



CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
SECRETARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 21233 Fecha: 17 JUL. 2017

**RESOLUCIÓN GERENCIAL GENERAL REGIONAL
-2017-Gobierno Regional del Callao-GGR**

N° **030**

Callao, **17 JUL. 2017**

VISTOS:

El Informe N° 059-2017-GRC-GGR-OIIP, de fecha 22 de febrero de 2017, emitido por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo; el Informe N° 112-2017-GRC/OIIP, de fecha 27 de junio de 2017, emitido por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo; el Informe N° 300-2017-GRC/GRPPAT/OP del 11 de julio de 2017 emitido por la Jefa de la Oficina de Planificación de la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial; el Memorandum N° 1526-2017-GRC/GRPPAT del 11 de julio de 2017, emitido por la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial; y el Informe N° 127-2017-GRC/OIIP del 12 de julio de 2017 emitido por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo;

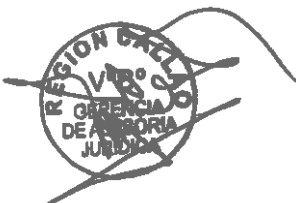
CONSIDERANDO:

Que, mediante Informe N° 059-2017-GRC-GGR-OIIP, de fecha 22 de febrero de 2017, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo remite el Plan de Estrategia Publicitaria 2017 – PEP 2017 así como el Plan de Medios 2017 a la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial para su evaluación y aprobación correspondiente;

Que, mediante Informe N° 112-2017-GRC/OIIP, de fecha 27 de junio de 2017, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo remite el levantamiento de las observaciones del Plan de Estrategia Publicitaria – PEP 2017 así como el Plan de Medios Escritos, Televisivos y Radio 2017 a la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial para que emita su opinión favorable;

Que, la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial mediante Memorandum N° 1526-2017-GRC/GRPPAT de fecha 11 de julio de 2017 remite el Informe N° 300-2017-GRC/GRPPAT/OP de fecha 11 de julio de 2017 de la Jefa de la Oficina de Planificación de la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial donde efectúa el análisis respecto al Plan de Estrategia Publicitaria 2017 y el Plan de Medios 2017 concluyendo y recomendando entre otros temas que el Plan de Estrategia Publicitaria 2017 se ha desarrollado en el marco de lo establecido en la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal y respecto al Plan de Medios 2017 precisa que contiene los objetivos, grupos objetivos, fuentes de información, estrategias publicitarias, el sustento de campañas, mensaje a transmitir, medios de comunicación, ejecución, monitoreo de campaña y especificaciones generales así como el anexo N° 01: pauta de televisión por señal abierta, pauta de televisión señal de cable; anexo N° 02: pauta de radio y anexo N° 3: pauta en prensa escrita;

Que mediante Informe N° 127-2017-GRC/OIIP del 12 de julio de 2017 la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo remite el Plan de Estrategia Publicitaria –PEP 2017 y el Plan de Medios 2017 para su aprobación;




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS

FEDECATO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2058 Fecha: 20/10/2017

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

Que, el artículo 3° de la citada Ley 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 que deberán 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 medios de difusión de acuerdo con el público objetivo –entiéndase como Plan de Medios- y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, la 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 determinados medios de manera preferente para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periódicas determinadas, y; (iv) El proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

Que, el Plan de Medios constituye la solución a la difusión de una campaña publicitaria, siendo necesario entre otros elementos, el tener identificado el grupo u objetivo comunicacional al que se pretende llegar con el mensaje, todo lo cual, coadyuvará al soporte de la campaña mencionada;

Que, el artículo 70° del Reglamento de Organización y Funciones del Gobierno Regional del Callao, precisa que la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo es el órgano de apoyo encargado de desarrollar las estrategias de imagen, protocolo, relaciones públicas y prensa, la que, de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 71° del documento de gestión señalado, depende de la Gerencia General;

Que, la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial a través de la Oficina de Planificación, tiene entre otras funciones la de realizar el seguimiento y evaluación de los planes y programas, proponiendo medidas y mecanismos correctivos conforme lo prevé el numeral 7), del artículo 78° del Reglamento de Organización y Funciones de la Entidad;

Estando a los considerandos expuestos, de acuerdo a lo dispuesto en el Texto Único Ordenado del Reglamento de Organización y Funciones del Gobierno Regional del Callao, aprobado por Ordenanza Regional N° 000028 de fecha 20 de diciembre de 2011 y sus modificatorias; contando con la visación de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo; de la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial y de la Gerencia de Asesoría Jurídica;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR, el Plan de Estrategia Publicitaria – PEP 2017 del Gobierno Regional del Callao cuyo texto en anexo forma parte integrante de la presente Resolución.





080



ARTÍCULO SEGUNDO.- APROBAR, el Plan de Medios 2017 de las campañas publicitarias en medios escritos, televisivos y de radio del Gobierno Regional del Callao, cuyo texto en anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTÍCULO TERCERO.- ENCARGAR, a la Oficina de Trámite Documentario y Archivo, cumpla con notificar debidamente la presente Resolución.

REGÍSTRESE Y COMUNÍQUESE



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

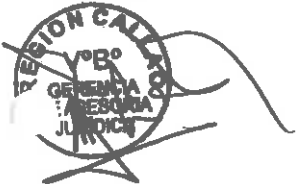
~~Mg. JORGE LINARES MUÑOZ
GERENTE GENERAL REGIONAL~~

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017





Gobierno Regional del Callao

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2017

OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL Y PROTOCOLO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO



220



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

INDICE

- I. INTRODUCCIÓN**
- II. JUSTIFICACIÓN**
- III. BASE LEGAL**
- IV. MISIÓN**
- V. FINALIDAD**
- VI. OBJETIVOS**
- VII. ESTRATEGIA**
- VIII. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN**
- IX. EJECUCIÓN DEL SERVICIO PUBLICITARIO**
- X. SELECCIÓN DE MEDIOS**
- XI. CRITERIOS DE PROGRAMACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS**
- XII. LINEAMIENTOS PARA AUTORIZACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS**
- XIII. PRESUPUESTO**
- XIV. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA EJECUCIÓN DE LAS CAMPAÑAS**
- XV. INDICADORES DE DESEMPEÑO**
- XVI. LIMITACIONES**

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha:

17 JUL. 2017



219



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2017

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

I. INTRODUCCIÓN

La Oficina de Imagen Institucional y Protocolo del Gobierno Regional del Callao, es el órgano de apoyo encargado de desarrollar estrategias de Imagen, Protocolo, Relaciones Públicas y Prensa del Gobierno Regional.

Además tiene a su cargo la función de comunicar, difundir los logros alcanzados y las actividades que ejecuta esta, a los diversos grupos objetivos de la población a nivel regional y público en general. Así como diseñar y programar campañas publicitarias de las actividades que realizan las diversas Unidades Orgánicas del Gobierno Regional del Callao a favor de los distintos sectores de la población, promoviendo su participación en las intervenciones promovidas por el Gobierno Regional del Callao, incidiendo en mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Provincia Constitucional del Callao. Asimismo es la responsable del seguimiento y análisis de la efectiva de la estrategia publicitaria (Diseño del Mensaje y Plan de Medios).

II. JUSTIFICACIÓN

El Gobierno Regional del Callao, realiza una serie de actividades de carácter institucional y vinculado a los múltiples servicios que se brinda a la población. En tal sentido, se requiere elaborar el Plan de Estrategia Publicitaria del Gobierno Regional del Callao, documento de gestión para la programación y ejecución de campañas publicitarias en los distintos sectores como: Ejecución e Inauguración de obras, programas de seguridad, dando prioridad a los servicios de Salud y Educación; asimismo es la encargada de la formulación de diseños y difusión de las publicaciones informativas para la participación de la población en eventos sociales, culturales, deportivos, entre otros.

Es también responsable del seguimiento y evaluación de las campañas publicitarias, su eficiente programación, ejecución y difusión. La Oficina de Imagen Institucional y Protocolo (OIIP) contribuye en la realización de diseños de publicidad informativa en coordinación con las diferentes áreas a participar en los diferentes eventos sociales, culturales, deportivos y otros que realice el Gobierno Regional.



218
21



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

John Carlos Gonzales Rosas
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Es importante mencionar que el Plan de Estrategia Publicitaria se norma por lo siguiente: JUL. 2017

- ✓ Disposición de la Ley 28874
- ✓ Uso racional de los recursos del Estado
- ✓ Planificación de publicidad a contratar
- ✓ Principio de celeridad en los procedimientos
- ✓ Consecución de los principios de eficacia y eficiencia

III. BASE LEGAL

- ✓ Ley 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal
- ✓ Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado
- ✓ Ley N° 30225 Ley de Contrataciones del Estado, modificada por D.L. N° 1341 y su modificatoria efectuada mediante D. S. N° 056-2017-EF
- ✓ Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General
- ✓ Ley N° 30518, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2017
- ✓

IV. MISIÓN

Establecer criterios generales para el uso de la publicidad en los medios de comunicación sobre servicios y otros del Gobierno Regional del Callao. Su ámbito está referido a todas las gerencias y dependencias regionales.

Fiscalizar y ejecutar la transparencia, imparcialidad y racionalidad en la contratación de la publicidad.

V. FINALIDAD

El presente Plan de Estrategia Publicitaria del Gobierno Regional del Callao tiene por finalidad dotar a la institución de una herramienta que permitirá la programación de los servicios publicitarios que requiera la Alta Dirección y las diversas unidades orgánicas del ente regional.



27
28



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2032. Fecha: 17 JUL. 2017

VI. OBJETIVOS

Teniendo en consideración el Marco Estratégico Institucional para el ejercicio 2017, el mismo que tiene como objetivo específico Garantizar el Aprendizaje Interinstitucional y la Sostenibilidad de la Gestión, es preciso indicar que se presentan retos importantes y complejos como promover un Estado e instancias de gobierno más eficientes al servicio del ciudadano y en consecuencia, lograr un mejor bienestar de la población en general.

Por ello, el Gobierno Regional del Callao a través del Despacho de la Gerencia General Regional en coordinación con la Jefatura de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, han estimado conveniente mejorar la estrategia de comunicación con la población de la Provincia Constitucional del Callao, habiéndose trazado los siguientes objetivos del Plan de Estrategia Publicitaria periodo 2017:

- 1.- Asegurar la transferencia de información en el diseño de los mensajes de las campañas publicitarias de las actividades y/o proyectos que realiza el Gobierno Regional del Callao, puedan ser percibidos por la población en general, así como por los agentes económicos como procesos de fortalecimiento institucional y empoderar el capital social de la Región Callao.
- 2.- Optimizar los recursos asignados al gasto de publicidad del Gobierno Regional del Callao, mediante el diseño y la ejecución de campañas publicitarias con alta efectividad, recurriendo a los medios de mayor audiencia, lectoría y lugares de mayor recurrencia o tránsito vehicular y peatonal.
- 3.- Programar en forma oportuna el requerimiento de los servicios de publicidad a fin de cumplir con las pautas programadas en los medios seleccionados en cada campaña publicitaria.
4. Fortalecer la Gestión Institucional del Gobierno Regional del Callao.





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

VII. ESTRATEGIA

El Gobierno Regional del Callao cuenta con diversas unidades orgánicas y administrativas, asimismo, con la Dirección Regional de Salud – DIRESA Callao y la Dirección Regional de Educación - DREC Callao, Dirección Regional de

Trabajo y Promoción del Empleo además de las siguientes Unidades Ejecutoras: Hospital Daniel A. Carrión, Hospital san José, Hospital de Ventanilla, Hospital de Rehabilitación del Callao y el Comité de Administración del Fondo Educativo del Callao – CAFED y otras unidades que brindan servicios a diversos públicos por tal motivo se requiere de la programación diferenciada de Campañas Publicitarias, toda vez que son públicos diferentes, así como, de la selección de los medios en cada caso específico para cada campaña y lograr así los objetivos trazados.

VIII. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN

La programación de las Campañas Publicitarias podrá ser ejecutada en forma individual para cada Gerencia Regional o de forma corporativa esto es a nivel Gobierno Regional del Callao, elaborándose para cada caso un Plan Específico que tendrá las siguientes características:

Datos Generales, Justificación, Determinación del público objetivo, Selección de los medios de comunicación, Duración, Presupuesto y Financiamiento.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017



215
2



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Handwritten signature]

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038. Fecha: 17 JUL. 2017

VIII.I CRONOGRAMA

La programación para la implementación de las campañas publicitarias es la que a continuación se detalla:

DESCRIPCIÓN DE CAMPAÑAS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Festival Gastronómico Spot radial	X											
25 Camarás de vigilancia de última generación Full HD - Zona Sur		X										
Temporada Villa Deportiva Regional			X									
Relación de Obras Inauguradas durante el mes de marzo			X									
Campaña de Costa Verde del Callao Spot en TV.			X									
CIBERBUS Clases de Computación gratis			X									
Inauguración del Puesto de Vigilancia Vecinal				X								
Obras inauguradas durante el mes de abril				X								
Lanzamiento de Costa Verde del Callao					X							
Obras inauguradas durante el mes de mayo					X							
Inauguración de Camarás Biométricas						X						
Obras Inauguradas durante el mes de junio						X						
Inauguración de la Costa Verde							X					
Obras Inauguradas durante el mes de julio							X					
Actividades por Autonomía Política del CALLAO								X				
Festival Internacional Chim Pum Callao								X				
Festival Internacional Chim Pum								X				
Obras inauguradas durante el mes de agosto								X				
Temporada Villa Deportiva Regional									X			
Obras inauguradas durante el mes de septiembre									X			
Obras Inauguradas durante el mes de octubre										X		
Obras Inauguradas durante el mes de noviembre											X	
Obras inauguradas durante el mes de diciembre												X

NOTA

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

La programación empieza a partir de la aprobación del PEP 2017, con el acto resolutivo correspondiente.





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2032 Fecha: 17 JUL. 2017

IX. EJECUCIÓN DEL SERVICIO PUBLICITARIO

La Oficina de Imagen Institucional y Protocolo en coordinación con la Oficina de Logística, deberán tener en cuenta lo establecido en la Ley de Contrataciones del Estado para la selección de medios de comunicación.

De acuerdo a lo establecido en el Artículo N° 06, numeral 6.4 del Reglamento de la Ley de Contrataciones, es requisito para la convocatoria de los procedimientos de selección, salvo para la comparación de precios, que estén incluidos en el Plan Anual de Contrataciones, bajo sanción de nulidad."

En concordancia con la Ley N° 30225 Ley de Contrataciones del Estado y su Modificatoria D.L. N° 1341 y su Modificación efectuada mediante D.S. N° 056-2017-EF, establece que el área usuaria requiere los bienes, servicios u obra a contratar, siendo responsable de formular las especificaciones técnicas, términos de referencia o expediente técnico, respectivamente, además de justificar la finalidad publica de la contratación. Los bienes, servicios u obras que se requieren deben estar orientados al cumplimiento de las funciones de la Entidad.

Las especificaciones técnicas, términos de referencia o expedientes técnicos deben formularse de forma objetiva y precisa por el área usuaria; alternativamente pueden ser formulados por el órgano a cargo de las contrataciones y aprobados por el área usuaria. Dichas especificaciones técnicas, términos de referencia o expediente técnico deben proporcionar acceso al proceso de contratación en condiciones de igualdad y no tiene por efecto la creación de obstáculos ni direccionamiento que perjudiquen la competencia en el mismo. Salvo las excepciones previstas en el reglamento, en el requerimiento no se hace referencia a una fabricación o a una procedencia determinada, o a un procedimiento concreto que caracterice a los bienes o servicios ofrecidos por un proveedor determinado, o a marcas, patentes o tipos, o a una producción determinados con la finalidad de favorecer o descartar ciertos proveedores o ciertos productos.

Una vez seleccionados los medios de comunicación, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, realizará las coordinaciones con estos, para la ejecución del servicio; asimismo realizara el monitoreo y seguimiento de publicidad.



213
E



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS

AFIDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

X. SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para la difusión de la información y los mensajes indicados en las campañas programadas, se ha visto la necesidad de hacerlo mediante medios de comunicación masivos, como son radio, televisión, prensa escrita; publicidad en redes y medios virtuales (páginas web).

Cabe indicar que el uso de medios de comunicación masivos garantiza una mayor y mejor llegada de mensajes a los diversos públicos objetivos.

Para lograr los objetivos trazados es necesario utilizar los diferentes medios de comunicación masivos, tales como:

- ✓ Televisión de señal abierta y por cable
- ✓ Radio
- ✓ Diarios y revistas
- ✓ Internet (redes sociales, páginas web)
- ✓ Banners, paneles publicitarios, torres unipolares, publicidad en paraderos, banderolas, afiches, dípticos, trípticos, etc.

Para la elección de los medios de comunicación a contratar se debe tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ Ratings y cobertura en el caso de televisión y radio.
- ✓ En el caso de los medios escritos (diarios y revistas) tomar en consideración el tiraje, distribución y lectoría
- ✓ Saturación del medio de comunicación
- ✓ Afinidad del medio de comunicación con el público objetivo de la actividad de publicidad
- ✓ Ubicación del aviso en la tanda publicitaria
- ✓ Imagen del medio de comunicación o programa o suplemento
- ✓ Ubicación de elementos publicitarios en principales calles y avenidas con mayor tránsito peatonal y vehicular.

Para cada una de estas variables, el mercado se rige por estudios que permiten la comparación y la mejor decisión.

Para la selección de medios escritos, se solicitará los servicios de publicidad que prestan al Estado los medios de comunicación radial y escrita, teniendo en cuenta las características particulares¹ que los distinguen, tales como:

- Editorial El Comercio (El Comercio, Perú21, Trome, Deport, Revista Somos);
- Empresa Periodística Nacional S.A. EPENSA (Correo, Ojo, Bocón);



21



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038. Fecha: 7 JUL. 2017

- Grupo La República (La República, El Popular, Líbero);
- SINDESA S.A. (Expreso, Extra);
- Grupo RPP (RPP, Radio Capital, Estudio 92, Felicidad, La Mega);
- Lobito Editores (La Razón, Chino, Men, Todo Sport);
- Editora Novolexis S.A.C. (Revista Caretas);
- Radio La Karibeña S.A.C. (Diario Exitosa, La Karibeña, Radio Exitosa)

Para ello se tendrá como base los últimos estudios vigentes de la empresa Media Research Perú SAC (Kantar Media Research) realizado durante el mes de Febrero del 2017 sobre el Informe General de Lectoría de Diarios, Suplementos y Revistas Pagadas y Gratuitas –MRP

Es importante señalar que si bien es cierto los estudios realizados por la referida empresa señalan como ámbito geográfico Lima Metropolitana estos incluyen todos los distritos de la Provincia Constitucional del Callao, puesto que la edición de los diarios que circulan en Lima también se distribuyen en toda la Provincia Constitucional del Callao.

Para el caso de las emisoras radiales se tomará en cuenta el estudio realizado en Octubre del 2016 por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C. – CPI.

Para la selección de medios televisivos, se tomará en cuenta que la televisión es un medio de comunicación masivo que tiene mayor impacto en la población, constituye el medio con mayores posibilidades de conseguir que un mensaje tenga una mayor recordación y convencimiento del público por su carácter audiovisual. Por ello, para la contratación de los medios televisivos para las campañas publicitarias ejecutadas, se considerará los horarios y programas de mayor rating en canales de señal abierta.

XI. CRITERIOS DE PROGRAMACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Es importante establecer criterios para el uso de la publicidad requeridos por diversas Unidades Orgánicas del Gobierno Regional del Callao, para su Priorización y Programación en el Plan de Estrategia Publicitaria 2017:

1.- Las campañas publicitarias con relación a las actividades protocolares se ejecutarán solo las que han sido aprobadas por la Gerencia General Regional.

2.- Las campañas publicitarias con respecto a los proyectos de inversión pública y actividades en la prestación de servicios del Gobierno Regional del





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N.º 212 Dirección

Callao, deberán ser programadas considerando las de mayor impacto en el bienestar de la población, la participación activa de los beneficiarios en las actividades motivando una mayor identidad con su realidad, asumiendo un rol proactivo en mejorar las condiciones de vida en particular los sectores de alto riesgo.

JUL. 2017

3.- Elaborar el Plan de Medios para las actividades protocolares, actividades y proyectos de inversión vinculados a la eficiente prestación de servicios por mayor alcance y frecuencia que reditúe los mayores niveles de efectividad en cada campaña publicitaria.

XII. LINEAMIENTOS PARA AUTORIZACIÓN DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

- ✓ Toda solicitud de publicidad deberá ser evaluada a fin de determinar la importancia y necesidad de la misma.
- ✓ La publicidad solicitada y las inclusiones que considere necesario Programar la Alta Dirección, deberán contar con la partida presupuestal a fin de garantizar su correcta ejecución.
- ✓ Para las campañas publicitarias se consideran los medios masivos convencionales: Televisión, Radios y medios escritos y no convencionales; Publicidad Estática como Paneles, Banderolas, porteras, entre otros.
- ✓ La Gerencia solicitante deberá sustentar la necesidad del servicio. En caso que la publicidad sea requerida por una Oficina, el Jefe Inmediato Superior deberá evaluar y aprobar la necesidad del servicio.
- ✓ La Gerencia que requiera del servicio de publicidad enviará su requerimiento a la Oficina de Logística, siendo el diseño elaborado y aprobado por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo.
- ✓ La Oficina de Logística deberá contar con un estudio de mercado de los medios de comunicación a fin de obtener los presupuestos y precios por campaña publicitaria.
- ✓ La Oficina de Logística no podrá aceptar ningún pedido de publicidad si el diseño de esta no cuenta con VºBº de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo.





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
SECRETARIO ALTERNATIVO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUN 2017

- ✓ La Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial deberá analizar y aprobará el presupuesto solicitado por las Unidades Orgánicas.

XIII. PRESUPUESTO

Para la ejecución de las campañas programadas en el presente documento se requiere un presupuesto de S/. 8'620,061.000 el mismo que podría ser reajustado en función a la necesidad y/o requerimiento del mismo.

Los gastos en televisión serán en producción, realización, arte, piezas e imágenes, audio, difusión, etc. Cada paso o proceso requiere un costo independiente.

Los gastos en radio, será por la difusión a nivel regional y nacional de los eventos que realiza la institución, esto incluye, post producción, producción, grabación de pruebas (en off), grabación del audio. Cada paso o proceso requiere un costo independiente.

Los medios escritos son las publicaciones en diarios/periódicos a nivel nacional y en diarios a nivel del Callao de toda actividad, apertura, inauguración, avances de obras, según lo indique la alta dirección.

Es preciso señalar que pueden existir campañas publicitarias en medios televisivos, radiales, escritos y/o medios web que no estén considerados en el presente documento puesto que estas campañas se irán programando de acuerdo a la necesidad e importancia en la difusión de las mismas, manteniendo el equilibrio presupuestal.

En la estructura del gasto se está dando mayor énfasis en la publicación en Medios Televisivos, dado que tiene mayor alcance a Nivel Nacional, luego tiene en medios escritos y en medios radiales.

XIV. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA

- Requerimiento del Área Usuaría.
- Opinión Técnica emitida por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo.
- Aprobación de la Gerencia General Regional
- Opinión Técnica de la Gerencia de Administración, si fuese el caso, valor referencia y atención oportuna de la Oficina de Logística en los requerimientos y/o procesos de selección para la ejecución de campañas publicitarias.
- Disponibilidad Presupuestal para llevar a cabo las campañas publicitarias requeridas
- Opinión de la Gerencia de Asesoría Jurídica, si fuese el caso.
- Contratación del servicio de publicidad, en concordancia a la normatividad vigente que rige para las adquisiciones y Contrataciones del Estado y conforme a la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.



209



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Signature]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

XV. INDICADORES DE DESEMPEÑO

Con la finalidad de analizar la percepción de la población y determinar la fuente o medio de mayor incidencia en la información con respecto al impacto comunicacional de las campañas, actividades, políticas, programas, obras y proyectos del Gobierno Regional del Callao, a fin de describir el indicador "Número de personas encuestadas manifiestan haber visto u oído el aviso/campañas publicitarias realizadas sobre el Gobierno Regional o de algún servicio específico", se utilizará el siguiente indicador:

Enunciado del Indicador:

% de personas encuestadas manifiestan haber visto u oído el aviso/campañas publicitarias realizadas sobre el Gobierno Regional o de algún servicio específico

Forma de Cálculo:

Número de personas encuestadas manifiestan haber visto u oído el aviso/campañas publicitarias realizadas sobre el Gobierno Regional o de algún servicio específico

-----X 100

Número de personas que han respondido la encuesta

Resultado Esperado ⁽¹⁾:

88.4% de personas encuestadas manifiestan haber visto u oído el aviso/campañas publicitarias realizadas sobre el Gobierno Regional o de algún servicio específico

Se medirá la eficacia de las campañas publicitarias mediante encuestas las mismas que se llevarán a cabo en zonas o puntos estratégicos.

Plan de Encuesta

Se realizará una (01) encuesta al año y/o focus group, tomando en cuenta que la población proyectada y calculada de 15 a más años en la Provincia Constitucional del Callao, según datos del INEI al año 2016 es de 1,028144 habitantes.

El ámbito de ejecución de la muestra, serán estos 6 distritos, así como el Callao Cercado:



2017



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

Población Total Proyectada para el año 2016

PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL CALLAO

ÁMBITO GEOGRAFICO	Total
TOTAL	1028144
Cercado Callao	406760
Bellavista	71859
Carmen de la Legua Reynoso	40765
La Perla	58917
La Punta	3270
Ventanilla	385596
Mi Perú	60977

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población al - 2016.

Presentación de resultados

Las evaluaciones se realizarán de acuerdo al Artículo 6° de la Ley N° 28874 – Ley que Regula la Publicidad Estatal

REALIZACIÓN DE ENCUESTA

Para una mayor verificación, comprobación y para obtener un mejor resultado sobre la efectividad de la publicidad en la población, la encuesta la realizará una empresa especializada en hacer este tipo de muestreo, para tal fin se solicitará la disponibilidad presupuestaria del caso. Igualmente se pedirá a la empresa; el diseño de la muestra, la metodología y documentos elaborados, la Base de Datos y Cuestionarios. Asimismo la información de las acciones realizadas antes, durante y después del trabajo de campo, así como otras informaciones que se requieran para la evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria.

XVI. LIMITACIONES

El Plan de Estrategia Publicitaria 2017 de la Región Callao, en el marco de la Ley N° 28874 – Ley que Regula la Publicidad Estatal, presenta las siguientes limitaciones:

- La entidad no podrá erogar recursos presupuestarios en acciones proselitistas





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Signature]

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2032 Fecha: 17 JUL. 2017

MEDIO	TIPO DE AVISO	CANTIDAD	TOTAL
-------	---------------	----------	-------

PRENSA ESCRITA	AVISOS	247	2'931.813
	Sub Total	247	2'931.813

RADIO	SPOTS	180	203,904
	SPOTS	180	309,042
	Sub Total	360	512,946

VIII.I CRONOGRAMA

TELEVISIÓN	AVISOS	120	1'860,529
	AVISOS	104	1'897.470
	AVISOS	176	489,822.72
	AVISOS	48	927,480
	Sub Total	448	5'175,302

TOTAL CAMPAÑAS	8'620,061
-----------------------	------------------




206
27



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CAMPAÑAS	MEDIO DE COMUNICACIÓN		
	RADIO	DIARIOS	TV
Festival Gastronómico			
25 Cámaras de Vigilancia de última generación Full HD - Zona Sur		X	
Villa Deportiva Regional		X	
Relación de obras inauguradas durante el mes de Marzo		X	
Campaña de Costa Verde del Callao	X	X	
CIBERBUS Clase de Computación gratis		X	
Inauguración del Puesto de Vigilancia Vecinal	X	X	X
Relación de obras inauguradas durante el mes de Abril		X	
Lanzamiento Costa Verde del Callao	X	X	X
Obras Inauguradas durante el mes de Mayo		X	
Inauguración de Cámaras Biométricas	X	X	X
Obras inauguradas durante el mes de Junio		X	
Inauguración Costa Verde del Callao	X	X	X
Obras inauguradas durante el mes de Julio		X	
Actividades programadas por Aniversario de Autonomía Política del Callao		X	
Festival Internacional Chim Pum Callao	X	X	
Obras Inauguradas durante el mes de Agosto		X	
Temporada Villa Deportiva Regional		X	
Obras Inauguradas durante el mes de Setiembre		X	
Obras Inauguradas durante el mes de Octubre		X	
Obras Inauguradas durante el mes de Noviembre		X	
Obras Inauguradas durante el mes de Diciembre		X	


 JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
 SECRETARIO ALTERNATIVO
 GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N°: 205 Fecha: 17 JUL. 2017





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS A EJECUTARSE EN EL 2017

> FESTIVAL GASTRONOMICO

INFORMACIÓN GENERAL

El 29 de enero del presente se llevó a cabo la edición Festival Gastronómico "Callao en su punto", el festival gastronómico que busca poner en valor la comida chalaca y fomentar el turismo en el Primer Puerto. Con la participación de más de 30 expositores de los diversos distritos del Callao, quienes ofrecerán entre otros potajes – el tradicional ceviche, pan con pejerrey, causas, jaleas, chicharrón, cau cau de mariscos, pollo al cilindro, papa rellena, anticuchos, y postres, con la presencia de algunos restaurantes, quienes se hacen presente con su stand.

UBICACIÓN

Plaza Santa Rosa de Chucuito, desde el medio día

BENEFICIOS

El Festival Gastronómico "Callao en su Punto" busca beneficiar a la población chalaca del primer puerto, dando a conocer los lugares y puntos estratégicos del Callao, a fin de fomentar el Turismo en el Primer Puerto Chalaco.

> INAUGURACIÓN DE 25 CAMARAS DE VIGILANCIA

INFORMACIÓN GENERAL

Poner a disposición de los vecinos de Callao una Central de video vigilancia con más de 25 cámaras colocadas estratégicamente en las zonas de mayor ocurrencia de robos, asaltos, pandillaje, peleas callejeras. Este centro contará con monitores para observar en tiempo real todo lo que capten las cámaras. Esto permitirá a la policía y a la Guardia Regional acudir rápidamente al lugar donde se produce algún hecho delictivo o que altere el orden público.

UBICACIÓN

Zona estratégica de Callao Cercado.

BENEFICIOS

- Con el apoyo de la Policía Nacional, continuar la lucha contra la delincuencia y reducir los hechos delictivos en esa zona del Callao.
- Identificar los puntos de venta de droga y poner a disposición de las autoridades a los micro comercializadores de estupefacientes en esa zona del Callao.
- Gracias a la seguridad y el orden estaremos mejorando la calidad de vida de las familias del Callao.





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Handwritten signature]

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2019

➤ **TEMPORADA DE LA VILLA DEPORTIVA**

INFORMACIÓN GENERAL

La Villa Deportiva Regional es un complejo deportivo que cuenta con una moderna infraestructura donde se enseña y promueve la práctica de 20 disciplinas deportivas con el apoyo de grandes deportistas nacionales y extranjeros.

Dentro de la Villa Deportiva del Callao funciona la primera clínica de deporte en el Perú, las clases son gratuitas y solo se realiza un pago único por derecho de inscripción; cada participante podrá inscribirse hasta en dos disciplinas deportivas.

UBICACIÓN

Av. Guardia Chalaca S/N Cdra. 22 Distrito de Bellavista

BENEFICIOS

- Incentivar la práctica del deporte entre los niños, jóvenes y adolescentes, a fin de alejarlos de la violencia y de los vicios.
- Ser un semillero de deportistas que con el tiempo puedan representar a nuestro país en competencias internacionales.
- Las modernas instalaciones de la Villa Deportiva servirán como sede de competencias nacionales e internacionales.

➤ **RELACIÓN DE OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE MARZO**

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao.

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.



203
19



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

> LANZAMIENTO COSTA VERDE DEL CALLAO

INFORMACIÓN GENERAL

Esta vía tendrá una extensión aproximada de 5 km; seis carriles (3 de ida y 3 de vuelta) que serán construidos sobre un relleno de terreno ganado al mar y protegido de la acción del oleaje por un enrocado de protección y dos enlaces viarios ubicados uno en la Av. Santa Rosa y otro en la Av. Haya de La Torre, los cuales están conformados por rampas de acceso, viaductos sobre la vía y pasos a desnivel en la intersección con la Av. Costanera. Así mismo se pavimentarán en concreto asfáltico más de 150 mil metros cuadrados de vía y 21 mil metros cuadrados de ciclo vías y veredas.

Adicionalmente se realizará la recuperación arquitectónica de la playa Carpayo, en el distrito de La Punta, con la construcción de un área recreativa que incluye zonas verdes, áreas deportivas y de actividades náuticas.

UBICACIÓN

Ubicado en la Provincia Constitucional del Callao e inicia en el Jr. Virú (límite de los distritos la Perla y San Miguel) hasta la intersección de la Av. Buenos Aires con Jr. Chanchamayo en el distrito de La Punta.

BENEFICIOS:

- La vía formará parte del acceso principal al 2º. Terminal del Aeropuerto Jorge Chávez.
- La vía unirá los distritos de Chorrillos y La Punta en tan sólo 25 minutos, contribuyendo a la reducción de la contaminación originada por el tránsito vehicular.
- Impulso al intercambio comercial entre Lima y el Callao, creando una vía de acceso directo al primer puerto y a la zona turística de la Punta.
- Mayores oportunidades de trabajo que contribuirán a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región.
- Recuperación de áreas que actualmente son degradadas y utilizadas como botaderos clandestinos de desmonte, brindando así un espacio limpio para el sano esparcimiento familiar.
- Mejoramiento del área de influencia, aumentado así su valor inmobiliario.
- Generación de empleo directo e indirecto en la zona de influencia.

> CIBERBUS

INFORMACIÓN GENERAL

Programa CIBERBUS, promovido y ejecutado desde hace un año y medio por el Gobierno Regional, mediante dos unidades de transporte itinerante y acondicionada como salones y tiene una capacidad de 25 alumnos por clase, se imparte gratuitamente conocimientos de computación y manejo de internet, el curso dura un mes, al final los alumnos aprobados reciben una certificación de la Universidad del Callao. Tras ello el bus va a otro barrio.





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Handwritten signature]

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

UBICACIÓN

Región Callao (recorre todas las zonas)

BENEFICIO

Dos ómnibus convertidos en salones de clase recorren diversas zonas del Callao y benefician a jóvenes y adultos mayores que desean manejar una computadora, se imparte clases de computación y manejo de internet.

➤ **INAUGURACIÓN DE PUESTO VIDEO VIGILANCIA**

INFORMACIÓN GENERAL

Poner a disposición de los vecinos del Callao Cercado, una central de video vigilancia con más de 20 cámaras colocadas estratégicamente en las zonas de mayor ocurrencia de robos, asaltos, pandillaje, peleas callejeras, las 24 horas del día. Este centro contará con monitores para observar en tiempo real todo lo que capten las cámaras. Esto permitirá a la policía y a la Guardia Regional acudir rápidamente al lugar donde se produce algún hecho delictivo o que altere el orden público.

UBICACIÓN

Dar a conocer a la población del Callao la implementación de las cámaras video vigilancia en Zona estratégica de Callao Cercado.

BENEFICIOS

- Con el apoyo de la Policía Nacional, continuar la lucha contra la delincuencia y reducir los hechos delictivos en esa zona del Callao.
- Identificar los puntos de venta de droga y poner a disposición de las autoridades a los micros comercializadores de estupefacientes en esa zona del Callao.
- Con seguridad y el orden estaremos mejorando la calidad de vida de las familias del Callao.

➤ **RELACIÓN DE OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE ABRIL**

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1



201
T



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

John Carlos Gonzales Rosas
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2037 Fecha:

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao. 17 JUL. 2017

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.

> LANZAMIENTO COSTA VERDE DEL CALLAO

INFORMACIÓN GENERAL

Esta nueva vía tendrá una extensión aproximada de 5 km; seis carriles (3 de ida y 3 de vuelta) que serán construidos sobre un relleno de terreno ganado al mar y protegido de la acción del oleaje por un enrocado de protección y dos enlaces viarios ubicados uno en la Av. Santa Rosa y otro en la Av. Haya de La Torre, los cuales están conformados por rampas de acceso, viaductos sobre la vía y pasos a desnivel en la intersección con la Av. Costanera. Así mismo se pavimentarán en concreto asfáltico más de 150 mil metros cuadrados de vía y 21 mil metros cuadrados de ciclo vías y veredas.

Adicionalmente se realizará la recuperación arquitectónica de la playa Carpayo, en el distrito de La Punta, con la construcción de un área recreativa que incluye zonas verdes, áreas deportivas y de actividades náuticas.

UBICACIÓN

Ubicado en la Provincia Constitucional del Callao e inicia en el Jr. Virú (límite de los distritos La Perla y San Miguel) hasta la intersección de la Av. Buenos Aires con Jr. Chanchamayo en el distrito de La Punta.

BENEFICIOS:

- La vía formará parte del acceso principal al 2º. Terminal del Aeropuerto Jorge Chávez.
- La vía unirá los distritos de Chorrillos y La Punta en tan sólo 25 minutos, contribuyendo a la reducción de la contaminación originada por el tránsito vehicular.
- Impulso al intercambio comercial entre Lima y el Callao, creando una vía de acceso directo al primer puerto y a la zona turística de la Punta
- Mayores oportunidades de trabajo que contribuirán a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región.
- Recuperación de áreas que actualmente son degradadas y utilizadas como botaderos clandestinos de desmonte, brindando así un espacio limpio para el sano esparcimiento familiar.
- Mejoramiento del área de influencia, aumentado así su valor inmobiliario.



200
18



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

➤ **RELACIÓN DE OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE MAYO**

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao.

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.

INAUGURACIÓN DE CÁMARAS BIOMÉTRICAS

INFORMACIÓN GENERAL

Este nuevo lote de cámaras de video vigilancia los principales ingresos vehiculares a la Región Callao contarán con equipos de identificación biométrica que permitirán a la Policía controlar, de manera virtual y eficiente, el ingreso al primer puerto de requisitorizados o vehículos robados para su inmediata intervención.

UBICACIÓN

Estos modernos equipos de video vigilancia estarán instalados en los 14 ingresos que tiene el Callao por las avenidas Costanera, La Paz, La Marina, Venezuela, Colonial hasta la Carretera Pan americana Norte.

BENEFICIOS

- Contribuirá a mejorar los resultados positivos alcanzados tras la declaratoria de emergencia en el primer puerto que reveló que la cifra de muertes por armas de fuego en la Provincia Constitucional se redujo de enero a setiembre en 26 %, con relación al mismo periodo del año 2015.
- Permitirán, en tiempo real, leer las placas de los vehículos, así como identificar los rostros de sus ocupantes, por lo que las intervenciones se podrán hacer de manera inmediata.
- Continuará con el plan Cerco Seguro que el Gobierno Regional del Callao está trabajando con la Policía Nacional para combatir la delincuencia en el primer puerto.



199
17



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNATIVO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038. Fecha: 7 JUL 2017

➤ RELACIÓN DE OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE JUNIO

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao.

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.

INAUGURACIÓN COSTA VERDE DEL CALLAO

INFORMACIÓN GENERAL

Esta nueva vía tendrá una extensión aproximada de 5 km; seis carriles (3 de ida y 3 de vuelta) que serán construidos sobre un relleno de terreno ganado al mar y protegido de la acción del oleaje por un enrocado de protección y dos enlaces viarios ubicados uno en la Av. Santa Rosa y otro en la Av. Haya de La Torre, los cuales están conformados por rampas de acceso, viaductos sobre la vía y pasos a desnivel en la intersección con la Av. Costanera. Así mismo se pavimentarán en concreto asfáltico más de 150 mil metros cuadrados de vía y 21 mil metros cuadrados de ciclovías y veredas.

Adicionalmente se realizará la recuperación arquitectónica de la playa Carpayo, en el distrito de La Punta, con la construcción de un área recreativa que incluye zonas verdes, áreas deportivas y de actividades náuticas.

UBICACIÓN

Ubicado en la Provincia Constitucional del Callao e inicia en el Jr. Virú (límite de los distritos la Perla y San Miguel) hasta la intersección de la Av. Buenos Aires con Jr. Chanchamayo en el distrito de La Punta.



198



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

[Signature]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038. Fecha: 17 JUL. 2017

BENEFICIOS:

- La vía formará parte del acceso principal al 2º. Terminal del Aeropuerto Jorge Chávez.
- La vía unirá los distritos de Chorrillos y La Punta en tan sólo 25 minutos, contribuyendo a la reducción de la contaminación originada por el tránsito vehicular.
- Impulso al intercambio comercial entre Lima y el Callao, creando una vía de acceso directo al primer puerto y a la zona turística de la Punta.
- Mayores oportunidades de trabajo que contribuirán a mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región.
- Recuperación de áreas que actualmente son degradadas y utilizadas como botaderos clandestinos de desmonte, brindando así un espacio limpio para el sano esparcimiento familiar.
- Mejoramiento del área de influencia, aumentado así su valor inmobiliario.

➤ **RELACIÓN DE OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE JULIO**

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao.

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.

➤ **ACTIVIDADES PROGRAMADAS POR ANIVERSARIO DE AUTONOMÍA POLÍTICA DEL CALLAO**

INFORMACIÓN GENERAL

El Callao fue fundada por los colonizadores españoles en 1537, sólo dos años después de Lima (1535). Pronto se convirtió en el principal puerto para el comercio español en el Pacífico. El origen de su nombre es desconocido, tanto la India (especialmente Yunga, o la costa peruana) y fuentes españolas se acreditan, pero lo cierto es que se le conocía por ese nombre desde 1550.





CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS

FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

A la altura del Virreinato, prácticamente todos los bienes producidos en el Perú, Bolivia y Argentina se llevaron a través de los Andes a lomo de mula hasta el Callao, para ser enviado a Panamá, llevado por tierra, y luego transportados a España, vía Cuba.

El 20 de agosto de 1836, durante la Confederación Perú-Boliviana, el presidente Andrés de Santa Cruz dispuso la creación de la Provincia Litoral del Callao (Provincia Litoral del Callao del), que tiene autonomía política en sus asuntos internos. Durante el gobierno del presidente Ramón Castilla, Callao se le dio el nombre de Provincia Constitucional (Provincia Constitucional), el 22 de abril 1857, antes de eso, Callao tenía el nombre de la provincia del Litoral. Todas las otras provincias peruanas habían dado sus nombres por la ley, mientras que el Callao fue dado por mandato constitucional.

UBICACIÓN

Región Callao.

BENEFICIOS

- Informar a la población chalaca y nacional de las actividades culturales, artísticas. Sociales y otros eventos que se realizarán durante el de aniversario del Callao.

➤ FESTIVAL INTERNACIONAL CHIMPUM CALLAO

INFORMACIÓN GENERAL

El Callao, culturalmente, ha sido el crisol donde se recibió una de las corrientes culturales más importantes del siglo XX. Su situación de puerto condicionó la introducción de la música Salsa directamente del Caribe. La Salsa y todo lo que concierne a esta cultura en el Perú tiene que remitir necesariamente al Callao, en donde es el género más difundido y predominante, y define el carácter mismo de esta ciudad. Un personaje querido e hijo ilustre de la ciudad fue y todavía es Héctor Lavoe el cual tiene un monumento a su memoria en pleno corazón del Callao.

El Festival Internacional de la Salsa "Chim Pum Callao" se organiza cada año con el auspicio del Gobierno Regional de El Callao.

UBICACIÓN:

Estadio Miguel Grau del Callao

BENEFICIOS

- Festival internacional, entradas a precios populares que permite momentos de sana diversión para el pueblo chalaco.
- Durante el mes de agosto los ojos de los amantes de la música afro latina, caribeña, americana están puesto sobre el Callao lo que permite atraer el turismo a la Región.





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

➤ **RELACIÓN DE OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE AGOSTO**

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao.

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.

➤ **TEMPORADA DE LA VILLA DEPORTIVA**

INFORMACIÓN GENERAL

La Villa Deportiva Regional es un complejo deportivo que cuenta con una moderna infraestructura donde se enseña y promueve la práctica de 20 disciplinas deportivas con el apoyo de grandes deportistas nacionales y extranjeros.

Dentro de la Villa Deportiva del Callao funciona la primera clínica de deporte en el Perú, las clases son gratuitas y solo se realiza un pago único por derecho de inscripción; cada participante podrá inscribirse hasta en dos disciplinas deportivas.

UBICACIÓN

Av. Guardia Chalaca S/N Cdra. 22 Bellavista

BENEFICIOS

- Incentivar la práctica del deporte entre los niños, jóvenes y adolescentes, a fin de alejarlos de la violencia y de los vicios.
- Ser un semillero de deportistas que con el tiempo puedan representar a nuestro país en competencias internacionales.
- Las modernas instalaciones de la Villa Deportiva servirán como sede de competencias nacionales e internacionales.





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Handwritten signature]

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

➤ **OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE SEPTIEMBRE**

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao.

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.

➤ **OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE OCTUBRE**

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao.

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.



194



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: _____

17 JUL. 2017

➤ **OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE NOVIEMBRE**

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao.

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.

➤ **OBRAS INAUGURADAS DURANTE EL MES DE DICIEMBRE**

Información general

El Gobierno Regional del Callao en el marco de sus competencias y funciones viene formulando y ejecutando proyectos de inversión pública en beneficio de la población chalaca los cuales se encuentran programados en el presupuesto institucional, según Anexo 1

UBICACIÓN:

Dar a conocer los lugares en los cuales se encuentra ubicada la ejecución de los proyectos en beneficio de la población que habita en la provincia constitucional del Callao.

BENEFICIOS:

Dar a conocer los beneficios que traen para la población chalaca la ejecución de proyectos y obras de infraestructura.





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N.º 2038 Fecha: 17 MAR 2017

Anexo 1°

Relación de Proyectos de Inversión programados para su publicación, dando a conocer a la población que habita en la Provincia Constitucional del Callao los beneficios de su ejecución:

- 48520 Construcción de la Vía Costa Verde Costanera tramo Callao.
- 211731 Mejoramiento de las calles del A.H. María Jesús Espinoza Distrito de Ventanilla, Provincia del Callao, Región Callao.
- 161821 Construcción de pistas y veredas en el A. H. Los Cedros Primera Etapa Distrito de Ventanilla –Callao-Callao.
- 211792 Mejoramiento de calles del A.H. José Olaya Balandra, Distrito de Ventanilla-Callao-Callao.
- 207464 Mejoramiento de calles en el AA.HH. Virgen de Guadalupe Distrito de Ventanilla Provincia del Callao-Callao.
- 97241 Rehabilitación de pistas y veredas en la Zona Sur del Callao, Provincia del Callao-Callao.
- 200802 Mejoramiento del AA.HH. Ampliación A- Ventanilla Alta Distrito , Provincia del Callao – Región Callao.
- 232981 Mejoramiento de las calles en el AA.HH. Monte Sion, Distrito de Ventanilla, Provincia del Callao, Región Callao.
- 106849 Construcción de pistas y veredas en el A.H. Lomas, Distrito de Ventanilla, Callao.
- 64419 Construcción de muro de contención A.H. Kumamoto, Provincia del Callao-Callao Provincia Constitucional.
- 143140 Construcción y Equipamiento del Centro de Salud José Olaya Callao.
- 232190 Mejoramiento del Servicio de Salud Bocanegra I-3 de la Micro red Sesquicentenario del Distrito de Callao, Provincia del Callao-Región Callao
- 237953 Mejoramiento del Servicio de Salud en el Centro de Salud Aeropuerto I-2de la Micro red Aeropuerto del Distrito de Callao, Distrito de Callao-Callao.
- 258480 Mejoramiento de la Infraestructura Deportiva en la zona Ventanilla Centro – Distrito de Ventanilla –Callao





CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038. Fecha: 17 JUL. 2017

- 264157 Mejoramiento de la Infraestructura Deportiva en la Zona Pachacutec, Distrito de Ventanilla –Callao
- 281512 Mejoramiento de la Infraestructura Deportiva en la Zona Norte del Callao, Distrito del Callao-Callao.
- 180344 Instalación del Servicio Educativo del Instituto Superior Tecnológico Público del Callao, Distrito de Bellavista –Región Callao.
- 223144 Mejoramiento del Servicio Educativo en la IEI N° 82 Pastorcitos de Oquendo – A.H. Oquendo –Callao-Callao.
- 225924 Mejoramiento del Servicio de Educación Primaria de la IE 5130-4Chavinillo en el AA-HH- Chavinillo, Distrito de Ventanilla, Callao.
- 250023 Ampliación y Mejoramiento del Servicio Educativo en la Institución Educativa Inicial N° AA. HH. Keiko Sofía, Ventanilla- Callao.
- 250389 Ampliación del Mejoramiento del Servicio Educativo en la Institución Educativa Inicial N° 148 AA. HH. 7 de Junio y CCPP Confraternidad-Ventanilla –Callao.
- 251665 Ampliación y Mejoramiento del Servicio Educativo en la IEI N° 142 AA.HH. Pachacutec – Sector B Ventanilla –Callao –Callao.
- 251982 Ampliación y Mejoramiento del Servicio Educativo en la IEI N° 149 AA. HH. AVIMAPA Ventanilla – Callao –Callao
- 254002 Ampliación y Mejoramiento del Servicio Educativo en la IEI N° 150 CCPP El Mirador –Nuevo Pachacutec – Ventanilla- Callao.
- 2263027 Mejoramiento del Servicio Educativo del Nivel Inicial de la IEI N° 162 en el AA.HH. Carlos García Ronceros, en el Proyecto Especial Nuevo Pachacutec Ventanilla, Provincia Constitucional del Callao
- 2265630 Mejoramiento del Servicio Educativo del Nivel Inicial de la IEI N° 136 Niños de María en el AA. HH. Sarita Colonia, Distrito del Callao, Provincia Constitucional del Callao.
- 2269578 Mejoramiento de la Capacidad Productora de Servicios Educativos en la IEI N° 1161 Distrito Mi Perú –Provincia Constitucional del Callao.



19/182



CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2020. Fecha: 17 JUL. 2017

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

- 2271603 Mejoramiento de la Capacidad Productora de Servicios Educativos en la IEI N° 159 Distrito Mi Perú – Provincia Constitucional del Callao:
- 2265066 Mejoramiento del Servicio Educativo del Nivel Inicial de la IEI N° 68 Paz y Amor, en el Distrito de La Perla, Provincia Constitucional del Callao.
- 2280932 Mejoramiento del Servicio Educativo del Nivel Secundaria de la IE N° 5077, José Faustino Sánchez Carrión, Distrito de Ventanilla, Provincia Constitucional del Callao
- 2265042 Mejoramiento del Servicio Educativo de Nivel Secundaria de la IE 507, José Faustino Sánchez Carrión, Distrito de Ventanilla, Provincia Constitucional del Callao
- 2263574 Mejoramiento del Servicio Educativo del Nivel Inicial de la IE N° 98 Niño Jesús de Praga, AA. HH. Márquez, Distrito CALLAO, Provincia Constitucional del Callao.
- 155802 Sustitución y Equipamiento de la IEI N° 63 Pasitos de Jesús –Callao –Callao.
- 204106 Mejoramiento del Servicio Educativo Inicial de la IEI N° 140, en el AA.HH. El Golfo, Distrito de Ventanilla, Provincia Constitucional del Callao, Región Callao.

Nota:

Cabe precisar que esta información es susceptible de ser modificada





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

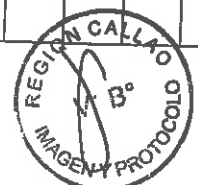
[Handwritten Signature]

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

La programación para la implementación de las campañas publicitarias es la que a continuación se detalla:

CAMPAÑAS PPUBLICITARIAS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Festival Gastronómico Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Ubicación: Plaza Santa Rosa Chucuito Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda y Relación del Anexo N° 1	X											
Inauguración de 25 Camarás de vigilancia de última generación Full H D Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Ubicación: Zona Sur Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda		X										
Temporada Villa Deportiva Regional Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Ubicación: Av. Guardia Chalaca s/n Cdra 22 Bellavista Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda			X									
Obras inauguradas durante el mes de marzo Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda y Relación del Anexo N° 1			X									
Campaña de Costa Verde del Callao Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Ubicación: Límites de los Distritos de La Perla y San Miguel Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda y			X									
Ciberbus Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Ubicación: diferentes puntos de región Callao Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda y Relación del Anexo N° 1			X									
Inauguración del Puesto de Vigilancia Vecinal Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Ubicación: Callao cercado Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda y Relación del Anexo N° 1			X									
Obras inauguradas durante el mes de abril Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda y Relación del Anexo N° 1			X									
Lanzamiento de Costa Verde del Callao Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda				X								
Obras inauguradas durante el mes de mayo Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda y Relación del Anexo N° 1				X								
Inauguración de Camarás Biométricas Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Ubicación: Principales Av. del Callao Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda					X							
Obras inauguradas durante el mes de junio Dar a conocer a la población chalaca, las actividades y/o proyectos que realiza el GRC. Selección de Medios: Escrito, Radio, TV. U.O.: Según demanda y Relación del Anexo N° 1					X							





GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

PLAN DE MEDIOS 2017



Plan de Medios

2017

Oficina de Imagen
Institucional y Protocolo-
GORE CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

INFORME TECNICO Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

Presentación

La Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, es el órgano encargado de desarrollar estrategias de Imagen, Protocolo, Relaciones Públicas y Prensa del Gobierno Regional del Callao, se diseña y programa campañas de Publicidad de las actividades que realizan las diferentes áreas del GRC, incidiendo en mejorar la Calidad de Vida de los Habitantes de la Provincia Constitucional del Callao, siendo la oficina responsable del seguimiento y análisis, para una efectiva estrategia publicitaria del Plan de Medios.

Objetivo

El objetivo de la campaña es informar sobre las obras, actividades y proyectos que viene desarrollando o ejecutando el Gobierno Regional del Callao con respecto al Mejoramiento de la infraestructura educativa, vial, entre otras obras; así como los programas y campañas sociales que se realizarán para mejorar la calidad de vida de la población; campañas que se desarrollará en los diferentes medios de comunicación que tengan cobertura tanto en la Provincia Constitucional del Callao como en Lima Metropolitana y a nivel Nacional.

Articulación con el Plan de Estrategia Publicitaria

El Objetivo del presente Plan de Medios se desarrollará dentro del marco del objetivo específico del Plan de estrategia Publicitaria 2017: "Garantizar el aprendizaje interinstitucional y la Sostenibilidad de la Gestión", teniendo presente los siguientes objetivos:

1. Asegurar las transferencias informativas en el diseño de los mensajes de las campañas publicitarias de las actividades y/o proyectos.
2. Optimizar los recursos al gasto de publicidad del Gobierno Regional del Callao, mediante el diseño y la ejecución de las campañas publicitarias con alta efectividad.
3. Programas en forma oportuna el requerimiento de los servicios de publicidad.
4. Fortalecer la gestión institucional del Gobierno Regional del Callao.





JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

Marco Legal

- Ley 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal
- Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado
- Ley N° 30225 Ley de Contrataciones del Estado, modificada por D.L. N° 1341 y su modificatoria efectuada mediante D. S. N° 056-2017-EF
- Decreto Supremo N° 056-2017-EF – Modifica el Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado, aprobado mediante DS N° 350-2015-EF.
- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General
- Ley N° 30518, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2017

Medios de Comunicación

La estrategia publicitaria como herramienta de apoyo se implementa para la difusión de las obras y/o actividades que ejecuta el Gobierno Regional del Callao, siendo la televisión como el medio de mayor alcance en difusión en los hogares a nivel Provincial y Nacional.

La radio llega a un gran número de población urbana, lo que la convierte junto a la televisión en los medios de mayor alcance del país según reconocidas encuestadoras.

Los medios escritos son informativos y con una gran ventaja, ellos son leídos no solo por la persona que lo adquiera sino por aproximadamente 5 personas más lo que multiplica el valor del impacto de la publicidad que la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo desea difundir, es además un medio de comunicación que llega a todos los sectores de la población en la Provincia Constitucional del Callao.

Pautas Informativas

Según el alcance y cobertura se elaboraran pautas informativas para los diferentes medios de información.

Para el caso de la televisión, para pautear avisos comerciales o publicitarios, se evaluarán los programas con mayor rating. Para la publicidad en medios radiales se tendrá en cuenta las emisoras con mayor audiencia (promedio ½ hora).

Para los medios escritos se tendrá como referencia el de mayor circulación, nivel de lectoría y alcance para asegurar de esta forma el éxito de la publicidad.

Es preciso señalar que también se realizarán publicaciones en los diferentes medios locales y regionales por ser medios de comunicación que llegan a un público objetivo diferente, donde se encuentra informaciones de carácter local muy importantes para los pobladores de los distritos de la Provincia Constitucional del Callao.



CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2037 Fecha: 17 JUL. 2017

Especificaciones Técnicas

Con respecto al resumen de la inversión total por tipo de publicidad se han corregido los costos según la capacidad presupuestaria del Gobierno Regional del Callao correspondiente a la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, según el Plan de Estrategia Publicitaria 2017.

La Oficina de Imagen Institucional y Protocolo coordinará con los demás órganos, la publicación de los contratos de publicidad con los diferentes medios de comunicación para que se coloquen en el Portal web de Transparencia de la Institución, tal como lo precisa la Ley que regula la publicidad estatal Ley N° 28874, en su artículo 6.

Se puede apreciar en el presente Plan de Medios se ha colocado información al detalle (público objetivo, nivel de cobertura, nivel de ratings, etc.) y cuadros de algunos medios de comunicación, los cuales se pueden tomar como herramienta de trabajo para la realización de la futuras campañas publicitarias del Gobierno Regional del Callao y obtener el Impacto esperado en los distintos segmentos poblacional de la Provincia Constitucional del Callao.

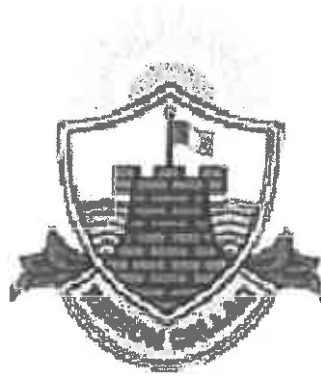
Evaluación de la Campaña

La evaluación de las diferentes campañas publicitarias se realizará la segunda o tercera semana posterior a la culminación de la difusión de la publicidad, para ello se realizará una encuesta, focus group y/o estudio de rating, audiencia y lectoría que brindan empresas especializadas en sondeos, según constan en el Plan de Estrategia Publicitaria 2017. Asimismo, se tomará en cuenta las recomendaciones técnicas realizadas por la Oficina de Racionalización y Estadística, a través del Informe N° 017-2017-GRC/GRPPAT/ORE-FSR.


GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
JOHNNY MARAVI ZEGARRA
Oficina de Imagen Institucional y Protocolo



GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO



PLAN DE MEDIOS DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS MEDIOS ESCRITOS TELEVISIVOS, EMISORAS RADIALES Y OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

2017




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

INTRODUCCION

El Gobierno Regional del Callao, a través de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, desarrollara campañas publicitarias de Imagen con el fin de dar a conocer a la población chalaca de las actividades que viene desarrollando la Institución en favor de esta.

Es Misión del Gobierno Regional del Callao organizar y conducir la gestión pública regional de acuerdo a sus competencias exclusivas, compartidas y delegadas en el marco de las políticas nacionales y sectoriales para contribuir al desarrollo integral y sostenible de la región. Además, dentro de los objetivos estratégicos propuestos, podemos señalar los siguientes: Desarrollo Turístico; Desarrollo Científico, Educativo y Cultural; Desarrollo de la Salud y Nutrición; Seguridad Ciudadana, entre otros.

OBJETIVO

La publicidad social se plantea objetivos no comerciales; no busca estimular la compra de ningún producto o servicio sino producir un efecto en la sociedad que se refleje, a mediano o largo plazo, en un cambio de actitud hacia un mayor y mejor desarrollo social.

Siendo uno de los objetivos del Gobierno Regional del Callao organizar y conducir la gestión pública regional de acuerdo a sus competencias exclusivas, compartidas y delegadas en el marco de las políticas nacionales y sectoriales para contribuir al desarrollo integral y sostenible de la región, es importante que la ciudadanía chalaca en general conozca las obras de infraestructura en materia de educación, seguridad, salud, deporte, transportes; entre otros, que benefician directamente a toda la región Callao.

Por ello de la importancia de realizar campañas de publicidad que contribuyan a informar a la ciudadanía chalaca y promover su activa participación en los programas y proyectos que lleva a cabo el Gobierno Regional del Callao.

Las referidas campañas deben destacar las grandes obras de infraestructura en materia de educación, salud, seguridad, modernidad además de los atractivos turísticos, la gastronomía y otras costumbres que sean motivo de orgullo para todos los chalacos. Igualmente deben informar al ciudadano chalaco de las diferentes campañas y/o actividades de salud, educativas, viales, culturales y sociales entre otras que realiza la Institución.

GRUPOS OBJETIVOS:

Hombres y Mujeres entre 18 a + de los Niveles Socio Económico ABCDE

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), reveló que al 19 de agosto de 2016, la población de la Provincia Constitucional del Callao cuenta con 1028,144 habitantes distribuidos en los distritos de Bellavista, Callao, Carmen de la Legua Reynoso, La Perla, La Punta, Ventanilla y el recientemente creado Mi Perú; mediante Ley N° 30186 del 05 de mayo del presente año.




GRAFICO N° 01

Población de los Distritos de la Población Constitucional del Callao

ÁMBITO GEOGRAFICO	Total
TOTAL	1028144
Cercado Callao	406760
Bellavista	71859
Carmen de la Legua Reynoso	40765
La Perla	58917
La Punta	3270
Ventanilla	385596
Mi Perú	60977

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 7 JUL 20

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población al - 2016.

FUENTES DE INFORMACION

Estudios vigentes realizados por la empresa Media Research Perú SAC (Kantar Media Research) realizado durante el mes de Febrero del 2017 sobre el Informe General de Lectoría de Diarios, Suplementos y Revistas Pagadas y Gratuitas –MRP

Para el caso de las emisoras radiales se tomará en cuenta el estudio realizado en Octubre del 2016 por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C. – CPI.

Para el caso de torres unipolares, paneles, carteleras y otros se tomará en cuenta la ubicación de éstos.

ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS

Formulación de un Plan de Medios, el cual estará basado en la siguiente estrategia:

- ❖ **Selección de Medios:** Los medios de comunicación seleccionados serán los de mayor nivel de rating, audiencia y lectoría dentro de la población objetivo.
- ❖ **Distribución efectiva de la pauta publicitaria** La que se realizará, de acuerdo a la calificación de los medios, considerando la movilidad por grupos sociales, identificando sus actividades laborales, (es importante considerar en la distribución los niveles de audiencia) lo que va permitir que la cobertura en el segmento objetivo sea más efectiva.

Es importante señalar que para lograr una mejor difusión de nuestra campaña es necesario el uso todos los medios de comunicación a nuestro alcance e0s por ello de la importancia de las torres unipolares, paneles, clips o paletas, mini polar, tótem, carteleras, entre otros elementos publicitarios ubicados estratégicamente en las principales calles y avenidas del Callao y todos



los distritos de Lima donde se asegure que la publicidad y los mensajes de nuestra campaña publicitaria sea vista por miles de personas diariamente.

Sustento Campaña

En base al consolidado de los estudios vigentes realizados por la empresa Media Research Peru SAC (Kantar Media Research) en el mes de Febrero del 2017 sobre el Informe General de Lectoría de Diarios, Suplementos y Revistas Pagadas y Gratuitas -MRP; nos indica que los diarios de la Editora El Comercio (Comercio, Trome, Perú 21, Depor, Publometro) ocupan los cinco primeros lugares en el ranking de lectoría; logrando un promedio de alcance de lunes a viernes 46.37% de lectoría; en tanto que los sábados logra 48.91%; mientras que los domingos el promedio alcanza el 50.19% de alcance neto en sus cuatro diarios.

En tanto que la Empresa Periodística Nacional S.A. que agrupa a los diarios Correo, Ojo y Bocón; obtiene aproximadamente un 12.32% de lectoría de lunes a viernes.; los sábados alcanza 8.96.43 en tanto que los domingo el alcance de lectoría es de 7.91%.

Por su parte Grupo La República (La República, El Popular, Líbero) alcanza el 6.13 % de lunes a viernes; los sábados logra 5.6 % y los domingos llega al 4.2% de alcance.

Otros periódicos, entre los que están incluidos Ediciones Montecristo (La Razón, Chino, Men, Todo Sport) Editora Síndesa (Expreso y Extra), Exitosa, La karibeña Diario Uno, Diario 16, El País, entre otros) agrupan un menor porcentaje de lectores tanto de lunes a viernes como los días sábado y domingo.

Es importante señalar que los si bien es cierto los estudios realizados por la referida empresa señalan como ámbito geográfico Lima Metropolitana estos incluyen todos los distritos de la Provincia Constitucional del Callao, puesto que los diarios que circulan en Lima también se distribuyen en toda la Provincia Constitucional del Callao.

Para el caso de las emisoras radiales se tomó en cuenta el estudio realizado en Octubre del 2016 por la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C. - CPI.

Así tenemos que de una audiencia promedio por ½ hora; Radio Programas del Perú RPP lidera el ranking con 1.4 puntos, seguido por radio Moda y La Karibeña con 1.2 puntos cada uno, el cuarto lugar es ocupado por radio felicidad con 0.9 puntos, seguido por La Inolvidable, Nueva Q FM, Radiomar Plus y radio La Kalle con el 0.8 puntos cada uno.

Por su parte radio La Zona, Panamericana y ritmo Romántica obtienen el 0.7 puntos del nivel de audiencia radial respectivamente.

Con la finalidad de cubrir a la población objetiva para la campaña se han seleccionado a los diarios con mayor nivel de lectoría y alcance así como la radio con mayor audiencia.

SOBRE EL MENSAJE A TRANSMITIR

Se considerará los mensajes de acuerdo a las campañas que serán requeridas por el gobierno regional del callao, estas pueden cambiar y/o variar según la necesidad de los mismos.

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017



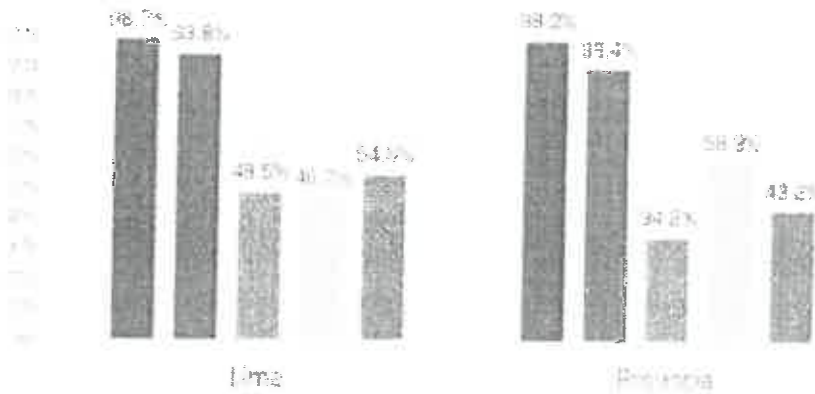
[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: _____

17 JUN 2017

SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

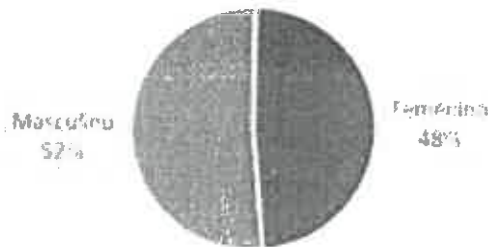
La Televisión se mantiene como el medio de mayor tenencia (98.7% en Lima y 98.3 en provincias) en hogares, en donde prácticamente todos tienen TV a color y sólo un 2,4% mantiene el televisor en blanco y negro (Fuente- CONCERTV – Estudio Consumo Radial y Televisivo 2016).

En el Perú, el equipo más presente en hogares, después de la cocina, es el televisor: Lima 98.7% Provincia 98.3%



Género del televidente de los últimos 7 días

Fuente: Estudio Cua



Fuente: TGI Perú 2016 Ola II (Y17w2) v.10.14.2016 (Personas) - Copyright TGI LATINA 2016. Noviembre 2016.



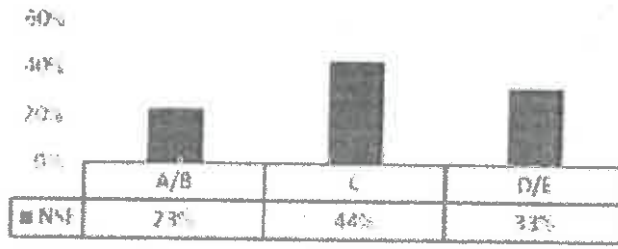
12/6/17

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Handwritten Signature]

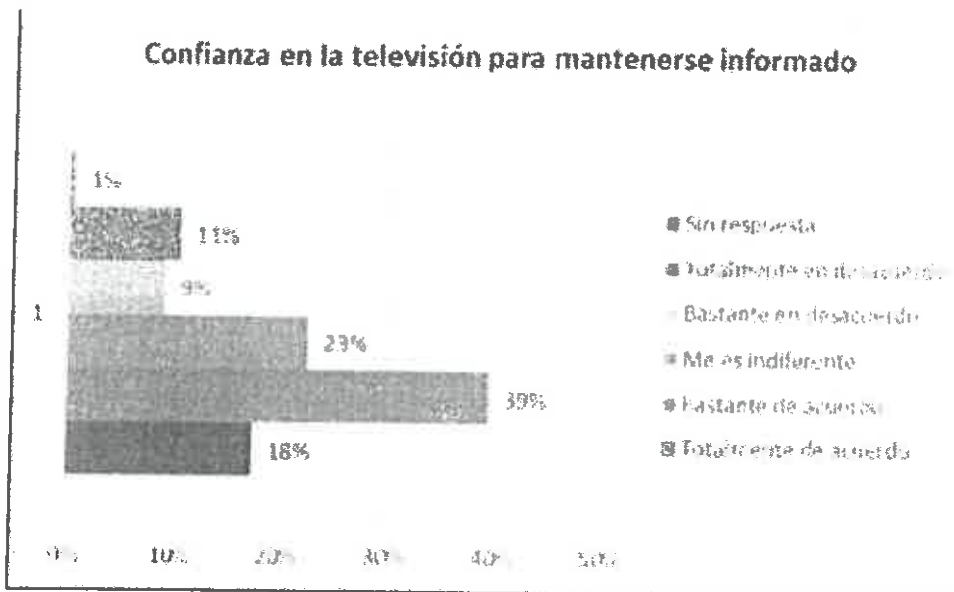
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17/11/2016

Televidente de los últimos 7 días



Fuente: TGI Perú 2016 Ola II (Y17w2) v.10.14.2016 (Personas) - Copyright TGI LATINA 2016. Noviembre 2016.

Confianza en la televisión para mantenerse informado



Fuente: TGI Peru 2016 Ola II (Y17w2) v.10.14.2016 (Personas) - Copyright TGI LATINA 2016. Noviembre 2016.



122
14/11




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS

REGIDOR ALTERNATIVO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2032 Fecha: _____

17 JUL. 2017

La Radio la población total de Lima Metropolitana entre 12 a 75 años de edad es de 7755 miles de personas de los cuales el 71% (5'527 miles de habitantes) escuchan radio al menos una vez por semana, teniendo mayor porcentaje en el NSE C y principalmente por personas de 25 a 44 años de edad.

Radioyentes habituales NSE (miles)	NSE A/B	NSE C	NSE D/E	TOTAL		MASCULINO	FEMENINO
	1,346	2,375	1,806	5,527		2,766	2,761

Radioyentes habituales por edades NSE (miles)	12_19	20_24	25_34	35_44	45_54	55_64	65_75
	900	698	1,204	1,027	877	503	318

Fuente: TGI Perú 2016 Ola II (Y17w2) v.10.14.2016 (Personas) - Copyright TGI LATINA 2016. Noviembre 2016.

Sobre el consumo de radio, de acuerdo al estudio TGI Perú 2016 Ola II, los oyentes señalaron lo siguiente:

- El 46.9% (2'563 miles de oyentes) escucha radio todos los días de la semana.
- El 47.1% (2'603 miles de oyentes) escucha radio para mantenerse informado
- El 40.2% (2'224 miles de oyentes) escucha radio cuando necesita una actualización rápida de noticias.
- El 41.6% (2'302 miles de oyentes) indicó que la radio es la principal fuente de entretenimiento.

Es decir, casi la mitad de los radioyentes escucha radio todos los días, por lo cual este es un medio que ofrecerá además de cobertura una frecuencia mayor en la emisión de spot y que repercutirá en el impacto de la campaña. Asimismo, existe una preponderancia sobre la función informativa que tiene la radio, por lo que las emisoras informativas suelen tener la preferencia de consumo.

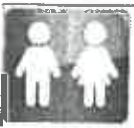
La estrategia que se empleará en esta campaña es la de utilizar el mayor número de radios (tanto informativas como musicales) para alcanzar la mayor cobertura posible de oyentes, de esta forma serán impactados los oyentes eventuales y habituales.

Los Medios Impresos De acuerdo al estudio TGI, del universo de personas de Lima Metropolitana, hombres y mujeres de 12 a 75 años, de los niveles socioeconómicos A,BC,D y E, el 75.1% de personas lee algún diario en su edición de lunes a domingo. Este medio aún mantiene vigencia y es un potente canal para informar. El mismo perfil indica que el 45% de estos lectores pertenece al NSE C, su edad fluctúa entre 25 y 34 años (21.8%).



[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
 FEDATARIO ALTERNO
 GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Res. N° 2027 / 2017
 Fecha: 11 JUL. 2017

	Masculino	51.9%	Lectores NSE (miles)	NSE A/B	NSE C	NSE D/E	TOTAL
	Femenino	48.1%					

Lectores rango de edad	12 - 19	20 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 64	65 - 75
	14.2%	12.7%	21.8%	19.2%	16.0%	10.0%	6.09%

Fuente: TGI Peru 2016 Ola II (Y17w2) v.10.14.2016 (Personas) - Copyright TGI LATINA 2016. Noviembre 2016.

La importancia de publicar en diarios no sólo se basa en la cantidad de personas que lo consumen, su importancia también resalta cuando se pregunta sobre las percepciones e intereses de los lectores en estas publicaciones. Por ejemplo, un porcentaje considerable de sus usuarios señalan que la principal razón para leer un diario es la de informarse (79.5%) y sólo un 2.65% señala que lo hace para matar el tiempo; es decir, existe un interés por el contenido que albergan sus publicaciones.

Usos de los medios impresos	
Por que me entretiene	27.0%
Porque quiero informarme	79.5%
Para distraerme de mis tareas habituales	7.12%
Porque me gusta una sección / suplemento / programa / página de Internet en particular	5.89%
Para matar el tiempo / porque no tengo otra cosa que hacer	4.50%
Como compañía	2.65%
Para enterarme de los chismes	6.26%

Fuente: TGI Perú 2016 Ola II (Y17w2) v.10.14.2016 (Personas) - Copyright TGI LATINA 2016. Noviembre 2016.

Sobre la publicidad en medios impresos, los estudios indican que la mayoría de los lectores sí presta atención a la publicidad que aparece en ellos; un 76.28 % de lectores manifiesta que toma atención en los avisos publicitarios aunque en diferentes niveles.

Actitud frente a la publicidad en medios	
Los omite totalmente – hojea rápidamente sin siquiera mirarlos	10.6%
Los hojea, pero presta poca atención	29.8%
Los hojea y observa con regular atención	37.0%
Los lee, prestando total atención	9.57%
No lee periódicos	13.1%

Fuente: TGI Perú 2016 Ola II (Y17w2) v.10.14.2016 (Personas) - Copyright TGI LATINA 2016. Noviembre 2016.



[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN SELECCIONADOS
TELEVISION**

En el siguiente cuadro, podemos observar el Ranking de los principales programas en el Target TOTAL PERSONAS de todos los NSE, por lo que es importante tomar en cuenta los programas que se han seleccionado para el desempeño de la campaña.

RANKING DE PROGRAMAS TV (TARGET TOTAL PERSONAS)

Ranking

Datos: Peru
Regiones: Lima
Región base: Lima
Targets: Lima Personas Total (Ind->Region:Lima)
Target de referencia de Individuos: Lima Personas Total
Período: 06/02/2017-12/02/2017

Ranking	Canal	Programa	Días	Inicio	Final	En vivo			
						Lima Personas Total			
						rat%	rat#	aff%	shc%
1	América Televisión	MIC.AVANCE INFORMATIVO	LMWJ	20:58	21:00	8.506	820.71	100	31.46
2	América Televisión	VBQ TODO POR LA FAMA-NO	LMWJV	20:29	21:32	7.564	729.818	100	28.9
3	América Televisión	EEG-TA	LMWJV	18:49	20:30	6.535	630.501	100	31.48
4	América Televisión	SOLO UNA MADRE-NO	LMWJV	21:32	22:29	6.533	630.344	100	24.36
5	Latina	MOISES Y LOS 10 MANDAMIENTO-NO	LMWJV	21:29	22:45	5.442	525.086	100	20.43
6	Latina	UNA PARTE DE MI-NO	LMWJV	22:44	23:29	5.37	518.105	100	22.88
7	América Televisión	CUARTO PODER-D-NO	D	19:59	22:32	4.953	477.871	100	20.75
8	América Televisión	AMERICA NOTICIAS-NO	LMWJV	22:28	23:30	4.85	467.971	100	20.18
9	América Televisión	MIC.MENS.NAC.PEDRO P.KUCZYNSKI	D	20:30	20:38	4.688	452.321	100	20.45
10	América Televisión	EL REVENTONAZO DE LA CHOLA-S-N	S	19:59	22:10	4.37	421.694	100	20.87
11	América Televisión	ESP.LA ROSA DE GUADALUPE-TA	LMWJV	18:29	18:49	4.207	405.894	100	25.35
12	Latina	90 NOCHE-NO	LMWJV	23:28	00:07	4.171	402.419	100	23.18
13	América Televisión	LA ROSA DE GUADALUPE-S-NO	S	19:13	19:59	3.983	384.289	100	23.1
14	América Televisión	AL FONDO HAY SITIO-TA	LMWJV	14:29	16:01	3.92	378.228	100	23.82
15	América Televisión	EL CHAVO-S-TA3	S	18:01	18:18	3.78	364.754	100	23.99
16	ATV	DIA D-D-NO	D	22:11	00:12	3.744	361.213	100	19.08
17	Latina	ELIF-TA	LMWJV	17:43	19:00	3.572	344.614	100	21.86
18	Latina	SE ROBO MI VIDA-NO	LMWJV	20:02	21:30	3.526	340.177	100	13.94
19	América Televisión	EL CHAVO-S-TA2	S	17:36	18:01	3.508	338.481	100	21.29
20	América Televisión	LA ROSA DE GUADALUPE-D-TA	D	18:27	19:59	3.475	335.281	100	18.47
21	Latina	MIC.AVANCE INFORMATIVO	LMWJV	18:25	18:27	3.402	328.227	100	19.15
22	América Televisión	AMORES QUE MATAN-S-NO	S	22:10	22:59	3.394	327.479	100	15.87
23	Latina	CINE-S-NO LOCOS DE AMOR	S	22:01	23:55	3.382	326.28	100	15.96
24	América Televisión	EN BOCA DE TODOS-TA	LMWJV	12:59	14:30	3.334	321.735	100	21.48
25	América Televisión	LA ROSA DE GUADALUPE-TA	LMWJV	17:30	18:29	3.282	316.668	100	20.79
26	América Televisión	CARRUSEL-TA	LMWJV	16:00	17:30	3.268	315.303	100	21.89
27	América Televisión	LA ROSA DE GUADALUPE-S-TA	S	18:18	19:13	3.191	307.846	100	21.06
28	ATV	COMBATE COMANDO-NO	LMWJV	19:55	22:00	3.177	306.503	100	12.41
29	ATV	NUNCA MAS-D-NO	D	20:38	22:11	3.04	293.278	100	12.31
30	América Televisión	FUTBOL EN AMERI-D-NO	D	22:32	00:00	3.032	292.58	100	15.57

Fuente: IBOPE, TV Rating de Programas del 19/12/2016 al 25/12/2016

Para el desarrollo de la campaña, se han considerado los principales programas de televisión, según el cuadro precedente. Debemos indicar que como este Plan de Medios se va a realizar en lo que va del año 2017 (que se desprenden diversas campañas Institucionales de la Institución), se está comprando los bloques horarios, esto quiere decir que, si se da el caso de que algún programa no se encuentre al aire en el momento de la compra de los medios, podremos difundir la pauta en el programa que lo reemplace.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 7 JUL. 2017

LATINA MEDIA SAC (CANAL 02)

Especialidad Empresa Peruana de Televisión cuenta con los más avanzados equipos en tecnología digital, además del sistema de enlace microondas y un sistema portátil que permite transmitir desde cualquier punto del país.

Latina es un canal que ha logrado una sólida consolidación y experiencia en el rubro periodístico. Tiene en su staff a los principales periodistas del país, como Mónica Delta, Aldo Mariátegui, el ex congresista Renzo Reggiardo.

En los últimos tres años ha ampliado su programación al género de entretenimiento, con programas y bloques de espectáculos como el conducido por la carismática Jazmín Pinedo. Además ha adquirido franquicias para fortalecer su audiencia, logrando gran éxito con formatos como Yo soy, La Voz, Los Reyes del Playback, etc.

Experiencia Cadena peruana de señal abierta que transmite desde 1983. Posee una línea periodística que se distingue a lo largo de todos sus programas periodísticos y noticiosos, desde hace 4 años están desarrollando un enfoque de programación dirigida a las amas de casa y jóvenes principalmente.

Ventaja Comparativa Frecuencia latina, representa casi el 34% de la participación de audiencia de los canales, logrando alcanzar una cobertura del 89% a nivel nacional.

Además, de acuerdo con los estudios de rating de **KANTAR IBOPE MEDIA**, Latina cuenta con los siguientes programas que están entre los mejores programas de la televisión nacional: Bloque de Novelas Turcas, Yo Soy, Yo Soy; 90 Segundos y Punto Final.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Para Frecuencia Latina, se han considerado programas los cuales detallamos: 90 Matinal, 90 Mediodía, 90 edición central, Punto Final (programas informativos / periodísticos); además del bloque de Novelas Turcas y el programa nacional de los sábados (familiar y entretenimiento respectivamente).

Para estos programas, se están comprando avisos de 30 segundos de duración. La cantidad de avisos que se están comprando, se adjunta en el anexo N° 01 (pauta de los medios TV).




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
EDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2032 Fecha: 1 JUL. 2017

COMPAÑÍA PERUANA DE RADIODIFUSION S.A. (CANAL 04)

Especialidad Canal líder que mantiene el primer lugar de audiencia desde hace más de 10 años en el país. Tiene una variada programación dirigida a diferentes grupos objetivos conformado por amas de casa, jóvenes, adultos de todos los niveles socioeconómicos. En los últimos años ha ampliado su programación al género de entretenimiento y producción nacional mediante miniseries de personajes peruanos conocidos.

América TV, es el canal pionero en la actividad televisiva del Perú y desde el 28 de febrero del 2011, transmite su programación en señal HD.

Experiencia Es una cadena de televisión peruana, afiliada a Televisa de México, que transmite su señal desde 1958. El canal pertenece al grupo Plural TV, formado por los diarios El Comercio con 70% y La República con 30%. Es el segundo canal más antiguo del país, el primero en realizar transmisiones comerciales regulares y el más visto (según IBOPE) de la televisión peruana.

Ventaja Comparativa Como podemos apreciar en el cuadro Cobertura Geográfica de Señal Televisiva, América cuenta con una cobertura a nivel nacional del 94% y en Lima Metropolitana es del 99%, así como de la mayor participación de audiencia en el público.

Según **LOS ESTUDIOS DE RATING**, América Televisión cuenta con los siguientes programas que están entre los mejores programas de la televisión nacional: América Noticias, Esto es Guerra, América Noticias Edición Central, Cuarto Poder y recientemente estrenos de series nacionales que serán de las preferencias del público como VBQ Todo por la Fama, El Regreso de Lucas entre otras.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Con América Televisión, se recomienda la compra de avisos durante la emisión del programa familiar: el programa nacional (de lunes a viernes), programas concurso (los días sábados), como así como de los noticieros: Primera Edición, América Noticias ½ día, América Noticias y Cuarto Poder (programas de noticias y periodísticos).

Para estos programas, se están comprando avisos de 30 segundos de duración. La cantidad de avisos que se están comprando, se adjunta en el anexo N° 01 (pauta de los medios TV).



CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
DEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017

PANAMERICANA TELEVISIÓN S.A. (CANAL 05)

Especialidad

Es una de las principales cadenas privadas de televisión en el Perú. Inició sus transmisiones en el año 1959.

Experiencia

Tiene experiencia y trayectoria en su línea periodística, donde de acuerdo por los estudios, cuentan con un aceptable nivel de audiencia.

Ventaja Comparativa

Entre los principales programas con los que cuenta, debemos mencionar sus programas periodísticos Buenos Días Perú, 24 Horas y Panorama. Además, es el primer canal peruano que ya emite transmisiones de prueba de su señal en vivo a través de YouTube. Cuenta con los programas Buenos Días Perú; 24 Horas Edición Central, La Batería; Porque Hoy es Sábado con Andrés; Al Sexto Día y Panorama.

En el 2015 en pleno proceso de ordenar la casa y con un nuevo orden financiero empiezan los cambios radicales en esta casa televisora, desde el 2015 Panamericana tendrá el 70% de producción local, además de un plan estratégico para los próximos 5 años, y también ha retomado las alianzas con sus antiguas aliadas TV Azteca, Caracol TV, Telemundo y Ecuavisa. Además, también en el mismo año, Panamericana y Latina se unen en una alianza estratégica, con el fin de ofrecer la oferta más completa y masiva de la televisión peruana.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Con Panamericana Televisión, se propone la compra de avisos durante la emisión del programa periodístico como Buenos Días Perú, 24 Horas ½ día, 24 Horas y Panorama, así como de entretenimiento Al Sexto Día.

Para este programa, se están comprando avisos de 30 segundos de duración. La cantidad de avisos que se están comprando, se adjunta en el anexo N° 01 (pauta de los medios TV).



121
FR

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

ANDINA DE RADIODIFUSION S.A. (CANAL 09)

Especialidad

Canal que se encuentra en la vanguardia de la tecnología, ya que a la fecha es el medio que más invierte en equipos de punta. En el año 2010 inicia sus transmisiones digitales, y a la fecha cuenta con un grupo de canales que forman el Grupo ATV (ATV, ATV+, La Tele, Global TV, ATV Sur).

Experiencia

Cadena de televisión peruana con transmisiones regulares desde 1983 y es operada por Andina de Radiodifusión S.A.C.

Ventaja Comparativa

ATV, representa casi el 18% de la participación de audiencia de los canales, logrando alcanzar una cobertura del 97% a nivel nacional.

Además, de acuerdo con los estudios de rating de KANTAR IBOPE MEDIA, ATV cuenta con los siguientes programas que están entre los mejores programas de la televisión nacional: Nunca Más, Día D, ATV Noticias, el programa de espectáculos Hola a Todos, el programa de competencia y pionero en este tipo COMBATE.

Desde febrero de 2016, ATV hizo una alianza comercial con América Televisión. Gracias a esta alianza, América podría producir contenido para ATV en sus nuevos estudios de Pachacamac cuando este último desee y lo pida, además de utilizar las alianzas de ATV con canales internacionales para llevar sus propias producciones al extranjero.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)


Con ATV, se recomienda la compra de avisos durante la emisión de los programas: Novela Estelar y programas de noticias Día D.

Para estos programas, se están comprando avisos de 30 segundos de duración. La cantidad de avisos que se están comprando, se adjunta en el anexo N° 01 (pauta de los medios TV).


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038. Fecha: 1 JUL 2017



170
28


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
MEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: _____

17 JUL. 2017

PRODUCTORA PERUANA DE INFORMACION SAC - CANAL N

Especialidad

En la actualidad, es el canal líder en cable cuyo contenido es informativo.

Experiencia

Canal N es un canal de televisión de Perú, que transmite su señal desde 1999. Es dirigido por la Compañía Peruana de Radiodifusión S.A. y es operado por América Televisión desde el 2012. Su señal es a través de Movistar TV.

Ventaja Comparativa

Canal, que por la información que brinda es ideal para los NSE A,B, ya que brinda información objetiva y veraz. Se considera este medio ya que dentro de su programación, cuenta con líderes de opinión como Carlos Cornejo, Mávila Huertas y Jaime de Althaus, entre otros.

Canal N a lo largo de estos últimos años demuestra tener una audiencia bastante sólida, siendo el Prime Time su bloque de mayor fortaleza. Cuenta con una programación variada, que aborda temas actuales del acontecer nacional e internacional, donde se analizan los sucesos que han marcado la jornada informativa.

El perfil del televidente de Canal N es básicamente adulto cuya edad oscila entre los 25 y 99 años de edad, en lo que respecta a los NSE predomina el ABC.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

En Canal N, se recomienda la compra de avisos durante la emisión de los programas: De 6 a 9, N Noticias, N Directo, Primero a las Doce, N Directo, N Portada, Primero a las 8 y A Bocajarro.

Para estos programas, se están comprando avisos de 30 segundos de duración. La cantidad de avisos que se están comprando, se adjunta en el anexo N° 01 (pauta de los medios TV).





JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038... Fecha: 17 JUL. 2017

GRUPO RPP SAC - RPP TV

Especialidad

RPP TV, un canal de noticias las 24 horas del día especialmente de lunes a viernes. El canal tiene tres noticieros principales en la mañana de 6 a 8 de mañana de lunes a viernes, la edición noche a las 8 de la noche de Lunes a viernes y edición sábado los sábados de 6 a 8 de la mañana. De Lunes a Domingo de 8 a 10 am se transmite "Ampliación de Noticias", "Ampliación del Sábado" con "Diálogos de Fe" o "Ampliación del Domingo" en cadena la RPP Radio. De lunes a viernes y desde las 10 am a 7 pm se transmite "Central de Informaciones" con la noticia actualizada y si hubiese una noticia importante o entrevista importante se enlaza con la señal de RPP Radio y si fuese una entrevista importante el entrevistado puede ser preguntado tanto por el periodista en la radio como por el periodista en la televisión.

Experiencia

Radio Programas del Perú Televisión o también conocido como RPP TV es un canal de televisión peruana perteneciente al Grupo RPP que transmite netamente noticias nacionales e internacionales con miscelánea. Empezó como bloque de programación de los canales 6 (CMN, Antena Informativa y Plus TV) de Movistar TV (ex Cable Mágico) por aprox. 15 años. Y el 31 de enero de 2011 se convierte en un canal propio e independiente.

Ventaja Comparativa

Desde inicios del 2014, entraron al canal nuevos periodistas al canal como Mariela Balbi, Patricia del Río y Guido Lombardi entre otros. Los lunes a viernes la programación tiene dos segmentos la de 5:00 - 14:30 es la programación radial y la de 14:30 - 23:00 tendrá programas adicionales y Los sábados y domingos la programación radial es de 5:00 a 11:30 y la programación televisiva es de 11:30 a 23:00, pero a partir del mes de febrero de 2012 aparecieron nuevos programas.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

En Canal N, se recomienda la compra de avisos durante la emisión de los siguientes bloques horarios: de 06:00 a 10:00, de 10:00 a 18:00 y de 19:00 a 22:00 horas.

Para estos programas, se están comprando avisos de 30 segundos de duración. La cantidad de avisos que se están comprando, se adjunta en el anexo N° 01 (pauta de los medios TV).



RADIO (PAUTA REGULAR)

Para el desarrollo de la campaña publicitaria, se está considerando la compra de spots de 30 segundos en las emisoras que cuentan con la mayor afinidad con el público objetivo. Adjuntamos el reporte de CPI, empresa que brinda la información sobre audiencia a nivel nacional, a fin de considerar que radios se van a contratar para la ejecución de la campaña.

GRAFICO N° 15 - RANKING DE EMISORAS RADIO NIVEL LIMA METROPOLITANA (INCLUYE LA PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL CALLAO)

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

Tipo de salida	Miles(G.O. de Referencia: HMTtotalAB/C/D/E)
Ciudad	Lima Metropolitana
Periodo	Octubre 2016
Lugar de Audiencia	Global
Bloque Dias	Lun-Dom
Bloque Horario	05:30-23:59
Grupo Objetivo	[Alto-Medio/Bajo Superior/Bajo Inferior/Marginal] [Hombres/Mujeres/Total]
Zona	Norte/Este/Cen.I/Cen.II/Oeste/Sur
Universo	8019.8
Muestra	2511

Emisora	Audiencia Promedio	Ranking	Índice
Audiencia Promedio	15.8	1265.4	100.0
R.P.P. (FM/AM)	1.4	109.0	8.6
Moda (FM)	1.3	104.1	8.2
La Karibefia (FM)	1.1	88.1	7.0
La Zona (FM)	0.9	75.6	6.0
La Kalle (FM)	0.8	64.4	5.1
Felicidad (FM/AM)	0.8	64.2	5.1
Nueva Q Fm (FM)	0.7	60.1	4.7
La Inolvidable (FM/AM)	0.7	58.5	4.6
Onda Cero (FM/AM)	0.7	56.3	4.4
Radiomar Plus (FM/AM)	0.7	56.2	4.4
Panamericana (FM/AM)	0.6	50.4	4.0
Ritmo Romantica (FM)	0.6	49.3	3.9
Capital (FM/AM)	0.6	47.1	3.7
Magica (FM)	0.6	45.5	3.6
Corazon (FM)	0.5	38.6	3.1
Exitosa (FM)	0.4	35.0	2.8
Planeta (FM)	0.4	34.7	2.7
Oasis (FM)	0.4	32.2	2.5
Oxígeno (FM)	0.3	27.2	2.1
Studio 92 (FM)	0.3	26.4	2.1
Mas Fm (FM)	0.2	19.0	1.5
Inca (AM)	0.0	1.6	0.1
Ot Emisoras (AM)	0.5	40.9	3.2
Ot Emisoras (FM)	1.0	81.0	6.4

Fuente: CPI Audiencia Radial de Emisoras Nivel Lima Metropolitana – Octubre 2016.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
 FEDATARIO ALTERNO
 GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
 Reg. N° 2038 Fecha: 7 JUL. 2017



16
15


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

RPP (GRUPO RPP S.A.C.)

Especialidad, Emisora informativa que se encuentra en el primer lugar de sintonía, con un alcance potencial semanal de 4 834,200 millones de oyentes. Mantiene su liderazgo con marcada diferencia de audiencia en comparación a la emisora que se ubica en segundo lugar, en diferentes targets comerciales y cuenta con el más alto índice de afinidad del mercado. Con programas como La Rotativa del Aire, Ampliación de Noticias, Los Chistosos, es el medio que incrementará el impacto del mensaje publicitario.

Experiencia, Emisora de mayor credibilidad, este año ha cumplido 53 años en el mercado nacional. Cuenta con 88 frecuencias, 116 provincias y 897 distritos. Considerada la mejor radio de Iberoamérica por su enorme arrastre, contenidos e intachable trayectoria. Impacta positivamente en el TARGET H-M de 26 años a más del NSE total. Dentro de sus principales figuras están Raúl Vargas, José María Chema Salcedo, Patricia del Río y el Dr. Jaime Huertas.

Ventaja Comparativa, Emisora con la mayor reputación del país. Líder en información, inmediatez e innovación con mayor credibilidad y cobertura tanto urbana como rural las 24 horas. Transmisión directa las 24 horas del día, además contiene entrevistas, despachos, enlaces en vivo y resúmenes informativos permanentes.

RPP es la radio más escuchada de lunes a viernes (51%); y el 36% de los entrevistados suele escuchar radios informativas todos los días de la semana. Entre sus personajes más influyentes podemos indicar que el 12% de los entrevistados menciona que el mejor entrevistador de política es Raúl Vargas y en tercer lugar José María Chema Salcedo con 8%.

En cuanto al mejor programa de actualidad y noticias, mencionan que en primer lugar se encuentra La Rotativa del Aire con 33%, Ampliación de Noticias con 13%. Con respecto al mejor conductor de programas de entretenimiento en primer lugar se ubica Guillermo Rossini (8%) y como el mejor programa de entretenimiento figura Los Chistosos con 13%.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra 60 avisos rotativos 30 segundos c/u.

Este medio cuenta con un rating de 1.4 que representa aproximadamente 109.00 miles de personas. En total representa 6,540 miles de impactos.





JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2037 Fecha: _____

JUL. 2017

CAPITAL (GRUPO RPP S.A.C.)

Especialidad, emisora informativa, con una audiencia potencial semanal de 825,100 oyentes a Nivel Lima, donde sus oyentes están conformados por H-M entre las edades de 26 años a más del NSE total.

Experiencia, emisora que pertenece al Grupo RPP. Radio Capital nace el 13 de octubre del 2008, ingresando al mercado informativo con un innovador formato radial, donde lo más importante es la opinión de los oyentes. Es una radio que promueve y enciende el debate en temas de interés, para que el oyente tome posición y opine con libertad.

Ventaja Comparativa, se diferencia por la permanente interacción con el público, y por contar con una gran staff de figuras reconocidas que conducen y opinan. Radio Capital es la segunda cadena nacional informativa y primera de opinión mejor valorada en el Perú. Radio Capital interactúa con sus oyentes por medio de llamadas telefónicas que ingresan directamente al aire, y por medio de mensajes en la web www.capital.pe, Twitter y en su Facebook.

Cuenta con reconocidos locutores como Phillips Butters, Aldo Mariategui, Mónica Delta, Mónica Cabrejos, Christian Hudtwalcker y la Dra. Rosario Sacieta entre otros.

Podemos señalar que de las emisoras radiales informativas con mayor recordación, Capital se encuentra en 2do lugar.

Los estudios confirman que la marca es bien percibida, recordada y escuchada por gente que gusta de la opinión y el debate nacional, sumado a la enorme lealtad que los limeños tienen con Radio Capital


A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra 60 avisos rotativos 30 segundos c/u.

Este medio cuenta con un rating de 0.6 que representa aproximadamente 47.10 miles de personas. En total representa 2,826 miles de impactos.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038. Fecha: 17 JUL. 2017

EXITOSA (RADIO LA KARIBEÑA SAC)

Especialidad, emisora informativa, con una audiencia potencial semanal de 1'422,900 oyentes a Nivel Nacional, donde sus oyentes están conformado por H-M entre las edades de 25 años a más del NSE CD.

Experiencia, emisora que en el poco tiempo de permanencia al aire ha logrado una importante acogida por los oyentes que necesitan estar bien informados, ingresando al mercado informativo con un innovador formato radial. Exitosa informa los últimos acontecimientos a nivel nacional e internacional.

Ventaja Comparativa, Cuenta con un grupo de periodistas líderes de opinión, que discuten a diario los hechos más importantes e interactúan con el público. En diferentes espacios de la programación se brinda la oportunidad a los oyentes para que expresen su opinión y puntos de vista ante los sucesos cotidianos.

Cuenta con plataformas de televisión, medio impreso y redes sociales que brinda a la población un abanico de oportunidades a fin de poder expresar sus opiniones sobre los temas que los periodistas reconocidos desarrollan durante la programación.

De otro lado, transmite los programas de noticias 90 Segundos (de lunes a viernes) y Punto Final (los días Domingo), esto permite a los oyentes estar al día del acontecer nacional e internaciones, gracias a la alianza firmada entre estos medios de comunicación.

Cuenta con reconocidos locutores como Nicolás Lucar, Juan Carlos Tafur, Rosana Cueva, Gonzalo Núñez.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra 60 avisos rotativos 30 segundos c/u.

Este medio cuenta con un rating de 0.4 que representa aproximadamente 35.00 miles de personas. En total representa 2,100 miles de impactos.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

MODA (CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO SAC)

Especialidad

Conecta con los jóvenes que disfrutan de la música variada. En esta emisora los jóvenes escuchan a los mejores locutores, además de contenidos innovadores hechos a su medida. Cuenta con un formato variado y transmiten diversos géneros musicales de moda como reggaetón, latín urban, salsa y más.

Experiencia

Pertenece a CRP Medios y Entretenimiento SAC, cuenta con una cobertura nacional llegando a 33 ciudades. Es la mejor opción para dirigirse con el público juvenil, alcanzando semanalmente a 3 712,800 oyentes a nivel nacional.

Ventaja Comparativa

De acuerdo con los estudios de audiencias, esta emisora se encuentra en primer lugar en el rango de H-M entre las edades de 11-18 de los NSE CDE (principalmente adolescentes en edad escolar).

El Show de Carloncho es el programa juvenil más escuchado de la radio, proyecta una imagen cercana y afín a su target. Los oyentes se identifican con Carloncho (locutor) al compartir sus mismos valores, lenguaje, jergas y actitudes. Carloncho ha sido considerado por cuarto año consecutivo como el mejor conductor de programas musicales y de entretenimiento según IGM.

Moda se encuentra en segundo lugar en las emisoras que muestran una mayor recordación. De otro lado, cuando se les pregunta a los entrevistados sobre las radios que escuchan con frecuencia Moda se encuentre en primer lugar como emisora musical con 24%. Moda es percibida como la mejor emisora musical con 11%.


A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra 60 avisos rotativos de 30 segundos cada uno, la cual se detalla en el Anexo N° 02.

Este medio cuenta con un rating de 1.3 que representa aproximadamente 104.10 miles de personas. En total representa 6,246 miles de impactos.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

NUEVA Q (CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO SAC)

Especialidad

Radio Nueva Q tiene la música y los programas de corte musical. Genera una gran conexión emocional con aquellos oyentes que forman parte del nuevo Perú, refuerza sus raíces y costumbres, resaltando valores como el esfuerzo y el coraje.

Experiencia

Pertenece a CRP Medios y Entretenimiento SAC, cuenta con cobertura nacional, llegando a 29 ciudades a nivel nacional. Conecta con el segmento CDE de 17 a 50 años, semanalmente tiene 2 960,600 oyentes a nivel nacional.

Ventaja comparativa

Nueva Q transmite lo mejor de la cumbia nacional, donde se combina con contenido de interés para todas las edades y consejos prácticos para las amas de casa.

El programa de Cumbias y Risas (7%) es el 2do mejor programa de entretenimiento, siendo su conductor Edwin Sierra con 7% uno de los primeros lugares en cuanto al mejor conductor de programas musicales y de entretenimiento.

Con respecto a las emisoras que transmiten lo mejor por género musical, Nueva Q se encuentra en segundo lugar en Cumbia.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra de 60 avisos rotativos de 30 segundos c/u, y se detallan en el Anexo N° 02.

Este medio cuenta con un rating de 0.7 que representa aproximadamente 60.10 miles de personas. En total representa 3,606 miles de impactos.



JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2032 Fecha: 17 JUL 2017

PANAMERICANA (GRUPO PANAMERICANA DE RADIOS S.A)

Especialidad

Es una emisora que por su programación variada, lenguaje coloquial, bromista y personal conecta con su audiencia. Emisora que llega a los NSE B,C,D.

Experiencia

Pertenece al Grupo Panamericana de Radios, emisora que ha cumplido 60 años en el mercado nacional, transmite desde Lima y llega a todo el Perú vía satélite. A lo largo de su existencia los estilos musicales que transmitió cambiaron; pero siempre se conserva el profesionalismo que ha hecho de Radio Panamericana, una emisora líder en todo el Perú.

En la actualidad, su programación musical se basa en estilos tropicales latinos, básicamente salsa, cumbia peruana, merengue, bachatas y boleros.

Ventaja Comparativa

Medio que satisface variados gustos musicales, con una programación que combina temas y ritmos latinos preferidos en cada región del país, basada en la salsa moderna y música latina matizada con otros géneros musicales, además, locutores (Gina Parker, Miguel Sánchez) que tienen una buena afinidad con el público objetivo. Tiene sintonía en AM y FM.

En el interior del país, esta emisora se encuentra dentro de las 5 principales, resaltando las ciudades de Amazonas, Huaraz, Arequipa, Ayacucho, Chimbote, Ica, Huancayo, Chiclayo, Madre de Dios (estudios de audiencia interior del país, CPI).

Considerando el total de las menciones espontáneas, Radio **Panamericana** se ubica en segundo lugar con 43%, además está dentro de los tres primeros puestos en las mejores emisoras musicales. Asimismo, **Panamericana** es una de las primeras emisoras que se escucha de lunes a viernes.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra de 60 avisos rotativos de 30 segundos c/u., y se detallan en el Anexo N° 02.

Este medio cuenta con un rating de 0.6 que representa aproximadamente 50.40 miles de personas. En total representa 3,024 miles de impactos.



CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2037 Fecha: 17 JUL 2017

RADIOMAR PLUS (CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO SAC)

Especialidad,

Es una emisora que transmite lo mejor de la salsa, la Radio Salsa de Perú. Emisora que desde hace 44 años alegró los días a miles de personas, reconocida como autoridad en salsa, utiliza un lenguaje coloquial, bromista y personal con el que conecta con todo su público.

Experiencia,

Pertenece a CRP Medios y Entretenimiento SAC, cuenta con cobertura en Lima Metropolitana que incluye la Provincia Constitucional del Callao. Conecta con el segmento CDE a hombres y mujeres de 17 años a más, llegando semanalmente a 1 308,200 en Lima.

Ventaja Comparativa,

De acuerdo con los estudios de audiencias, esta emisora se encuentra entre los primeros lugares de audiencia en el rango de H-M entre las edades de 17 a más, de los NSE CDE. Cuenta con programas como "Salsa con Humor" programa conducido por Fernando Armas considerado entre los mejores conductores en programas de entretenimiento. De otro lado "Boleros y Recuerdos al Despertar, conducido por Carlos Alberto Villanueva

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra 60 avisos rotativos 30 segundos c/u.

Este medio cuenta con un rating de 0.70 que representa aproximadamente 56.20 miles de personas. En total representa 3,372 miles de impactos.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2032 Fecha: _____

17 JUL. 2017

LA KARIBEÑA (RADIO LA KARIBEÑA SAC)

Especialidad

Radio peruana que difunde la música tropical de moda en el Perú, principalmente la cumbia. Su cobertura abarca 65 filiales a nivel nacional. Promociona a todas las orquestas y cantantes de este estilo musical, así como también organiza grandes eventos de cumbia presentando a los mejores exponentes de este género, como por ejemplo la orquesta Corazón Serrano (propiedad de la emisora). Radio La Karibeña transmite a nivel nacional en los 94.9 de la FM y a nivel internacional por Internet, a través de su página web (www.radiokaribeña.pe).

Experiencia

Fundada el 1 de febrero de 1990. Se trata de una emisora cuyos inicios se dieron en provincias y luego ingresó al mercado limeño, fenómeno que suele ser al contrario. Cabe destacar que la Corporación Universal, tiene además Radio Exitosa, emisora informativa con espacios de denuncias del público a nivel nacional. Además, hace aproximadamente 5 años adquirió la emisora Zeta Rock & Pop (hoy radio La Kalle) para reforzar audiencias más segmentadas en el NSE CDE, en las principales provincias, entre otras.

Ventaja Comparativa

Tiene un comportamiento parejo de sintonía en las principales ciudades del país. Ocupa el primer lugar en las provincias de Iquitos, Madre de Dios, San Martín; además de que en varias otras provincias se encuentra entre los 3 primeros lugares.

De acuerdo al estudio de **Hábitos, Usos y Actitudes de la Radio, Karibeña** se encuentra en tercer lugar con un 9% de recordación; además considerando el total de las menciones espontáneas la emisora cuenta con 40% siendo una de las emisoras que presentan un incremento en la recordación en comparación al año pasado. **Debemos indicar que de las emisoras musicales, Karibeña se ubica en el segundo lugar.**

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra de 60 avisos rotativos de 30 segundos cada uno y se detallan en el Anexo N° 02.

Este medio cuenta con un rating de 1.1 que representa aproximadamente 88.10 miles de personas. En total representa 5,286 miles de impactos.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2032 Fecha: 10 JUL 2017

LA ZONA (GRUPO RPP S.A.)

Especialidad, Emisora con el mayor crecimiento en el último año; alrededor del 200% de incremento de audiencia. Cuenta con una programación musical urbana: electro pop, reggaetón, salsa y los géneros musicales que marcan la diferencia. Emisora diseñada para adolescentes y jóvenes del país.

Experiencia, Emisora del Grupo RPP, cuenta con una cobertura nacional con 33 frecuencias, 18 provincias y 228 distritos. Con una audiencia potencial semanal de 1 937,600 oyentes, es una emisora que sabe conectar con los jóvenes de hoy.

Ventaja Comparativa, Emisora que está diseñada para llegar a los adolescentes y jóvenes del país en forma divertida, interactiva e inmediata, ya que maneja y conoce sus códigos de comunicación.

De acuerdo con los estudios de audiencias, esta emisora se encuentra segunda en el rango de H-M entre las edades de 11-18 de los NSE CDE (adolescentes en edad escolar), obtendremos el impacto en el desempeño de la campaña.

Además, podemos indicar que **La Zona se ubica en 2do lugar** entre los adolescentes menores de 17 años. En comparación con el año 2013, La Zona experimentó un crecimiento del 4%. Con respecto a las Emisoras Musicales, indican que escuchan con mayor frecuencia por edades (entre 12 y 17 años), **La Zona** se encuentra en primer lugar con 19% y como mejor emisora musical en primer lugar con 20%.


A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra 60 avisos rotativos 30 segundos c/u. la cual se detalla en el anexo 01.

Este medio cuenta con un rating de 0.9 que representa aproximadamente 75.60 miles de personas. En total representa 4'536.00 miles de impactos.





JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

ONDA CERO (GRUPO PANAMERICANA DE RADIOS S.A)

Especialidad Es una emisora juvenil caracterizada por su estilo musical alegre y su lenguaje coloquial y amigable. Dentro de su programación podemos escuchar reggaetón, latin pop, electro y baladas actuales.

Experiencia Pertenece al Grupo Panamericana de Radios, emisora que ha cumplido 6 años en el mercado nacional, transmite desde Lima y llega a las principales capitales de provincias. El crecimiento de Onda Cero ha venido en aumento gracias a su programación musical, cercanía con sus locutores y promociones novedosas.

Ventaja Comparativa dentro del perfil de la audiencia, podemos indicar que Onda Cero conecta con un público joven, entre las edades de 17 a 37 años de edad de los NSE CDE. Semanalmente Onda Cero cuenta con un alcance de 2'102,600 oyentes a nivel nacional.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra de 60 avisos rotativos de 30 segundos c/u., y se detallan en el Anexo N° 01.

Este medio cuenta con un rating de 0.7 que representa aproximadamente 56.30 miles de personas. En total representa 3'378.00 miles de impactos.





JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2032 Fecha: 17 JUL 2017

FELICIDAD (GRUPO RPP S.A.C.)

Especialidad,

Emisora que suena con los mejores temas de la música en español, con una audiencia potencial semanal de 1 879,100 de oyentes a Nivel Nacional Urbano, donde sus oyentes está conformado por H-M entre las edades de 35 años a más del NSE total. Transmite las mejores canciones de tu vida, es una emisora peruana de música del recuerdo, baladas, boleros. Radio Felicidad tiene cobertura en todo el Perú.

Experiencia,

Emisora que pertenece al Grupo RPP, con casi 10 años al aire y gracias a una comunicación cálida y cercana, esta emisora es muy apreciada en los hogares peruanos, especialmente entre las amas de casa y jefes de familia que la escuchan a través de sus 31 frecuencias en todo el país.

Ventaja Comparativa,

Felicidad es una cadena nacional que trasmite canciones que se convirtieron en verdaderos clásicos de la música en español. Además brinda información y contenidos de valor que contribuyen a mejorar la calidad de vida de sus oyentes a través de las voces de reconocidos líderes de opinión como Eva Ayllon, Regina Alcover, Héctor Felipe, Jorge Henderson y el Dr. José Luis Pérez Albela.

Podemos señalar que de las emisoras radiales con mayor recordación, **Felicidad** dentro de los 5 primeros lugares con mayor crecimiento en el NSE C, en el público femenino entre las edades de 40 a +.

Dentro de las emisoras que transmiten Baladas / Música Romántica y música del recuerdo en español, se encuentra en 2do lugar con 19% y 15%, mientras que en el Género Boleros y Criollo, Felicidad se encuentra en primer lugar con 13% y 17% respectivamente.


A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra 60 avisos rotativos 30 segundos c/u. y se detallan en el Anexo N° 01.

Este medio cuenta con un rating de 0.80 que representa aproximadamente 64.20 miles de personas. En total representa 3,852.00 miles de impactos.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2032 Fecha: 7 JUL 2017

INOLVIDABLE (CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO SAC)

Especialidad

La radio de los mejores recuerdos, donde los oyentes viajan al pasado escuchando canciones favoritas en compañía de los locutores más representativos del género. Con un formato de bañadas del recuerdo, nueva ola, música criolla y algo de boleros es la emisora del recuerdo más escuchada a nivel nacional para los oyentes de todas las edades.

Experiencia

Pertenece a CRP Medios y Entretenimiento SAC, cuenta con una cobertura nacional llegando a 32 ciudades a nivel nacional. Conecta con todos los NSE de 38 años a más, llegando semanalmente a más de 2 433,700 oyentes a nivel nacional.

Ventaja Comparativa

Emisora con que transmite lo mejor del recuerdo. Los géneros musicales más escuchados son variados: baladas y música romántica (19%), salsa y merengue (18%), Cumbia (16%), Reggaetón (7%), entre otros. La salsa y merengue en más sintonizado en los NSE D y E, mientras que en los NSE A y B se escucha más el Pop & Rock.

Además, el estudio de **IPSOS APOYO Hábitos, Usos y Actitudes de la Radio** muestra que La Inolvidable es una de las mejores emisoras que transmiten los géneros Baladas, Boleros, Criolla, música del recuerdo.

Con respecto a los locutores de la radio, Koky Salgado (programa la hora del lonchecito) es considerado como uno de los mejores conductores según el estudio de **Hábitos, Usos y Actitudes de la Radio**. Hay que agregar que por las mañanas Víctor Infantas (una mañana para recordar) y Bartola con Juan Carlos "El flaco" Benites (con el programa Arriba Perú) son parte de la emisora.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

SPOTS DE 30" (PAUTA REGULAR)

Se recomienda la compra de 86 avisos rotativos de 30 segundos c/u., y se detallan en el Anexo N° 01.

Este medio cuenta con un rating de 0.70 que representa aproximadamente 58.50 miles de personas.

En total representa 3,510.00 miles de impactos.



[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017

PRENSA ESCRITA (PAUTA REGULAR)

Se ha considerado medios impresos que circulan en Lima Metropolitana inc. La Provincia Constitucional del Callao, información que brinda READER DATA, en el que se detalla cuáles son los medios que tienen la mayor lectoría.

Medios impresos de mayor recordación

Lectores los últimos 30 días	
Correo	8.12%
Depor	11.9%
Diario 16	0.23%
El Bocón	4.37%
El Chino	2.32%
El Comercio	28.5%
El Men	1.48%
El País [+02/16]	0.22%
El Peruano	0.93%
El Popular	6.02%
Exitosa	1.46%
Expreso	1.05%
Extra	1.28%
Gestión	3.10%
Karlbeña	1.33%
La Primera	0.10%
La Razón	1.13%
La República	6.13%
Líbero	5.33%
Ojo	20.7%
Perú.21	8.80%
Publím metro	4.46%
Todo Sport	1.90%
Trome	62.4%
Otro	0.64%

Fuente: TGI Perú 2016 Ola II (Y17w2) v.10.14.2016 (Personas) - Copyright TGI LATINA 2016. Noviembre 2016. Menciones incluyen duplicados.

Sobre las preferencias de los diarios, el diario con mayor preferencia por los lectores es Trome (62.4%), seguido por El Comercio (28.5%), Ojo (20.7%), Depor (11.9%) y Perú21 (8.8%). Diarios como Expreso, La Razón y El Chino poseen menores índices de lectoría; sin embargo han persistido a lo largo del tiempo con lectores cautivos que consumen este tipo de contenido.



[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2032 Fecha:

17 JUL. 2017

Estudio de lectoría

READER DATA

Base: Lima
Período(s): Lima_Ene16_Nov16_Pre
Target(s): Total Personas
Cliente: Producciones Génesis - conta
Fecha: 28/02/2017


Grupo	Lectores de Cobertura Promedio			Alcance			Cobertura		
	Total Personas			Total Personas			Total Personas		
	Lunes-Viernes	Sábado	Domingo	Lunes-Viernes	Sábado	Domingo	Lunes-Viernes	Sábado	Domingo
Período: Lima_Ene16_Nov16_Pre	3,933,435	4,013,409	3,920,713	5.51	6.35	6.23	71.10	51.75	50.55
CORREO	218,971	150,068	137,315	2.82	1.93	1.77	5.20	1.93	1.77
DEPOR	409,443	423,185	324,543	5.28	5.46	4.18	8.39	5.46	4.18
EL BOCÓN	113,776	101,781	108,358	1.47	1.31	1.40	2.40	1.31	1.40
EL COMERCIO	342,171	854,064	1,293,331	4.41	11.01	16.68	7.97	11.01	16.68
EL POPULAR	194,071	185,574	98,865	2.50	2.39	1.27	4.19	2.39	1.27
GESTIÓN	102,535			1.32			2.45		
LA REPÚBLICA	173,520	132,030	125,497	2.24	1.70	1.62	4.17	1.70	1.62
LÍBERO	107,803	116,790	101,382	1.39	1.51	1.31	2.87	1.51	1.31
OJO	622,936	443,313	367,392	8.03	5.72	4.74	14.75	5.72	4.74
PERÚ 21	204,978	177,944	143,530	2.64	2.29	1.85	4.93	2.29	1.85
PUBLIMETRO	135,648			1.75			2.83		
TROME	2,504,446	2,338,072	2,131,228	32.29	30.15	27.48	50.50	30.15	27.48

Fuente: Reader data - Ene16_Nov16

Hábitos hacia la prensa: la lectura de diarios es más intensa los fines de semana por las mañanas. Y si echamos un vistazo a la década pasada, la lectura diaria es mayor. Y el lugar preferido para dicha lectura de fin de semana es en casa, sobre todos los domingos. La mitad de los lectores le presta completa atención al diario que lee, el resto realiza actividades en paralelo como escuchar música o comer algo.

El diario siempre será considerado como un medio de información valioso, sin embargo, ha dejado de ser un medio destacable para entretener o educar. Entre las secciones de diarios la de deportes y de espectáculos, causan polémica entre los lectores, son las preferidas y las más rechazadas a la vez.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2037 Fecha: 17 JUL. 2017

EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A. (COMERCIO)

Especialidad, medio de comunicación impreso con mayor credibilidad del país. Con una lectoría aproximada de lunes a viernes de 350,000 personas, siendo los días domingos la mayor lectoría 1,2 millones de lectores.

Experiencia, Se fundó en 1839, lo cual lo convierte en el segundo diario existente más antiguo y en el más importante del país y uno de los más antiguos de lengua castellana.

Ventaja Comparativa, este medio, por la información que brinda, además de las secciones específicas con las que cuenta, será un aporte importante a la campaña, ya que es un medio de alta credibilidad, además de que será un medio que brinda una importante imagen.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color en la Sección "A".

EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A. (TROME)

Especialidad, pertenece al grupo El Comercio, el cual tiene una imagen valorada durante años y es la más respetada en nuestro país. El diario Trome es conocido como "el diario del pueblo", puesto que es el preferido del sector socioeconómico CDE, tratándose de la clase media emprendedora.

Experiencia, con aproximadamente 16 años en el mercado, se ha convertido en el diario de habla hispana de mayor venta a nivel mundial y superó a medios como "El País" de España y "El Clarín" de Argentina (fuente SEPP)

Ventaja Comparativa, al ser un diario simple y de ágil contenido, se convierte en un medio dirigido a hombre y mujeres progresistas de los NSE CDE, lo cual permite optimizar los niveles de alcance.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 1 JUL. 2017

EMPRESA EDITORA EL COMERCIO S.A. (PERU21)

Especialidad, pertenece al grupo El Comercio, que alberga tanto secciones serias de política, sociedad y cultura, como de entretenimiento o actualidad social, y a su vanguardista diseño posee un amplio público y no ha tardado en convertirse en uno de los periódicos más importantes del Perú.

Experiencia, Forma parte del Grupo El Comercio, con aproximadamente 14 años en el mercado, es uno de los diarios serios más importantes de la capital.

Ventaja Comparativa, con la compra de este medio, por la calidad de información que brinda, además de estar dentro de los diarios serios que circulan a nivel local, se obtendrá el impacto requerido.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.

PRENSMART SAC (OJO)

Especialidad, es un medio ideal para llegar a las familias peruanas, es el segundo diario más leído a nivel nacional, mayoritariamente de los NSE CDE.

Experiencia, es uno de los diarios más importantes del Perú. Desde 1968 acompaña a sus lectores con información de actualidad variada y completa para satisfacer a toda la familia. Se distribuye a nivel nacional, con una circulación promedio de 300 mil ejemplares diarios. Perteneció al segundo grupo de medios impresos en el país (PRENSMART).

Ventaja Comparativa, es un diario ideal para llegar a la familia, la preferencia de los lectores los ha llevado a ser el segundo diario más leído. Es un diario dirigido principalmente al progresista, emprendedor, con contenido muy enfocado en amas de casa y hombres jefes de familia, con secciones de entretenimiento, que pueden leer todos en casa.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2058 Fecha: _____

PRENSMART SAC (CORREO)

Especialidad, es referente en el segmento de diarios serios, destacando por su estilo ágil y posición independiente en el trato de la información. Se ha convertido en un diario de consulta obligada para ejecutivos, empresarios de todos los niveles socioeconómicos, de perfil emprendedor y progresista.

Experiencia, ha marcado la historia del Perú en estas últimas cinco décadas. Son 50 años en la labor de informar con transparencia, pluralidad y objetividad, y servir como puente entre miles de lectores a lo largo de todo el país, revelando los acontecimientos noticiosos de su comunidad, del Perú y del mundo.

Ventaja Comparativa, Hombres y mujeres que buscan un diario independiente, a un precio razonable, con información precisa acerca de la política, economía, deportes, espectáculos, y con énfasis en su localidad. Contamos con un promedio de 815,000 lectores en todo el país, con variados estilos de vida y de niveles socio económicos A/B, C y D/E.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.

GRUPO LA REPUBLICA PUBLICACIONES SA (LA REPUBLICA)

Especialidad, es un diario peruano de circulación nacional que se edita desde Lima. Generalmente, se le asocia con el público de centro izquierda moderado y respetuoso de otras ideologías políticas, está dirigido a un segmento adulto, en especial hombres.

Experiencia, fue fundado en 1981. En este diario han trabajado importantes periodistas como Guillermo Thorndike, Mirko Lauuer, Gustavo Gorriti, entre otros. Asimismo, entre sus columnistas están Mario Vargas Llosa, Ronald Gamarra y Fernando Rospigliosi. Este diario pertenece al tercer grupo empresarial más importante del país.

Ventaja Comparativa, el diario forma parte de Periódicos Asociados Latinoamericanos (PAL), al que pertenece otras importantes casas editoras de Latinoamérica. El diario utiliza el formato berlinés, que es una medida un poco más grande que el tabloide, lo que permite una mejor propuesta gráfica.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.



17 JUL. 2017

150
F

[Firma manuscrita]

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 222 Fecha: 1 JUL. 2017

GRUPO LA REPUBLICA PUBLICACIONES SA (POPULAR)

Especialidad, es un diario de circulación nacional, con contenido variado, permite llegar a sus lectores con la información que necesitan de manera ágil y directa, que lo convierte en un diario pensando en la familia peruana.

Experiencia, pertenece al Grupo La República Publicaciones SA, con un tiraje diario de 400,000 ejemplares a nivel nacional, lo que permite informar desde primera hora a todos los hogares del país.

Ventaja Comparativa, es un medio de formato amigable para el lector, cuenta con secciones que brinda información de interés a las madres de familia, además de promociones y regalos que lo convierten en una alternativa principal para el desempeño de la campaña.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.

EDITORA EXPRESO EXTRA SAC (EXPRESO)

Especialidad, el contenido del diario precisa temas con objetividad, generando de esta manera interés en el lector. Presenta información seria, veraz y primicias. Además cuenta con otras secciones de interés para sus lectores como Economía, Banca y Bolsa, Empresas, etc.

Experiencia, es un diario de amplia trayectoria editorial 51 años, de opinión seria y objetiva con diagramación ágil y tamaño práctico. Además, apoya al sector educativo a través de la elaboración y circulación de suplementos e interesantes colecciones.

Ventaja Comparativa, es de un corte más masculino por estar enfocado en política. Sin embargo, mantiene a un público femenino fiel, gracias al tratamiento que le da a la noticia, a sus secciones de sociales y espectáculos, y a los coleccionables que lanza periódicamente

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2032 Fecha: 17 JUL. 2017

EDITORIAL DIARIO UNO SAC (DIARIO UNO)

Especialidad, es un diario de circulación nacional que se edita desde Lima, se le asocia con el público de centro izquierda moderado y respetuoso de otras ideologías políticas, está dirigido a un segmento adulto, en especial hombres.

Experiencia, "Diario UNO" es un diario peruano de tendencia política de izquierda. Es editado en Lima y circula a nivel nacional. Fundado en el año 2014.

Ventaja Comparativa, periódico crítico del modelo económico neoliberal, también difunde las demandas de los trabajadores y la causa de los derechos humanos. El Director es César Lévano y entre sus columnistas podemos señalar como Javier Solís, Raúl Wiener Juan Sheput, Carlos Monge y otros reconocidos periodistas.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.

RADIO LA KARIBEÑA SAC (DIARIO EXITOSA)

Especialidad, es un diario, que recoge los mejor de la tradición periodística (cobertura informativa profunda y opinión plural y calificada) y a ello, se suma un formato y diseño moderno, amigable para el lector. Con un formato noticioso y circulación a de lunes a domingo, llega a H-M de 25 años a más de nos NSE B-C.


Experiencia, Exitosa Diario es un producto de Corporación Universal y como tal se sostiene, asimismo, en la plataforma radial y televisiva. Cuenta con secciones de política, locales, exterior espectáculos y deportes.

Ventaja Comparativa, ingresa al mercado limeño, con 45 mil ejemplares por día y 24 páginas a full color, bajo la dirección de Juan Carlos Tafur, además de esta acompañado de los más representativos periodistas del medio. Entre sus columnistas podemos mencionar: Nicolás Lucar, Julio Arbizu.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2037 Fecha: 17 JUL. 2017

EDITORIA EILAT SAC (EL CHINO)

Especialidad, Diario El Chino es un diario fresco y atrevido que está enfocado al entretenimiento, el humor, la farándula y, por supuesto, los datos insólitos. Su lema: "El diario de las multitudes", por lo que su público objetivo abarca a todos aquellos lectores que busquen informarse al mismo tiempo que se entretienen y se enteran de noticias especiales.

Experiencia, pertenece al Grupo Editorial Lobo editores SAC que cuenta con otros medios impresos (La Razón, Todo Sport, El Men), su primera edición se realizó el día 23 de Enero de 1995.

Ventaja Comparativa, el diario El Chino desarrolla un periodismo ágil y popular donde el lector encontrará información principalmente de la farándula limeña. Diario con formato tabloide que hace de fácil lectura, con un público objetivo del segmento BCD (Hombres y Mujeres de 26 años a más).

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:
Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.

EDITORIA EILAT SAC (LA RAZON)

Especialidad, es un diario de circulación nacional, medio que brinda información política, actualidad, además de informar a la comunidad del acontecer nacional e internacional.

Experiencia, pertenece al Grupo Editorial Lobo editores SAC que cuenta con otros medios impresos (El Chino, Todo Sport, El Men). Su primera edición fue el 14 de mayo del 2001. Cuenta con una línea editorial abierta a todas las tendencias políticas y de opinión, donde se conjuga un periodismo plural y de investigación. Diario independiente con información veraz, completa, actual y de alta calidad que ayuda al lector a entender su entorno y a tomar decisiones, que defiende el derecho a la libertad de expresión y de información y vela por su máspreciado patrimonio: la credibilidad.

Ventaja Comparativa, diario con formato tabloide, con un público objetivo del segmento BCD (Hombres de 18 años a más trabajadores, jubilados, jefes de hogar). La Razón en todos estos años ha ganado un espacio importante de opinión, crítica, pluralismo y seriedad en la prensa peruana.

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.




JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

EDITORIA DEL PAIS SAC (DEL PAIS)

Especialidad, cuenta con diversas secciones informativas, las cuales son política, economía, deportes, espectáculos y amenidades. La característica especial del diario es que las portadas son de información política y de actualidad así como temas de economía.

Experiencia, es un tabloide de 16 páginas. Se edita en la ciudad de Lima y tiene 15 años de permanencia en el mercado de las comunicaciones.

Ventaja Comparativa, el público objetivo de acuerdo a la evolución diaria de la venta, devoluciones así como estudios realizados por la compañía encuestadora Idice, señalan que nuestro porcentaje más alto de lectoría es en los sectores A, B y C. En los sectores D y E la venta es del 50%, ya que en estos se espera un diario con portadas de notas policiales o artistas de la farándula local.

Y de acuerdo a las devoluciones y la venta se calcula que unos 100 mil ejemplares son leídos a diario. A ello se suma los lectores que se tiene por medio de la página web www.delpais.com.pe

A continuación, se detalla la compra de la publicidad para este medio:

Se recomienda la compra de avisos en medidas que se detallan en el Anexo N° 03, a Full Color.

EJECUCIÓN Y MONITOREO DE LA CAMPAÑA

Para la ejecución de la campaña publicitaria, se realizara lo siguiente:

1. La coordinación con los diferentes medios a fin de hacer entrega de los materiales (arte, diseño, medidas, contenido, etc) para la respectiva difusión.
2. El apoyo a las Gerencias Regionales, Unidades Orgánicas y/o jefaturas de nuestra institución, poniendo a disposición personal calificado.
3. Las grabaciones de los spots en radio que se transmitirán en Lima Metropolitana incluido la Provincia Constitucional del Callao.
4. El seguimiento de la transmisión de los spots contratados (en Lima Metropolitana), tomando como fuente de información los reportes emitidos por la empresa IP NOTICIAS, en caso de omisión de alguna transmisión, se coordinará con los medios para la reposición respectiva.
5. Los reportes sobre el monitoreo realizado en Lima Metropolitana, cabe mencionar que dichos reportes cuentan con un desfase de 02 días
6. De otro lado, se entregará al final de la campaña un informe de cumplimiento de pauta, la que contendrá: Cumplimiento de pauta de cada uno de los medios utilizados (cantidad de spots emitidos según contrato), TGRPs alcanzados, Frecuencia, Alcance, Fecha de inicio y final de campaña, Rendimiento de la pauta contratada, Cd digitalizado con los avisos transmitidos.

ESPECIFICACIONES GENERALES

- Para realizar el presente Plan de Medios, se han considerado programas, horarios, secciones y características que se detallan en los Anexos 01, 02 y 03 que son referenciales, siendo estas modificables de acuerdo a las necesidades del servicio; es decir, emitir la campaña publicitaria en diferente programa, día, horario, segmentación, formato, sección, la cual será requerida por el Área Usuaria, pero siempre conforme con el monto establecido en el contrato con cada medio de comunicación.
- Con respecto al tiempo de ejecución de la campaña, se tiene como fechas estimadas de difusión entre los meses de Enero a Diciembre, la misma que variará dependiendo de la necesidad de la Institución, la misma que será informada al momento de la contratación.



CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO



JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2050 Fecha: 17 JUL, 2017

CONTRATACION DE LOS MEDIOS

Debemos indicar que para la contratación de las empresas y de acuerdo con el artículo 27º Contrataciones Directas, excepcionalmente, las entidades pueden contratar directamente con un determinado proveedor en los siguientes supuestos: **literal g) se detalla que: ..."Para los servicios de Publicidad que prestan los medios de comunicación televisiva, radial escrita o cualquier medio de comunicación"...**

Bajo esta premisa, la agencia entregará al Gobierno Regional del Callao todos los contactos en cada uno de las empresas que se contratarán a fin de poder hacer las coordinaciones como:

- Solicitud de cotización de los avisos a contratar.
- Entrega de cotizaciones para establecer el estudio de mercado.
- Entrega de documentos con respecto a la Exoneración con los medios,
- Coordinación para las firmas de los contratos entre los Medios y el Gobierno Regional del Callao.
- Entrega de los materiales para la difusión de la campaña

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO



JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017



CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

[Signature]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2037 Fecha: 17 JUL. 2017

MEDIO	TIPO DE AVISO	CANTIDAD	TOTAL
-------	---------------	----------	-------

PRENSA ESCRITA	AVISOS	247	2'931.813
	Sub Total	247	2'931.813

RADIO	SPOTS	180	203,904
	SPOTS	180	309,042
	Sub Total	360	512,946

TELEVISIÓN	AVISOS	120	1'860,529
	AVISOS	104	1'897.470
	AVISOS	176	489,822.72
	AVISOS	48	927,480
	Sub Total	448	5'175,302

TOTAL CAMPAÑAS	8'620,061
-----------------------	------------------



ANEXO N° 01

PAUTA TELEVISIÓN SEÑAL ABIERTA



CLIENTE GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

CAMPAÑA IMAGEN

MEDIO TELEVISION ABIERTA

ITEM	CANAL	PROGRAMA	DIAS	HORARIOS	SEGUNDOS	PERIODO DE LA CAMPAÑA							CANT. AVISOS	COSTO UNITARIO	SUBTOTAL	I.G.V.	TOTAL	RATING	TGRP%	RATING MILES	IMPACTOS MILES	CKM
						L	M	M	J	V	S	D										
1	2	90 MATINAL	LUNES A VIERNES	05:30 A 08:30	30	1	1	1	1	1	1	1	6	27,670.00	166,020.00	29,883.60	195,903.60	1.384	8.354	72.28	433.85	5,380.20
	2	90 MEDIO DIA	LUNES A VIERNES	12:00 A 13:00	30	1	1	1	1	1	1	6	27,670.00	166,020.00	29,883.60	195,903.60	2.229	13.374	115.58	693.35	2,983.40	
	2	90 EDICION CENTRAL	LUNES A VIERNES	23:00 A 24:00	30	1	1	1	1	1	1	6	27,670.00	166,020.00	29,883.60	195,903.60	4.052	24.312	210.65	1,280.30	4,540.97	
2	2	NOVELA TURCA	LUNES A VIERNES	22:00 A 23:00	30	1	1	1	1	1	1	8	19,320.00	154,560.00	27,820.80	182,380.80	5.217	41.736	270.45	2,163.57	3,703.28	
3	2	MIRA QUIEN CANTA	SABADOS	22:00 A 23:00	30					1		2	18,400.00	36,800.00	6,824.00	43,424.00		0			#DIV/0!	
4	2	PUNTO FINAL	DOMINGOS	20:00 A 22:30	30						1	2	18,400.00	36,800.00	6,824.00	43,424.00	3.454	6.908	106.60	213.00	5,327.18	
1	4	PRIMERA EDICION AMERICA	LUNES A VIERNES	07:00 A 08:30	30	1	1	1	1	1	1	6	11,390.00	68,340.00	12,301.20	80,641.20	3.752	22.512	194.51	1,167.04	3,035.71	
2	4	NOTICIAS 1/2 DIA	LUNES A VIERNES	12:00 A 13:00	30	1	1	1	1	1	1	6	7,035.00	42,210.00	7,597.80	49,807.80	2.246	13.478	118.41	698.44	3,132.24	
3	4	VBQ TODO POR LA FAMA	LUNES A VIERNES	20:00 A 21:00	30	1	1	1	1	1	1	5	24,790.00	123,950.00	22,311.00	146,261.00	6.254	31.27	324.17	1,820.87	3,963.86	
4	4	AMERICA NOTICIAS	LUNES A VIERNES	23:00 A 00:00	30	1	1	1	1	1	1	5	17,420.00	87,100.00	15,678.00	102,778.00	4.557	22.785	236.22	1,181.08	3,822.69	
5	4	EL SHOW DE LOS SABADOS	SABADOS	21:00 A 23:30	30					1		2	22,760.00	45,520.00	8,200.80	53,720.80		0			#DIV/0!	
6	4	CUARTO PODER	DOMINGO	20:00 A 22:30	30						1	2	17,420.00	34,840.00	6,271.20	41,111.20	4.13	6.26	103.10	208.20	4,217.82	
1	5	BUENOS DIAS PERU	LUNES A VIERNES	06:30 A 08:00	30	1	1	1	1	1	1	10	2,585.00	25,850.00	4,671.00	30,521.00	0.704	7.04	36.81	368.10	3,686.08	
2	5	24 HORAS MEDIO DIA	LUNES A VIERNES	12:50 A 14:30	30	1	1	1	1	1	1	10	2,585.00	25,850.00	4,671.00	30,521.00	0.815	8.15	42.19	421.88	-	
3	5	24 HORAS EDICION CENTRAL	LUNES A VIERNES	21:00 A 22:30	30	1	1	1	1	1	1	10	5,559.00	55,590.00	10,008.20	65,598.20	2.233	22.33	115.72	1,157.24	2,488.48	
4	5	AL SEXTO DIA	SABADO	22:00 A 00:00	30					1		2	5,559.00	11,118.00	2,001.24	13,119.24	2.035	4.07	105.60	211.20	2,731.70	
5	5	PANORAMA	DOMINGO	20:00 A 22:30	30						1	2	5,559.00	11,118.00	2,001.24	13,119.24	2.436	4.872	128.24	252.47	2,282.02	
1	9	NOVELA ESTELAR	LUNES A VIERNES	22:00 A 23:00	30	1	1	1	1	1	1	2	19,500.00	39,000.00	7,020.00	46,020.00	3.319	6.638	172.018	344.04	5,875.28	
2	9	DIA D	DOMINGO	22:00 A 00:00	30						1	2	19,500.00	39,000.00	7,020.00	46,020.00	3.319	6.638	172.018	344.04	5,875.28	

TOTAL INC. IGV 1,263,818.08

288.46

13,600.43

COPIA DEL DOCUMENTO ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
 JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
 SECRETARIO ALTERNATIVO
 GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
 Fecha: 17 JUL 2017



141
142

ANEXO N° 01

PAUTA TELEVISIÓN SEÑAL DE CABLE



ITEM	CANAL	PROGRAMA	DIAS	HORARIOS	SEGUNDOS	PERIODO DE LA CAMPANA												Cant. Avisos	COSTO UNITARIO	SUB TOTAL	I.G.V.	TOTAL								
						L	M	W	J	V	S	D	L	M	W	J	V						S	D						
1	N	D 6 A 9	LUNES A VIERNES A	05:50 A 09:00	30	1	1	1	1	1									530.00	2,650.00	477.00	3,127.00								
2	N	N NOTICIAS	LUNES A VIERNES A	09:00 A 10:00	30	1	1	1	1	1									530.00	2,650.00	477.00	3,127.00								
3	N	N DIRECTO	LUNES A VIERNES A	10:00 A 12:00	30	1	1	1	1	1									530.00	2,650.00	477.00	3,127.00								
4	N	PRIMERO A LAS 12	LUNES A VIERNES A	12:00 A 14:00	30	1	1	1	1	1									530.00	2,650.00	477.00	3,127.00								
5	N	N DIRECTO	LUNES A VIERNES A	17:00 A 18:00	30	1	1	1	1	1									530.00	2,650.00	477.00	3,127.00								
6	N	N PORTADA	LUNES A VIERNES A	19:00 A 20:00	30	1	1	1	1	1									1,127.00	5,635.00	1,014.30	6,649.30								
7	N	PRIMERO A LAS 8	LUNES A VIERNES A	20:00 A 21:00	30	1	1	1	1	1									1,127.00	5,635.00	1,014.30	6,649.30								
8	N	A BOCAJARRO	LUNES A VIERNES A	23:00 A 00:00	30	1	1	1	1	1									1,127.00	5,635.00	1,014.30	6,649.30								
1	RPP TV		LUNES A VIERNES A	06:00 A 10:00	30						1	1	1	1	1				1,085.00	5,325.00	958.50	6,283.50								
2	RPP TV		LUNES A VIERNES A	10:00 A 18:00	30						1	1	1	1	1				882.00	4,410.00	793.80	5,203.80								
3	RPP TV		LUNES A VIERNES A	06:00 A 18:00	30						1	1	1	1	1				882.00	4,410.00	793.80	5,203.80								
4	RPP TV		LUNES A VIERNES A	19:00 A 22:00	30						1	1	1	1	1				1,625.00	8,125.00	1,462.50	9,587.50								
												8	8	8	8	8	8	0	0	0	0	0	0	60					TOTAL INC. IGV	61,861.50

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Signature]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
 FEDATARIO ALTERNO
 GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
 Reg. N° 2037 Fecha: 17 MAR 2017



ANEXO N° 02

PAUTA RADIO



ANEXO N° 03

PAUTA PRENSA ESCRITA



<u>COSTO</u>	<u>DIARIOS</u>	<u>TAMAÑO</u>
<u>S/. 25,621.60</u>	TROME	½ Pág.
<u>S/. 45,230.19</u>	COMERCIO	½ Pág.
<u>S/. 10,174.69</u>	PERÚ 21	½ Pág.
<u>S/. 13,977.81</u>	CORREO	½ Pág.
<u>S/. 15,731.36</u>	OJO	½ Pág.
<u>S/. 9,870.52</u>	LA REPÚBLICA	½ Pág.
<u>S/. 3,940.73</u>	EL POPULAR	½ Pág.
<u>S/. 4,911.16</u>	EXPRESO	½ Pág.
<u>S/. 5,115.30</u>	DIARIO UNO	½ Pág.
<u>S/. 2,803.68</u>	LA EXITOSA	½ Pág.
<u>S/. 5,664.00</u>	LA RAZÓN	½ Pág.
<u>S/. 3,469.20</u>	EL CHINO	½ Pág.
<u>S/. 7,800.00</u>	EL PAÍS	½ Pág.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

John Carlos Gonzales Rosas
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
PEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL 2017



CAMPAÑAS	MEDIO DE COMUNICACIÓN		
	RADIO	DIARIOS	TV
Festival Gastronómico	X		
25 Cámaras de Vigilancia de última generación Full HD - Zona Sur		X	
Villa Deportiva Regional		X	
Relación de obras inauguradas durante el mes de Marzo		X	
Campaña de Costa Verde del Callao	X	x	
CIBERBUS Clase de Computación gratis		X	
Inauguración del Puesto de Vigilancia Vecinal	X	x	X
Relación de obras inauguradas durante el mes de Abril		X	
Lanzamiento Costa Verde del Callao	X	X	X
Obras Inauguradas durante el mes de Mayo		X	
Inauguración de Cámaras Biométricas	X	X	X
Obras inauguradas durante el mes de Junio		X	
Inauguración Costa Verde del Callao	X	X	X
Obras inauguradas durante el mes de Julio		X	
Actividades programadas por Aniversario de Autonomía Política del Callao		X	
Festival Internacional Chim Pum Callao	X	X	
Obras Inauguradas durante el mes de Agosto		X	
Temporada Villa Deportiva Regional		X	
Obras Inauguradas durante el mes de Setiembre		X	
Obras Inauguradas durante el mes de Octubre		X	
Obras Inauguradas durante el mes de Noviembre		X	
Obras Inauguradas durante el mes de Diciembre		X	

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

[Handwritten Signature]

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
 REDACTARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
 Reg. N° 2058 Fecha: 17 JUL 2017



134
 TBB

MES 02 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*)25 Cámaras de vigilancia de última generación Full HD- Zona Sur	TROME	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	CORREO	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	OJO	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 26 de febrero
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 26 de febrero

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017



MES 03 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*)Temporada de Villa Deportiva Regional	TROME	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	CORREO	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	OJO	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 12 de marzo
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 12 de marzo

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO



JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2032 Fecha 7 JUL 2017



MES 04 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*) Obras Inauguradas durante el mes de Abril	TROME	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	CORREO	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	OJO	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 30 de Abril
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 30 de Abril

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
PEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N°: 2038 Fecha: 17 JUL. 2017



MES 05 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*)Lanzamiento de Costa Verde del Callao	TROME	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	CORREO	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	OJO	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 14 de Mayo

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
EDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038

Fecha: 17 de Mayo, 2017



129
128

MES 05 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*)Obras Inauguradas durante el mes de mayo	TROME	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	CORREO	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	OJO	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 28 de Mayo

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

John Carlos Gonzales Rosas
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2030. Fecha: 17 JUL. 2017



MES 06 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*) Inauguración De Cámaras Biométricas	TROME	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	CORREO	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	OJO	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 11 de Junio
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 11 de Junio

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

John Carlos Gonzales Rosas
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 7 JUL. 2017



MES 06 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*) Obras inauguradas durante el mes de Junio	TROME	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	CORREO	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	OJO	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 25 de Junio
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 25 de Junio

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
EDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2032 Fecha: 17 JUL. 2017



MES 7 (*)

	<u>DIARIOS</u>	<u>TAMAÑO</u>	<u>(*) FECHA DE PUBLICACIÓN</u>
(*) Inauguración Costa Verde del Callao	TROME	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	CORREO	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	OJO	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 23 de Julio
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 23 de Julio

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO



JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2032 Fecha: 17 JUL 2017



12
121
4

MES 7 (*)

	<u>DIARIOS</u>	<u>TAMAÑO</u>	<u>(*) FECHA DE PUBLICACIÓN</u>
(*) Obras inauguradas durante el mes de Julio	TROME	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	CORREO	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	OJO	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 30 de Julio
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 30 de Julio

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO



JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2030 Fecha: 17-JUL. 2017



MES 08 (*)

	<u>DIARIOS</u>	<u>TAMAÑO</u>	<u>(*) FECHA DE PUBLICACIÓN</u>
(*) Actividades programadas por Aniversario de Autonomía Política del Callao	TROME	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	CORREO	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	OJO	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 6 de Agosto

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO



JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 13 JUL. 2017



MES 8 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*) Festival Internacional Chim Pum Callao	TROME	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	CORREO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	OJO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 14/08/11



MES 08 (*)

	<u>DIARIOS</u>	<u>TAMAÑO</u>	<u>(*) FECHA DE PUBLICACIÓN</u>
(*) Festival Internacional Chim Pum Callao	TROME	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	CORREO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	OJO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 13 de Agosto

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2030 Fecha: 17 JUL. 2017

17 JUL. 2017



MES 08 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*) Obras Inauguradas durante el mes de Agosto	TROME	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	CORREO	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	OJO	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 27 de Agosto

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
EDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2058 Fecha: 7 JUL. 2017



MES 09 (*)

	<u>DIARIOS</u>	<u>TAMAÑO</u>	<u>(*) FECHA DE PUBLICACIÓN</u>
(*) Temporada Villa Deportiva Regional	TROME	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	CORREO	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	OJO	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 10 de Setiembre

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO



JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017



MES 09 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*) Obras Inauguradas durante el mes de Setiembre	TROME	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	CORREO	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	OJO	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 24 de Setiembre

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO


JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha:

17 JUL. 2017



MES 10 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*)Obras Inauguradas durante el mes de Octubre	TROME	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	COMERCIO	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	PERÚ 21	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	CORREO	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	OJO	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	LA REPÚBLICA	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	EL POPULAR	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	EXPRESO	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	DIARIO UNO	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	LA EXITOSA	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	LA RAZÓN	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	EL CHINO	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre
	EL PAÍS	1/2 Pág.	Domingo 29 de Octubre

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: 17 JUL. 2017



MES 11 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*)Obras Inauguradas durante el mes de Noviembre	TROME	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	CORREO	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	OJO	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 26 de Noviembre

*** NOTA**

Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO

[Firma]
JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038

Fecha: 17.11.2017



[Handwritten initials]

MES 12 (*)

	DIARIOS	TAMAÑO	(*) FECHA DE PUBLICACIÓN
(*)Obras Inauguradas durante el mes de Diciembre	TROME	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	COMERCIO	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	PERÚ 21	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	CORREO	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	OJO	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	LA REPÚBLICA	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	EL POPULAR	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	EXPRESO	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	DIARIO UNO	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	LA EXITOSA	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	LA RAZÓN	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	EL CHINO	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre
	EL PAÍS	½ Pág.	Domingo 31 de Diciembre

*** NOTA**


Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo.

De igual forma el número de campañas puede variar.

Igualmente el nombre de la campaña puede estar sujeto a modificación.

En el presente cronograma no se está considerando las campañas en medios televisivos.

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES
COPIA FIEL DEL ORIGINAL DEL GOBIERNO
REGIONAL DEL CALLAO



JOHN CARLOS GONZALES ROSAS
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. N° 2038 Fecha: _____

17 JUL. 2017

