



Lima, 26 de Julio del 2022

RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA EJECUTIVA N° D00042-2022-IRTP-PE

CONSIDERANDO:

Que, el Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP es un organismo público ejecutor, adscrito al Ministerio de Cultura, que rige sus actividades por su Ley de creación, Decreto Legislativo N° 829 y su Reglamento de Organización y Funciones aprobado por Decreto Supremo N° 056-2001-ED y modificado por Decreto Supremo N° 006-2018-MC;

Que, en atención a lo dispuesto en el literal c) del artículo 9 del Reglamento de Organización y Funciones del IRTP, corresponde al Consejo Directivo determinar la política de captación de ingresos propios, los que pueden ser mediante recepción de dinero, objetos, programas, servicios, incluyendo la venta de espacios, auspicios publicitarios y cualquier otra modalidad propia de la actividad que realiza;

Que, mediante acuerdo del Consejo Directivo N° 013-06-2022-CD/IRTP, de fecha 23 de junio de 2022, se aprobaron los "Lineamientos Comerciales del IRTP – 2022", presentados por la Gerencia de Comercialización; encargando al Presidente Ejecutivo emitir la resolución correspondiente;

Con el visto de la Gerencia General, Gerencia de Comercialización y la Oficina de Asesoría Jurídica;

De conformidad con lo dispuesto en el Reglamento de Organización y Funciones del IRTP aprobado por Decreto Supremo N° 056-2001-ED y modificatoria aprobada por Decreto Supremo N° 006-2018-MC;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar los "Lineamientos Comerciales del IRTP – 2022", que en anexo forma parte de la presente resolución.

Artículo 2.- Encargar a la Gerencia General notificar la presente resolución y su anexo a la Gerencia de Comercialización.

Artículo 3.- Encargar a la Oficina de Informática y Estadística la publicación de la presente resolución en el portal institucional del Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú - IRTP (www.irtp.gob.pe).

Regístrese y comuníquese.



Firma Digital

Firmado digitalmente por DIAZ GARCIA, Mónica María FAU 20338915471 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 26.07.2022 15:36:24 -05:00

Documento firmado digitalmente

**JOSEPH ELIAS DAGER ALVA
PRESIDENTE EJECUTIVO
I.R.T.P.**



Firma Digital

Firmado digitalmente por GARCIA MORE Rosa Esther FAU 20338915471 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 26.07.2022 15:31:30 -05:00

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el I.R.T.P., 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:
Url: <https://sgd.irtp.com.pe:8181/validadorDocumental> Clave: **BWHS1TY**



Firma Digital

Firmado digitalmente por MUGUERZA QUINONES Celinda FAU 20338915471 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 26.07.2022 15:23:09 -05:00

Ministerio de Cultura – Instituto Nacional de Radio y Televisión Nacional del Perú - Av. José Gálvez 1040, Urb. Santa Beatriz, Lima
Radio Nacional del Perú - Av. Petit Thouars 447, Santa Beatriz, Lima
Central telefónica: 619-0707





PERÚ

Instituto Nacional de Radio
y Televisión del Perú

TV Perú
Radio Nacional
Radio La Crónica



LINEAMIENTOS COMERCIALES DEL IRTP 2022



PERÚ

Instituto Nacional de Radio
y Televisión del Perú

TV Perú
Radio Nacional
Radio La Crónica



ÍNDICE

I. FINALIDAD	3
II. ALCANCE	3
III. DISPOSICIONES GENERALES.....	3
IV. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS	3
4.1. DE LAS FORMAS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN Y RADIO	3
4.1.1. EN LA PLATAFORMA TELEVISIVA.....	3
4.1.2. EN LA PLATAFORMA RADIAL	5
4.2. DE LAS TARIFAS	6
4.3. DE LOS DESCUENTOS Y BONIFICACIONES	6
4.4. DE LOS AGENTES LIBRES	6
4.5. DE LAS COMISIONES	6
4.6. DE LA CESIÓN DE ESPACIOS	7
4.7. DE LAS COPRODUCCIONES	7
4.8. OTRAS FIGURAS DE FINANCIAMIENTO DE PRODUCCIONES – PATROCINIOS.....	7
4.9. APLICACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS.....	7



I. FINALIDAD

El presente documento tiene como finalidad establecer parámetros sobre los diferentes aspectos y formas de la comercialización de los espacios televisivos y radiales en el IRTP.

II. ALCANCE

Los presentes lineamientos son de alcance y aplicación de la Alta Dirección, órganos de línea, apoyo, asesoría, todo el personal del IRTP, de acuerdo a sus competencias dentro del proceso y a los agentes externos.

III. DISPOSICIONES GENERALES

- 3.1. Los paquetes de pauta regular (fijos o rotativos), de auspicios y de grandes clientes en cualquiera de las plataformas del IRTP son propuestos y aplicados por la Gerencia de Comercialización, previa aprobación de la Presidencia Ejecutiva.
- 3.2. Las tarifas, descuentos y bonificaciones (ventas del sector privado), acuerdos con agentes libres, comisiones, cesión de espacios, coproducciones, entre otros, son propuestos y aplicados por la Gerencia de Comercialización, previa aprobación de la Presidencia Ejecutiva.

IV. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

4.1. DE LAS FORMAS DE LA COMERCIALIZACIÓN DE PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN Y RADIO

4.1.1. EN LA PLATAFORMA TELEVISIVA

a. Pauta regular

Se define como pauta regular a los avisos ubicados en la tanda publicitaria un determinado programa televisivo, que obedecen a los intereses del mercado publicitario. Estos avisos pueden ser:

- **Aviso Fijo**: Se define como el aviso (spot) publicitario que se ubica en un horario y/o programa específico de acuerdo a indicaciones del cliente o la central de medios.

Los avisos fijos son programados por los anunciantes y/o sus centrales de medios, quienes aprovechan los días y horarios de mayor sintonía o afinidad del programa en que fijan su pauta.

- **Aviso Rotativo**: Se define como el aviso (spot) publicitario que se ubica en



diferentes momentos de un bloque horario de la programación y de acuerdo a la disponibilidad de espacios dentro de la tanda publicitaria.

La cantidad de avisos rotativos es determinada por los anunciantes y/o sus centrales de medios, son ubicados de forma intermitente y de acuerdo a disponibilidad de espacios libres (minutos) dentro de las tandas publicitarias por el área de pauteo de la Gerencia de Televisión, en coordinación con la Gerencia de Comercialización.

b. Auspicio

Un auspicio es el compromiso publicitario que asume un anunciante con un programa específico de la parrilla de programación, a través del cual participa con un paquete de beneficios comerciales, con los que eleva su posibilidad de visibilidad y recordación. El auspicio se asocia de forma muy importante a la relación que los anunciantes tienen con los valores que se difunden en el programa de televisión de manera particular y en concordancia con los valores institucionales del IRTP.

c. Paquete para Grandes Clientes

Se define como grandes clientes a los que cumplan como mínimo una de las siguientes condiciones:

- **Clientes titulares de múltiples marcas:** Grupos corporativos que representan a diversas marcas, cuya posición en el mercado es relevante por el monto de sus ventas. Esto hace que la inversión sea distribuida entre las marcas y evita que todas las tandas comerciales sean utilizadas por un solo producto.
- **Empresas que se encuentran en el Top 20 de grandes anunciantes,** de acuerdo al último informe emitido por alguna empresa de investigación del mercado.
- **Marcas que son parte de grandes corporaciones o similares,** que permitan ampliar las posibilidades de comercialización de espacios publicitarios para todo el grupo al que pertenecen.
- **Empresas que garantizan una inversión permanente** durante un periodo mínimo de tres meses consecutivos en el mismo ejercicio fiscal.

4.1.2. EN LA PLATAFORMA RADIAL

a. Pauta Regular

Se define como pauta regular a los avisos ubicados en un determinado programa radial, que obedecen a los intereses del mercado publicitario. Estos



PERÚ

Instituto Nacional de Radio
y Televisión del Perú

TV Perú
Radio Nacional
Radio La Crónica



avisos pueden ser:

- **Aviso Fijo:** Se define como el (spot) publicitario que se ubica en un horario y/o programa específico de acuerdo a indicaciones del cliente o la central de medios.

Los avisos fijos son programados por los anunciantes y/o sus centrales de medios, quienes aprovechan los días y horarios de mayor sintonía o afinidad del programa en que fijan su pauta.

- **Aviso Rotativo:** Se define como el aviso (spot) publicitario que se ubica en diferentes momentos de un bloque horario de nuestra programación y de acuerdo a la disponibilidad de espacios dentro de la tanda publicitaria.

La cantidad de avisos rotativos es determinada por los anunciantes y/o sus centrales de medios, son ubicados de forma intermitente y de acuerdo a disponibilidad dentro de la tanda publicitaria por la Gerencia de Radio en coordinación con la Gerencia de Comercialización.

En ambos casos, la programación de los avisos se realiza en coordinación con la Gerencia de Radio.

b. Auspicios.

Un auspicio es el compromiso publicitario que asume un anunciante con un programa específico de la parrilla de programación, a través del cual participa con un paquete de beneficios comerciales, con los que eleva su posibilidad de visibilidad y recordación. El auspicio se asocia de forma muy importante a la relación que los anunciantes tienen con los valores que se difunden en el programa de radio de manera particular y en concordancia con los valores institucionales del IRTP.

c. Paquete para Grandes Clientes

Se define como grandes clientes a los que cumplan como mínimo una de las condiciones siguientes:

- **Clientes titulares de múltiples marcas:** Grupos corporativos que representan a diversas marcas, cuya posición en el mercado es relevante

por el monto de sus ventas. Esto hace que la inversión sea distribuida entre las marcas y evita que todas las tandas comerciales sean utilizadas por un solo producto.

- **Empresas que se encuentran en el Top 20 de grandes anunciantes,** de acuerdo al último informe emitido por alguna empresa de investigación de



PERÚ

Instituto Nacional de Radio
y Televisión del Perú

TV Perú
Radio Nacional
Radio La Crónica



mercado.

- **Marcas que son parte de grandes corporaciones** que permitan ampliar posibilidades de comercialización de espacios publicitarios a todo el grupo al que pertenecen.
- **Empresas que garantizan una inversión permanente** durante un periodo mínimo de tres (03) meses consecutivos en el mismo año fiscal.

4.2. DE LAS TARIFAS

Las tarifas se fijan en base a criterios cuantitativos y cualitativos (mercado, PBI; índices de audiencia, índice inflacionario, actualización de programación, entornos y contextos situacionales) y serán evaluadas cada año y modificadas de acuerdo al estudio que realice la Gerencia de Comercialización y aprobadas por la Presidencia Ejecutiva.

4.3. DE LOS DESCUENTOS Y BONIFICACIONES

La Gerencia de Comercialización tiene la facultad de otorgar descuentos y bonificaciones, previo sustento y aprobación de la Gerencia General y la Presidencia Ejecutiva. Esto solo aplica para las ventas del sector privado.

4.4. DE LOS AGENTES LIBRES

Persona natural o jurídica, sin vínculo laboral con el IRTP, que comercializa los servicios de venta de espacios publicitarios brindados por la institución, de acuerdo a las condiciones que establezca la Gerencia de Comercialización y las normativas internas vigentes.

4.5. DE LAS COMISIONES

Representa un porcentaje del valor neto de la venta de espacios publicitarios (emisión de avisos, auspicios, banners u otros) que se paga al agente libre y a la central de medios por las ventas que realiza, de acuerdo a los lineamientos comerciales vigentes del IRTP.

4.6. DE LA CESIÓN DE ESPACIOS

La cesión de espacios dentro de las parrillas de programación de nuestras plataformas de comunicación, es decir de contenidos, corresponde a las gerencias usuarias: Televisión, Radio y Prensa, según sea el caso.

Se precisa que los “Lineamientos para la difusión de espacios publicitarios distintos de spots para partidos políticos en periodo no electoral”, por su aniversario o fecha relevante, no es una venta de espacios. Estos casos se regulan





PERÚ

Instituto Nacional de Radio
y Televisión del Perú

TV Perú
Radio Nacional
Radio La Crónica



por la política especial y la tarifa vigente aprobada.

En el caso que el convenio o contrato de cesión de espacios, considere que la pauta publicitaria sea comercializada por el IRTP, la venta y la facturación, estará a cargo de la Gerencia Comercial.

Las condiciones específicas propuestas por la Gerencia de Comercialización serán aprobadas por la Presidencia Ejecutiva.

4.7. DE LAS COPRODUCCIONES

La coproducción es una forma de asociación entre el IRTP y un tercero, que consiste en el apoyo mutuo con la finalidad de producir y emitir un contenido radial o televisivo.

Se entiende por apoyo mutuo, la prestación de recursos necesarios para lograr la producción, realización y emisión del programa.

Las condiciones específicas propuestas por la Gerencia de Comercialización serán aprobadas por la Presidencia Ejecutiva.

4.8. OTRAS FIGURAS DE FINANCIAMIENTO DE PRODUCCIONES – PATROCINIOS

En el caso que, algún proyecto de coproducción o producción propia del canal no cuente con presupuesto para su desarrollo, la Gerencia de Comercialización podrá buscar alternativas de financiamiento para la ejecución del proyecto. El patrocinio se entiende como la disposición de una entidad o anunciante de financiar la totalidad o parte del presupuesto de producción y se formaliza a través de un contrato y/o convenio interinstitucional.

Las condiciones específicas propuestas por la Gerencia de Comercialización serán aprobadas por la Presidencia Ejecutiva.

4.9. APLICACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS.

Los lineamientos entrarán en vigencia desde el día siguiente de la aprobación de los mismos por el Consejo Directivo.

El Consejo Directivo autoriza al Presidente Ejecutivo a aprobar las condiciones comerciales específicas que proponga la Gerencia de Comercialización referidas a los presentes lineamientos.