

Lima,

## **RESOLUCIÓN JEFATURAL N° -2017-JN/ONPE**

**VISTOS:** el Informe N° 000066-2017-GCRC/ONPE de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, el Memorando N° 003675-2017-GPP/ONPE, de la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, el Informe N° 000068-2017-GCRC/ONPE de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas y el Informe N° 000497-2017-GAJ/ONPE de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y,

### **CONSIDERANDO:**

Mediante Decreto Supremo N° 044-2017-PCM, se convoca a elecciones municipales, para el domingo 10 de diciembre de 2017, en 18 distritos del país que aún no cuentan con autoridades ediles (alcalde y regidores);

La Ley N° 26487, Ley Orgánica de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), a través del literal h) de su artículo 5° establece como función de este organismo electoral, 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;

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 debe contar con: (i) 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; (ii) Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo; (iii) 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, debiendo 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 (iv) Proyecto de Presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

Con la Resolución Jefatural N° 000040-2017-J/ONPE, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria 2017;

El literal c) del artículo 62° del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado por Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias, dispone que es función y responsabilidad de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas (GCRC), el diseño, conducción y supervisión de las campañas publicitarias con fines de difusión y comunicación a la ciudadanía;

En atención de lo anterior y de conformidad con lo establecido en el referido artículo 3 de la Ley N° 28874, la GCRC ha elevado a la Jefatura Nacional para la aprobación respectiva, mediante el documento de vistos, el proyecto sustentado del

Plan de Medios correspondiente a la Campaña Publicitaria Elecciones Municipales Diciembre 2017, descrita en el Plan de Estrategia Publicitaria 2017, con un costo presupuestado de S/ 256,318.90 (doscientos cincuenta y seis mil trescientos dieciocho y 90/100 Soles);

Con el sustento del plan señalado, la GCRC ha justificado de manera técnica 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, así como sustentado la razón por la que se ha elegido a los medios referidos en dicho documento, de manera preferente;

La Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, con los documentos de vistos, ha otorgado conformidad al Plan de Medios propuesto;

Habiéndose verificado que el referido plan guarda coherencia con los fines institucionales y responde a lo requerido por la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, resulta pertinente su aprobación;

De conformidad con lo dispuesto en los literales c), g) y h) del artículo 5° de la Ley N° 26487, Ley Orgánica de la ONPE y los literales n) y t) del artículo 11° del Reglamento de Organización y Funciones de la ONPE, aprobado con Resolución Jefatural N° 063-2014-J/ONPE y sus modificatorias;

Con el visado de la Secretaría General, de las Gerencias de Asesoría Jurídica, de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, así como de Planeamiento y Presupuesto;

#### **SE RESUELVE:**

**Artículo Primero.**- Aprobar el Plan de Medios de la Campaña Publicitaria EM DIC 2017, cuyo texto en Anexo forma parte integrante de la presente resolución.

**Artículo Segundo.**- Encargar a la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Corporativas las acciones pertinentes para el seguimiento del cumplimiento del Plan de Medios que se aprueba mediante la presente resolución.

**Artículo Tercero.**- Disponer la publicación de la presente resolución en el portal institucional [www.onpe.gob.pe](http://www.onpe.gob.pe), dentro del plazo de tres (3) días de su emisión.

Regístrese y comuníquese.

**ADOLFO CARLO MAGNO CASTILLO MEZA**  
**Jefe**  
**Oficina Nacional de Procesos Electorales**

# Plan de Medios

## Elecciones Municipales Diciembre 2017

### GENERALIDADES

El domingo 10 de diciembre del presente año se llevará a cabo las Elecciones Municipales Diciembre 2017 (EM DIC 2017) en la cual los ciudadanos de 18 distritos elegirán por primera vez a sus autoridades municipales (Alcaldes y regidores).

La ONPE como integrante del Sistema Electoral Peruano es responsable de la organización de todos los procesos electorales. Parte de sus funciones es motivar la participación del elector y miembros de mesa para lo cual elabora y aprueba un Plan de Estrategia Publicitaria.

Para las EMD 2017 la ONPE realizará una inversión, para la difusión de su campaña publicitaria, de **S/. 256,318.90 soles** incluido impuestos, siendo su grupo objetivo los hombres y mujeres entre los 18 y 70 años de edad, de todos los niveles socioeconómicos de los distritos que van a participar del proceso.

### OBJETIVO GENERAL

- Fortalecer las prácticas democráticas informando a los ciudadanos (electores y miembros de mesa) sobre la importancia de elegir por primera vez a sus autoridades (alcalde/sa y regidores) de manera informada buscando el beneficio de su comunidad.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover la participación de los ciudadanos (como electores y miembros de mesa) y la importancia de su papel en las EM DIC 2017.
- Informar, utilizando diversos canales, a los ciudadanos sobre las EM DIC 2017 y las acciones posteriores al proceso, además de la utilización de tecnología (Voto Electrónico), en algunos distritos, que permitirá la entrega de resultados en el menor tiempo posible.
- Promover que los ciudadanos consulten si son miembros de mesa y sus respectivos locales de votación.
- Motivar la participación de los miembros de mesa en cada una de las jornadas de capacitación.
- Promover el respeto a los resultados que emitirá la ONPE, los cuales serán el fiel reflejo de la voluntad popular.

### PÚBLICO OBJETIVO

- Electores hábiles mayores de 18 años, residentes en los distritos que participan del proceso electoral, que figuren en el padrón electoral.
- Ciudadanos hombres y mujeres sorteados miembros de mesa.

## PROCESOS Y ETAPAS INVOLUCRADOS EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS

- **Análisis y selección de medios:** Para el presente proceso electoral hemos elegido medios de cobertura local (radios) y medios de cobertura nacional y regional (radios y diarios)
- En el caso de las radios locales: Por la característica geográfica de cada uno de los distritos que participan del proceso, se procedió, como criterio técnico, identificar aquellas radios cuya señal llegue a los distritos que participan del proceso. En ese proceso se identificó a distritos que no tienen cobertura de radios locales, sin embargo, si logramos identificar distritos que tienen presencia de radios locales ya sea porque transmiten desde el mismo lugar o por cobertura (es decir la radio está ubicada en otro distrito, provincia o departamento, pero la señal si llega al distrito del proceso). Dichas radios deberán emitir su señal en una frecuencia autorizada por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC).
- En el caso de las radios y diarios de cobertura nacional y regional estos han sido elegidos como medios complementarios, teniendo en cuenta su presencia a través de las regiones que albergan a los distritos participantes. Cabe precisar que las radios seleccionadas tienen autorización del MTC.
- Esta selección de medios nos permite cumplir con el equilibrio informativo que se refiere al uso de medios para la difusión de mensajes que permitan a los ciudadanos conocer más del presente proceso que se llevará a cabo en su jurisdicción.
- **Elaboración del Plan de Medios:** Este fue formulado en el marco del plan de estrategia publicitaria, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 258-2017-JN/ONPE, tomando en cuenta la complejidad del proceso, el grupo objetivo, la duración de la campaña así como la distribución de los mensajes y duraciones de los avisos.
- Para definir el inicio y duración de la campaña publicitaria se ha tomado en cuenta las acciones de capacitación que personal de la institución lleva a cabo en cada distrito participante del proceso electoral durante las semanas previas al día de las elecciones. De este modo, la difusión de mensajes a través de medios de comunicación complementará y reforzará el trabajo que se realice; ya sea invitando a la población a participar, recordando mensajes fuerza, entre otros. Teniendo en cuenta lo mencionado, se traza como fecha de inicio de campaña el día 27 de noviembre del presente año, culminando la ejecución el día 9 de diciembre, sábado previo a la celebración de las elecciones.
- Asimismo, considerando la capacidad bilingüe de muchos distritos participantes de este proceso electoral, se ha considerado la difusión de material en quechua

chanka<sup>1</sup>. De este modo garantiremos que llegue el mensaje a aquella población que tenga dificultades en comunicarse con el idioma castellano.

## **ESTRATEGIA DE LA SELECCIÓN DE LOS MEDIOS**

Para las EM DIC 2017 vamos a difundir los mensajes a través de radios de cobertura distrital, regional y nacional y en diarios de cobertura regional y nacional (con cortes regionales). El criterio empleado para la selección de los medios se ha definido según:

- Alcance en los distritos participantes de las EM DIC 2017.
- Condición de medio de comunicación formal, con la autorización vigente del MTC para transmitir.
- No tener impedimento para contratar con el Estado.

## **MONTOS DE INVERSIÓN A CONTRATAR CON CADA MEDIO**

En base a la cantidad de avisos diarios y/o semanales que se tiene previsto emitir y publicar en cada radio y diario a contratar se definió el monto de inversión de cada medio de comunicación. En tal sentido, se está adjuntando la relación de medios a utilizar, así como el monto de inversión por cada medio.

Se indica además la cantidad total de avisos a transmitir y publicar, costos unitarios de cada aviso, segundaje de los spots radiales: 45 y 60 segundos, tamaño de los avisos y el monto total de la inversión por cada medio.

## **DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN**

Para el presente proceso electoral vamos a difundir y publicar los diversos avisos a través de radios y diarios locales. Por tal motivo, y de acuerdo al monto de inversión previsto para cada medio, se detalla de la siguiente manera:

<b>MEDIOS</b>	<b>INVERSIÓN S/.</b>
RADIOS LOCALES	S/ 76,800.10
RADIOS NACIONALES	S/ 52,017.94
DIARIOS REGIONALES	S/ 23,961.25
DIARIOS NACIONALES	S/ 103,539.61
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>S/ 256,318.90</b>

## **PERIODO DE DIFUSIÓN**

Se proyecta que la difusión de la campaña publicitaria de las EM Dic 2017 sea entre el lunes 27 de noviembre y el sábado 09 de diciembre del 2017

---

<sup>1</sup> Según Oficio N° 128-2017-MINEDU/VMGP-DIGEIBIRA-DEIB, en el que el Ministerio de Educación brinda información sobre las lenguas predominante en los distritos participantes de las EM DIC 2017

## ESPECIFICACIONES SOBRE EL MANEJO DE MEDIOS

En cuanto a la duración de los programas o bloques horarios contratados, estos pueden variar la hora de inicio o término pues depende de varios factores: 1) Duración de las tandas comerciales publicitarias ó 2) duración del contenido del programa, si se trata de un programa en vivo (noticiero, concurso, u otros) ambos pueden durar más de lo establecido o menos de lo esperado.

Esto no significa que el medio de comunicación pueda gestionar la pauta publicitaria a su discreción. Es de carácter obligatorio que la difusión se de tal cual haya sido definida, ya que de esta forma se garantiza el buen desarrollo de la campaña y posicionamiento de los mensajes que brindamos.

En caso existiera cualquier modificación a la pauta publicitaria, el medio de comunicación deberá informar de inmediato la causa, regularizando la difusión que no se haya cumplido de manera inmediata.

## RADIOEMISORAS DE COBERTURA LOCAL Y NACIONAL

Se han seleccionado trece (13) emisoras de cobertura local y una (1) emisora de cobertura nacional los cuales van a permitir la difusión de la campaña:

### Radios de cobertura local:

REGION	NOMBRE COMERCIAL	FREC
AYACUCHO	HUANTA 2000	1160-4755
AYACUCHO	LA PRIMERA	89.1
HUÁNUCO	OKEY	104.9
HUÁNUCO	RADIO CANAL 98	93.3
HUÁNUCO	CARIBE	99.3
HUÁNUCO	LA LUZ	94.5
HUÁNUCO	MIRAFLORES	100.5
AYACUCHO	DOBLE A	90.9
CUSCO	TAWANTINSUYO	1190
TACNA	TACNA	104.3-1470
CUSCO	ESTACION VRAE	92.9
HUANCAVELICA	LASSER	97.7
APURIMAC	ANTENA SUR	90.3

Es importante resaltar que la selección de estas emisoras radica no solo por su presencia en las regiones y distritos incluidos en las EM DIC 2017, sino que también se consideró su condición de consorcio a través del Consorcio de Medios Locales. El criterio a elegir esta agrupación ha sido principalmente por la capacidad de poder contar con un monitoreo al 100% de la pauta publicitaria a implementarse, garantizando así que la campaña se implemente completamente. De igual forma, contratar una agrupación evita que se generen problemas durante el proceso de contratación (falta de documentación, RUC no vigente, etc).

En caso de las emisoras de cobertura local, estas emitirán un total de 1542 avisos durante el tiempo de campaña, cada uno con una duración de 45 segundos.

## Radio de cobertura nacional:

- Radio Nacional

FILIALES		
AYACUCHO		97.9
CUSCO		96.9
HUANCAYO		97.9
HUANUCO		100.9
TACNA		99.9
RETRANSMISORAS FM		
ABANCAY	APURIMAC	100.1
HUANCAVELICA	HUANCAVELICA	101.9
QUILLABAMBA	CUSCO	99.9
TARATA	TACNA	99.9
SIVIA	AYACUCHO	104.7
ACOMAYO	CUSCO	100.7
PICHANAKI	JUNIN	95.9
SANTO TOMAS	CUSCO	100.5
RETRANSMISORAS AM		
TACNA		830

Se elige a esta emisora considerando que es el medio radial con mayor alcance a nivel nacional, contando con filiales y retransmisoras a lo largo del país. La capacidad de esta radio nos permitirá complementar el trabajo de difusión a nivel local, ampliando las posibilidades de que los mensajes difundidos sean recibidos y se posicionen en el público objetivo.

Radio Nacional emitirá un total de 220 spots (164 de 45 segundos y 56 de 60 segundos), así como la difusión de 128 menciones durante sus programas principales, siendo 72 de 15 segundos y 56 de 20 segundos.

Teniendo en cuenta la condición bilingüe en la mayoría de los distritos participantes de las EM DIC 2017, la pauta considerará difusión en los idiomas/lenguas castellano y quechua chanka.

## DIARIOS DE COBERTURA REGIONAL Y NACIONAL

Se han seleccionado tres (3) diarios de cobertura regional y uno (1) de cobertura nacional.

### Diarios de cobertura regional:

REGION	DIARIO
TACNA	DIARIO CAPLINA
TACNA	DIARIO SIN FRONTERAS
CUSCO	DIARIO EL SOL

A diferencia de los medios radiales, los medios de prensa escrita no apuntan directamente a una localidad en especial, sino a toda la región. No obstante, la capacidad de estos medios de estar vigentes incluso más del día de su publicación es lo que genera la importancia de contar con ellos. Un diario puede ir de mano en mano, ser guardado en algún sitio, y revisado en otro momento, tal cual suele darse con una revista u otro impreso.

Cada medio regional va a publicar cinco (5) avisos (4 avisos de ¼ de página y 3 avisos tipo media página).

### **Diarios de cobertura nacional (con corte en cada región):**

DIARIO CORREO	<b>Región</b>
	Tacna
	Cusco
	Apurímac
	Ayacucho
	Junín
	Huancavelica
	Huánuco

Diario Correo es un medio conocido a nivel nacional, el cual cuenta con la diferencial de segmentar su edición a nivel regional. De este modo, se cuenta con ejemplares que, aparte de considerar información de corte nacional (e internacional), también se incluye contenido relacionado directamente a la jurisdicción destinada. Esto, más la considerable demanda con la que cuenta el medio, es sustento para considerarlo en el presente plan.

A través de este medio se publicarán cinco (5) avisos por región involucrada en el proceso electoral, haciendo un total de treinta (30).

Al final de la campaña se habrán publicado treinta y seis (36) avisos a ¼ de página y nueve (9) avisos a media página.

En el plan de medios se detalla la relación de radios y diarios, cantidad de avisos y los montos de inversión.



## **RESUMEN DE LA INVERSIÓN**

Campaña: Elecciones Municipales Diciembre 2017

<b>RADIOS LOCALES</b>	<b>INVERSIÓN S/.</b>	<b>%</b>
Consortio de Medios Locales	76,800.10	29.96
<b>RADIOS NACIONALES</b>	<b>INVERSIÓN S/.</b>	<b>%</b>
Instituto Nacional de Radio y Televisión	52,017.94	20.30
<b>DIARIOS REGIONALES</b>	<b>INVERSIÓN S/.</b>	<b>%</b>
Empresa de Comunicaciones SP S.C.R.L.	6,212.70	2.42
Editora Multimedia SAC	9,624.25	3.75
Ediciones y Producciones El Sol S.A.	8,124.30	3.16
<b>DIARIOS NACIONALES</b>	<b>INVERSIÓN S/.</b>	<b>%</b>
Empresa Editora El Comercio	103,539.61	40.32
<b>TOTAL GENERAL incluido IGV</b>	<b>256,318.90</b>	<b>100%</b>

# PLAN DE MEDIOS ELECCIONES MUNICIPALES DICIEMBRE 2017

## RADIOS LOCALES:

RAZÓN SOCIAL	Región	Alcance Distritos EMDIC2017	RADIO	Frecuencia	COSTO POR SEGUNDO	Segundaje	Inversion por Spot	Motivo	TOTAL AVISOS	INVERSION	
<b>CONSORCIO DE MEDIOS LOCALES</b>	Ayacucho	Chaca	HUANTA 2000 OC	1160-4755	S/. 2.40	45	S/. 108.00	CASTELLANO	53	S/. 5,724.00	
		Oronccoy	HUANTA 2000 OC	1160-4755	S/. 2.40	45	S/. 108.00	CASTELLANO	53	S/. 5,724.00	
		Chaca	HUANTA 2000 OC	1160-4755	S/. 2.40	45	S/. 108.00	CHANKA	40	S/. 4,320.00	
		Oronccoy	HUANTA 2000 OC	1160-4755	S/. 2.40	45	S/. 108.00	CHANKA	40	S/. 4,320.00	
	Huánuco	Pucayacu	OKEY FM 104.9	104.9	S/. 0.24	45	S/. 10.80	CASTELLANO	156	S/. 1,684.38	
		Castillo Grande	RADIO CANAL 98 FM 93.3	93.3	S/. 0.27	45	S/. 12.15	CASTELLANO	156	S/. 1,895.40	
		Santo Domingo de Anda	LUZ FM 94	94.5	S/. 0.90	45	S/. 40.50	CASTELLANO	91	S/. 3,685.50	
		La Morada	CARIBE FM 99.3	99.3	S/. 0.90	45	S/. 40.50	CASTELLANO	156	S/. 6,318.00	
		Santa Rosa de Alto Yanajanca	LUZ FM 94.5	94.5	S/. 0.90	45	S/. 40.50	CASTELLANO	91	S/. 3,685.50	
		San Pablo de Pillao	MIRAFLORES FM 100.5	100.5	S/. 0.21	45	S/. 9.44	CASTELLANO	156	S/. 1,473.36	
	Cusco	Villa Kintiarina	DOBLE A FM 90.9	90.9	S/. 0.12	45	S/. 5.39	CASTELLANO	87	S/. 469.33	
		Megantoni	TAWANTINSUYO AM 1190 OC 6175	1190	S/. 0.54	45	S/. 24.30	CASTELLANO	87	S/. 2,114.10	
		Villa Kintiarina	DOBLE A FM 90.9	90.9	S/. 0.12	45	S/. 5.39	CASTELLANO	91	S/. 490.91	
		Megantoni	TAWANTINSUYO AM 1190 OC 6175	1190	S/. 0.54	45	S/. 24.30	CASTELLANO	91	S/. 2,211.30	
	Tacna	La Yarada Los Palos	RADIO TACNA 104.3-1470	104.3-1470	S/. 0.45	45	S/. 20.25	CASTELLANO	156	S/. 3,159.00	
	Junín	Vizcatán del Ene	ESTACION VRAE FM 92.9	92.9	S/. 0.30	45	S/. 13.49	CASTELLANO	156	S/. 2,105.16	
	Huancavelica	Pichos	LASSER FM 97.7	97.7	S/. 0.36	45	S/. 16.20	CASTELLANO	53	S/. 858.60	
		Pichos	LASSER FM 97.7	97.7	S/. 0.36	45	S/. 16.20	CHANKA	42	S/. 680.40	
		Santiago de Túcuma	LASSER FM 97.7	97.7	S/. 0.36	45	S/. 16.20	CASTELLANO	53	S/. 858.60	
		Santiago de Túcuma	LASSER FM 97.7	97.7	S/. 0.36	45	S/. 16.20	CHANKA	40	S/. 648.00	
	Apurímac	Rocchacc	LA PRIMERA FM 89.1	89.1	S/. 0.30	45	S/. 13.49	CASTELLANO	53	S/. 715.21	
		El Porvenir	LA PRIMERA FM 89.1	89.1	S/. 0.30	45	S/. 13.49	CASTELLANO	53	S/. 715.21	
		Los Chankas	ANTENA SUR FM 90.3	90.3	S/. 1.26	45	S/. 56.70	CASTELLANO	101	S/. 5,726.70	
		Rocchacc	LA PRIMERA FM 89.1	89.1	S/. 0.30	45	S/. 13.49	CHANKA	40	S/. 539.78	
		El Porvenir	LA PRIMERA FM 89.1	89.1	S/. 0.30	45	S/. 13.49	CHANKA	40	S/. 539.78	
		Los Chankas	ANTENA SUR FM 90.3	90.3	S/. 1.26	45	S/. 56.70	CHANKA	78	S/. 4,422.60	
										SUB TOTAL	S/. 65,084.83
										IGV	S/. 11,715.27
										<b>TOTAL</b>	<b>S/. 76,800.10</b>

## RADIOS NACIONALES

NACIONAL								
Razón social	Región	Distritos EMDIC2017	Spots	Costo spot 45"	x164 emisiones	IGV	Total	
Instituto Nacional de Radio y Televisión del Perú – IRTP.	Nacional	Todos	164	S/. 141.75	S/. 23,247.00	S/. 4,184.46	S/. 27,431.46	
	Región	Distritos EMDIC2017	Spots	Costo spot 60"	x56 emisiones	IGV	Total	
	Nacional	Todos	56	S/. 189.00	S/. 10,584.00	S/. 1,905.12	S/. 12,489.12	
	Región	Distritos EMDIC2017	Menciones	Costo mención 20"	x56 menciones	IGV	Total	
	Nacional	Todos	56	S/. 93.20	S/. 5,219.20	S/. 939.46	S/. 6,158.66	
	Región	Distritos EMDIC2017	Menciones	Costo mención 15"	x72 menciones	IGV	Total	
Nacional	Todos	72	S/. 69.90	S/. 5,032.80	S/. 905.90	S/. 5,938.70		
<b>TOTAL RADIO NACIONAL</b>							<b>S/. 52,017.94</b>	

## DIARIOS REGIONALES

TACNA									
Razón social	Región	Medidas	Color	Día	Página	N° avisos	Costo x aviso (incl. IGV)	Total	
Empresa de Comunicaciones SP S.C.R.L.	Tacna	15 CM DE ALTO 3 COL. DE ANCHO (1/4 PAGINA)	Full color	L - D	OTRAS	4	S/. 1,035.45	S/. 4,141.80	
		15 CM DE ALTO 6 COL. DE ANCHO (1/2 PAGINA)	Full color	L - D	OTRAS	1	S/. 1,823.80	S/. 2,070.90	
		<b>Total avisos</b>					5	<b>TOTAL DIARIO CAPLINA</b>	<b>S/. 6,212.70</b>
Editora Multimedia SAC	Tacna	5 MOD DE ALTO 3 COL. DE ANCHO (1/4 PAGINA)	Full color	L - S	OTRAS	4	S/. 1,604.04	S/. 6,416.16	
		5 MOD DE ALTO 6 COL. DE ANCHO (1/2 PAGINA)	Full color	L - S	OTRAS	1	S/. 3,208.09	S/. 3,208.09	
		<b>Total avisos</b>					5	<b>TOTAL DIARIO SIN FRONTERAS</b>	<b>S/. 9,624.25</b>
<b>TOTAL TACNA</b>							<b>S/. 15,836.95</b>		
CUSCO									
Razón social	Región	Medidas	Color	Día	Página	N° avisos	Costo x aviso (incl. IGV)	Total	
Ediciones y Producciones El Sol S.A.	Cusco	17 CM DE ALTO 3 COL. DE ANCHO (1/4 PAGINA)	Full color	L - D	OTRAS	4	S/. 1,354.05	S/. 5,416.20	
		17 CM DE ALTO 6 COL. DE ANCHO (1/2 PAGINA)	Full color	L - D	OTRAS	1	S/. 2,708.10	S/. 2,708.10	
		<b>Total avisos</b>					5	<b>TOTAL CUSCO</b>	<b>S/. 8,124.30</b>
<b>TOTAL DIARIOS REGIONALES</b>							<b>S/. 23,961.25</b>		

## DIARIOS NACIONALES

Razón social	NACIONAL								
Empresa Editora El Comercio S.A.	DIARIO CORREO	Región	Medidas	Color	Día	Página	N° avisos	Costo x aviso (incl. IGV)	Total
		Tacna	13 CM DE ALTO 12.27 CM DE ANCHO (1/4 PAGINA)	Full color	L - S	OTRAS	4	S/. 2,388.97	S/. 9,555.88
			13 CM DE ALTO 24.54 CM DE ANCHO (1/2 PAGINA)	Full color	L - S	IMPAR 7	1	S/. 5,837.91	S/. 5,837.91
		Cusco	13 CM DE ALTO 12.27 CM DE ANCHO (1/4 PAGINA)	Full color	L - D	OTRAS	4	S/. 5,693.12	S/. 22,772.48
		Apurímac	13 CM DE ALTO 24.54 CM DE ANCHO (1/2 PAGINA)	Full color		IMPAR 5	1	S/. 19,736.16	S/. 19,736.16
		Ayacucho	13 CM DE ALTO 12.27 CM DE ANCHO (1/4 PAGINA)	Full color	L - S	OTRAS	4	S/. 995.05	S/. 3,980.20
			13 CM DE ALTO 24.54 CM DE ANCHO (1/2 PAGINA)	Full color	L - S	IMPAR 5	1	S/. 2,692.57	S/. 2,692.57
		Junín	13 CM DE ALTO 12.27 CM DE ANCHO (1/4 PAGINA)	Full color	L - S	OTRAS	4	S/. 3,535.96	S/. 14,143.84
			13 CM DE ALTO 24.54 CM DE ANCHO (1/2 PAGINA)	Full color	L - S	IMPAR 5	1	S/. 7,454.18	S/. 7,454.18
		Huancavelica	13 CM DE ALTO 12.27 CM DE ANCHO (1/4 PAGINA)	Full color	L - S	OTRAS	4	S/. 1,665.48	S/. 6,661.92
13 CM DE ALTO 24.54 CM DE ANCHO (1/2 PAGINA)	Full color		L - S	IMPAR 5	1	S/. 4,172.19	S/. 4,172.19		
Huánuco	13 CM DE ALTO 12.27 CM DE ANCHO (1/4 PAGINA)	Full color	L - S	OTRAS	4	S/. 974.10	S/. 3,896.40		
	13 CM DE ALTO 24.54 CM DE ANCHO (1/2 PAGINA)	Full color	L - S	IMPAR 5	1	S/. 2,635.88	S/. 2,635.88		
<b>Total avisos</b>							30	<b>TOTAL NACIONAL</b>	<b>S/. 103,539.61</b>

**TOTAL ESTRATEGIA PUBLICITARIA S/ 256,318.90**