



# Resolución Ministerial

Lima, 05 SET. 2014

N° 208-2014-MIDIS

## VISTOS:

El Informe N° 036-2014-MIDIS/SG/OGC, emitido por la Oficina General de Comunicaciones; y el Informe N° 422-2014-MIDIS/SG/OGPP, emitido por la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto;

## CONSIDERANDO:

Que, mediante Ley N° 29792, se creó el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, determinándose su ámbito, competencias, funciones y estructura básica;

Que, mediante Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, se establecieron los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, de los gobiernos regionales y locales, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;

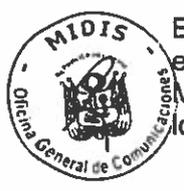
Que, según lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley N° 28874, se entiende por publicidad institucional a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias;

Que, el artículo 3 de la citada Ley N° 28874 dispone que para la autorización de la realización de publicidad estatal, se debe cumplir con: i) Un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, las cuales deben adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales; ii) La descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo; iii) La propuesta y justificación técnica de la selección de los medios de difusión, de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se busca lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos; y, iv) El proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 204-2014-MIDIS, se aprobó el "Plan de Estrategia Publicitaria 2014" del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, cuyo objetivo es contribuir, durante el presente ejercicio, a la difusión de información a los usuarios del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social y a la población en proceso de inclusión, sobre los servicios y procedimientos que brinda el Ministerio y sus programas sociales;

Que, el referido Plan establece que la definición de los temas y el enfoque de las campañas informativas del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social y de sus programas sociales, para el presente año, se plasmarán en un documento denominado "Plan de Medios", que deberá ser aprobado mediante Resolución Ministerial;

Que, mediante Informe N° 036-2014-MIDIS/SG/OGC, la Oficina General de Comunicaciones, en el marco de sus funciones establecidas en el artículo 37 del





Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, aprobado por Decreto Supremo N° 011-2012-MIDIS, ha propuesto la aprobación del "Plan de Medios del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social 2014", el cual desarrolla la descripción y justificación de las campañas institucionales, la propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión, de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, así como la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo, impacto y proyecto de presupuesto, de conformidad con lo establecido en los literales b), c) y d) del citado artículo 3 de la Ley N° 28874;



Que, con Informe N° 422-2014-MIDIS/SG/OGPP, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto ha emitido opinión favorable acerca del "Plan de Medios del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social 2014", propuesto por la Oficina General de Comunicaciones;

De conformidad con lo previsto en la Ley N° 29792, Ley de Creación, Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, y su Reglamento de Organización y Funciones, aprobado por Decreto Supremo N° 011-2012-MIDIS;



**SE RESUELVE:**

**Artículo 1.-** Aprobar el "Plan de Medios del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social 2014", que como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

**Artículo 2.-** Disponer la publicación de la presente resolución y de su anexo en el Portal Institucional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social ([www.midis.gob.pe](http://www.midis.gob.pe)).

**Regístrese y comuníquese.**



.....  
**Paola Bustamante Suárez**  
MINISTRA DE DESARROLLO E INCLUSIÓN SOCIAL



## PLAN DE MEDIOS DEL MINISTERIO DE DESARROLLO E INCLUSIÓN SOCIAL 2014

### Introducción

Mediante Resolución Ministerial N° 204-2014-MIDIS, se aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria 2014 del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), el cual establece los siguientes objetivos:

- Orientar una comunicación con enfoque de ciudadanía, interculturalidad y género en la prestación de los programas sociales MIDIS en el ámbito nacional, regional y local, respetando la descentralización y territorialidad.
- Implementar una comunicación que contribuya a incrementar las intervenciones efectivas y articuladas del Sector Desarrollo e Inclusión Social a fin de mejorar las condiciones de vida de la población.
- Contribuir a garantizar el derecho y el acceso a la información pública a todos los ciudadanos a fin de garantizar la neutralidad y transparencia de la gestión en temas de inclusión social.
- Promover la comunicación del diálogo, como una dimensión estratégica, facilitadora y articuladora para contribuir a la gestión de las políticas sociales y su interrelación permanente con los actores de la sociedad, a fin de sistematizar y generar evidencias para la mejora de futuras intervenciones.
- Desarrollar sistemáticamente un trabajo articulado entre las Oficinas de Comunicaciones del nivel central y los programas sociales a fin de optimizar recursos y fortalecer intervenciones sectoriales que generan un mejor impacto en la población y los usuarios de los programas sociales.



El referido Plan de Estrategia Publicitaria establece que la definición de los temas y el enfoque de las campañas de la Sede Central y Programas Sociales del MIDIS para el presente año se plasmarán en un documento denominado "Plan de Medios", que será aprobado mediante Resolución Ministerial. En ese sentido, se formula el presente documento, que describe el uso de los medios de comunicación masivos y alternativos, que incluirán además las plataformas digitales, para la difusión de las campañas comunicacionales del MIDIS.

El Plan de Medios desarrolla la descripción y justificación de las campañas institucionales, la propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión, de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, así como la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo, impacto y proyecto de presupuesto, en concordancia con los literales b), c) y d) del artículo 3 de la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.

La ejecución del Plan de Medios permitirá difundir mensajes a la población objetivo definida en el Plan de Estrategia Publicitaria, compuesta por los usuarios del Programa Nacional CUNA MÁS, Programa Nacional de Alimentación Escolar - QALI WARMA, Programa Nacional de Apoyo Directo a los más Pobres - JUNTOS, Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social - FONCODES y Programa Nacional de Asistencia Solidaria - PENSIÓN 65.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo  
e Inclusión Social

Secretaría General

Oficina General  
de Comunicaciones

En este marco, se ha diseñado la Campaña de Neutralidad Política para el Uso Adecuado de los Programas Sociales, cuyo detalle se presenta en los apartados siguientes.

## Campaña de Neutralidad Política para el Uso Adecuado de los Programas Sociales

### 1. Análisis Situacional

El 5 de octubre del presente año se realizarán en el país elecciones regionales y locales, a través de las cuales se elegirán a autoridades de 25 Gobiernos Regionales, 195 Gobiernos Municipales Provinciales y 1,647 Gobiernos Municipales Distritales. En suma, se trata de más de 12 mil autoridades y 104 mil candidatos que se presentan en tales contiendas electorales. Al respecto, el Jurado Nacional de Elecciones señala que se han presentado 14,171 listas, de las cuales más del 50% corresponde a movimientos regionales.

En este escenario, el respeto a la normativa electoral vigente por parte de los servidores, como también de los organismos públicos y de toda persona natural y/o jurídica (autoridad, candidato, agrupación política, entre otros) contribuye a votaciones que sean expresión auténtica, libre y espontánea de los ciudadanos, y que los escrutinios sean reflejo exacto y oportuno de la voluntad del elector expresada en las urnas, conforme dispone el Artículo 176° de la Constitución Política del Perú.

### 2. Base Legal

- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.
- Ley N° 27806 Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Ley N° 27815 Ley del Código de Ética de la Función Pública.
- Ley N° 26300, Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadanos.
- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Decreto Supremo N° 011-2012-MIDIS, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.
- Resolución N° 004-2011-JNE, que aprueba el Reglamento de Publicidad Estatal en periodo electoral.
- Resolución Ministerial N° 186-2014-MIDIS, que aprueba la Directiva N° 003-2014-MIDIS, "Neutralidad y Transparencia de la Unidad Ejecutora 001: Sede Central del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social durante los Procesos Electorales".
- Resolución Ministerial N° 204-2014-MIDIS, que aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria 2014 del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.
- Resolución Directoral Ejecutiva N° 682-2014-MIDIS/PNCM, que aprueba la Directiva "Neutralidad y Transparencia en el Programa Nacional Cuna Más durante los Procesos Electorales".
- Resolución Directoral Ejecutiva N° 2789-2014-MIDIS/PNAEQW, que aprueba la Directiva "Neutralidad y Transparencia en el Programa Nacional de Alimentación Escolar QALI WARMA durante los Procesos Electorales".
- Resolución Directoral Ejecutiva N° 097-2014-MIDIS/PNADP-DE, que aprueba la Directiva "Neutralidad y Transparencia en el Programa Nacional de Apoyo Directo a los más Pobres - JUNTOS durante los Procesos Electorales".
- Resolución Directoral Ejecutiva N° 111-2014-FONCODES/DE, que aprueba la Directiva "Neutralidad y Transparencia en la Unidad Ejecutora 004: Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social durante los Procesos Electorales".



- Resolución Directoral N° 073-2014-MIDIS/P65-DE, que aprueba la Directiva sobre Neutralidad y Transparencia del Programa Nacional de Asistencia Solidaria Pensión 65 durante los Procesos Electorales”.

### 3. Justificación de la Campaña

La coyuntura electoral actual constituye un escenario sensible a grupos con intereses específicos que podrían utilizar los programas sociales con fines electorales. Los ciudadanos, usuarios de los servicios de estos programas, no siempre conocen sus derechos ni están informados acerca de la independencia de los mismos, atribuyéndoles en muchos casos el rol de ayudar a la gente a cambio de preferencias de algún tipo.

En ese contexto, mediante R.M. N° 186-2014-MIDIS, se aprueba la Directiva N° 003-2014-MIDIS, “Neutralidad y Transparencia de la Unidad Ejecutora 001: Sede Central del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social durante los Procesos Electorales” y con R.D.E. N° 682-2014-MIDIS/PNCM, R.D.E. N° 2789-2014-MIDIS/PNAEQW, R.D.E. N° 097-2014-MIDIS/PNADP-DE, R.D.E. N° 111-2014-FONCODES/DE y R.D. N° 073-2014-MIDIS/P65-DE, los Programas CUNA MÁS, QALI WARMA, JUNTOS, FONCODES y PENSIÓN, respectivamente, aprueban sus Directivas de Neutralidad y Transparencia durante los Procesos Electorales.

Asimismo, la R.M. N° 186-2014-MIDIS precisa en sus “Lineamientos para la elaboración y aprobación de directivas sobre Neutralidad y Transparencia de los Programas Sociales adscritos al Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social durante los Procesos Electorales” que la neutralidad y transparencia durante los procesos electorales son deberes que guían la actuación de la administración pública, y que constituyen la contrapartida al derecho de participación ciudadana en condiciones de igualdad; por lo cual los servidores deben actuar con absoluta imparcialidad política, económica o de cualquier índole en el desempeño de sus funciones, demostrando independencia ante candidatos, partidos u organizaciones políticas.

Al respecto, el Plan de Estrategia Publicitaria 2014 del MIDIS establece entre sus objetivos “Contribuir a garantizar el derecho y el acceso a la información pública a todos los ciudadanos a fin de garantizar la neutralidad y transparencia de la gestión en temas de inclusión Social”.

Para ello, el mencionado Plan Estrategia Publicitaria 2014 determina que se contemplará la difusión de campañas en medios de comunicación masivos y alternativos, que incluirán además las plataformas digitales, según la segmentación de audiencias que se detalla a continuación:

- Población potencial: El MIDIS ha identificado un sector de la población que se encuentra en proceso de inclusión, conformado por 4’860,853 de personas. En comparación con el resto de la población del país, la población en proceso de inclusión (PEPI) concentra a un mayor porcentaje de niños entre 5 y 13 años, así como población de 65 años a más, y menor porcentaje de población en edad para trabajar entre 18 y 64 (Fuente: MIDIS “Mapa de la Población en Proceso de Inclusión Social”, junio 2013).
- Población objetivo: Usuarios de los Programas CUNA MÁS, QALI WARMA, JUNTOS, FONCODES y PENSIÓN 65.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo  
e Inclusión Social

Secretaría General

Oficina General  
de Comunicaciones

Por lo expuesto, se requiere diseñar e implementar una campaña informativa dirigida a los usuarios de los programas sociales adscritos al MIDIS, con el objetivo de difundir los principios de transparencia y neutralidad plasmados en las Directivas aprobadas por los mismos.

#### 4. Descripción de la Campaña

##### 4.1 Objetivo

Informar a los usuarios sobre los deberes de transparencia y neutralidad de los programas sociales adscritos al Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, así como motivar la vigilancia para el uso adecuado de los recursos públicos y las acciones a adoptar en caso se incumplan dichos deberes durante los procesos electorales.

##### 4.2 Ámbito de aplicación

Se llevará a cabo a nivel nacional, regional y zonal de Lima Metropolitana.

##### 4.3 Población objetivo

Usuarios de los programas CUNA MÁS, QALI WARMA, JUNTOS, FONCODES y PENSIÓN 65.

##### 4.4 Duración

Se tiene previsto realizar la campaña en el mes de setiembre de 2014, durante dos semanas aproximadamente.

##### 4.5 Denominación

Campaña de Neutralidad Política para el Uso Adecuado de los programas sociales: "Saca Pecho por tu Derecho: No permitas que se aprovechen de los Programas Sociales".

##### 4.6 Duración del spot

Se difundirá un spot de radio en tres (3) idiomas: Castellano, Quechua y Awajun; que tendrá una duración de 40 segundos en promedio.

#### 5. Propuesta y Justificación Técnica de la Selección de Medios

##### 5.1 Selección de medios de comunicación

De acuerdo a la Oficina General de Comunicaciones, el más reciente estudio de actitudes, hábitos y opinión sobre la radio y televisión 2013 realizado por el Consejo Consultivo de Radio y Televisión – CONCORTV, entidad adscrita al Ministerio de Transportes y Comunicaciones, indica que el televisor (99.7%) y la radio (94.9%) son los equipos de mayor presencia en los hogares peruanos. Dicha tendencia se mantiene casi intacta en todos los niveles socioeconómicos.

Asimismo, según la Oficina General de Comunicaciones, estadísticas del Ministerio de Transportes y Comunicaciones para el año 2013 identifican la existencia de 3,421 estaciones de radio (FM, OC, OM) a nivel nacional, 276 de las cuales operan en el área





de Lima y Callao, seguido por Junín con 261, Cajamarca con 260, Cusco con 254, Ancash con 252, Piura con 246 y Arequipa con 232.

La radio constituye un medio de difusión masiva de información, cuyas características de simultaneidad e inmediatez la han convertido en la más rápida fuente de noticia. De igual manera, es un medio con alto alcance, considerando que es escuchado por todas las clases socioeconómicas, en las zonas urbanas, urbano-marginales y rurales, con menor presupuesto del que se requiere para la contratación de otros medios. En específico, representa la opción de mayor alcance a la población objetivo de la Campaña de Neutralidad Política para el Uso Adecuado de los Programas Sociales.

En ese sentido, se prioriza la contratación de publicidad en las emisoras de radio de mayor sintonía y audiencia. Para la selección de dichos medios, se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- Estudios de investigación de medios realizados por empresas con experiencia en la materia.
- Evaluación de horarios de pauteo para que los avisos cubran todos los espacios de audiencia de la población objetivo, de tal forma que se complementen entre sí cuando se escuchen y potencien los niveles de recordación de los mensajes transmitidos.
- El criterio de selección de las emisoras de provincias se sustenta en aquellas que cuentan con estudios de medición y en el conocimiento tradicional y cotidiano de la preferencia del público que habita en dichas regiones, expresada a través de los representantes zonales o regionales del MIDIS.
- Otras recomendaciones provienen de las centrales de medios regionales o comercializadoras que tienen un ranking de preferencia basado en la formalidad de las emisoras, es decir, que cuenten con licencias de funcionamiento, programación variada y línea noticiosa o periodística confiable.
- Otro criterio de selección es la cobertura de las emisoras locales que tienen mayor alcance geográfico y de población.
- En cuanto a las emisoras zonales de Lima Metropolitana, se consideran aquellas que cuentan con mayor aceptación del público y que tengan presencia en espacios de alta concentración como plazas, mercados, entre otros. Estas emisoras cuentan con la preferencia de sus vecinos por cuanto tratan asuntos propios de su espacio geográfico y situación socioeconómica cultural.



## 5.2 Descripción de los medios seleccionados

### 5.2.1 Radios de cobertura nacional

Se han seleccionado 7 emisoras de alcance nacional para la emisión de 674 avisos en los distintos programas de radio y horarios. Se adjunta en Anexo el detalle referente a emisoras, horarios, cobertura, costo y periodo de difusión.

### 5.2.2 Radios de provincias

Se han seleccionado 68 emisoras locales en 23 regiones para la emisión de 8,160 avisos en los distintos programas de radio y horarios. Se adjunta en Anexo el detalle referente a emisoras, horarios, cobertura, costo y periodo de difusión.



### 5.2.3 Radios zonales

Se han seleccionado 11 emisoras de radio zonal para la emisión de 1,312 avisos en los distintos programas de radio y horarios. Se adjunta en Anexo el detalle referente a emisoras, horarios, cobertura, costo y periodo de difusión.

## 6. Proyecto de Presupuesto

La Campaña de Neutralidad Política para el Uso Adecuado de los Programas Sociales presenta una proyección ascendente a S/. 1,499,956.53, conforme al siguiente detalle:

### Proyecto de presupuesto de la Campaña

Campaña	Medio	MES	Costo
Neutralidad Política para el Uso Adecuado de los Programas Sociales.	Radio Nacional	Setiembre	S/. 1,024,877.20
	Radio Zonales	Setiembre	S/. 61,926.40
	Radio Provincias	Setiembre	S/. 413,152.93
<b>TOTAL</b>			<b>S/. 1,499,956.53</b>

## 7. Ejecución de la Campaña

La campaña se ejecutará en el mes de septiembre, lo que incluye la obtención de la autorización correspondiente del Jurado Electoral Especial competente, así como las contrataciones respectivas, entre otras acciones. Los detalles de su ejecución podrán ser determinados y/o modificados por la Alta Dirección.

## 8. Responsabilidades

La Oficina General de Comunicaciones es responsable de formular, ejecutar y supervisar el presente Plan de Medios de la Campaña de Neutralidad Política para el Uso Adecuado de los Programas Sociales, en la línea de lo dispuesto en los artículos 5, 6, 7 y 8 de la Ley que regula la Publicidad Estatal.

En cumplimiento a las disposiciones previstas en el citado dispositivo, la Oficina General de Administración es responsable de coordinar la publicación de los contratos de publicidad en el Portal de Transparencia de la institución, en los plazos señalados en referida norma. Posteriormente, la Oficina General de Comunicaciones elaborará informes dirigidos a la Oficina de Control Interno del MIDIS, dando cuenta de la contratación de publicidad realizada.

Asimismo, para la difusión de la citada campaña, la Oficina General de Comunicaciones es responsable de gestionar la autorización respectiva al Jurado Electoral Especial correspondiente, en aplicación de la Resolución N° 004-2011-JNE, para lo cual deberá, entre otras acciones, proponer la solicitud correspondiente a ser suscrita por la Titular del Pliego.

## **ANEXO**

**Detalle referente a emisoras, horarios, cobertura,  
costo y periodo de difusión**

# PLAN DE MEDIOS

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - MIDIS

Neutralidad de los Programas Sociales

Medio	%	Inversión
Radio Nacional	68.33	S/. 1,024,877.20
Radio Zonales	4.13	S/. 61,926.40
Radio Provincias	27.54	S/. 413,152.93
<b>TOTAL</b>	<b>100.00</b>	<b>S/. 1,499,956.53</b>





# PLAN DE MEDIOS / Radio Provincias

**Cliente:** Ministerio de Desarrollo e Inclusion Social - MIDIS  
**Campaña:** Neutralidad de los Programas Sociales  
**Medio:** Radio Provincias  
**Duración:** 40 Segundos

Departamento	Provincia	Distrito	Radio	N° Frecuencia	Costo Aviso 30"	Costo Aviso 40"	Septiembre - Tipo: 15 días												Total Avisos	Costo sin IGV	Costo Total (Incl. IGV)				
							L	M	M	J	J	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L		
AMAZONAS	CHACHAPOYAS	CHACHAPOYAS	REYNA DE LA SELVA	101.5	9.60	12.60	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,538.00	1,912.48
AMAZONAS	BAGUA	LA PECA	LD STEREO SELVA	89.9	16.80	22.40	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	2,688.00	3,171.84
AMAZONAS	CONDORCANQUI	SANTA MARIA DE NUEVA	KAMPAGNIS	91.7	23.10	30.80	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	3,696.00	4,361.28
ANCASH	HUARAZ	CHIMBOTE	CHEVERE	96.7	11.70	15.60	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,872.00	2,208.96
ANCASH	SANTA	NOVA STEREO	NOVA STEREO	104.3	39.30	52.40	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	6,288.00	7,419.84
ANCASH	CARHUAZ	CARHUAZ	OUASSAR	92.1	8.40	11.20	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,344.00	1,585.92
ANCASH	YUNGAY	YUNGAY	MARAVILLA	102.5	15.42	20.56	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	2,467.20	2,911.30
APURIMAC	ABANCAY	ABANCAY	TITANKA	95.3	85.84	114.18	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	13,702.40	16,168.83
APURIMAC	GRAU	CHUQUIBAMBILLA	PEREGRINO	98.9	13.00	17.33	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	2,080.00	2,454.40
AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	MELODIA	104.3	85.80	114.40	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	13,728.00	16,199.04
AREQUIPA	CAMANA	CAMANA	TROPICANA MIX	101.3	23.32	31.09	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	3,731.20	4,402.82
AREQUIPA	CAYLLOMA	CHIVAY	STEREO GOLCA	96.3	11.19	14.92	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,780.40	2,112.67
AREQUIPA	CARAVELI	CARAVELI	STEREO CARAVELI	99.1	8.40	11.20	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,344.00	1,585.92
AYACUCHO	HUAMANGA	AYACUCHO	WUARI	95.3	42.00	56.00	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	6,720.00	7,929.60
AYACUCHO	HUANTA	HUANTA	HUANTA 2000	116.0	43.20	57.60	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	6,912.00	8,156.16
AYACUCHO	CANGALLO	CANGALLO	EGO	104.5	11.50	15.33	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,640.00	1,971.20
AYACUCHO	VICTOR FAJARDO	HUANCAPU	INTI PERU	104.1	22.39	29.85	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	3,582.40	4,227.23
CAJAMARCA	CAJAMARCA	CAJAMARCA	TURBO MIX	92.5	80.40	107.20	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	12,864.00	15,175.52
CAJAMARCA	JAEN	JAEN	VISION	102.9	34.00	45.33	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	5,440.00	6,419.20
CAJAMARCA	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	101.1	29.47	39.26	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	4,715.20	5,563.94
CAJAMARCA	SANTA CRUZ	SANTA CRUZ	SATELITE	108.9-1390	11.20	14.93	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,792.00	2,114.96
CUSCO	CUSCO	CUSCO	SANTA MONICA	93.9-660	61.00	81.33	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	9,760.00	11,516.80
CUSCO	CHURUBILCAS	SANTO TOMAS	QORILAZO	121.0	11.20	14.93	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,792.00	2,114.96
CUSCO	ESPINAR	ESPINAR	ESPINAR	149.0	25.20	33.60	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	4,032.00	4,757.76
CUSCO	LA CONVENCION	SANTA ANA	LA CHEREVISIMA	92.7	9.88	13.17	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,560.80	1,865.34
CUSCO	URUBAMBA	URUBAMBA	STEREO URUBAMBA	99.7	8.67	11.56	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,367.20	1,636.90
HUANCAVELICA	HUANCAVELICA	HUANCAVELICA	ANTENA 92	96.3	23.40	31.20	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	3,744.00	4,417.92
HUANCAVELICA	HUAYTARA	HUAYTARA	HUAYTARA	92.7	13.45	17.93	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	2,152.00	2,539.36
HUANCAVELICA	TAYACAJA	PAMPAS	LASSER	97.7	15.60	20.80	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	2,496.00	2,945.28
HUANUCO	HUANUCO	HUANUCO	ONDAS DEL HUALLAGA	88.9	15.60	20.80	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	2,496.00	2,945.28
HUANUCO	LEONCIO PRADO	TINGO MARIA	VOZ Y RITMO	90.1	28.60	38.13	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	4,576.00	5,398.68
HUANUCO	AMBO	AMBO	SUPER FM	98.9	8.40	11.20	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	1,344.00	1,585.92
ICA	ICA	ICA	CONTINENTAL	101.3	18.86	24.88	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	2,985.60	3,523.01
ICA	NAZCA	NAZCA	TROPICANA MIX	103.5	16.80	22.40	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	2,688.00	3,171.84
ICA	PISCO	PISCO	NOVA	92.3	18.10	25.47	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	120	3,056.00	3,606.08





# PLAN DE MEDIOS / Radio Zonales - 2

**Cliente:** Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - MIDIS  
**Campaña:** Neutralidad de los Programas Sociales  
**Medio:** Radio  
**Duración:** 40 Segundos Segundos

N°	Emisora	Cobertura	Frecuencia	Horarios	Tipo	Seg"	Motivo	Costo x Seg (incl. IGV)	Costo por Spot	Setiembre- Tipo: 10 días												Total Spots
										l	m	j	v	s	d	l	m					
1	Comas	Lima Norte	101.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Comas	Lima Norte	101.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	Comas	Lima Norte	101.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	La Familia	Lima Norte	105.1	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	La Familia	Lima Norte	105.1	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	La Familia	Lima Norte	105.1	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
<b>TOTAL LIMA NORTE</b>										24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	24	240	
3	Canto Grande	Lima Este I	97.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	52	
	Canto Grande	Lima Este I	97.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	52	
	Canto Grande	Lima Este I	97.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	47	
<b>TOTAL LIMA NOR/ESTE</b>										18	18	15	15	14	14	14	14	14	14	14	151	
4	Planicie	Lima Este I	91.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Planicie	Lima Este I	91.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Planicie	Lima Este I	91.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Cielo	Lima Este I	101.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Cielo	Lima Este I	101.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Cielo	Lima Este I	101.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
<b>TOTAL LIMA ESTE I</b>										23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	250	
6	Cadena	Lima Este II	97.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Cadena	Lima Este II	97.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Cadena	Lima Este II	97.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Emanuel	Lima Este II	100.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Emanuel	Lima Este II	100.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Emanuel	Lima Este II	100.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
<b>TOTAL LIMA ESTE II (Chosica, Chacabambilla y Huaycan)</b>										23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	250	
8	Satelite	Lima Oeste	100.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Satelite	Lima Oeste	100.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Satelite	Lima Oeste	100.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Del Sur	Lima Sur	91.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Del Sur	Lima Sur	91.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Del Sur	Lima Sur	91.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
<b>TOTAL LIMA SUR/OESTE</b>										23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	250	
10	Stereo Villa	Lima Sur	101.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Stereo Villa	Lima Sur	101.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Stereo Villa	Lima Sur	101.7	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Inperial	Lima Sur	99.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 1	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Imperial	Lima Sur	99.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 2	S/. 1.18	S/. 47.20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
	Imperial	Lima Sur	99.5	06:00-22:00	Spot Rotativo	40	Motivo 3	S/. 1.18	S/. 47.20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
<b>TOTAL LIMA SUR</b>										23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	23	251	



**C.P.I. AUDIENCIA RADIAL DE EMISORAS (FM/AM)**

Tipo de salida Miles  
 Ciudad Nacional Urbano 100 %  
 Período Mayo 2014  
 Lugar de Audiencia Global  
 Bloque Días Lun-Dom  
 Bloque Horario 06:00-21:59  
 Grupo Objetivo [Alto-Medio/Bajo Superior/Bajo Inferior/Marginal] [HombresMujeres/18-99]

Universo 15244.0  
 Muestra 4074

Rdkg	Emisora	Rtg	MiS	Jun	Mar	Mie	Jue	Vie	Sab	Dom
	Audiencia Promedio	20.3	3096.5	3168.9	3273.9	3280.6	3271.7	3310.5	2943.7	2426.4
1	R.P.P. (FM/AM)	2.0	297.4	318.0	326.1	321.7	346.0	317.6	253.8	198.7
2	La Karibeyá (FM)	1.6	244.4	224.3	257.1	262.1	248.4	278.2	242.0	198.7
3	Nueva Q Fm (FM/AM)	1.1	165.2	187.8	177.2	183.1	162.4	138.4	164.8	142.9
4	Moda (FM)	1.1	165.2	156.6	180.8	169.3	180.0	183.3	164.7	121.7
5	Panamericana (FM/AM)	1.0	159.3	154.1	177.0	138.4	168.3	185.5	157.6	134.1
6	La Inolvidable (FM/AM)	1.0	149.3	143.0	152.1	140.9	177.2	159.9	147.8	124.3
7	Felicidad (FM/AM)	0.8	117.4	116.3	121.2	132.1	121.0	120.6	115.5	95.0
8	Ritmo Romántica (FM)	0.8	116.6	121.8	123.7	138.3	127.4	108.2	101.3	95.6
9	Exitosa (FM)	0.5	75.5	82.5	83.7	77.3	79.5	81.0	68.9	55.9
10	La Zona (FM)	0.4	60.9	56.8	67.4	71.6	56.4	62.7	62.1	48.9
11	Onda Cero (FM/AM)	0.4	60.6	57.1	53.4	64.3	50.9	76.7	64.2	58.0
12	La Kalle (FM)	0.3	48.4	39.5	44.0	47.9	53.0	57.0	57.3	39.8
13	Capital (FM/AM)	0.3	46.9	53.8	56.2	55.1	51.4	49.2	32.5	30.2
14	Studio 92 (FM)	0.3	44.6	50.4	44.3	46.5	49.5	46.4	42.1	33.1
15	Oxígeno (FM)	0.3	41.6	36.7	42.1	46.3	45.1	43.6	39.7	37.8
16	Nacional (FM/AM)	0.1	18.6	21.1	22.4	19.3	13.3	20.5	18.4	14.9
17	Otras Emisoras Lima (AM)	0.4	64.1	60.4	63.9	71.8	73.6	71.0	58.7	49.7
18	Otras Emisoras Prov. (FM)	5.5	845.0	886.0	875.7	898.3	880.5	912.8	813.3	648.3
19	Otras Emisoras Prov. (AM)	0.5	73.8	87.5	81.6	83.5	56.2	80.5	70.9	56.8
20	Otras Emisoras Lima (FM)	2.0	301.6	315.2	324.1	313.0	331.5	317.5	268.0	241.8

