BOULEVARD Y AL AEROPUERTO	Pantalla Led	993,044	MARZO	Av. BOLOGNESI CRUCE CON Av. MARISCAL NIETO	8 Seg	14 dias	1	S/ 1,400.00	S/ 1,652.00	
CHICLAYO	FRENTE A EMTRAFESA	Pantalla Led	636,856	MARZO	Av. BALTA ALT. METRO SANTA VICTORIA	8 Seg	14 dias	1	S/ -	S/ -	
TRUJILLO	FRENTE A PLAZA VEA	Pantalla Led	1,663,216	MARZO	Av. ESPAÑA 2431	8 Seg	14 dias	1	S/ 1,400.00	S/ 1,652.00	
PIURA	TRÁNSITO HACIA EL C.C. REAL PLAZA, RUTA DESDE EL PUENTE SÁNCHEZ CERRO	Pantalla Led	929,703	MARZO	Av. SÁNCHEZ CERRO CON LOS NARANJOS	8 Seg	14 dias	1	S/ 1,400.00	S/ 1,652.00	
JESÚS MARÍA	CON DIRECCIÓN AL C.C. REAL PLAZA DE JESÚS MARÍA	Pantalla Led	4,858,312	MARZO	Av. SALAVERRY CRUCE CON Av. SÁNCHEZ CARRIÓN (ex-Pershing)	8 Seg	14 dias	1	S/ -	S/ -	
BREÑA	ALT. C.C. LA RAMBLA - CON DIRECCIÓN AL HOSPITAL MILITAR Y DE LA POLICIA	Pantalla Led	3,062,707	MARZO	Av. BRASIL CDRA 6	8 Seg	14 dias	1	S/ 1,400.00	S/ 1,652.00	
SURQUILLO	FRENTE AL HOSPITAL NEOPLÁSICAS	Pantalla Led	7,192,570	MARZO	Av. AVIACIÓN CON ANGAMOS	8 Seg	14 dias	1	S/ 1,400.00	S/ 1,652.00	
CALLAO	FRENTE A LA PUERTA DE ACCESO DEL C.C. MINKA	Pantalla Led	1,928,353	MARZO	Av. ARGENTINA CDRA. 32 CALLAO	8 Seg	14 dias	1	S/ 1,400.00	S/ 1,652.00	
TOTAL - LAO - PRODUCCIÓN Y MANTENIMIENTO SAC									10	S/ 11,200.00	S/ 13,216.00

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



La inversión en este grupo es de S/ 13,216.00 incluido el IGV, por 10 elementos.

### 8.8.6 LEDEX

**Iluminity S.A.C. – RUC: 20600550099**

Es un medio de publicidad exterior dedicado a brindar espacios publicitarios con una cobertura estratégica por los diferentes distritos de la ciudad para los segmentos A, B y C de la población. Cuenta con elementos digitales de última generación en ubicaciones estratégicas y de alto tránsito en la ciudad de Lima Metropolitana.

La participación comercial en este medio será con pantallas led en Lima Metropolitana:

CIUDAD /DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	CANTIDAD	COSTO NETO (SIN I.G.V.)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)
			IMPACTOS	PERIODO						
SAN ISIDRO	HACIA LA MOLINA	PANTALLA LED	11,812,535	ABRIL	Av. JAVIER PRADO CON PETIT THOUARS	7 Seg	14 días	1	S/ 2,542.37	S/ 3,000.00
LA VICTORIA	HACIA SAN ISIDRO	PANTALLA LED	11,221,983	ABRIL	Av. JAVIER PRADO 1050	7 Seg	14 días	1	S/ 2,542.37	S/ 3,000.00
MAGDALENA	HACIA JAVIER PRADO , SAN ISIDRO	PANTALLA LED	8,342,545	ABRIL	Av. SÁNCHEZ CARRIÓN 705	7 Seg	14 días	1	S/ 2,542.37	S/ 3,000.00
SANTIAGO DE SURCO	HACIA SALIDA A LA PANAMERICANA SUR	PANTALLA LED	8,624,799	ABRIL	Av. TOMÁS MARSANO CDRA 50 - BOLICHERA	7 Seg	14 días	1	S/ 2,542.37	S/ 3,000.00
CHORRILLOS	Av. DEFENSORES DEL MORRO	PANTALLA LED	12,978,323	ABRIL	Av. DEFENSORES DEL MORRO CDRA 22 (EX HUAYLAS)	7 Seg	14 días	1	-	-
TOTAL - LEDEX - ILLUMINITY S.A.C.								5	S/ 10,169.49	S/ 12,000.00

La inversión en este grupo es de S/ 12,000.00 incluido el IGV, por 5 elementos.

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **elementos adicionales, sin costo alguno.**

### 8.8.7 DARDOS

**Dardos Comunicación Visual S.A.C. – RUC: 20537088118**

Dardos es una empresa que inició sus actividades el 17 de agosto del 2010, dedicada a la comercialización de elementos como: Torres Unipolares, Banderolas, Minipolares, Pantallas Digitales y todo soporte o elemento publicitario que pueden instalarse en lugares públicos con autorización municipal.

La participación comercial en este medio será con pantallas led en Cusco y distritos de Lima Metropolitana:



CIUDAD / DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	CANTIDAD	COSTO NETO (SIN I.G.V.)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)	
			IMPACTOS	PERIODO							
CUSCO	HACIA Av. 28 DE JULIO (TERMINAL TERRESTRE)	PANTALLA LED	9,976,320	ENERO	Av. LUIS VALLEJO SANTONI (OVALO PACHACUTEC)	10 Seg.	14 días	1	S/ 2,400.00	S/ 2,832.00	
SAN JUAN DE LURIGANCHO	HACIA LIMA	PANTALLA LED	14,080,432	ENERO	Av. LOS JARDINES OESTE CON PROCERES DE LA INDEPENDENCIA CDRA 16	10 Seg.	14 días	1	S/ 2,400.00	S/ 2,832.00	
CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO	HACIA LA Av. LA MARINA	PANTALLA LED	20,059,232	ENERO	Av. FAUCETT CON Av. LA CHALACA	10 Seg.	14 días	1	S/ 2,400.00	S/ 2,832.00	
LA VICTORIA	ESTACIÓN GAMARRA DE LA LINEA 1 DEL TREN	PANTALLA LED	4,665,000	ENERO	Jr. HIPÓLITO UNANJE N° 1687 (GAMARRA)	10 Seg.	14 días	1	S/ -	S/ -	
LINCE	HACIA LIMA (CERCADO)	PANTALLA LED	7,093,844	ENERO	CDRA 24 Av. AREQUIPA, FRENTE AL RESTAURANTE 7 SOPAS	10 Seg.	14 días	1	S/ -	S/ -	
TOTAL - DARDOS COMUNICACIÓN VISUAL S.A.C.									5	S/ 7,200.00	S/ 8,496.00

**La inversión en este grupo es de S/ 8,496.00 incluido el IGV, por 5 elementos.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **elementos adicionales, sin costo alguno.**

### 8.8.8 REYAM

#### REYAM OUTDOOR S.A.C. – RUC: 20556111651

Reyam Outdoor es una empresa con más de 06 años en el mercado local, de capital 100% peruano. Cuentan con experiencia en la implementación de campañas en la vía pública, atendiendo a los principales anunciantes, además de entidades estatales. En la actualidad cuentan con 16 pantallas digitales y 71 caras estáticas, con cobertura en Lima Norte, Sur, Este y Lima Moderna.

La participación comercial en este medio será con pantallas led en distritos de Lima Metropolitana:

CIUDAD / DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	CANTIDAD	COSTO NETO (SIN I.G.V.)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)	
			IMPACTOS	PERIODO							
CHORILLOS	HACIA AV. EL SOL	PANTALLA LED	3,514,121	MARZO	Av. GUARDIA CIVIL CON CALLE TOLOMEO	08 Seg.	14 días	1	S/ 1,750.00	S/ 2,065.00	
MAGDALENA	HACIA JAVIER PRADO, SALAVERRY	PANTALLA LED	1,883,774	MARZO	FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN 296 (EX PERSHING)	08 Seg.	14 días	1	S/ 2,000.00	S/ 2,360.00	
SAN MARTIN DE PORRAS	HACIA PLAZA LIMA NORTE	PANTALLA LED	788,139	MARZO	Av. ALFREDO MENDIOLA 1201	08 Seg.	14 días	1	S/ 2,000.00	S/ 2,360.00	
LA MOLINA	HACIA JAVIER PRADO, OVALO LA FONTANA	PANTALLA LED	1,990,723	MARZO	Av. LA MOLINA CRUCE CON CALLE LAS ZARZAMORAS	08 Seg.	14 días	1	S/ -	S/ -	
TOTAL - REYAM OUTDOOR S.A.C.									4	S/ 5,750.00	S/ 6,785.00

**La inversión en este grupo es de S/ 6,785.00 incluido el IGV, por 4 elementos.**

Asimismo, el medio ofreció mejoras para la optimización de la pauta tales como: **elementos adicionales, sin costo alguno.**



## 9 EVALUACIÓN E IMPACTOS DE CAMPAÑA

### TV Nacional

La campaña en televisión nacional será difundida dentro del periodo comprendido entre el 23 de mayo y el 06 de junio (2 semanas).

El planteamiento considera principalmente la compra de una pauta regular con avisos (30") y se complementa con acciones especiales en diferentes canales como: Menciones, Cápsulas, Banners, Inserción (Page Peel), Dinámica Especial en JB, participación en eventos especiales, las cuáles reforzarán el mensaje con un contenido especial y diferenciado.

Por ello se ha dividido los resultados de la evaluación y tenemos dos resultados: el primero es solo a nivel de avisos (spots) y el segundo considera todas la piezas emitidas (avisos y contenido especial).

La pauta regular proyecta que el 72.6% del público objetivo será expuesto al menos una vez (Alcance +1), mientras que el promedio ponderado del número de veces que las personas del público objetivo estarán expuestas al mensaje publicitario será de 10.8 (Frecuencia).

El resultado general, que considera todas las piezas, proyecta que el 73.4% del público objetivo será expuesto al menos una vez (Alcance + 1), mientras que el promedio ponderado del número de veces que las personas estarán expuestas al mensaje publicitario será de 14.9 (Frecuencia).

El total de inversión por la participación en este medio representa el 63.0% del total de inversión lo que significa S/. 2'710,390.05 (incluye I.G.V.)

Resultados solo a nivel de pauta regular (Spots) HM 18-99 TT (Lima+ 6 Ciudades)	
Variable	Pre Evaluación
Avisos#	395
Trp's%	785,2
Alcance +1 %	72.6
Frecuencia#	10,8
Impactos (000)	86 153,0

Resultado General - Toda las Piezas HM 18-99 TT (Lima+ 6 Ciudades)	
Variable	Pre Evaluación
Avisos#/ Todas las Piezas	568
Trp's%	1 095,2
Alcance +1 %	73,4
Frecuencia#	14,9
Impactos (000)	119.980,52



## Cable

La campaña en cable será difundida dentro del periodo comprendido entre el 23 de mayo y el 06 de junio (2 semanas).

El planteamiento considera la compra de pauta regular de avisos (30") y también incluirá participación especial en eventos deportivos y capsulas informativas con talentos que permitirán reforzar los mensajes de la campaña.

Al igual que televisión se ha dividido los resultados de la evaluación en dos resultados: el primero es solo a nivel de avisos (spots) y el segundo considera todas la piezas emitidas (avisos y contenido especial).

La pauta regular proyecta que el 17.2% del público objetivo será expuesto al menos una vez (Alcance +1), mientras que el promedio ponderado del número de veces que las personas del público objetivo estarán expuestas al mensaje publicitario será de 3.1 (Frecuencia).

El resultado general, que considera todas las piezas, proyecta que el 19.0% del público objetivo será expuesto al menos una vez (Alcance + 1), mientras que el promedio ponderado del número de veces que las personas estarán expuestas al mensaje publicitario será de 4.0 (Frecuencia).

El total de inversión por la participación en este medio representa casi el 4.1% del total de inversión lo que significa S/. 176,395.66 (incluye I.G.V.)

Resultados solo a nivel de pauta regular (Spots) HM 18-99 TT (Lima)	
Variable	Pre Evaluación
Avisos#	208
Trp's%	38,6
Alcance +1 %	12,1
Frecuencia#	3,2
Impactos (000)	2.942,9

Resultado General - Toda las Piezas HM 18-99 TT (Lima)	
Variable	Pre Evaluación
Avisos# / Todas las Piezas	273
Trp's%	47,7
Alcance +1 %	12,6
Frecuencia#	3.8
Impactos (000)	6.181,0



---

**Radios nacionales**

La campaña en radios nacionales será difundida dentro de un periodo comprendido entre el 23 de mayo y el 06 de junio (02 semanas).

El planteamiento determina una compra total de 27,030 segundos en este medio, que consideran avisos (spots) y para tener una presencia diferenciada también se incluyen menciones.

El mix de emisoras comprende a 09 radios de alcance nacional, de diferentes géneros, con las que se estima llegar a 894.4 Tgrp; equivalentes a 164,342 miles de impactos.

La inversión en este medio representa el 16.5% del total de inversión, lo que significa S/ 710,651.46 incluido el I.G.V.

---

**Radios locales**

La campaña en radios locales será difundida dentro de un periodo comprendido entre el 23 de mayo y el 06 de junio (02 semanas).

El mix de medios comprende a 43 emisoras repartidas en 22 departamentos con las que se estima llegar a 5,719 Tgrp equivalentes a 10,120.9 miles de impactos (datos obtenidos de las ciudades donde hay estudios).

El planeamiento determina una compra total de 125,700 segundos, ejecución que representa el 5.1% del total de inversión, lo que significa S/ 219,944.71 incluido el I.G.V.

---

**Diarios locales**

La campaña en diarios locales será difundida dentro de un periodo comprendido entre el 23 de mayo y el 06 de junio (02 semanas).

El mix de medios comprende a 14 medios de alcance local con las que se estima llegar a 1,125.7 miles de impactos (datos obtenidos de las ciudades donde hay estudios).

El planeamiento determina una compra total de 38 avisos, ejecución que representa el 1.5% del total inversión, lo que significa S/ 64,846.17 incluido el I.G.V.

---



---

## Vía Pública

La campaña en vía pública será difundida dentro de un periodo de 14 días para la compra de pantallas digitales.

La difusión en pantallas digitales nos permite difundir el mensaje publicitarios distribuidos en diferente puntos de cada ciudad que son de gran afluencia y/o intersección,.

El mix de medios comprende 08 empresas de alcance en Lima y ciudades al interior del país con ello se cobertura principalmente las regiones con la mayor cantidad de electores.

El planeamiento representa el 2.0% del total inversión, lo que significa S/ 86,323.67 incluido el I.G.V.

---

## Medios digitales

La campaña digital será difundida dentro de un periodo comprendido entre el 23 de mayo y el 06 de junio, (02 semanas)

El mix de medios comprende a 5 medios de alcance nacional.

El planeamiento determina una compra 7,905,003 impresiones, ejecución que representa el 5.0% del total de inversión, lo que significa S/ 214,965.66 incluido el IGV.

---

## 10 ANEXO

1. Cuadros Plan de Medios: televisión nacional, televisión por cable, televisión regional, radio nacional, diarios nacionales, radios locales, diarios locales, medios digitales, publicidad en exteriores/interiores (OOH).

*Se deja constancia que las fuentes utilizadas para la elaboración del presente Plan de Medios se encuentran archivadas en la Subgerencia de Relaciones Corporativas (SGRC), en caso de cualquier requerimiento.*



## RESUMEN DE INVERSION - CAMPAÑA SEGUNDA ELECCIÓN PRESIDENCIAL 2021

Periodo: MAYO - JUNIO

Tipo de Medio		Total sin IGV		Total con IGV		Total con IGV
TV NACIONAL	S/	2,296,940.72	S/	2,710,390.05		63.0%
CABLE	S/	149,487.85	S/	176,395.66		4.1%
TV REGIONAL	S/	98,713.93	S/	116,482.44		2.7%
RADIO NACIONAL	S/	602,247.00	S/	710,651.46		16.5%
RADIO LOCAL	S/	191,956.27	S/	219,944.71		5.1%
DIARIO NACIONAL	S/	-	S/	-		0.0%
DIARIO LOCAL	S/	57,241.60	S/	64,846.17		1.5%
VÍA PÚBLICA	S/	73,155.65	S/	86,323.67		2.0%
DIGITAL	S/	182,174.29	S/	214,965.66		5.0%
<b>TOTAL</b>	<b>S/</b>	<b>3,651,917.31</b>	<b>S/</b>	<b>4,299,999.81</b>		<b>100%</b>



**RESUMEN DE INVERSION POR MEDIO DE COMUNICACIÓN  
CAMPAÑA SEGUNDA ELECCION PRESIDENCIAL 2021**

Periodo: MAYO - JUNIO

RAZÓN SOCIAL	N° de RUC	COBERTURA	Medio	Total inc IGV S/.
LATINA MEDIA S.A.	20545533406	NACIONAL	LATINA	S/ 464,153.00
COMPañA PERUANA DE RADIODIFUSIÓN S.A.	20100049008	NACIONAL	AMERICA TELEVISIÓN	S/ 1,270,889.50
PANAMERICANA TELEVISIÓN S.A.	20100017149	NACIONAL	PANAMERICANA	S/ 167,100.98
INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL PERÚ IRTP	20338915471	NACIONAL	TV PERU	S/ 84,743.67
ANDINA DE RADIODIFUSION S.A.C	20100114420	NACIONAL	ATV	S/ 660,162.80
AGENCIAPERU PRODUCCIONES S.A.C.	20521683768	NACIONAL	WILLAX	S/ 46,348.10
RADIO LA KARIBEÑA S.A.C.	20113367360	NACIONAL	EXITOSA TV	S/ 16,992.00
<b>TOTAL TV NACIONAL</b>				<b>S/ 2,710,390.05</b>
MEDIA NETWORKS LATIN AMERICA S.A.C.	20335955065	NACIONAL	MEDIANETWORKS	S/ 89,953.58
PRODUCTORA PERUANA DE INFORMACIÓN S.A.C.	20513546301	NACIONAL	CANAL N	S/ 41,545.44
GRUPORPP S.A.C	20492353214	NACIONAL	RPP TV	S/ 31,388.00
AXN PERU TELEVISIÓN ADVERTISING SALES S.A.	20372706288	NACIONAL	SONY	S/ 13,508.64
<b>TOTAL CABLE</b>				<b>S/ 176,395.66</b>
VIDEO FILMS S.A.C.	20481828954	TRUJILLO - VIRU - PIURA - CAJAMARCA - CHICLAYO - HUARAZ	SOL TV	S/ 83,352.84
ANDINA DE RADIODIFUSION S.A.C.	20100114420	AREQUIPA •CUSCO •TACNA •PUNO •MOQUEGUA	ATV SUR	S/ 22,089.60
ARIES E.I.R.L.	20493200942	MAYNAS - IQUITOS	AMAZONIA TV CANAL 35	S/ 4,200.00
SARITA PRODUCCIONES E.I.R.L.	20531423462	ALTO AMAZONAS - LORETO	TV NOTICIAS CANAL 12	S/ 6,840.00
<b>TOTAL TV REGIONAL</b>				<b>S/ 116,482.44</b>
GRUPO RPP S.A.C.	20492353214	NACIONAL	GRUPO RPP	S/ 231,870.00
CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C.	20382350368	NACIONAL	CRP	S/ 227,781.30
GRUPO PANAMERICANA DE RADIOS S.A.	20219038683	NACIONAL	GPR	S/ 57,348.00
RADIO LA KARIBEÑA S.A.C.	20113367360	NACIONAL	GRUPO KARIBEÑA	S/ 186,062.40
INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL IRTP	20338915471	NACIONAL	IRTP RADIO NACIONAL	S/ 7,589.76
<b>TOTAL RADIOS NACIONALES</b>				<b>S/ 710,651.46</b>
DIFUSORA RADIOACTIVA S.R.LTDA	20350198041	AMAZONAS	ACTIVA FM	S/ 1,656.00
PEDRO PASCACIO OSORIO ARMAS	10336426354	AMAZONAS	RADIO MILENIUM	S/ 2,400.00
NOR PERUANA DE TELECOMUNICACIONES S.A.	20142002583	ANCASH	NOVA	S/ 6,244.56
ROSARIO MARGARITA VILLÓN SAMUDIO	10412876232	ANCASH	RADIO CORDILLERA	S/ 960.00
PRODUCCIONES Y COMUNICACIONES CHANKA E.I.R.LTDA	20450563171	APURIMAC	TITANKA	S/ 2,548.80
MAGDALENA ELIZABETH AYQUIPA SALAS	10311825599	APURIMAC	RADIO ANDAHUAYLAS	S/ 3,600.00
RADIO MELODÍA S.A.	20100210658	AREQUIPA	MELODIA	S/ 10,138.56
RADIO MELODÍA S.A.	20100210658	AREQUIPA	MELODIA	S/ 7,193.28
JUAN OLIVER GARAMENDI BELLIDO	10403285116	AYACUCHO	MODA MIX	S/ 7,200.00
PROMOTORA RADIAL EIRL	20407356668	AYACUCHO	ESTACION WARI	S/ 3,120.00
RADIO DIFUSORA COMERCIAL TURBO MIX SRL	20311073690	CAJAMARCA	TURBO MIX	S/ 4,248.00
RADIO SAN PABLO E.I.R.L	20529526629	CAJAMARCA	RADIO SAN PABLO	S/ 4,800.00
RADIO SALKANTAY E.I.R.L.	20136190009	CUSCO	SALKANTAY	S/ 12,744.00
STEREO URUBAMBA E.I.R.LTDA	20209868751	CUSCO	RADIO STEREO	S/ 3,600.00
YULIANA CHERIL CORTEZ CAUCHOS	10412694886	HUANCAVELICA	RADIO TAKI	S/ 5,310.00
RADIODIFUSORA EGCSR LTDA	20210656767	HUANCAVELICA	SÚPER LATINA	S/ 4,531.20
RADIO ONDAS DEL HUALLAGA S.A.C.	20133942379	HUANUCO	ONDAS DEL HUALLAGA	S/ 5,206.78
EMPRESA DE RADIO Y TELEVISIÓN SHALOM FM STEREO E.I.R.L.	20225128112	HUANUCO	RADIO SHALOMPLUS	S/ 3,840.00
PERUANA DE RADIODIFUSION SRL	20129570505	JUNIN	15.50	S/ 9,982.80
RADIODIFUSORA HUANCAYO S.A.C.	20112257994	JUNIN	RADIO HUANCAYO	S/ 15,930.00
NOR PERUANA DE TELECOMUNICACIONES S.A.	20142002583	LA LIBERTAD	NOVA	S/ 6,244.56
EMPRESA DE RADIO Y TELEVISIÓN EL CAMINO E.I.R.LTDA	20540090891	LA LIBERTAD	RADIO EL CAMINO	S/ 2,400.00
ZONA 5 DE CHICLAYO S.R.LTDA	20561282634	LAMBAYEQUE	ZONA 5	S/ 2,548.80
RADIO GOTAS DE ORO E.I.R.LTDA	20352923223	LAMBAYEQUE	RADIO UNO	S/ 2,400.00
HENRY ROLDAN PINEDO MURRIETA	10053998866	LORETO	RADIO STYLO1	S/ 2,400.00
ORLEY MARCIAL BARBARAN LEVY	10804880629	LORETO	RADIO AL	S/ 2,280.00
ANGEL HERENCIA LEÓN	10048267080	MADRE DE DIOS	SUPERMIX	S/ 3,672.00
RADIO INTI RAYME E.I.R.LTDA	20317284013	MADRE DE DIOS	RADIO AURORA	S/ 610.17
RADIO ALTAMAR S.R.LTDA	20115833341	MOQUEGUA	ALTAMAR	S/ 9,000.00
RADIO AMERICANA E.I.R.LTDA	20446672071	MOQUEGUA	AMERICANA	S/ 6,372.00
RADIO CORPORACIÓN S.A.	20489405955	PASCO	CORPORACIÓN	S/ 5,097.60
GRUPO MONTAÑA DE COMUNICACIONES E.I.R.LTDA	20568147104	PASCO	RADIO HURAKAN	S/ 7,080.00
EMPRESA DE RADIO Y DIFUSIÓN SONORA LA CUMBIAMBERA E.I.R.LTDA	20483861487	PIURA	RADIO LA 99	S/ 8,761.50
JAVIER ALBERTO LOZADA FLORIANO	10028230295	PIURA	ANTENA 10	S/ 7,009.20
RADIO JULIACA S.A.	20119097364	PUNO	RADIO JULIACA	S/ 3,600.00
RADIO SOL DE LOS ANDES S.A.	20115133102	PUNO	SOL DE LOS ANDES	S/ 3,398.40
RADIO TROPICAL S.A.C.	20104117776	SAN MARTIN	TROPICAL	S/ 8,820.00
RADIO INTERACTIVA E.I.R.L.	20600868021	SAN MARTIN	INTERACTIVA	S/ 2,700.00
CADENA RADIAL SUR PERUANA S.A.	20279718063	TACNA	RADIO UNO	S/ 3,865.68
RADIO TACNA S.R.LTDA	20325607417	TACNA	RADIO TACNA	S/ 2,400.00
CORPORACION RADIO DIFUSORA LA HECHICERA FM STEREO S.A.	20409195114	TUMBES	LA HECHICERA	S/ 7,550.82
LUIS FRANCISCO HIDALGO ROMERO	10003203773	TUMBES	RADIO SUPER ÉXITO	S/ 3,600.00
EMPRESA RADIO DIFUSORA DEL PROGRESO E.I.R.LTDA	20309676158	UCAYALI	RADIO DEL PROGRESO	S/ 2,880.00
<b>TOTAL RADIOS LOCALES</b>				<b>S/ 219,944.71</b>
SEIS E.I.R.L.	20498250131	AREQUIPA	EL PUEBLO	S/ 8,590.40
AGUIDA AGRIPINA VALVERDE GONZALES	10210844673	AYACUCHO	LA VOZ DE HUAMANGA	S/ 3,925.15
GRUPO EDITORA PANORAMA S.A.C.	20600690192	CAJAMARCA	PANORAMA CAJAMARQUINO	S/ 5,471.42
EMP.EDIT.LA INDUSTRIA DE CHICLAYO S.A.	20105887079	CHICLAYO	EL NORTEÑO	S/ 2,458.18
EMP.EDIC.LA INDUSTRIA DE TRUJILLO S.A.	20132162230	ANCASH (CHIMBOTE)	LA INDUSTRIA	S/ 4,106.40
EDICIONES Y PRODUCCIONES EL SOL S.A.	20527195188	CUSCO	EL SC	S/ 4,694.04

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



**RESUMEN DE INVERSION POR MEDIO DE COMUNICACIÓN  
CAMPAÑA SEGUNDA ELECCION PRESIDENCIAL 2021**

Periodo: MAYO - JUNIO

RAZÓN SOCIAL	N° de RUC	COBERTURA	Medio	Total inc IGV S/.
PRATUM EIRL	20602825915	ILO / MOQUEGUA	LA PRENSA	S/ 4,625.60
DIARIO EL TIEMPO S.A.C.	20102505957	PIURA	LA HORA	S/ 5,600.00
COMUNICACIONES MPJ SAC	20605971343	PUNO	SIN FRONTERAS (PUNO)	S/ 6,416.18
EMP.EDIT.LA INDUSTRIA DE TRUJILLO S.A.	20132162230	TRUJILLO	SATELITE - Trujillo	S/ 3,964.80
GRUPO RTP EDITORES EIRL	20602228321	AMAZONAS	EL CLARÍN AMAZONENSE	S/ 3,672.00
JTP EDITORES E.I.R.L.	20223635815	HUANUCO	AHORA HUANUCO	S/ 3,456.00
EDITORIAL IMPRENTA PIRAMIDE EIRL	20526885822	MADRE DE DIOS	DON JAQUE	S/ 4,590.00
GRAFICA NET UCAYALI EIRL	20602296092	UCAYALI	AHORA PUCALLPA	S/ 3,276.00
<b>TOTAL DIARIOS LOCALES</b>				<b>S/ 64,846.17</b>
ALAC OUTDOOR S.A.C.	20481577005	LIMA - CUSCO - LAMBAYEQUE - IQUITOS - LA LIBERTAD	ALAC OUTDOORS	S/ 16,520.00
JMT OUTDOORS S.A.C.	20513953012	AREQUIPA - PIURA	JMT OUTDOORS	S/ 13,766.67
PANELES NAPSA S.R.L.	20378726876	LIMA	CLEAR CHANNEL	S/ 12,000.00
LIMA LED S.A.C.	20600801831	LIMA	LIMA VISUAL	S/ 3,540.00
PRODUCCIÓN Y MANTENIMIENTO DEL PERÚ S.A.C.	20516529084	LIMA - AREQUIPA - ICA - CHICLAYO - TRUJILLO - PIURA	LATIN AMERICAN OUTDOORS - PRODUCCIÓN Y MANTENIMIENTO S.A.C.	S/ 13,216.00
ILUMINITY S.A.C.	20600550099	LIMA	LEDEX	S/ 12,000.00
DARDOS COMUNICACIÓN VISUAL S.A.C.	20537088118	LIMA	DARDOS	S/ 8,496.00
REYAM OUTDOOR S.A.C.	20556111651	LIMA	REYAM	S/ 6,785.00
<b>TOTAL VÍA PÚBLICA</b>				<b>S/ 86,323.67</b>
EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A.	20143229816	LIMA	EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A.	S/ 65,650.84
GRUPO LA REPÚBLICA PUBLICACIONES S.A.	20517374661	LIMA	LAREPÚBLICA.PE	S/ 47,177.82
GRUPO RPP S.A.C.	20492353214	LIMA	RPP.PE	S/ 42,834.00
ANDINA DE RADIODIFUSIÓN S.A.C.	20100114420	LIMA	ATV.PE	S/ 25,855.00
COMPañÍA PERUANA DE RADIODIFUSIÓN S.A.	20100049008	LIMA	AMÉRICA.PE	S/ 33,448.00
<b>TOTAL DIGITAL DISPLAY</b>				<b>S/ 214,965.66</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>				<b>S/ 4,299,999.81</b>

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



Medios  
Segundaje spot  
Segundaje mención o capsula  
Campaña:  
Cobertura:  
Periodo:

Tv Abierta  
30"  
20"  
Segunda Elección Presidencial 2021  
Nacional  
Marzo - Abril

Medio	Tipo de Compra	Programa	Dia	Bloqueo Horario	Tipo de pieza	Ibope		Total Segundos	Impactos	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)							
						18 a 99 años TNSE													
						Ret (%)	Mls (#)												
LATINA	COMPRA PAUTA REGULAR	90 MATINAL-MA	LMWJV	07:00 a 09:00	Spot	1.6	166.6	240	1,333.0	S/	35.7	47,600.00	56,168.00						
		90 CENTRAL-NO	LMWJV	19:00 a 20:29	Spot	2.9	307.9	300	3,076.6	S/	32.3	99,600.00	117,410.00						
		90 NOCHE-NO	LMWJV	23:00 a 23:49	Spot	2.1	225.7	60	451.3	S/	54.3	24,500.00	28,910.00						
		YO SOY-NO	LMWJV	20:30 a 22:00	Spot	3.5	370.6	150	1,853.0	S/	47.2	87,500.00	103,250.00						
		YO SOY-S-NO	S	21:30 a 23:59	Spot	3.6	379.0	60	757.9	S/	48.4	36,700.00	43,306.00						
		90 DOMINICAL-D-MA	D	06:00 a 08:29	Spot	1.5	157.2	60	314.5	S/	24.3	7,650.00	9,027.00						
		REPORTE SEMANAL-D-MA	D	08:30 a 11:59	Spot	3.3	351.4	60	702.8	S/	29.0	20,400.00	24,072.00						
		90 MEDIODIA-D-TA	D	12:00 a 13:59	Spot	2.7	285.0	60	569.9	S/	32.8	18,700.00	22,066.00						
		90 CENTRAL-D-NO	D	19:00 a 19:59	Spot	3.6	384.5	60	769.0	S/	25.9	19,900.00	23,482.00						
		PUNTO FINAL-D-NO	D	20:00 a 21:59	Spot	4.2	446.2	60	892.4	S/	34.6	30,900.00	36,462.00						
		TOTAL LATINA												2250	18,186.8	S/	21.6	393,350.00	464,153.00
		AMERICA	COMPRA PAUTA REGULAR	DE VUELTA AL BARRIO-NO	LMWJV	20:30 a 21:35	Spot	7.0	739.9	120	2,959.8	S/	36.2	107,200.00	128,496.00				
				EEG-TA	LMWJV	18:52 a 20:40	Spot	6.5	694.7	420	9,726.1	S/	26.0	253,260.00	298,846.80				
				DOS HERMANAS-NO	LMWJV	21:30 a 22:35	Spot	6.5	689.7	180	4,138.4	S/	38.9	160,800.00	189,744.00				
				LOS MILAGROS DE LA ROSA TA	LMWJV	18:00 a 18:51	Spot	3.6	379.9	540	6,837.8	S/	22.9	156,780.00	185,000.40				
EL REVENTAZO DE LA CHOLA-S-N	S			19:00 a 21:00	Spot	3.9	415.2	60	830.4	S/	29.9	24,790.00	29,262.20						
EL ARTISTA DEL AÑO	S			21:00 a 23:30	Spot	5.9	630.6	60	1,261.1	S/	28.7	36,180.00	42,692.40						
ESTAS EN TODAS-S-MA	S			09:00 a 11:00	Spot	2.2	234.4	60	468.9	S/	37.2	17,420.00	20,555.60						
EN BOCA DE TODOS-TA	LMWJV			13:00 a 15:00	Spot	2.5	265.1	300	2,651.4	S/	32.9	87,100.00	102,778.00						
CUARTO PODER-D-NO	D			20:00 a 22:00	Spot	5.2	630.6	90	1,891.7	S/	28.7	54,270.00	64,038.60						
AMERICA NOTICIAS-NO	LMWJV			22:30 a 23:35	Spot	4.7	499.3	120	1,997.1	S/	36.2	72,360.00	85,384.80						
DOMINGO AL DIA-D-MA	D			08:00 a 11:00	Spot	3.2	337.6	120	1,350.3	S/	28.8	34,840.00	41,111.20						
PRIMERA EDICION NACIONAL-MA	LMWJV			07:00 a 09:00	Spot	3.0	318.9	90	956.6	S/	35.9	37,185.00	43,878.30						
AMER NOT ED.SAB-S-MA	S			07:00 a 09:00	Spot	2.9	309.9	120	1,239.4	S/	28.1	34,840.00	41,111.20						
TOTAL AMERICA												3030	41,620.3	S/	25.8	1,077,025.00	1,270,889.50		
AMERICA	20% de Bonificados del Total de la Pauta Regular			AMERICA NOT EDIC DOM-D-MA	D	07:00 a 08:30	Spot	2.3	245.1	60	490.2								
		AMER NOTIC ED MED-TA	LMWJV	11:50 a 13:00	Spot	1.6	168.4	120	673.4										
		BUTACA AMERICA (PELICULA)	D	15:00 a 17:10	Spot	1.9	203.7	60	407.3										
AMERICA	BONIFICACIÓN	CAPSULAS ROTATIVAS	LMWJVS	06:00 a 00:00	Cápsula TV	3.2	341.6	600	10,247.3										
		CAPSULAS EN RRSS DE AMERICA	LMWJVS		Cápsula OnLine (APP)			0	0.0										
		TOTAL AMERICA												3630	52,067.7	S/	25.0	1,077,025.00	1,270,889.50
PANAMERICANA	COMPRA PAUTA REGULAR	BDP SEGUNDA EDICION-MA	LMWJV	06:30 a 09:29	Spot	0.8	88.5	270	796.8	S/	18.1	52,560.00	62,020.80						
		24 HORAS EDIC.CENTRA	LMWJV	21:00 a 22:59	Spot	2.2	234.0	270	2,105.9	S/	17.2	40,880.00	48,238.40						
		12 HORAS-ED MEDIO-TA	LMWJV	12:30 a 15:10	Spot	1.0	104.9	210	734.3	S/	23.3	18,525.00	21,859.50						
		24 HORAS EDIC.CENTRA	LMWJV	21:00 a 22:59	Spot	2.2	234.0	210	1,637.9	S/	23.8	11,118.00	13,119.24						
		NOVELA TARDE	LMWJV	15:10 a 16:30	Spot	0.8	79.4	150	397.1	S/	17.1	7,410.00	8,743.80						
		DE QUE ESTAMOS HABLANDO	S	20:00 a 20:59	Spot	0.8	79.5	150	397.5	S/	14.3	11,118.00	13,119.24						
		PORO HOY SABADO CON ANDRES-S-T	S	16:50 a 20:59	Spot	0.9	99.2	60	198.3	S/									
		24 HORAS-ED SABATINA-S-NO	S	21:00 a 21:59	Spot	1.3	134.2	60	268.3	S/									
		EL DOMINICAL-D-TA	D	16:30 a 18:29	Spot	0.7	72.3	60	144.6	S/									
		TELE DEPORTE-DOIM	D	18:30 a 19:44	Spot	1.4	143.7	60	287.4	S/									
		EL DOMINICAL-D-TA	D	16:30 a 18:29	Spot	0.7	72.3	60	144.6	S/									
		PANORAMA	D	19:45 a 21:59	Spot	3.0	315.4	60	630.8	S/									
		TOTAL PTV												2320	10,897.2	S/	15.0	141,611.00	167,100.98
		TV PERU	COMPRA PAUTA REGULAR	AVISOS ROTATIVOS	LMWJVS	05:00 a 00:00	Spot	0.2	17.6	1350	793.6	S/	48.2	38,250.00	45,135.00				
				*Capsulas Especiales - Rotativas	LMWJVS	05:00 a 00:00	Capsulas	0.2	17.6	560	493.8	S/	68.0	33,566.67	39,608.67				
TOTAL TV PERU												1910	1,287.3	S/	64.0	71,816.67	84,743.67		
ATV	COMPRA PAUTA REGULAR	Capsulas informativas con talentos de 20" rotativas. Incluye producción. Ubicaciones preferenciales.	LMWJVS	06:00 a 11:59	Cápsulas TV	0.8	84.4	260	1,097.7	S/	29.0	220,000.00	269,600.00						
		Capsulas de 20" bloque 12:00 - 18:59	LMWJVS	12:00 a 18:59	Cápsulas TV	1.9	205.5	260	2,671.3	S/									
		Capsulas de 20" bloque 19:00 - 00:00	LMWJVS	19:00 a 00:00	Cápsulas TV	4.2	448.0	340	7,615.2	S/									
		piezas bloque 06:00 - 11:59	LMWJVS	06:00 a 11:59	Page Peel	0.8	88.8	70	607.3	S/	17.9	31,000.00	36,580.00						
		piezas bloque 12:00 - 18:59	LMWJVS	12:00 a 18:59	Page Peel	1.9	205.5	70	1,438.4	S/									
		piezas bloque 19:00 - 00:00	LMWJVS	19:00 a 00:00	Page Peel	4.2	451.6	70	3,161.4	S/									
		PAQUETE JB EN ATV	SAB	20:30 a 22:30	Grabación Elenco	6.0	642.6	45	642.6	S/	18.8	30,000.00	35,400.00						
		TOTAL PAUTA ACCIONES ESPECIALES ATV												1145	17,868.2	S/	27.2	281,000.00	331,580.00
		ATV	ATV PAQUETE: S/23,400 (No Inc IGV) PESO: 85% SHARE DEL PAQUETE	01 aviso bloque 06:00 - 11:59	LMWJVS	06:00 a 11:59	Spot	0.8	84.4	420	1,162.1	S/	18.9	278,460.00	328,582.80				
				01 Banner bloque 06:00 - 18:59	LMWJVS	06:00 a 18:59	Banner	1.4	147.5	140	2,064.7	S/							
				01 aviso bloque 12:00 - 18:59	LMWJVS	12:00 a 18:59	Spot	1.9	205.5	420	2,876.7	S/							
				01 aviso bloque 19:00 - 00:00	LMWJVS	19:00 a 00:00	Spot	4.2	448.0	420	6,271.3	S/							
				02 aviso bloque 06:00 - 18:59	LMWJVS	06:00 a 18:59	Spot	1.4	149.6	840	4,187.5	S/							
		TOTAL GRUPO ATV												3385	34,450.53	S/	21.59	559,460.00	660,162.80
		WILLAX	COMPRA PAUTA REGULAR	BLOQUE HORARIO - TARDE	LMWJV	12:00 a 18:59	Spot	0.50	48.90	600	978.0	S/	12.6	12,299.15	14,513.00				
BLOQUE HORARIO - PRIME	LMWJV			19:00 a 23:59	Spot	0.80	87.30	900	2,619.0	S/	10.3	26,978.90	31,835.10						
TOTAL WILLAX												1500	3,597.00	S/	10.92	39,278.05	46,348.10		
EXITOSA TV	COMPRA PAUTA REGULAR	EXITOSA PERU	LMWJV	05:00 a 08:00	Spot	0.00	0.00	480	0.0	-	-	4,800.00	5,684.00						
		HABLEMOS CLARO	LMWJV	08:00 a 11:00	Spot	0.00	0.00	480	0.0	-	-	4,800.00	5,684.00						
		LAS COSAS POR SU NOMBRE	LMWJV	11:00 a 14:00	Spot	0.00	0.00	480	0.0	-	-	4,800.00	5,684.00						
TOTAL EXITOSA TV												1440	-	S/	-	14,400.00	16,992.00		
TOTAL TV NACIONAL												16435	120,487	S/	21.96	2,295,940.72	2,710,390.05		

NOTAS:  
(\*) PERIODO DE RATING: 12 ABRIL AL 09 DE MAYO  
PARA LAS ACTIVACIONES ESPECIALES (BANNERS/PAGE PEE/L ACTIVACION JB/ MENCIONES DE CS), SE ESTA CONSIDERANDO EL RATING DE SOLO DEL PROGRAMA (SIN TANDAS)  
\*CONSIDERAR QUE LAS ACCIONES ESPECIALES COMO BANNER/PAGE PEE SE EMITEN EN EL CONTENIDO DEL PROGRAMA (VIVO) Y NO EN TANDAS COMERCIALES  
\*DEBERIA SER DATA DE LUNES A VIERNES

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisad.m.onpe.gob.pe/verificar/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: CKFXUSP



Medios CABLE  
 Segunda spot 30  
 Campaña: Segunda Elección Presidencial 2021  
 Cobertura: Cableoperadores  
 Periodo: Mayo - Junio 2021

Medio	Programa	Día de semana	Bloque Horario	Cobertura	Tipo	Ibope		Total Segundos	Impactos	CPM a 30"	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)				
						18 a 99 años TNSE	Mis (#)									
						Rat (%)										
MEDIANETWORKS	GOL PERU - ROTATIVOS	LMWJV	06:00 - 12:00	Lima / Cableoperadores	Spot	0.1	6.4	600	127.5	S/ -	S/0.00	S/0.00				
	GOL PERU - ROTATIVOS	S	06:00 - 12:00		Spot	0.3	19.5	60	39.0	S/ -	S/0.00	S/0.00				
	MOVISTAR DEPORTES - ROTATIVOS	LMWJVSD	06:00 - 12:00		Spot	0.0	2.9	480	45.7	S/ -	S/0.00	S/0.00				
	GOL PERU - ROTATIVOS	LMWJVSD	17:00 - 23:59		Spot	0.1	6.9	900	207.8	S/ 16.7	S/3,465.00	S/4,088.70				
	MOVISTAR DEPORTES - AL ANGULO	LMWJVSD	22:00 - 23:00		Spot	0.1	8.5	210	59.5	S/ 147.3	S/8,766.85	S/10,344.88				
	CLASIFICATORIAS CONMEBOL AL MUNDIAL DE LA FIFA QATAR 2022 PAQUETE FECHA 7 * AVISOS DE 30" * MENCIÓN de 30" * BANNERS de 10"	Por Definir	Horario por Definir	Movistar Deportes		18.4	2,607.0		2,607.0		S/64,000.00	S/75,520.00				
<b>TOTAL MEDIANETWORKS</b>												2250	3,086.5	S/ 25.0	S/76,231.85	S/89,953.58
CANAL N	AGENDA POLITICA-D-NO	D	19:00 - 20:00	Lima / Nacional (Cableoperadores)	Spot	0.8	63.4	120	253.8	S/ 18.0	S/4,556.00	S/5,376.08				
	PRIMERO A LAS OCHO-S-NO	S	20:00 - 21:00		Spot	0.4	28.8	90	86.5	S/ 28.6	S/2,472.00	S/2,916.96				
	N NOTICIAS-D-MA	D	08:00 - 12:45		Spot	0.3	24.2	90	72.7	S/ 16.6	S/1,206.00	S/1,423.08				
	N NOTICIAS-S-NO	S	21:00 - 22:00		Spot	0.4	31.6	60	63.1	S/ 26.1	S/1,648.00	S/1,944.64				
	N NOTICIAS-TA2	LMWJV	18:00 - 19:00		Spot	0.4	34.1	240	272.5	S/ 15.7	S/4,288.00	S/5,059.84				
	PRIMERO A LAS OCHO-NO	LMWJV	20:00 - 21:00		Spot	0.3	26.9	180	161.5	S/ 42.3	S/6,834.00	S/8,064.12				
	20 21-NO	LMWJV	21:00 - 22:00		Spot	0.3	25.0	120	100.0	S/ 45.6	S/4,556.00	S/5,376.08				
	N DIRECTO-TA1	LMWJV	17:01 - 18:00		Spot	0.3	23.2	180	139.1	S/ 23.1	S/3,216.00	S/3,794.88				
	N DIRECTO-MA	LMWJV	10:00 - 12:00		Spot	0.3	25.3	90	75.9	S/ 21.2	S/1,608.00	S/1,897.44				
	N NOTICIAS-TA1	LMWJV	16:00 - 17:10		Spot	0.2	18.1	150	90.7	S/ 29.6	S/2,680.00	S/3,162.40				
	N NOTICIAS-S-TA	S	08:00 12:30		Spot	0.5	35.6	120	142.3	S/ 15.1	S/2,144.00	S/2,529.92				
	PRIMERO A LAS 12-TA	LMWJV	12:00 - 14:00		Spot	0.2	17.8	180	107.0	S/ -	S/0.00	S/0.00				
	N DIRECTO-TA	LMWJV	14:00 - 15:00		Spot	0.3	20.0	120	80.2	S/ -	S/0.00	S/0.00				
	ROTATIVOS DAY	LMWJVSD	06:00 - 18:59		Spot	0.3	20.5	330	225.2	S/ -	S/0.00	S/0.00				
	ROTATIVOS PRIME	LMMJVSD	19:00 - 00:00		Spot	0.3	22.5	210	157.3	S/ -	S/0.00	S/0.00				
CAPSULAS ROTATIVAS	LMWJSD	06:00 - 00:00	Cápsula TV	0.3	21.0	600	631.2	S/ -	S/0.00	S/0.00						
<b>TOTAL CANAL N</b>												2880	2,658.9	S/ 14.6	S/35,208.00	S/41,545.44
RPP TV	ROTATIVOS	LMWJV	06:00 - 00:00	Lima / Cableoperadores	Spot	0.1	7.2	840	200.6	S/ 132.6	S/26,600.00	S/31,388.00				
	ROTATIVOS	LMWJV	06:00 - 00:00		Spot	0.1	7.2	510	121.8	S/ -	S/0.00	S/0.00				
<b>TOTAL RPP TV</b>												1350	322.4	S/ 82.5	S/26,600.00	S/31,388.00
SONY / AXN	SONY - ROTATIVOS	D	18:00 - 00:00	Lima / Cableoperadores	Spot	0.1	8.2	180	49.0	S/ 3.2	S/5,616.00	S/6,626.88				
	AXN - ROTATIVOS	S	18:00 - 00:00		Spot	0.1	10.7	180	64.2	S/ 2.5	S/5,832.00	S/6,881.76				
<b>TOTAL SONY / AXN</b>												360	113.2	S/ 101.1	S/11,448.00	S/13,508.64
<b>TOTAL TV NACIONAL</b>												6840	6,181.1	S/ 25.35	S/149,487.85	S/176,395.66

NOTAS:

(\*) PERIODO DE RATING: 12 ABRIL AL 09 DE MAYO

PRE EVALUACION DE LOS P

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



Medios  
Segundaje spot  
Campaña:  
Cobertura:  
Periodo:

TV REGIONAL  
30  
Segunda Eleccion Presidencial 2021  
Regional  
Mayo - Junio 2021

Medio	Programa	Hora Inicio*	Hora Fin*	Cobertura	Tipo	Total Segundos	Costo Neto Total	Costo Total (incl. IGV)
SOL TV	"SOL TV NOTICIAS - EDICIÓN DE LA MAÑANA"	06:00	09:45	TRUJILLO - VIRU - PIURA - CAJAMARCA - CHICLAYO - HUARAZ	SPOTS	600	S/ 23,546.00	S/ 27,784.28
	"SOL TV NOTICIAS - EDICIÓN DE LA TARDE"	13:00	14:00	TRUJILLO - VIRU - PIURA - CAJAMARCA - CHICLAYO - HUARAZ	SPOTS	600	S/ 23,546.00	S/ 27,784.28
	"SOL TV NOTICIAS - EDICIÓN CENTRAL"	19:30	21:00	TRUJILLO - VIRU - PIURA - CAJAMARCA - CHICLAYO - HUARAZ	SPOTS	600	S/ 23,546.00	S/ 27,784.28
	BONIFICADO "SOL TV NOTICIAS - EDICIÓN DE LA MAÑANA"	06:00	10:00	TRUJILLO - VIRU - PIURA - CAJAMARCA - CHICLAYO - HUARAZ	SPOTS	300	-	-
<b>SOL TV</b>					<b>2,100</b>	<b>S/ 70,638.00</b>	<b>S/ 83,352.84</b>	
ATV SUR	01 AVISO BLOQUE 06:00 - 11:59	06:00	11:59	• AREQUIPA • CUSCO • TACNA • PUNO • MOQUEGUA	SPOT	600	S/ 18,720.00	S/ 22,089.60
	01 BANNER BLOQUE 06:00 - 11:59	06:00	11:59		BANNER	200		
	01 AVISO BLOQUE 12:00 - 18:59	12:00	18:59		SPOT	600		
	01 AVISO BLOQUE 19:00 - 00:00	19:00	00:00		SPOT	600		
	01 AVISO BLOQUE 06:00 - 18:59	06:00	18:59		SPOT	600		
<b>ATV SUR</b>					<b>2,600</b>	<b>S/ 18,720.00</b>	<b>S/ 22,089.60</b>	
AMAZONIA TV CANAL 35	AVISOS FIJADOS• PRIMERA EDICIÓN 06:00	06:00	07:00	MAYNAS - IQUITOS	SPOT	480	S/ 1,344.00	S/ 1,344.00
	AVISOS FIJADOS• EDICIÓN MEDIODÍA 12:00	12:00	13:00		SPOT	600	S/ 1,680.00	S/ 1,680.00
	AVISOS FIJADOS• EDICIÓN CENTRAL 19:00	19:00	20:00		SPOT	420	S/ 1,176.00	S/ 1,176.00
<b>AMAZONIA TV CANAL 35</b>					<b>1,500</b>	<b>S/ 4,200.00</b>	<b>S/ 4,200.00</b>	
TV NOTICIAS CANAL 12	AL INSTANTE NOTICIAS - I EDICIÓN	07:00	09:30	ALTO AMAZONAS - LORETO	SPOT	300	S/ 1,710.00	S/ 1,710.00
	AL INSTANTE NOTICIAS - II EDICIÓN	13:00	16:00		SPOT	600	S/ 3,420.00	S/ 3,420.00
	MICROFONO ABIERTO	18:00	20:30		SPOT	300	S/ 1,710.00	S/ 1,710.00
	BONIFICACIÓN EN AL INSTANTE NOTICIAS - I EDICIÓN	07:00	09:30		SPOT	300	-	-
<b>TV NOTICIAS CANAL 12</b>					<b>1,500</b>	<b>S/ 6,840.00</b>	<b>S/ 6,840.00</b>	
<b>TOTAL TV NACIONAL</b>						<b>7,700</b>	<b>S/ 100,398.00</b>	<b>S/ 116,482.44</b>

Las emisoras de las regiones de Amazonas, Madre de Dios están exoneradas del I.G.V. por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley 27037, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



Medios  
 Segundaje spot  
 Segundaje mención  
 Campaña:  
 Cobertura:  
 Periodo:

RADIOS NN  
 30  
 20  
 Segunda Elección Presidencial 2021  
 Nacional  
 Mayo - Junio

EMISORA NIVEL NACIONAL	AUDIENCIA (*)		TIPO	BLOQUE HORARIO	TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	TRP's	IMPACTOS (000)	CPM a 30" SIN IGV	TOTAL SIN IGV S/.	TOTAL CON IGV S/.		
	H y M 18 a mas Total												
	Rtg %	Miles (000)											
RPP	1.7	302.9	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,050	59.5	10,602	5.17	S/	82,950.00	S/	97,881.00
RPP	1.7	302.9	Rotativo	04:00 - 24:00	Spot	540	30.6	5,452					
RPP	1.7	302.9	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,050	59.5	10,602	5.17	S/	82,950.00	S/	97,881.00
RPP	1.7	302.9	Rotativo	04:00 - 24:00	Spot	540	30.6	5,452					
La Zona	0.6	111.7	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	900	18.0	3,351	3.51	S/	15,300.00	S/	18,054.00
La Zona	0.6	111.7	Rotativo	06:00 - 24:00	Spot	270	5.4	1,005					
La Zona	0.6	111.7	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	900	18.0	3,351	3.51	S/	15,300.00	S/	18,054.00
La Zona	0.6	111.7	Rotativo	06:00 - 24:00	Spot	270	5.4	1,005					
<b>Grupo RPP S.A.C.</b>						<b>5,520</b>	<b>227.0</b>	<b>40,820</b>	<b>4.81</b>	<b>S/</b>	<b>196,500.00</b>	<b>S/</b>	<b>231,870.00</b>
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,260	42.0	8,001	2.45	S/	29,400.00	S/	34,692.00
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	630	21.0	4,001					
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,260	42.0	8,001	2.45	S/	29,400.00	S/	34,692.00
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	630	21.0	4,001					
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención rotativa	200	10.0	1,905	3.44	S/	5,250.00	S/	6,195.00
La Inolvidable	1.0	190.5	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención	40	2.0	381					
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	39.6	7,351	3.16	S/	34,875.00	S/	41,152.50
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	540	19.8	3,676					
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	39.6	7,351	3.16	S/	34,875.00	S/	41,152.50
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	540	19.8	3,676					
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención rotativa	200	11.0	2,042	4.85	S/	7,930.00	S/	9,357.40
Moda	1.1	204.2	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención	40	2.2	408					
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	900	24.0	4,527	3.31	S/	22,500.00	S/	26,550.00
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	450	12.0	2,264					
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	900	24.0	4,527	3.31	S/	22,500.00	S/	26,550.00
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	450	12.0	2,264					
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención rotativa	200	8.0	1,509	5.22	S/	6,305.00	S/	7,439.90
Nueva Q	0.8	150.9	Rotativo	06:00 - 15:00	Mención	40	1.6	302					
<b>CRP Medios y Entretenimiento S.A.C.</b>						<b>10,440</b>	<b>351.6</b>	<b>66,185</b>	<b>3.02</b>	<b>S/</b>	<b>193,035.00</b>	<b>S/</b>	<b>227,781.30</b>
Panamericana	0.8	149.6	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	900	24.0	4,488	3.61	S/	24,300.00	S/	28,674.00
Panamericana	0.8	149.6	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	450	12.0	2,244					
Panamericana	0.8	149.6	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	900	24.0	4,488	3.61	S/	24,300.00	S/	28,674.00
Panamericana	0.8	149.6	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	450	12.0	2,244					
<b>Grupo Panamericana de Radios S.A.</b>						<b>2,700</b>	<b>72.0</b>	<b>13,464</b>	<b>3.61</b>	<b>S/</b>	<b>48,600.00</b>	<b>S/</b>	<b>57,348.00</b>
Karibeña	1.1	202.7	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	39.6	7,297	3.52	S/	37,800.00	S/	44,604.00
Karibeña	1.1	202.7	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	510	18.7	3,446					
Karibeña	1.1	202.7	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	39.6	7,297	3.52	S/	37,800.00	S/	44,604.00
Karibeña	1.1	202.7	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	510	18.7	3,446					
Exitosa	1.2	211.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	43.2	7,603	3.67	S/	41,040.00	S/	48,427.20
Exitosa	1.2	211.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	510	20.4	3,590					
Exitosa	1.2	211.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,080	43.2	7,603	3.67	S/	41,040.00	S/	48,427.20
Exitosa	1.2	211.2	Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	510	20.4	3,590					
<b>Radio La Karibeña SAC</b>						<b>6,360</b>	<b>243.8</b>	<b>43,873</b>	<b>3.59</b>	<b>S/</b>	<b>157,680.00</b>	<b>S/</b>	<b>186,062.40</b>
Nacional	s/e	s/e	Rotativo	06:00 - 17:00	Spot	1,020				S/	3,264.00	S/	3,851.52
Nacional	s/e	s/e	Rotativo	06:00 - 17:00	Spot	990				S/	3,168.00	S/	3,738.24
<b>Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú</b>						<b>2,010</b>				<b>S/</b>	<b>6,432.00</b>	<b>S/</b>	<b>7,589.76</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>						<b>27,030</b>	<b>894.4</b>	<b>164,342</b>	<b>3.71</b>	<b>S/</b>	<b>602,247.00</b>	<b>S/</b>	<b>710,651.46</b>

(\*) Estudio de Audiencia Radial, Nacional setiembre 2020, proporcionado por los grupos radiales (S/E) Sin / Estudio

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



Medios Radio Regional  
 Segundaje spot 30  
 Campaña: Segunda Elección Presidencial 2021  
 Cobertura: Local  
 Período: MAYO - JUNIO

DEPARTAMENTO	PROVINCIA	PROVINCIA: COBERTURA SEGÚN MEDIO	EMISORA	FRECUENCIA	AUDIENCIA		TIPO	BLOQUE HORARIO	TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	TRP's	IMPACTOS (000)	CPM SIN IGV	TOTAL SIN IGV S/.	TOTAL CON IGV S/.
					Rtg %	Miles (000)									
AMAZONAS	Chachapoyas	Chachapoyas, Luya y Bongará	Activa FM	104.7 FM	0.7	0.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	28.00	8.4		S/ 828.00	S/ 828.00
					0.7	0.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	7.00	2.1		S/ -	S/ -
					0.7	0.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	28.00	8.4		S/ 828.00	S/ 828.00
					0.7	0.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	7.00	2.1		S/ -	S/ -
										3,000	70.00	21	78.86	S/ 1,656.00	S/ 1,656.00
	Utcubamba	Bagua y Utcubamba	Radio Milenium	90.7 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
										3,000	0.00	0		S/ 2,400.00	S/ 2,400.00
TOTAL AMAZONAS										6,000	70.00	21		S/ 4,056.00	S/ 4,056.00
ANCASH	Santa (Chimbote)	Santa (Chimbote)	Nova	104.3 FM	1.7	5.1	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,350	76.50	229.5		S/ 2,646.00	S/ 3,122.28
					1.7	5.1	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,350	76.50	229.5		S/ 2,646.00	S/ 3,122.28
										2,700	153.00	459	11.53	S/ 5,292.00	S/ 6,244.56
	Carhuaz	Yungay y Carhuaz	Radio Cordillera	102.9 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 406.78	S/ 480.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 406.78	S/ 480.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
					3,000	0.00	0		S/ 813.56	S/ 960.00					
TOTAL ANCASH										5,700	153.00	459		S/ 6,105.56	S/ 7,204.56
APURIMAC	Andahuaylas	Andahuaylas	Titanka	95.5 FM	3.1	1.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	124.00	70.4		S/ 1,080.00	S/ 1,274.40
					3.1	1.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	31.00	17.6		S/ -	S/ -
					3.1	1.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	124.00	70.4		S/ 1,080.00	S/ 1,274.40
					3.1	1.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	31.00	17.6		S/ -	S/ -
										3,000	310.00	176	12.27	S/ 2,160.00	S/ 2,548.80
	Andahuaylas	Andahuaylas, Aymaraes y Chincheros	Radio Andahuaylas	106.5 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,525.42	S/ 1,800.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,525.42	S/ 1,800.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
										3,120	0.00	0		S/ 3,050.85	S/ 3,600.00
TOTAL APURIMAC										6,120	310.00	176		S/ 5,210.85	S/ 6,148.80
AREQUIPA	Arequipa	Arequipa	Melodia	104.3 FM	2.0	15.9	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	80.00	637.6		S/ 4,296.00	S/ 5,069.28
					2.0	15.9	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	20.00	159.4		S/ -	S/ -
					2.0	15.9	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	80.00	637.6		S/ 4,296.00	S/ 5,069.28
					2.0	15.9	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	20.00	159.4		S/ -	S/ -
										3,000	200.00	1,594	5.39	S/ 8,592.00	S/ 10,138.56
	Arequipa	Arequipa	Melodia	1220 AM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 3,048.00	S/ 3,596.64
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 3,048.00	S/ 3,596.64
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
										3,000	0.00	0		S/ 6,096.00	S/ 7,193.28
TOTAL AREQUIPA										6,000	200.00	1,594		S/ 14,688.00	S/ 17,331.84
AYACUCHO	Cangallo	Cangallo	Moda Mix	92.9 FM	0.9	1.5	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	36.00	59		S/ 3,050.85	S/ 3,600.00
					0.9	1.5	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	10.80	18		S/ -	S/ -
					0.9	1.5	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	36.00	59		S/ 3,050.85	S/ 3,600.00
					0.9	1.5	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	10.80	18		S/ -	S/ -
										3,120	93.60	153	39.91	S/ 6,101.69	S/ 7,200.00
	Huamanga	Cangallo, Huamanga, Huanca Sancos, Huanta, La Mar, Sucre, Victor Fajardo, Vilcas Huaman,	Estación Wari	1060 AM	0.6	1.1	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	24.00	44		S/ 1,322.03	S/ 1,560.00
					0.6	1.1	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	6.00	11		S/ -	S/ -
					0.6	1.1	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	24.00	44		S/ 1,322.03	S/ 1,560.00
					0.6	1.1	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	6.00	11		S/ -	S/ -
										3,000	60.00	111	23.82	S/ 2,644.07	S/ 3,120.00
TOTAL AYACUCHO										6,120	153.60	264		S/ 8,745.76	S/ 10,320.00
CAJAMARCA	Cajamarca	Cubre todo	Turbo Mix	92.5 FM	1.7	2.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	68.00	110		S/ 1,800.00	S/ 2,124.00
					1.7	2.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	20.40	33		S/ -	S/ -
					1.7	2.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	68.00	110		S/ 1,800.00	S/ 2,124.00
					1.7	2.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	20.40	33		S/ -	S/ -
										3,120	176.80	287	12.54	S/ 3,600.00	S/ 4,248.00
	Cajamarca	Cajamarca Celendin, Contumaza, San Miguel y San Pablo	Radio San Pablo	990 AM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 2,033.90	S/ 2,400.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 2,033.90	S/ 2,400.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
										3,120	0.00	0		S/ 4,067.80	S/ 4,800.00
TOTAL CAJAMARCA										6,240	176.80	287		S/ 7,667.80	S/ 9,048.00
CUSCO	Cusco	Cusco y Calca	Salkantay	92.7 FM y 1080 AM	3.5	12.2	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,200	140.00	488		S/ 5,400.00	S/ 6,372.00
					3.5	12.2	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,200	140.00	488		S/ 5,400.00	S/ 6,372.00
										2,400	280.00	977	11.06	S/ 10,800.00	S/ 12,744.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,525.42	S/ 1,800.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
	Urubamba	Anta, Calca y Urubamba	Radio Stereo	99.7 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,525.42	S/ 1,800.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,525.42	S/ 1,800.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
										3,120	0.00	0		S/ 3,050.85	S/ 3,600.00
															S/ 16,344.00
															S/ 2,655.00

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: CKFXUSP



Medios Radio Regional  
 Segundaje spot 30  
 Campaña: Segunda Eleccion Presidencial 2021  
 Cobertura: Local  
 Periodo: MAYO - JUNIO

DEPARTAMENTO	PROVINCIA	PROVINCIA: COBERTURA SEGÚN MEDIO	EMISORA	FRECUENCIA	AUDIENCIA		TIPO	BLOQUE HORARIO	TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	TRP's	IMPACTOS (000)	CPM SIN IGV	TOTAL SIN IGV S/.	TOTAL CON IGV S/.
					Rtg %	Miles (000)									
HUANCAVELICA	Huancavelica	Huancavelica	Radio Taki	103.5 FM	2.7	1.2	Rotativo	05:00 - 21:00	Spot	1,500	135.00	62		S/ 2,250.00	S/ 2,655.00
	Huacavelica	Huacavelica	Súper Latina	105.9 FM	2.1	1.0	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,200	84.00	38		S/ 1,920.00	S/ 2,265.60
					2.1	1.0	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	240	16.80	8		S/ -	S/ -
					2.1	1.0	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,200	84.00	38		S/ 1,920.00	S/ 2,265.60
													S/ -	S/ -	
TOTAL HUANCAVELICA										2,880	201.60	92	41.67	S/ 3,840.00	S/ 4,531.20
HUANUCO	Huánuco	Huánuco y Ambo	Ondas del Huallaga	88.9 FM	0.3	0.6	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	12.00	23		S/ 2,603.39	S/ 2,603.39
					0.3	0.6	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	3.00	6		S/ -	S/ -
					0.3	0.6	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	12.00	23		S/ 2,603.39	S/ 2,603.39
					0.3	0.6	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	3.00	6		S/ -	S/ -
	Leoncio Prado	Humalies, Leoncio Prado y Marañón	Radio Shalomplus	96.5 FM	0.5	0.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	20.00	9		S/ 1,920.00	S/ 1,920.00
					0.5	0.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	5.00	2		S/ -	S/ -
					0.5	0.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	20.00	9		S/ 1,920.00	S/ 1,920.00
					0.5	0.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	5.00	2		S/ -	S/ -
TOTAL HUÁNUCO										6,000	80.00	80	166.96	S/ 9,046.78	S/ 9,046.78
JUNIN	Huancayo	Huancayo, Chupaca, Concepción y Jauja	15.50	88.9 FM / 1530 AM	2.8	8.8	Rotativo	06:00 - 24:00	Spot	1,410	131.60	415		S/ 4,230.00	S/ 4,991.40
					2.8	8.8	Rotativo	06:00 - 24:00	Spot	1,410	131.60	415		S/ 4,230.00	S/ 4,991.40
	Huancayo	Huancayo	Radio Huancayo	104.3 FM / 870 AM	2.7	8.3	Rotativo	06:00 - 24:00	Spot	1,350	121.50	374	10.19	S/ 8,460.00	S/ 9,982.80
					2.7	8.3	Rotativo	06:00 - 24:00	Spot	1,350	121.50	374		S/ 6,750.00	S/ 7,965.00
					2.7	8.3	Rotativo	06:00 - 24:00	Spot	1,350	121.50	374		S/ 6,750.00	S/ 7,965.00
TOTAL JUNIN										5,520	506.20	1,578	18.05	S/ 13,500.00	S/ 15,930.00
LA LIBERTAD	Trujillo	Trujillo	Nova	105.1 FM	0.9	6.2	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	40.50	279		S/ 2,646.00	S/ 3,122.28
					0.9	6.2	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	40.50	279		S/ 2,646.00	S/ 3,122.28
	Chepén	Chepén y Pacasmayo	Radio El Camino	105.3 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0	9.48	S/ 1,016.95	S/ 1,200.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,016.95	S/ 1,200.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
TOTAL LA LIBERTAD										5,700	81.00	558		S/ 2,033.90	S/ 2,400.00
LAMBAYEQUE	Chiclayo	Chiclayo, Ferreñafe y Lambayeque	Zona 5	93.3 FM	0.6	3.2	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,200	24.00	128		S/ 1,080.00	S/ 1,274.40
					0.6	3.2	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,200	24.00	128		S/ 1,080.00	S/ 1,274.40
	Lambayeque	Lambayeque	Radio Uno	96.1 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0	8.44	S/ 1,016.95	S/ 1,200.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,016.95	S/ 1,200.00
TOTAL LAMBAYEQUE										3,120	0.00	0		S/ -	S/ -
LORETO	Requena	Requena	Radio Stylo1	95.5 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,200.00	S/ 1,200.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	0.00	0		S/ -	S/ -
	Ucayali	Ucayali	Radio AL	94.9 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,140.00	S/ 1,140.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/ 1,140.00	S/ 1,140.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/ -	S/ -
TOTAL LORETO										3,000	0.00	0		S/ 2,280.00	S/ 2,280.00
MADRE DE DIOS	Tambopata	Tambopata	Supermix	90.9 FM	1.5	1.0	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	67.50	45		S/ 1,836.00	S/ 1,836.00
					1.5	1.0	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	67.50	45		S/ 1,836.00	S/ 1,836.00
	Tambopata	Tambopata	Radio Aurora	96.7 FM	0.7	0.5	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	28.00	20		S/ 305.08	S/ 305.08
					0.7	0.5	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	7.00	5		S/ -	S/ -
					0.7	0.5	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	28.00	20		S/ 305.08	S/ 305.08
					0.7	0.5	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	7.00	5		S/ -	S/ -
TOTAL MADRE DE DIOS										3,000	70.00	51	11.96	S/ 610.17	S/ 610.17
MOQUEGUA	Ilo	Ilo	Altamar	102.3 FM	1.3	0.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	52.00	30		S/ 3,813.56	S/ 4,500.00
					1.3	0.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	15.60	9		S/ -	S/ -
					1.3	0.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	52.00	30		S/ 3,813.56	S/ 4,500.00
					1.3	0.8	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	360	15.60	9		S/ -	S/ -
	Marical Nieto (Moquegua)	Marical Nieto (Moquegua) e Ilo	Americana	95.7 FM / 101.7 FM / 680 AM	8.6	5.6	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	387.00	252		S/ 2,700.00	S/ 3,186.00
					8.6	5.6	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	387.00	252		S/ 2,700.00	S/ 3,186.00
TOTAL MOQUEGUA										5,700	205.00	141	96.50	S/ 4,282.17	S/ 4,282.17

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



S/ 6,372.00  
 S/ 15,372.00  
 S/ 2,548.80

Medios Radio Regional  
 Segundaje spot 30  
 Campaña: Segunda Eleccion Presidencial 2021  
 Cobertura: Local  
 Periodo: MAYO - JUNIO

DEPARTAMENTO	PROVINCIA	PROVINCIA: COBERTURA SEGÚN MEDIO	EMISORA	FRECUENCIA	AUDIENCIA		TIPO	BLOQUE HORARIO	TIPO DE PIEZA	TOTAL SEGUNDOS	TRP's	IMPACTOS (000)	CPM SIN IGV	TOTAL SIN IGV S/.	TOTAL CON IGV S/.		
					Rtg %	Miles (000)											
PASCO	Pasco	Pasco	Corporación	96.1 FM / 1540 AM	1.9	1.1	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	19.00	11		S/	-	S/	-
					1.9	1.1	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	76.00	45		S/	2,160.00	S/	2,548.80
					1.9	1.1	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	19.00	11		S/	-	S/	-
										3,000	190.00	112	38.57	S/	4,320.00	S/	5,097.60
	Oxapampa	Oxapampa y Pasco	Radio Hurakan	92.3 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/	3,000.00	S/	3,540.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/	-	S/	-
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/	3,000.00	S/	3,540.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/	-	S/	-
										3,000	0.00	0		S/	6,000.00	S/	7,080.00
TOTAL PASCO										6,000	190.00	112		S/	10,320.00	S/	12,177.60
PIURA	Piura	Piura y Huancabamba	Radio la 99	99.3 FM	0.9	4.0	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,500	45.00	198		S/	3,750.00	S/	4,425.00
					0.9	4.0	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,470	44.10	194		S/	3,675.00	S/	4,336.50
										2,970	89.10	392	18.94	S/	7,425.00	S/	8,761.50
	Sechura	Sechura	Antena 10	107.3 FM	4.8	1.7	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	216.00	75		S/	2,970.00	S/	3,504.60
					4.8	1.7	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	216.00	75		S/	2,970.00	S/	3,504.60
										2,700	432.00	150	39.52	S/	5,940.00	S/	7,009.20
TOTAL PIURA										5,670	521.10	542		S/	13,365.00	S/	15,770.70
PUNO	San Roman	San Roman	Radio Juliaca	1300 AM / 90.9 FM			Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,200	0.00	0		S/	1,525.42	S/	1,800.00
							Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	240	0.00	0		S/	-	S/	-
							Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	1,200	0.00	0		S/	1,525.42	S/	1,800.00
							Rotativo	06:00 - 20:00	Spot	240	0.00	0		S/	-	S/	-
	San Roman	San Roman, Juliaca, Huancané, Lampa, Moho, Putina y Azángaro	Sol de los andes	104.5 FM / 1460 AM	1.5	4.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	60.00	168		S/	1,440.00	S/	1,699.20
					1.5	4.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	15.00	42		S/	-	S/	-
					1.5	4.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	60.00	168		S/	1,440.00	S/	1,699.20
					1.5	4.2	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	15.00	42		S/	-	S/	-
										3,000	150.00	421	6.84	S/	2,880.00	S/	3,398.40
TOTAL PUNO										5,880	150.00	421		S/	5,930.85	S/	6,998.40
SAN MARTÍN	San Martín	San Martín, Lamas y El Dorado	Tropical	99.1 FM	2.0	2.4	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,470	98.00	118		S/	4,410.00	S/	4,410.00
					2.0	2.4	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,470	98.00	118		S/	4,410.00	S/	4,410.00
										2,940	196.00	236	37.34	S/	8,820.00	S/	8,820.00
	Moyobamba	Moyobamba	Interactiva	92.9 FM	2.4	1.2	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	108.00	54		S/	1,350.00	S/	1,350.00
					2.4	1.2	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	108.00	54		S/	1,350.00	S/	1,350.00
										2,700	216.00	109	24.79	S/	2,700.00	S/	2,700.00
TOTAL SAN MARTÍN										5,640	412.00	345		S/	11,520.00	S/	11,520.00
TACNA	Tacna	Tacna y Jorge Basadre	Radio Uno	93.7 FM	5.5	12.9	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	247.50	582		S/	1,620.00	S/	1,911.60
					5.5	12.9	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,380	253.00	595		S/	1,656.00	S/	1,954.08
										2,730	500.50	1,177	2.78	S/	3,276.00	S/	3,865.68
	Tacna	Candarave, Tarata, Tacna y Jorge Basadre	Radio Tacna	1470 AM / 104.3 FM			Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/	1,016.95	S/	1,200.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/	-	S/	-
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	0.00	0		S/	1,016.95	S/	1,200.00
							Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	0.00	0		S/	-	S/	-
										3,000	0.00	0		S/	2,033.90	S/	2,400.00
TOTAL TACNA										5,730	500.50	1,177		S/	5,309.90	S/	6,265.68
TUMBES	Tumbes	Tumbes, Zarumilla y Contralmirante Villar	La Hechicera	98.1 FM	2.9	2.6	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	130.50	117		S/	3,199.50	S/	3,775.41
					2.9	2.6	Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,350	130.50	117		S/	3,199.50	S/	3,775.41
										2,700	261.00	234	27.35	S/	6,399.00	S/	7,550.82
	Contralmirante Villar	Contralmirante Villar	Radio Super Éxito	89.5 FM			Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,200	0.00	0		S/	1,525.42	S/	1,800.00
							Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	360	0.00	0		S/	-	S/	-
							Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	1,200	0.00	0		S/	1,525.42	S/	1,800.00
							Rotativo	06:00 - 22:00	Spot	360	0.00	0		S/	-	S/	-
										3,120	0.00	0		S/	3,050.85	S/	3,600.00
TOTAL TUMBES										5,820	261.00	234		S/	9,449.85	S/	11,150.82
UCAYALI	Coronel Portillo	Coronel Portillo	Radio del Progreso	107.7 FM	0.4	1.0	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	16.00	40		S/	1,440.00	S/	1,440.00
					0.4	1.0	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	4.00	10		S/	-	S/	-
					0.4	1.0	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	1,200	16.00	40		S/	1,440.00	S/	1,440.00
					0.4	1.0	Rotativo	06:00 - 18:00	Spot	300	4.00	10		S/	-	S/	-
TOTAL UCAYALI										3,000	40.00	99	29.09	S/	2,880.00	S/	2,880.00
TOTAL GENERAL										125,700	5719.00	10,120.9		S/	191,956.27	S/	219,944.71

Radios que se acogen a la Ley de la Amazonia

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



Medios DIARIOS REGIONALES  
 Campaña: Segunda Elección Presidencial 2021  
 Formato: Media Página Full Color  
 Tipo: Full color  
 Cobertura: Local  
 Período: MAYO - JUNIO

MEDIO	CIUDAD	DIA	MEDIDA (*)	UBICACIÓN	Total	CPI	Impactos (000)	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
						Lectoría Mis (000) (**)			
EL PUEBLO	AREQUIPA	L-S	26 cm.x 10 col (26 x 26 cm)	3era o 5ta	2	41.5	83.0	7,280.00	8,590.40
EL PUEBLO	AREQUIPA	L-S	26 cm.x 10 col (26 x 26 cm)	OTRAS	1	41.5	41.5	-	-
SEIS E.I.R.L.					3		124.5	7,280.00	8,590.40
LA VOZ DE HUAMANGA	AYACUCHO	L-S	18 cm x 6 col (18 x 27.2 cm)	3era o 5ta	2	s / e		3,326.40	3,925.15
LA VOZ DE HUAMANGA	AYACUCHO	L-S	18 cm x 6 col (18 x 27.2 cm)	OTRAS	1	s / e		-	-
AGUIDA AGRIPINA VALVERDE GONZALES					3	0		3326.4	3,925.15
PANORAMA CAJAMARQUINO	CAJAMARCA	L-S	6 mod x 6 col (13.0 x 25.0 cm)	3era o 5ta	2	5.7	11.4	4,636.80	5,471.42
PANORAMA CAJAMARQUINO	CAJAMARCA	L-S	6 mod x 6 col (13.0 x 25.0 cm)	OTRAS	1	5.7	5.7	-	-
GRUPO EDITORA PANORAMA SAC					3		17.1	4,636.80	5,471.42
EL NORTEÑO	LAMBAYEQUE (CHICLAYO)	L-V	14 cm x 6 col (14 x 26.0 cm)	9na.	2	37.8	75.6	2,083.20	2,458.18
EMP.EDIT.LA INDUSTRIA DE CHICLAYO S.A.					2		75.6	2,083.20	2,458.18
LA INDUSTRIA CHIMBOTE	ANCASH (CHIMBOTE)	L-S	10 mod x 6 col (18.14 x 26.0 cm)	3era o 5ta	2	16.6	33.2	3,480.00	4,106.40
EMP.EDIC.LA INDUSTRIA DE TRUJILLO S.A.					2		33.2	3,480.00	4,106.40
EL SOL	CUSCO	L-S	17 cm x 6 col (17 x 26.0 cm)	3era o 5ta	2	7.6	15.2	3,978.00	4,694.04
EL SOL	CUSCO	L-S	17 cm x 6 col (17 x 26.0 cm)	OTRAS	1	7.6	7.6	-	-
EDICIONES Y PRODUCCIONES EL SOL S.A.					3		22.8	3,978.00	4,694.04
LA PRENSA	ILO / MOQUEGUA	L-S	06 mod x 6 cols (13 x 24.94 cm)	3era o Contra carátula	2	s / e		3,920.00	4,625.60
LA PRENSA	ILO / MOQUEGUA	L-S	06 mod x 6 cols (13 x 24.94 cm)	OTRAS	1	s / e		-	-
PRATUM EIRL					3		0.0	3,920.00	4,625.60
LA HORA	PIURA	L-S	5 mod x 6 col (15.1 x 25.5 cm)	5ta o 7ma	2	154.6	309.2	4,745.76	5,600.00
LA HORA	PIURA	L-S	5 mod x 6 col (15.1 x 25.5 cm)	OTRAS	1	154.6	154.6	-	-
DIARIO EL TIEMPO S.A.C.					3		463.8	4,745.76	5,600.00
SIN FRONTERAS (PUNO)	PUNO / JULIACA	L-S	5 mod x 6 col (12.4 x 24.94 cm)	3era o 5ta	2	52	104.0	5,437.44	6,416.18
SIN FRONTERAS (PUNO)	PUNO / JULIACA	L-S	5 mod x 6 col (12.4 x 24.94 cm)	OTRAS	1	52	52.0	-	-
COMUNICACIONES MPJ SAC					3		156.0	5,437.44	6,416.18
SATELITE - Trujillo	TRUJILLO (LA LIBERTAD)	L-D	7 mod x 6 col (12.59 x 25.4 cm)	3era o 5ta	2	82.3	164.6	3,360.00	3,964.80
EMP.EDIT.LA INDUSTRIA DE TRUJILLO S.A.					2		164.6	3,360.00	3,964.80
EL CLARÍN AMAZONENSE	AMAZONAS	L-S	17 cm x 6 col (17 x 24.7 cm)	3era o Contra carátula	2	s / e		3,672.00	3,672.00
GRUPO RTP EDITORES EIRL					2		0.0	3,672.00	3,672.00
AHORA HUANUCO	HUANUCO	L-S	6 mod x 6 col (12.8 x 25.7 cm)	3era o 5ta	2	s / e		3,456.00	3,456.00
AHORA HUANUCO	HUANUCO	L-S	6 mod x 6 col (12.8 x 25.7 cm)	OTRAS	1	s / e		-	-
JTP EDITORES E.I.R.L.					3		0.0	3,456.00	3,456.00
DON JAQUE	MADRE DE DIOS	L-S	15 cm x 6 col (15 x 25 cm)	3era o Contra carátula	2	s / e		4,590.00	4,590.00
DON JAQUE	MADRE DE DIOS	L-S	15 cm x 6 col (15 x 25 cm)	OTRAS	1	s / e		-	-
EDITORIAL IMPRENTA PIRAMIDE EIRL					3		0.0	4,590.00	4,590.00
AHORA PUCALLPA	PUCALLPA (UCAYALI)	L-S	14 cm x 6 col (14 x 25 cm)	5ta o Contra carátula	2	22.7	45.4	3,276.00	3,276.00
AHORA PUCALLPA	PUCALLPA (UCAYALI)	L-S	14 cm x 6 col (14 x 25 cm)	OTRAS	1	22.7	22.7	-	-
GRAFICA NET UCAYALI EIRL					3		68.1	3,276.00	3,276.00
TOTAL GENERAL					38		1,125.70	S/ 57,241.60	S/ 64,846.17

(\*) Los avisos en diarios podrían tener una variación de +/- 1cm, tener en cuenta además que la forma de comercialización de los medios escritos es módulos/centímetros por columna o formatos específicos, los cm solo son medidas referenciales.

Los medios de las regiones de Amazonas, Huánuco, Madre de Dios, Iquitos, Pucallpa, Tarapoto están exoneradas del I.G.V. por encontrarse en la selva, de acuerdo con la Ley N.º 27037, Ley de Promoción de la Inversión en la Amazonía.

(\*\*) Estudio de Lectoría por ciudad, mayo 2019, proporcionado por el coordinador de los diarios de provincias con sede en Lima  
 (\*\*\*) S/E: Sin estudio



Medios: OOH  
 Campaña: Segunda Elección Presidencial 2021  
 Período: MAYO - JUNIO

CIUDAD / DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	MEDIDA		CANTIDAD	COSTO NETO (I.G.V.)	(SIN)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)	
			IMPACTOS	PERIODO				A VISUAL						
								AN	ALT					
TRUJILLO	HACIA LA URBANIZACIÓN SAN ANDRÉS Y CALIFORNIA	PANTALLA DIGITAL	2,115,021	MARZO	ÓVALO LARCO	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	1,500.00	S/	1,770.00
SANTIAGO DE SURCO	HACIA EL ÓVALO HIGUERETA, BANCO DE LA NACIÓN Y MIRAFLORES	PANTALLA DIGITAL	403,702	MARZO	AV. BENAVIDES CDRA. 41 - SANTIAGO DE SURCO	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,500.00	S/	2,950.00
SANTIAGO DE SURCO	BAJADA DEL CERRO RAÚL FERRERO HACIA EL C.C. EL POLO	PANTALLA DIGITAL	450,327	MARZO	EL GOLF CRUCE CON RAÚL FERRERO - SANTIAGO DE SURCO	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,500.00	S/	2,950.00
SAN JUAN DE MIRAFLORES	HACIA INSTITUTO IDAT, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA	PANTALLA DIGITAL	1,771,080	MARZO	FRENTE AL C.C. MALL DEL SUR	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,500.00	S/	2,950.00
SANTA ANITA	COSTADO C.C. MALL AVENTURA PLAZA SANTA ANITA / CENTRO BANCARIO	PANTALLA DIGITAL	393,619	MARZO	CARRETERA CENTRAL Km 3,5	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,500.00	S/	2,950.00
ATE VITARTE	FRENTE AL C.C. REAL PLAZA PURUCHUCO, CON TRÁNSITO HACIA STA ANITA	PANTALLA DIGITAL	146,323	MARZO	AV. NICOLAS AYLLON CRUCE CON CALLE ALFA - ATE	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,500.00	S/	2,950.00
COMAS	FRENTE AL C.C. PLAZA COMAS MERCADO UNICACHI	PANTALLA DIGITAL	512,041	MARZO	AV. LOS ANGELES FRENTE AL C.C. MALL PLAZA COMAS	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	-	S/	-
TOTAL - ALAC OUTDOOR S.A.C.										7	S/.	14,000.00	S/	16,520.00
AREQUIPA	HACIA AV. LA MARINA CON DIRECCIÓN A LA PLAZA DE ARMAS	PANTALLA LED	1,830,757	MARZO	ÓVALO QUIÑONES	7 seg.	14 días	8.00	4.00	1	S/	2,333.33	S/	2,753.33
PIURA	HACIA EL HOSPITAL UNIVERSITARIO - ATL. DE LA UNIVERSIDAD DE PIURA	PANTALLA LED	1,001,873	MARZO	AV CACERES CRUCE CON AV IRRAZOLA (FRENTE AL OPEN PLAZA DE PIURA)	7 seg.	14 días	10.24	6.00	1	S/	2,333.33	S/	2,753.33
AREQUIPA	TRÁNSITO HACIA AV. CAYMA CON DIRECCION AL C.C. REAL PLAZA	PANTALLA LED	2,741,540	MARZO	AV. EL EJÉRCITO CDRA 7 - YANAHUARA	7 seg.	14 días	10.24	6.00	1	S/	2,333.33	S/	2,753.33
BARRANCO	A POCAS CCUADRAS DEL PLAZA VEA DEL CORTIJO	PANTALLA LED	6,554,030	MARZO	AV. REP(UBLICA DE PANAMÁ	7 seg.	14 días	10.24	6.00	1	S/	2,333.33	S/	2,753.33
INDEPENDENCIA	TRÁNSITO HACIA AV. TUPAC AMARU - FRENTE A PLAZA NORTE	PANTALLA LED	26,439,410	MARZO	TOMAS VALLE CON ALFREDO MENDIOLA	7 seg.	14 días	10.24	6.00	1	S/	2,333.33	S/	2,753.33
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	TRÁNSITO HACIA SAN JUAN DE MIRAFLORES SURCO	PANTALLA LED	2,122,765	MARZO	PACHACUTEC / 26 DE NOVIEMBRE	7 seg.	14 días	10.24	6.00	1	S/	-	S/	-
TOTAL - JMT OUTDOORS S.A.C.										6	S/.	11,666.67	S/	13,766.67
SANTIAGO DE SURCO	FRENTE AL GRIFO PRIMAX	Pantallas Digitales	25,768,470	ENERO	Av. BENAVIDES CON CERRO VERDE	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,542.37	S/	3,000.00
SANTIAGO DE SURCO	GRIFO PRIMAX	Pantallas Digitales	5,049,593	ENERO	Av. AIAMEDA DEL CORREGIDOR N° 1195	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,542.37	S/	3,000.00
VILLA MARIA DEL TRIUNFO	HACIA MALL DEL SUR	Pantallas Digitales	24,409,806	ENERO	MZ H LT. 14 URB. ENTEL PERU / LOS HÉROES 122	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,542.37	S/	3,000.00
SURQUILLO	HACIA SAN ISIDRO	Pantallas Digitales	13,575,284	ENERO	Av. TOMÁS MARSANO 890	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,542.37	S/	3,000.00
SURCO	HACIA LA MOLINA	Pantallas Digitales	11,737,361	ENERO	Av. JAVIER PRADO 5250 - LA FONTANA	7 seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	-	S/	-
TOTAL - CLEAR CHANNEL - PANELES NAPSA S.R.L.										5	S/.	10,169.49	S/	12,000.00
MIRAFLORES	IGLESIA MARIA REINA / CHILLIS / CINEPLANET	Pantalla Led	913,500	ABRIL	ÓVALO GUTIERREZ ENTRADA COMANDANTE ESPINAR	7 seg.	14 días	4.00	3.00	1	S/	2,000.00	S/	2,360.00
MIRAFLORES	HACIA BARRANCO / CIRCUITO DE PLAYAS / LARCOMAR	Pantalla Led	1,062,000	ABRIL	Av. REDUCTO CDRA 11	7 seg.	14 días	6.00	3.00	1	S/	1,000.00	S/	1,180.00
SANTIAGO DE SURCO	HACIA LA EMBAJADA USA / JOCKEY / CERRO CENTINELA	Pantalla Led	531,000	ABRIL	Av. ENCALADA CDRA. 14	7 seg.	14 días	4.00	2.50	1	S/	-	S/	-
SANTIAGO DE SURCO	FRENTE AL C.C. EL POLO	Pantalla Led	497,250	ABRIL	Av. ENCALADA CDRA. 14	7 seg.	14 días	4.00	2.50	1	S/	-	S/	-
TOTAL - LIMA VISUAL- LIMA LED S.A.C.										4	S/.	3,000.00	S/	3,540.00

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



CIUDAD / DISTRITO	DIRECCIÓN A:	TIPO DE ELEMENTO	DATA ENVIADA POR EL MEDIO		UBICACIÓN / DIRECCIÓN	DURACIÓN / SEGUNDOS (PANTALLA)	PERIODO	MEDIDA		CANTIDAD	COSTO NETO I.G.V.)	(S/)	COSTO TOTAL (Incluido I.G.V.)	
			IMPACTOS	PERIODO				A VISUAL						
								AN	ALT					
AREQUIPA	ZONA DE ALTO TRÁNSITO PEATONA, VEHICULAR, ZONA BANCARIA Y FERRETERA	Pantalla Led	1,568,826	MARZO	Av. JESÚS CDRA 1	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	1,400.00	S/	1,652.00
ICA	AL COSTADO DE EL C.C. EL QUINDE	Pantalla Led	409,448	MARZO	Av. LOS MAESTROS FRENTA AL C.C. EL QUINDE	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	1,400.00	S/	1,652.00
CHICLAYO	CON DIRECCIÓN AL C.C. REAL PLAZA, OPEN PLAZA, BOULEVARD Y AL AEROPUERTO	Pantalla Led	993,044	MARZO	Av. BOLOGNESI CRUCE CON Av. MARISCAL NIETO	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	1,400.00	S/	1,652.00
CHICLAYO	FRENTE A ENTRAFESA	Pantalla Led	636,856	MARZO	Av. BALTA ALT. METRO SANTA VICTORIA	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	-	S/	-
TRUJILLO	FRENTE A PLAZA VEA	Pantalla Led	1,663,216	MARZO	Av. ESPAÑA 2431	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	1,400.00	S/	1,652.00
PIURA	TRÁNSITO HACIA EL C.C. REAL PLAZA, RUTA DESDE EL PUENTE SÁNCHEZ CERRO	Pantalla Led	929,703	MARZO	Av. SÁNCHEZ CERRO CON LOS NARANJOS	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	1,400.00	S/	1,652.00
JESÚS MARÍA	CON DIRECCIÓN AL C.C. REAL PLAZA DE JESUS MARIA	Pantalla Led	4,858,312	MARZO	Av. SALAVERRY CRUCE CON Av. SÁNCHEZ CARRIÓN (ex-Pershing)	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	-	S/	-
BREÑA	ALT. C.C. LA RAMBLA - CON DIRECCIÓN AL HOSPITAL MILITAR Y DE LA POLICIA	Pantalla Led	3,062,707	MARZO	Av. BRASIL CDRA 6	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	1,400.00	S/	1,652.00
SURQUILLO	FRENTE AL HOSPITAL NEOPLÁSICAS	Pantalla Led	7,192,570	MARZO	Av. AVIACIÓN CON ANGAMOS	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	1,400.00	S/	1,652.00
CALLAO	FRENTE A LA PUERTA DE ACCESO DEL C.C. MINKA	Pantalla Led	1,928,353	MARZO	Av. ARGENTINA CDRA. 32 CALLAO	8 Seg	14 días	6.00	3.00	1	S/	1,400.00	S/	1,652.00
TOTAL - LAO - PRODUCCIÓN Y MANTENIMIENTO SAC										10	S/.	11,200.00	S/	13,216.00
SAN ISIDRO	HACIA LA MOLINA	PANTALLA LED	11,812,535	ABRIL	Av. JAVIER PRADO CON PETIT THOUARS	7 Seg	14 días	12.00	7.00	1	S/	2,542.37	S/	3,000.00
LA VICTORIA	HACIA SAN ISIDRO	PANTALLA LED	11,221,983	ABRIL	Av. JAVIER PRADO 1050	7 Seg	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,542.37	S/	3,000.00
MAGDALENA	HACIA JAVIER PRADO, SAN ISIDRO	PANTALLA LED	8,342,545	ABRIL	Av. SÁNCHEZ CARRIÓN 705	7 Seg	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,542.37	S/	3,000.00
SANTIAGO DE SURCO	HACIA SALIDA A LA PANAMERICANA SUR	PANTALLA LED	8,624,799	ABRIL	Av. TOMÁS MARSANO CDRA 50 - BOLICHERA	7 Seg	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,542.37	S/	3,000.00
CHORRILLOS	Av. DEFENSORES DEL MORRO	PANTALLA LED	12,878,323	ABRIL	Av. DEFENSORES DEL MORRO CDRA 22 (EX HUAYLAS)	7 Seg	14 días	12.00	6.00	1	S/	-	S/	-
TOTAL - LEDEX - ILLUMINITY S.A.C.										5	S/.	10,169.49	S/	12,000.00
CUSCO	HACIA Av. 28 DE JULIO (TERMINAL TERRESTRE)	PANTALLA LED	9,976,320	ENERO	Av. LUIS VALLEJO SANTONI (OVALO PACHACUTEC)	10 Seg.	14 días	12.00	7.00	1	S/	2,400.00	S/	2,832.00
SAN JUAN DE LURIGANCHO	HACIA LIMA	PANTALLA LED	14,080,432	ENERO	Av. LOS JARDINES OESTE CON PROCERES DE LA INDEPENDENCIA CDRA 16	10 Seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,400.00	S/	2,832.00
CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO	HACIA LA Av. LA MARINA	PANTALLA LED	20,059,232	ENERO	Av. FAUCETT CON Av. LA CHALACA	10 Seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,400.00	S/	2,832.00
LA VICTORIA	ESTACIÓN GAMARRA DE LA LÍNEA 1 DEL TREN	PANTALLA LED	4,665,000	ENERO	Jr. HIPÓLITO UNANUE N° 1687 (GAMARRA)	10 Seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	-	S/	-
LINCE	HACIA LIMA (CERCADO)	PANTALLA LED	7,093,844	ENERO	CDRA 24 Av. AREQUIPA, FRENTE AL RESTAURANTE 7 SOPAS	10 Seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	-	S/	-
TOTAL - DARDOS COMUNICACIÓN VISUAL S.A.C.										5	S/.	7,200.00	S/	8,496.00
CHORILLOS	HACIA AV. EL SOL	PANTALLA LED	3,514,121	MARZO	Av. GUARDIA CIVIL CON CALLE TOLOMEO	08 Seg.	14 días	12.00	7.00	1	S/	1,750.00	S/	2,065.00
MAGDALENA	HACIA JAVIER PRADO, SALAVERRY	PANTALLA LED	1,883,774	MARZO	FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN 296 (EX PERSHING)	08 Seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,000.00	S/	2,360.00
SAN MARTIN DE PORRAS	HACIA PLAZA LIMA NORTE	PANTALLA LED	788,139	MARZO	Av. ALFREDO MENDIOLA 1201	08 Seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	2,000.00	S/	2,360.00
LA MOLINA	HACIA JAVIER PRADO, OVALO LA FONTANA	PANTALLA LED	1,990,723	MARZO	Av. LA MOLINA CRUCE CON CALLE LAS ZARZAMORAS	08 Seg.	14 días	12.00	6.00	1	S/	-	S/	-
TOTAL - REYAM OUTDOOR S.A.C.										4	S/.	5,750.00	S/	6,785.00
<b>TOTAL VISUAL OOH</b>								Elementos:		<b>46</b>	S/.	<b>73,155.65</b>	S/.	<b>86,323.67</b>

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**



Medios: DIGITAL / DISPLAY  
 Campaña: Segunda Eleccion Presidencial 2021  
 Formato: Según se indica  
 Tipo: Según se indica  
 Periodo: MAYO - JUNIO

MEDIO / PORTAL (*)	TIPO DE ELEMENTO	DURACION (Solo Video)	TIPO DE FORMATO	SEGMENTACIÓN / DISPOSITIVO	UBICACIÓN	CPM / COSTO	Impresiones / Colocaciones	Costo Total (sin IGV) S/.	Costo Total (incl. IGV) S/.
Todos los medios / Web	Banner Toma de Canal			Desktop y Mobile	Internas	15.85	1,300,000	20,606.04	24,315.13
Todos los medios / Web	Video Inline			Desktop y Mobile	Internas	14.27	1,300,000	18,545.44	21,883.61
Todos los medios / Web	Interscroller			Desktop y Mobile	Internas	12.68	1,300,000	16,484.83	19,452.10
<b>Empresa Editora El Comercio S.A.</b>							<b>3,900,000</b>	<b>55,636.31</b>	<b>65,650.84</b>
Larepublica.pe	Pre Roll	30"	Formato MP4 / Tamaño: 640x480	Desktop/Móvil		31.50	350,000	11,025.00	13,009.50
	Skycrappier	NC	300x600 px	Móvil		14.00	350,000	4,900.00	5,782.00
	Parallax	NC	300x250 px	Móvil		23.10	350,000	8,085.00	9,540.30
	Mega Leader Top		940x180px / 940x250px			17.50	350,000	6,125.00	7,227.50
	Sin Guion	NC	Menciones (inicio y despedida)+ Ending video+banner+banderita	Desktop/Móvil	RTV (transmisión en Youtube y Facebook)	4,923.10	2	9,846.20	11,618.52
<b>Grupo La República Publicaciones S.A.</b>							<b>1,400,002</b>	<b>39,981.20</b>	<b>47,177.82</b>
RPP	Toma de canal		Toma de canal : 01 Skin arco fijo para desktop en portada de RPP.pe por 1 día + banner top fijo para mobile.	Desktop / Mobile	Portada RPP.pe	14,700.00	1	14,700.00	17,346.00
RPP	Audio Pre roll		Pre roll hasta 30"	Audio Digital: Web y APP	Rotativos en plataforma de audio digital	20.00	120,000	2,400.00	2,832.00
RPP	Display		Banner caja 300 x 250 px	Desktop / Mobile		20.00	200,000	4,000.00	4,720.00
RPP	Video inread		1280 x 720 px / 720 x 1280 px	Desktop / Mobile	Rotativo en la Sección Web RPP.PE internas	48.00	150,000	7,200.00	8,496.00
RPP	Richmedia		Banner Interscroller - video	Mobile	Rotativo en la Sección Web RPP.PE internas	40.00	200,000	8,000.00	9,440.00
<b>GrupoRPP S.A.C.</b>							<b>670,001</b>	<b>S/36,300.00</b>	<b>42,834.00</b>
ATV.pe	Adbreak		Video	FB / YT	AlEstiloJuliana/Andrea/ Magaly Tv la Fime/ Ed. Central / Día D	16.10	235,000	3,783.90	4,465.00
ATV.pe	Take over		banner	Móvil	ROS	33.05	270,000	8,923.73	10,530.00
ATV.pe	pre roll		video			26.27	240,000	6,305.08	7,440.00
ATV.pe	Banner display		banner	Móvil	ROS	15.25	190,000	2,898.31	3,420.00
<b>Andina de Radiodifusion S.A.C.</b>							<b>935,000</b>	<b>21,911.02</b>	<b>25,855.00</b>
América.pe	Pre Roll tvGO			Desktop / Mobile	Formato corriendo en Tvgo Web y app	40.00	220,000	8,800.00	10,384.00
América.pe	SFS			Desktop / Mobile	Formato corriendo en tvGO App	29.15	400,000	11,661.02	13,760.00
América.pe	Box			Desktop / Mobile	Formato corriendo en ROS en la Web América (América entretenimiento, América Noticias y América Deportes)	13.56	250,000	3,389.83	4,000.00
América.pe	Pre Roll Web América			Desktop / Mobile	Formato corriendo en ROS en la Web América (América entretenimiento, América Noticias y América Deportes)	34.58	130,000	4,494.92	5,304.00
<b>Compañía Peruana de Radiodifusión SA</b>							<b>1,000,000</b>	<b>28,345.76</b>	<b>33,448.00</b>
<b>TOTAL</b>							<b>7,905,003</b>	<b>182,174.29</b>	<b>214,965.66</b>

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Oficina Nacional de Procesos Electorales, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026- 2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://cdn.sisadm.onpe.gob.pe/verifica/inicio.do> e ingresando el siguiente código de verificación: **CKFXUSP**

