

GASTOS DE PUBLICIDAD ELECTORAL EFECTUADOS POR CANDIDATOS

Período: Del 2010 al 2011 - MARZO

Nombres y apellidos del Candidato: **Jovite Estrategia Rosello**
 Región donde postula:

Tipo de Elección: Congreso () Parlamento Andino ☒

I. PROVEEDOR	1= Televisión 2= Radio 3= Prensa 4= Otros medios publicitarios 5= Múltiples	Nombres y Apellidos / Razón Social (a)	DNI / RUC	Comprobante de pago (b)			Financiamiento o del gasto	Monto S/.	Especificación del gasto (d)
				1- Factura 2- Rec. Vta. 3- Recibo. Alm. 4- Otros	N.º				
8/02	4	Punto Visual SA	2030683886	1	001-025666		2	37,318 =	Exhibición de foto pasaporta.
8/02	4	SISSA SA	20216501021	1	001-040713		1	12,528 =	gráficos Impresión
15/02	4	Punto Visual SA	2030683886	1	001-025626		2	5,000 =	Tránsito e instalación de fotos.
15/02	4	Punto Visual SA	2030683886	1	001-025625		1	15,736 =	Exhibición de pasaporta en Chimbote
28/02	4	SISSA SA	20216501021	1	001-040923		2	5,861 =	Servicio de Impresión - Gráficos
28/02	4	SISSA SA	20216501021	1	001-040924		2	22,776 =	Impresión publicitaria
28/02	4	Punto Visual	2030683886	1	001-025743		2	70,525 =	Exhibición de pasaporta
28/02	2	Miguel Rivera Ortega	10401361419	1	001-000013		2	4,248 =	Anuncios en Radio Mercedes
28/03					TOTAL			173,389 =	

Presupuesto de campaña, en versión impreso, se entregó a la organización política a la que pertenecemos, y a la Oficina Regional de Coordinación Organizativa de la Unidad Electoral del CNEC.

[Firma]
 Jovite Estrategia Rosello

Firma del candidato

DNI: 07998252

Dirección: Los Tulpanes 147 OF. 402 Surco

Correo electrónico:

Jovite@terra.com.pe

I. PROVEEDOR

(2) Nombre o Razón Social, Persona Natural o jurídica detallando la identificación.

II. DETALLE DEL GASTO

(a) Comprobante de pago, indicar el tipo y el número del comprobante que sustentó el gasto de publicidad.

(b) Financiamiento del gasto. Concluir el número que indique el tipo de financiamiento del gasto.

(c) Especificación del gasto. En el caso de TV, Radio y Prensa, indicar el tiempo utilizado en el medio de comunicación para la transmisión de la publicidad electoral.

- TV o Radio: Fecha de transmisión, hora de inicio de la transmisión, duración, número de avisos.

- Prensa escrita (Diario y Periódico): Fecha de publicación, página y posición, tamaño, precio.

- En otros medios publicitarios, indicar el medio de publicidad, ejemplo: Internet, computadora, celular, teléfono, otros.

- Indicar, especificar el gasto efectuado en el ítem, su financiamiento y papel donde se lleve a cabo.

2010/01/2011-2012

2000
 2001
 2002
 2003
 2004
 2005
 2006
 2007
 2008
 2009
 2010
 2011
 2012
 2013
 2014
 2015
 2016
 2017
 2018
 2019
 2020
 2021
 2022
 2023
 2024
 2025
 2026
 2027
 2028
 2029
 2030

[illegible][illegible]

En consecuencia, el estudio de la cultura política en la Argentina debe tener en cuenta la complejidad de la historia política del país, la diversidad de los actores políticos y la influencia de los factores externos. El análisis de la cultura política en la Argentina debe ser un ejercicio interdisciplinario que combine la historia, la sociología, la ciencia política y la antropología. Solo así podremos comprender la complejidad de la cultura política argentina y su evolución a lo largo del tiempo.

[illegible]
$$(\mathcal{A}^{\text{int}})^{\text{int}} = \mathcal{A}^{\text{int}} \otimes_{\mathcal{A}^{\text{int}}} \mathcal{A}^{\text{int}}, \quad (\mathcal{A}^{\text{int}})^{\text{ext}} = \mathcal{A}^{\text{int}} \otimes_{\mathcal{A}^{\text{int}}} \mathcal{A}^{\text{ext}}, \quad (\mathcal{A}^{\text{ext}})^{\text{ext}} = \mathcal{A}^{\text{ext}} \otimes_{\mathcal{A}^{\text{int}}} \mathcal{A}^{\text{ext}}.$$
[illegible][illegible][illegible][illegible]