

# Resolución Ministerial

Nº 138-2013-MIMP

Lima, 04 JUN. 2013

Vistos, el Informe Nº 063-2013-MIMP-PNCVFS-JAL de la Unidad de Asesoría Jurídica, el Informe Nº 19-2013-MIMP-PNCVFS/UPP de la Unidad de Planeamiento y Presupuesto, la Nota Nº 199-2013-MIMP/PNCVFS-UPPIFVFS y el Informe Nº 05-2013-MIMP/PNCVFS/UPPIFVFS-CVVC de la Unidad de Prevención y Promoción Integral Frente a la Violencia Familiar y Sexual, y la Nota Nº 065-2013-MIMP/PNCVFS de la Dirección Ejecutiva del Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual – PNCVFS; la Nota Nº 085-2013-MIMP-SG-OC y el Informe Nº 002-2013-MIMP-SG-OC/OMH de la Oficina de Comunicación, los Memorandos Nº 177-2013-MIMP/OGPP y Nº 221-2013-MIMP/OGPP de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, y el Informe Nº 094-2013-MIMP/OGAJ de la Oficina General de Asesoría Jurídica del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables;

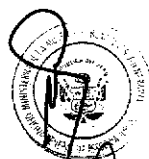
## CONSIDERANDO:

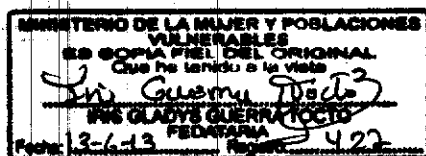
Que, mediante Ley Nº 28874 – Ley que Regula la Publicidad Estatal, se establecen los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;

Que, el literal a) del artículo 3 de la precitada Ley dispone que, para la autorización de la realización de publicidad estatal, debe cumplirse con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, las mismas que deben adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, según el literal c) del artículo 16 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, aprobado por Decreto Supremo Nº 003-2012-MIMP, la Oficina de Comunicación de la Secretaría General tiene entre sus funciones emitir opinión sobre las propuestas de Planes de Estrategia Publicitaria de los Programas y Proyectos del Sector;

Que, mediante el Informe Nº 063-2013-MIMP-PNCVFS-JAL de la Unidad de Asesoría Jurídica y la Nota Nº 199-2013-MIMP/PNCVFS-UPPIFVFS y el Informe Nº 05-2013-MIMP/PNCVFS/UPPIFVFS-CVVC de la Unidad de Prevención y Promoción Integral Frente a la Violencia Familiar y Sexual, dichos órganos han emitido opinión favorable para la aprobación del "Plan de Estrategia Publicitaria 2013 – PNCVFS", el mismo que cuenta con la correspondiente Certificación de Crédito Presupuestario





otorgada por la Unidad de Planeamiento y Presupuesto del citado Programa Nacional, mediante Informe N° 19-2013-MIMP-PNCVFS/UPP del 21 de febrero de 2013;

Que, asimismo, con Informe N° 002-2013-MIMP-SG-OC/OMH del 02 de abril de 2013 y Nota N° 085-2013-MIMP-SG-OC del 05 de abril de 2013, la Oficina de Comunicación ha emitido opinión favorable respecto a la propuesta indicada;

Que, por su parte, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, con Memorandos N° 177-2013-MIMP/OGPP y N° 221-2013-MIMP/OGPP del 12 de abril y del 10 de mayo de 2013, opina favorablemente para la aprobación del "Plan de Estrategia Publicitaria 2013 - PNCVFS" adjuntando el Informe N° 125-2013-MIMP/OGPP/OPI de la Oficina de Presupuesto e Inversiones y el Informe N° 013-2013-MIMP/OGPP/OP-MADA de la Oficina de Planeamiento, que sustentan su posición;

Que, en consecuencia, resulta necesario aprobar el "Plan de Estrategia Publicitaria 2013 - PNCVFS", formulado por el Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual - PNCVFS;

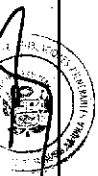
Con las visaciones de la Viceministra de la Mujer, de la Dirección Ejecutiva del Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual - PNCVFS, de la Secretaría General, de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, de la Oficina General de Asesoría Jurídica y de la Oficina de Comunicación;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 29158 - Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, la Ley N° 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General, la Ley N° 28874 - Ley que Regula la Publicidad Estatal, el Decreto Legislativo N° 1098 - Ley de Organización y Funciones del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables - MIMP y su Reglamento de Organización y Funciones aprobado por Decreto Supremo N° 003-2012-MIMP;

#### SE RESUELVE:

**Artículo 1.-** Aprobar el "Plan de Estrategia Publicitaria 2013 - PNCVFS", correspondiente a la Unidad Ejecutora 009: Programa Nacional Contra la Violencia Familiar y Sexual - PNCVFS del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, que en Anexo adjunto forma parte integrante de la presente Resolución.

**Artículo 2.-** Disponer que la presente Resolución y su Anexo - "Plan de Estrategia Publicitaria 2013 - PNCVFS", sean publicados en el portal institucional del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables ([www.mimp.gob.pe](http://www.mimp.gob.pe)).





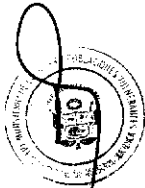
MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
Que he tenido a la vista  
*J. G. Guerra*  
IRIS GLADYS GUERRA  
Fecha: 13-6-13 PEDATARIA: 427

# Resolución Ministerial

**Artículo 3.-** La Oficina de Comunicación será la responsable del seguimiento y evaluación permanente del cumplimiento de los objetivos y metas considerados en el "Plan de Estrategia Publicitaria 2013 - PNCVFS", aprobado en el artículo 1 precedente, debiendo informar de ello a la Secretaría General.

**Regístrese y comuníquese.**

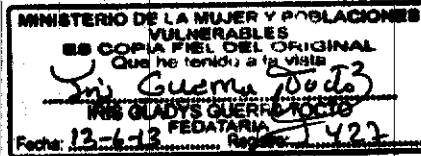
**Ana Jara Velásquez**  
Ministra de La Mujer y Poblaciones Vulnerables  
MIMP





PERÚ

Ministerio  
de la Mujer y  
Poblaciones Vulnerables



# PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2013 - PNCVFS

## I. INTRODUCCION

El Programa Nacional contra la Violencia Familiar y Sexual (PNCVFS) tiene como finalidad contribuir a la reducción de la alta prevalencia de la violencia familiar en mujeres, niñas, niños y adolescentes. Su objetivo es formular, diseñar, promover y ejecutar planes, proyectos y programas de prevención y atención, además de promover acciones de protección y recuperación frente a la violencia familiar y sexual; así como la generación del conocimiento de la problemática y la promoción de relaciones democráticas entre varones y mujeres. Entre sus funciones se encuentra "ejecutar y evaluar estrategias de fortalecimiento de capacidades, información, educación no formal, comunicación, promoción y difusión a nivel nacional en las materias de su competencia".

## II. JUSTIFICACION

La Unidad de Prevención y Promoción Integral frente a la Violencia Familiar y Sexual es responsable de promover la acción individual y colectiva contra la violencia familiar y sexual, propiciar relaciones individuales y familiares saludables y procesos de capacitación para el emprendimiento social y económico de la población, mediante la formulación, promoción, planeación, coordinación y ejecución de actividades de información, comunicación, difusión y educación no formal.

La problemática que aborda trasciende las ciudades –e inclusive- los países, y afecta a toda la población sin distinción de sexo, edad, etnia o condición social; siendo las mujeres, niños y adultos mayores las personas más afectadas. Precisamente, la intervención del Estado en esta problemática responde al cumplimiento de compromisos internacionales, como la Convención para la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer; la Convención Interamericana para Prevenir, Erradicar y Sancionar la Violencia contra la Mujer (Belem do Pará) y la Convención de los Derechos del Niño.

Al respecto, el PNCVFS ha implementado servicios de atención para las víctimas de hechos de violencia, como son los Centros Emergencia Mujer y la Línea 100, mediante los cuales se ofrece a las personas que acuden, o llaman, apoyo y acompañamiento legal, psicológico y apoyo social para enfrentar y superar la problemática. A nivel preventivo se cuenta con el Chat 100.

La necesidad de trabajar en la temática de violencia surge ante la siguiente problemática en el país:

- 4 de cada 10 mujeres de 15 a 49 años han sufrido alguna vez violencia física por parte de su esposo o compañero (ENDES-INEI 2011).



PERÚ

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
Que he leído e visto  
In: Guernu Tobías  
R/S GADY GUEZALBERTO  
Fecha: 13-6-13 Redactor: 422

- El 65,6% de mujeres de 15 a 49 años alguna vez unidas han sufrido alguna situación control por parte de su pareja; además, el 8.4% ha sido obligada por su esposo o compañero a tener relaciones sexuales contra su voluntad (ENDES-INEI 2011).
- 6 mujeres fueron asesinadas por sus parejas o ex parejas y 8 mujeres sufren tentativa de feminicidio por mes (Registro de Feminicidio del PNCVFS 2012).
- 403 mujeres fueron asesinadas producto del feminicidio, discriminación y violencia basada en su género, dato basado en la sistematización de casos publicados en la prensa durante el período Enero 2004 y Julio 2007, según estudio realizado por el Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán y Demus - Estudio para la Defensa de los Derechos de la Mujer-.
- Una de cada 5 mujeres en Lima y Cusco reporta abuso sexual en la infancia. El principal agresor de las mujeres antes de los quince años en Lima y Cusco es algún familiar masculino (diferente al padre o padrastro) y en segundo lugar un desconocido (Estudio Multicéntrico sobre la violencia de pareja y la salud de las mujeres – OMS 2002).
- El año 2012 los Centros Emergencia Mujer del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables-MIMP- atendieron 42,537 personas por situaciones de violencia familiar y/o sexual.

En tal sentido, el MIMP enfrenta esta problemática a través del Programa Nacional contra la Violencia Familiar y Sexual con los Centros Emergencia Mujer y la Línea 100.

Se hace necesario, entonces, que la población empiece a identificar, develar y desmitificar creencias e ideas discriminatorias contra las mujeres con las que se logra justificar, tolerar y seguir transmitiendo situaciones de violencia.

Asimismo, hace falta reforzar los mensajes de denunciar la violencia con el fin que las mujeres accedan a la justicia y cortar el círculo de maltrato, que inclusive llega hasta el feminicidio.



### III. OBJETIVOS

#### GENERAL

Contribuir a la reducción de las posibilidades que las mujeres sufran situaciones de violencia familiar y sexual mediante la promoción de una cultura de respeto y buen trato; y promover la cultura de denuncia ante la violencia.

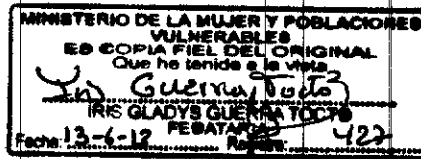
#### ESPECÍFICOS

- Mejorar los niveles de conocimiento de las mujeres respecto al derecho a una vida libre de violencia.
- Promover respuestas asertivas de las mujeres frente a los factores de riesgo de violencia de modo que los incorporen en su relación de pareja y vida familiar (situaciones de presión u otros).
- Fomentar la denuncia de las mujeres víctimas y de su entorno ante situaciones de violencia.





- Difundir los servicios de atención del Programa Nacional contra la Violencia Familiar y Sexual, como los Centros Emergencia Mujer, Línea 100 y Chat 100.



**IV. CAMPAÑAS A REALIZAR**

**4.1) Difusión de los servicios del Estado para denunciar y/o reportar la violencia**

Esta difusión se dirige a informar a la población sobre los servicios de atención frente a la violencia contra la mujer, que desde el Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables son los Centros Emergencia Mujer y el Chat 100, con la finalidad de motivar que las personas víctimas rompan el círculo de la violencia y no permitan el maltrato por parte de su pareja.

Las situaciones de este tipo se dan en parejas y -en ex-parejas que no han roto completamente el vínculo sentimental-, y que en los casos extremos llegan al feminicidio o tentativa de victimar mortalmente a la mujer.

La violencia contra la mujer en una relación de pareja se da a nivel físico, psicológico y sexual, por lo cual se necesita una actuación del Estado, a través de los diferentes sectores involucrados en la problemática; a fin de darle el apoyo y protección correspondiente.

**Justificación:**

Ejecutar acciones de difusión contra la violencia que viven las mujeres adultas en sus relaciones de pareja a fin que rompan el círculo de la violencia transmitido generacionalmente, motivando la denuncia ante estos hechos y difundiendo los servicios del PNCVFS-MIMP frente a esta problemática, como son la Línea 100 y los Centros Emergencia Mujer.

**Público Objetivo:**

A nivel primario se dirige a Mujeres de 18 a 59 años, que es el rango de edad en el que se registra la mayor cantidad de mujeres víctimas de violencia. A nivel secundario, se dirige a operadores de justicia y autoridades con responsabilidad directa en la problemática.

**Periodo:**

Año 2013.

**Ámbito Geográfico:**

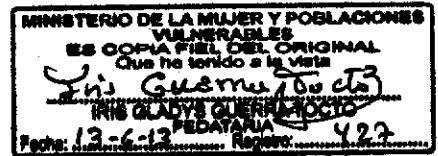
A nivel nacional.

**Medios de comunicación a utilizarse:**

Radio

La radio es el medio de comunicación que llega a la mayor cantidad de personas con respecto a los otros medio masivos tradicionales, como la televisión o los medios impresos.





La radio tiene la ventaja de la instantaneidad y simultaneidad. En el ámbito urbano es el medio más usado en espacios públicos, como: buses de transporte, centros comerciales, altoparlantes comunales, centros laborales y otros.

En las zonas rurales, la radio llega a espacios donde no llega la televisión y es un medio de fácil recepción, llegando inclusive a zonas donde no hay energía eléctrica (hay aparatos de radio que solo necesitan dos pilas pequeñas para funcionar y recibir la señal). Actualmente, se ha hecho de uso común que hasta los celulares cuenten con recepción de radio (en nuestro medio cada vez es más común el uso de nuevas tecnologías de comunicación, como los celulares, el internet, etc.)

La radio sigue siendo un medio útil, pese al crecimiento de los medios de internet, al respecto, Gustavo Cardoso (Los Medios en la Sociedad en Red, Barcelona, p.300), señala que "la radio es, de entre los tres medios de comunicación tradicional (televisión, periódicos y radio) aquella que presenta menos diferencias en relación a las características básicas de las nuevas tecnologías de la información: la cuestión de tiempo, del inmediatez, y de la ausencia de tiempos y costes de la distribución son los principales puntos de convergencia entre estos dos medios".

En tal sentido, para la difusión de servicios del Estado para denunciar o reportar la violencia, se propone utilizar la RADIO como uno de los medios de comunicación para difundir mensajes dirigidos a población adulta, a nivel nacional.

Televisión

La televisión es uno de los principales medios de retransmisión cultural que facilita la continuidad de comportamientos de una generación a otra y la instalación de los mismos dentro del inconsciente colectivo de una comunidad o un país.

Una de las causas de la perpetuación de la violencia es el machismo arraigado en varones, mujeres e instituciones de la comunidad, que permiten este tipo de hechos o lo asumen como algo "normal".

En este contexto, la televisión mediante la publicidad, prensa o entretenimiento colabora con la retransmisión cultural de comportamientos relacionados a la violencia familiar o violencia contra la mujer.

En tal sentido, amerita que el sector haciendo uso de la publicidad promueva a través de la televisión la difusión de comportamientos de respeto y buen trato a la mujer, así como la difusión de los servicios de atención del MIMP en este tema, como los Centros Emergencia Mujer y la Línea 100.

De esta manera, la publicidad se complementará con las acciones de prensa del MIMP y las acciones directas de atención-prevención con la población que se realizan desde el Programa Nacional contra la Violencia Familiar y Sexual.

Prensa escrita

La prensa escrita es el medio de comunicación más antiguo de los tres que están contemplados en la Ley de Publicidad Estatal del Perú (las otras dos son televisión y radio), cuya vigencia en el Perú se registra desde el año 1790 con la publicación del "Diario de Lima".





PERÚ  
Ministerio  
de la Mujer y  
Poblaciones Vulnerables

MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES  
VULNERABLES  
ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
que he tenido a la vista  
*Ina Guerra Toledo*  
IRIS GLADYS GUERRA TOCOP  
FEDATARIO  
Fecha: 13/6/13 Registro: 422

Esta antigüedad le da la ventaja que su consumo está instalado en componente cultural de la población durante más de dos siglos y su mensaje impreso permite que pueda ser visto reiteradas veces por las y los lectores, y un ejemplar puede ser visto por varias personas.

Los medios impresos tienen la ventaja de usar las nuevas tecnologías de impresión para un trabajo de gran calidad, muy llamativos y con imágenes de alta resolución. El diseño y el color son elementos que llaman la atención de la población en general.

Adicionalmente, la lectura de medios de prensa es parte de la rutina de las autoridades, funcionarios y operadores que tienen una relación directa con políticas públicas o atención a mujeres víctimas de violencia.

La publicación "Estrategias y técnicas de la comunicación" (Coordinadora: Inma Rodríguez Ardura, Barcelona 2007) señala que "la publicidad en prensa escrita, contagiada en sus orígenes por la sobriedad del medio, ha evolucionado hacia un estado en el que la creatividad y la fuerza de las imágenes son perfectos sucedáneos del potencial informativo del sonido o del movimiento. Como resultado de esta evolución han aparecido nuevas formas publicitarias en el medio (anuncios, encarte, clasificados y comunicados".

Por tal motivo, se incluye publicidad impresa en el presente Plan a fin de complementar los mensajes de audio y audiovisual que se difundirán en el marco de esta campaña en radiodifusoras y televisoras, respectivamente.

**4.2) Campaña sostenida de sensibilización de adolescentes y jóvenes para una vida libre de violencia**

La violencia contra la mujer tiene diversas expresiones según lo señala el Plan Nacional contra la Violencia hacia la Mujer 2009-2015, que son: violencia familiar, feminicidio, violación sexual, trata de mujeres y hostigamiento sexual.

Ante esta situación, la mayoría de campañas realizadas en nuestro medio y en el extranjero han estado destinadas a fomentar las denuncias ante las diferentes expresiones del problema, pero no se había trabajado directamente el tema de la prevención.

Los reportes de los Centros Emergencia Mujer del MIMP señalan que la mayor cantidad de víctimas de violencia se encuentran en el segmento de edad de 18 a 59 años.

**Justificación:**

Ejecutar una campaña de prevención de la violencia para que las mujeres adolescentes y jóvenes puedan identificar indicadores de violencia en la relación y en la pareja durante la etapa de enamoramiento, de tal manera que puedan orientar su relación hacia el respeto y buen trato al momento que decidan iniciar su vida en común.

**Público Objetivo:**

Mujeres y varones de 13 a 25 años. Se prioriza este público porque es la edad en la cual las parejas se encuentran en la etapa de enamoramiento y previo -o al inicio- de las relaciones de convivencia. El objetivo de prevención es evitar que las mujeres de







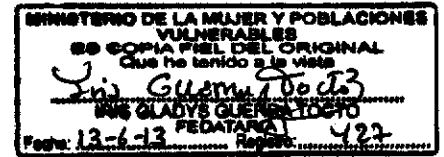
PERÚ

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables

esta edad pasan a formar parte del grupo mayoritario de víctimas de violencia que es el segmento de 18 a 59 años.

**Periodo:**  
Año 2013.

**Ámbito Geográfico:**  
A nivel nacional.



**Medios de comunicación a utilizarse:**

Radio

La radio es un medio de comunicación masiva muy relacionado con la población adolescente y joven porque existen estaciones cuya programación es dirigida principalmente a este grupo poblacional con contenidos de entretenimiento, basados en música y concursos.

A esta variable se le suma la tendencia actual de la adolescencia y juventud de usar celulares con radio o reproductores MP4, de tal manera que se conectan a su radiodifusora favorita en cualquier lugar y hora del día.

La radio tiene la ventaja de la instantaneidad y simultaneidad. En medio urbano es el medio más usado en espacios públicos, como: buses de transporte, centros comerciales, altoparlantes comunales, centros laborales y otros.

La publicación "Viviendo a toda: jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades" (Fundación Universidad Central, Bogotá – primera reimpression 2002), señala "Salta a la vista que las emisoras preferidas son –de lejos- las juveniles, que ofrecen en su programación básicamente música y algunos magazines y concursos. La radio es sin duda el consumo cultural preferido por los jóvenes porque es el medio, más bien el lenguaje, que mejor los expresa".

Televisión

Para la campaña de prevención de la violencia en adolescentes y jóvenes se ha previsto solicitar servicio de difusión por medio televisivo, dado que es el medio de mayor ascendencia en la población en general.

La televisión se instala dentro de los hogares y forma parte de la rutina familiar. El problema de la violencia familiar también se ha instalado dentro de los hogares y tiene como principal víctima a la mujer (Según la ENDES-INEI, cuatro de cada diez mujeres ha sido violentada alguna vez en su vida). Con el avance tecnológico, en la calidad de imágenes y el contenido de las producciones, la televisión aumenta su influencia en la retransmisión cultural en la sociedad.

De esta manera, si la sociedad tiene patrones culturales discriminatorios hacia la mujer y esto se refleja en la televisión, se estaría retransmitiendo y heredando a las nuevas generaciones el machismo y la costumbre de maltratar a la mujer.

De esta manera, al ser un espacio de retransmisión cultural, la televisión puede ser un agente de retransmisión del machismo, pero también puede ser una oportunidad para promover patrones culturales de respeto hacia la mujer y de rechazo a la violencia.

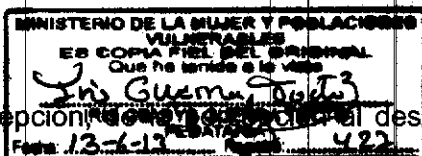
Joan Ferrés (Televisión Subliminal, Barcelona 1996, p. 37) "señala que "la influencia de la televisión se manifiesta, pues, por su acción en el proceso de construcción y de elaboración de los esquemas desde los que se interpreta la realidad. Se cierra así un





PERÚ

Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables



círculo que va del deseo a la percepción, de la percepción al deseo, y de éste a la libertad".

Como antecedente, se menciona que durante la última semana del mes de noviembre y la primera semana de diciembre del año 2010, se emitió el primer spot de la campaña dirigida a adolescentes y jóvenes bajo el nombre de "Si te quieren, que te quieran bien" y el número de consultas telefónicas en la Línea 100 se incrementó en un 35% en el mes de Noviembre y en 37% el mes de Diciembre, por temas vinculados a las relaciones de parejas. En diciembre del año 2012, la difusión de la campaña dirigida a adolescentes y jóvenes fue bajo el nombre de "Quiere sin violencia, marca la diferencia" y significó elevar considerablemente las consultas al servicio de orientación y consejería Chat 100.

En tal sentido, para continuar con la campaña sostenida a adolescentes y jóvenes, se propone utilizar la TELEVISIÓN como medio de comunicación masivo para llegar a la adolescencia y juventud con mensajes de prevención de la violencia hacia la mujer durante el inicio de las relaciones de enamoramiento o de pareja.

**V. AMBITO DE APLICACIÓN**

Las dos campañas publicitarias se realizarán con una cobertura a nivel nacional.

**VI. PERIODO DE EJECUCION**

El presente Plan será ejecutado el año 2013.

**VII. PROPUESTA TÉCNICA:**

La propuesta siguiente está basada en virtud de los públicos objetivos de las respectivas campañas que implementará el PNCVFS:

- Difusión de los servicios para reportar o denunciar la violencia (18 -59 años edad).
- Campaña sostenida de sensibilización de adolescentes y jóvenes para una vida libre de violencia (13-25 años de edad).

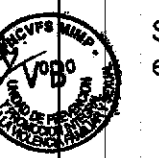
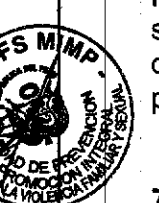
Para la elección de los medios se tienen en cuenta los primeros lugares de sintonía/audiencia/lectoría vinculados a los estudios de Audiencia Radial de Emisoras de la Compañía Peruana de Investigación de Mercados (CPI), ranking de la programación televisiva de Ibope Time y estudios de lectoría de Kantar Media.

**7.1 Difusión de los servicios para reportar o denunciar la violencia (18 -59 años edad).**

**7.1.1 Publicidad en Televisión**

Según público objetivo de la campaña (18-59 años) se propone, la difusión a publicitar en los siguientes canales:

1. Frecuencia Latina
2. América Televisión
3. ATV





Propuesta en función al Ranking de sintonía de Ibope Time, período Enero 2013. (Se adjunta anexo 01 con el Rating señalado).

**Cuadro N° 01 de Propuesta Técnica**

CAMPANA	Montos por Medio de Comunicación				
	Radio	Televisión	Prensa Escrita	Otros Medios	TOTAL
Difusión de los servicios para reportar o denunciar la violencia		Frecuencia Latina			S/. 536,782
<b>Fecha para difusión:</b> Año 2013, a difundirse en dos partes: lanzamiento luego de aprobado el Plan de Estrategia Publicitaria y en el marco del Día de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.		América TV			S/. 620,680
		ATV			S/. 492,060
<b>Sub total</b>					S/. 1,649,522

**7.1.2 Publicidad en Radio**

Según público objetivo de la campaña (18-59 años) se propone, la difusión a publicitar en las siguientes radiodifusoras:

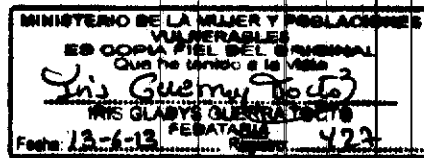
1. Radio Programas del Perú
2. Ritmo Romántica
3. Panamericana
4. La Karibeña

Propuesta en función al Ranking de sintonía de CPI de octubre de 2012. (Se adjunta anexo 02 con el Rating señalado).

**Cuadro N° 02 de Propuesta Técnica**

CAMPANA	Montos por Medio de Comunicación				
	Radio	Televisión	Prensa Escrita	Otros Medios	TOTAL
Difusión de los servicios para reportar o denunciar la violencia	Radio Programas del Perú				S/. 200505.60
<b>Fecha para difusión:</b> Año 2013, a difundirse en dos partes: lanzamiento luego de aprobado el Plan de Estrategia Publicitaria y en el marco del Día de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.	Ritmo Romántica				S/. 70800
	Panamericana				S/. 66198
	La Karibeña				S/. 63720
	<b>Sub total</b>				S/. 401,223.60





**7.1.3 Publicidad en medios impresos**

Según público objetivo de la campaña (18-59 años) se propone, la difusión a publicitar en los medios impresos:

1. Trome
2. Ojo
3. El Comercio

Propuesta en función al Estudio de Lectoría de Kantar Media. (Se adjunta anexo 03 con el estudio señalado señalado).

**Cuadro N° 03 de Propuesta Técnica**

CAMPANA	Medios de Medio de Comunicación				Monto
	Radio	Televisión	Prensa Escrita	OTROS	
Difusión de los servicios para reportar o denunciar la violencia			Trome		\$/. 97,629.54
<b>Fecha para difusión:</b> Año 2013			Ojo		\$/. 43,272.96
			Comercio		\$/. 55,104.31
<b>Subtotal</b>					<b>\$/. 195,006.81</b>



**7.2 Campaña sostenida de sensibilización de adolescentes y jóvenes para una vida libre de violencia (13-25 años de edad).**

**7.2.1 Publicidad en Televisión**

Considerando el público objetivo de esta campaña (adolescentes y jóvenes de 13 a 25 años), y el servicio de difusión televisiva elegido son los siguientes medios\*:

1. Frecuencia Latina
2. América Televisión

Propuesta en función al Ranking de sintonía de Ibope Time, período Enero 2013. (Se adjunta anexo 01 con el Rating señalado).

(\*Observa existe un tercer medio de televisión que de acuerdo al ranking podría ser incluida en la propuesta pero por razón de presupuesto en el presente período sólo se considera a dos de ellos.)





MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
 ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
 Que he tenido a la vista  
 Iris Gladys Guerra  
 IRIS GLADYS GUERRA  
 FEDATARIA  
 Fecha: 13-6-13 Rango: 427

**Cuadro N° 04 de Propuesta Técnica**

CAMPANA	Minutos por Medio de Comunicación				TOTAL
	Radio	Televisión	Presencia Escrita	Otros Medios	
Campaña sostenida de sensibilización de adolescentes y jóvenes para una vida libre de violencia		Frecuencia Latina			S/. 272,698.00
		América TV			S/. 477,900.00
<b>Fecha para difusión:</b> Año 2013					
<b>Sub total</b>					S/. 750,598.00

**7.2.2 Publicidad en Radio**

Según público objetivo de la campaña (13-25 años) se propone, la difusión a publicitar en las siguientes radiodifusoras:

1. La Zona
2. Moda
3. Ritmo Romántica
4. Onda Cero

Propuesta en función al Ranking de sintonía de CPI de octubre de 2012. (Se adjunta anexo 04 con el Rating señalado).

**Cuadro N° 05 de Propuesta Técnica**

CAMPANA	Minutos por Medio de Comunicación				TOTAL
	Radio	Televisión	Presencia Escrita	Otros Medios	
Campaña sostenida de sensibilización de adolescentes y jóvenes para una vida libre de violencia	La Zona				S/. 30,975
	Moda				S/. 64,428
	Ritmo				S/. 61,950
	Onda Cero				S/. 27,258
<b>Fecha para difusión:</b> Año 2013					
<b>Sub total</b>					S/. 184,611





MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES VULNERABLES  
ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
Que he tenido a la vista  
*GLADYS GUERRA TORO*  
MRS GLADYS GUERRA TORO  
FECHAS: 13-6-13  
Report: 422

Resumen:

	Radio	Televisión	Prensa Escrita	TOTAL
Difusión de los servicios para reportar o denunciar la violencia	S/. 401,223.60	S/. 1'649,522	S/. 196,006.81	S/. 2'246,752.41
Campaña sostenida de sensibilización de adolescentes y jóvenes para una vida libre de violencia	S/. 184,611	S/. 750,598		S/. 935,209.00
	S/. 585,834.60	S/. 2'400,200	S/. 196,006.81	S/. 3'181,961.41

VIII. PRESUPUESTO

El Presupuesto total que se requiere para las dos campañas publicitarias alcanza la suma de S/. 3'181,961.41 (tres millones ciento ochentun mil novecientos sesentuno y 41/100 nuevos soles).

IX. LIMITACIONES

- La entidad se abstendrá de realizar erogaciones de recursos presupuestarios cuya finalidad sea distinta a la promoción de la imagen institucional y la difusión de sus programas
- Asimismo, no podrá erogar recursos presupuestarios en acciones proselitistas.



Ranking TV

MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES  
 VULNERABLES  
 ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
 Que he tomado a la vista  
 Ino Guzmán  
 INE GLADYS GUERRERO  
 FEDATARIA  
 Fecha: 13-1-13 Registro: 422

Datos: Peru

Filtro de programación: Bloque, Tanda

Regiones: Lima

Región base: Lima

ENERO DE 2013

Ranking	Grupo	Canal	Género	Inicio	Final	Hogares Total	H.Y.M 18-25	H.Y.M 26-37	H.Y.M 38-49	H.Y.M 50-99
						rat%	rat%	rat%	rat%	
1	VACACIONES EN GRECIA	Canal 04	Series	20:04	21:03	22	8,2	7,6	5,9	8,5
2	QUE BONITO AMOR-NO	Canal 04	Novelas	21:02	21:59	17,6	5,3	6,5	6,1	7,1
3	AMERICA NOTICIAS-NO	Canal 04	Noticieros	21:58	23:01	16	4,4	6,7	5,7	9,2
4	ESTO ES GUERRA-TA	Canal 04	Concurso	18:24	20:05	15,5	6,9	5,2	3,6	3,7
5	RISAS D AMERICA-S-NO	Canal 04	Comicos	19:59	21:59	14,6	4,6	6,1	5,4	5,2
6	COMBATE-TA	Canal 09	Concurso	17:58	20:08	13,6	5,5	4,7	4,6	5
7	ESCOBAR EL PATRON DEL MAL-NO	Canal 09	Novelas	21:01	22:01	12,5	4,2	5,8	5,1	6,7
8	MIC.AVANCE INFORMATIVO	Canal 04	Microprograma	17:01	17:03	12,1	4,4	3,9	4,1	4,7
9	PRIMERA EDICION-MA	Canal 04	Noticieros	6:51	9:30	11	3,1	4,1	4,8	4
10	DIA D-D-NO	Canal 09	Periodisticos	21:49	0:05	10,7	4,6	4,2	4,5	4,6
11	CORAZON VALIENTE-NO	Canal 09	Novelas	20:08	21:02	10,6	3,9	4,2	4,1	5,3
12	INSENSATO CORAZON-NO	Canal 09	Novelas	22:01	23:02	10,6	4,1	3,1	4,4	7,3
13	AMOR BRAVIO-TA	Canal 04	Novelas	14:59	16:00	10,2	2,4	3,6	3,5	6,4
14	PUNTO FINAL-D-NO	Canal 02	Periodisticos	19:52	22:30	10,2	3,4	3,2	4,5	7,2
15	LO MEJOR DR.TV-TA	Canal 04	Otros	14:00	14:59	9,8	2	3,2	3,3	5,2
16	ESP.DEL HUMOR-S-NO	Canal 02	Comicos	20:58	23:00	9,8	4,2	3,2	3,8	2,9
17	DOS SAPOS UNA REINA-TA	Canal 04	Concurso	12:56	14:01	9,7	3,4	3,3	2,7	2,8
18	LA ROSA DE GUADALUPE-TA	Canal 04	Novelas	17:28	18:24	9,7	3,3	3	2,9	3,5
19	ATV NOTICIAS-NO	Canal 09	Noticieros	23:01	23:47	9,6	3,1	2,5	3,6	6,7
20	CUARTO PODER-D-NO	Canal 04	Periodisticos	19:49	22:35	9,6	2,4	2,7	3,6	7
21	A LAS ONCE-NO	Canal 04	Magazine	23:00	0:09	9,4	2,8	3,7	3,8	4,5
22	AMORES VERDADEROS-TA	Canal 04	Novelas	15:59	16:59	9,3	2,5	3,3	2,9	4,9
23	DOMINGO AL DIA-D-MA	Canal 04	Periodisticos	8:58	11:31	9,3	4,8	3,4	3,7	2,6
24	MIC.AVANCE INFORMATIVO	Canal 09	Microprograma	19:32	19:34	9,2	3,2	3,2	3,2	4,7
25	ROJO FAMA CONTRAFAMA-NO	Canal 02	Concurso	20:00	22:01	9,1	5	2,8	3,7	4,3
26	90 SEGUNDOS-NO	Canal 02	Noticieros	22:00	23:37	8,8	3	3,1	3,4	5,7
27	EL CAJON DEL HUMOR-D-NO	Canal 09	Comicos	19:47	21:50	8,8	3,5	3,7	3,5	1,9
28	AMOR AMOR AMOR-TA	Canal 02	Magazine	12:58	15:04	8,7	3,9	3	2,5	2,6
29	AMOR AMOR AMOR-TA	Canal 04	Novelas	16:58	17:29	8,6	2,4	3,3	2,8	3,4
30	AMOR AMOR AMOR-TA	Canal 04	Novelas	9:29	10:29	8,2	3,6	3,1	2,4	3,1
31	SIN VIENTOS TINTAS-D-NO	Canal 02	Periodisticos	22:30	0:13	8,1	1,4	2,3	3	6,7
32	LOS GENES DE LA CUMBIA 2-TA	Canal 02	Miniseries	15:03	17:25	7,9	3,4	2,2	1,9	1,3
33	LA TENIENTE-S-NO	Canal 04	Series	21:59	23:44	7,9	4,6	3,6	1,8	3,7
34	AMER.NOT.ED.SAB-S-MA	Canal 04	Noticieros	6:59	8:59	7,8	1,9	2,4	3,2	2,9
35	LA REINA DEL SUR-S-NO	Canal 09	Novelas	19:58	22:11	7,6	2,2	2,7	1,6	3,2
36	HIST.DETRAS DE LA MUERTE-S-NO	Canal 02	Series	23:00	23:54	7,5	2,7	2,9	2,4	2,4
37	REPORTE SEMANAL-D-MA	Canal 02	Periodisticos	8:58	11:32	7,3	2,7	2,4	2,8	3,7
38	FUTBOL EN AMERI-D-NO	Canal 04	Deportivos	22:35	0:30	7,2	2,2	3,6	2,3	3,1
39	AL SEXTO DIA-S-NO	Canal 05	Magazine	21:59	0:03	7,1	2	3	2	4
40	AMERICA NOT.EDIC.DOM-D-MA	Canal 04	Noticieros	6:55	8:58	7,1	2,3	3,1	2,9	2,7
41	SUPER SABADO-S-TA	Canal 04	Concurso	17:59	19:59	6,9	1,8	1,8	1,8	2,7
42	NO LA A TODOS-MA	Canal 09	Magazine	9:00	11:00	6,6	3,1	1,6	2,3	1,8
43	PANORAMA	Canal 05	Periodisticos	19:49	22:35	6,6	1,8	2,6	3,2	2,8
44	CINE ANIMADO-D-TA LA BATALLA DE FREEZER CO	Canal 04	Peliculas/Cine	14:29	15:29	6,5	2,9	2,5	1,7	0,6
45	EL CHAVO-MA	Canal 04	Infantiles	11:28	11:59	6,5	3	1,9	1,8	1,8
46	CASO CERRADO-TA	Canal 09	Otros	12:56	13:56	6,4	1,1	1,4	1,9	5
47	EL CHAVO-S-TA	Canal 04	Infantiles	14:59	15:59	6,4	3,1	1,7	1,3	1,8
48	QUE BONITO AMOR EL ESPECI-S-TA	Canal 04	Novelas	15:59	16:59	6,2	2	2	2,1	1,4
49	CHESPIRITO-S-MA	Canal 04	Infantiles	8:59	9:59	6,2	2,6	1,9	2	1,9
50	AMER.NOTIC.ED.MED-TA	Canal 04	Noticieros	11:59	12:57	6,1	2	2,1	2,1	1,9
51	AMORCITO CORAZON-MA	Canal 04	Novelas	10:29	11:29	6,1	2,9	2	1,7	2,2
52	SETIMO DIA-D-MA	Canal 02	Periodisticos	7:52	8:58	6	1,7	3,1	1,9	2,8
53	CHOLLYSHOW-MA	Canal 09	Magazine	8:30	9:00	6	2,6	2,2	2,3	1,8
54	DOMINGO DE PELICULA-D-TA SUPER AGENTE K-9	Canal 04	Peliculas/Cine	17:56	19:49	6	1,7	2,6	1,8	2
55	CHESPIRITO-D-TA	Canal 04	Infantiles	15:29	16:29	5,9	2,6	2	1,6	0,8
56	MIC.ANGELUS	Canal 04	Microprograma	11:19	11:22	5,7	2,8	1,8	1,6	2
57	LOS PINGUINOS D MADAGASCAR-D-T	Canal 04	Dibujos Animados	16:29	16:59	5,7	2,3	2,3	1,2	0,9
58	UNA MAID EN MANHATTAN-TA	Canal 09	Novelas	13:56	14:58	5,6	2,1	1,6	2	3,9
59	LA AK-DEMIAS-TA	Canal 04	Infantiles	11:58	12:59	5,6	3,3	1,6	2,3	0,3
60	EL CHAVO-S-MA	Canal 04	Infantiles	11:29	11:58	5,6	2	1,1	2	0,2
61	PRIMERA EDICION LOCAL-MA	Canal 04	Noticieros	5:24	6:51	5,6	1	1,8	2,5	3,2
62	SABADOS DE 90 SEGUNDOS-S-MA	Canal 02	Noticieros	6:55	10:01	5,5	1,2	1,3	2,6	2,9
63	ENEMIGOS PUBLICOS-NO	Canal 05	Periodisticos	22:31	0:42	5,4	1,8	2,1	1,8	3

MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES  
 VULNERABLES  
 ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
 Que he tenido a la vista  
 Ina Guerra Goetz  
 RRS GLADYS GUERRA GOETZ  
 FEDATARIA  
 Fecha 13-6-17

64	NUNCA MAS-S-NO	Canal 09	Periodísticos	19:01	19:38	3,7	1,6	1,5	1,5	1,7
65	BOB ESPONJA-D-TA	Canal 04	Dibujos Animados	13:29	14:29	5,3	2,1	1,6	0,8	0,5
66	VOLVERTE A VER-D-NO	Canal 02	Periodísticos	19:03	19:52	5,3	1,5	1,4	1,8	3,7
67	TAQUILLA NACION-S-NO ELIA	Canal 04	Peliculas/Cine	23:44	1:24	5,2	2,3	3,1	1,2	1,7
68	NUNCA MAS-S-MA	Canal 09	Periodísticos	9:00	10:03	5,2	1,9	1,8	2,8	2,7
69	EL SECRETARIO-TA	Canal 09	Novelas	14:58	16:00	5,1	2,1	2,2	2,4	2,9
70	ABRE LOS OJOS-MA	Canal 02	Noticieros	5:16	9:34	5	0,7	1,8	1,7	3
71	PRIMERA NOTICIA-S-MA	Canal 09	Noticieros	7:00	9:00	5	1,9	1,5	1,8	2,1
72	DIEZ-S-MA	Canal 09	Periodísticos	10:03	11:08	5	2,4	1,7	2	2,5
73	CINE MILLONARIO-TA AMOR Y TESORO	Canal 02	Peliculas/Cine	17:06	19:03	5	1,4	1,6	1,9	2,3
74	MINUTO PARA GANAR-S-TA	Canal 04	Concurso	16:59	17:59	5	1,5	1,5	1,2	1,4
75	POWER RANGERS SAMURAI-S-MA	Canal 04	Series	9:59	11:00	5	2,1	1,9	2,1	0,5
76	FUNCION ESTELAR-S-NO MI MASCOTA ES UN MO	Canal 02	Peliculas/Cine	19:01	20:58	5	2,6	1,2	2	0,6
77	LA PANDILLA PANTERA ROSA-S-MA	Canal 04	Dibujos Animados	11:00	11:29	4,9	0,4	0,7	2,1	0,3
78	REP.EL DOMINICAL-D-NO	Canal 05	Periodísticos	22:35	0:31	4,9	1,1	1,5	2,3	2,7
79	ME DUELE CUANDO MERO-S-TA	Canal 04	Series	14:01	14:59	4,7	2,9	1,2	0,9	0,6
80	EL CHAVO-D-TA	Canal 04	Infantiles	17:27	17:56	4,7	1,6	2,5	0,6	0,8
81	COBERTURA DAKAR 2013-NO	Canal 09	Deportivos	23:46	0:47	4,6	1,4	1,9	1,7	2,2
82	CINE 5 ESTRELLAS-D-TA INFRAMUNDO	Canal 05	Peliculas/Cine	17:26	19:49	4,6	2	2,3	1,9	1,8
83	CINEMA GLOBAL-NO EL INCREIBLE HULK	Canal 13	Peliculas/Cine	20:53	23:10	4,5	1,5	2,7	1,7	1,5
84	CINEPLUS-D-TA LEGIONARIO	Canal 02	Peliculas/Cine	15:31	17:07	4,5	1,2	2	2	2,2
85	TINY TOON-S-TA	Canal 02	Dibujos Animados	13:15	14:04	4,5	0,6	1,2	0,9	0,6
86	ESPECTACULOS-MA	Canal 02	Magazine	9:33	10:12	4,4	0,8	1,2	1,2	2,8
87	REP.DE PELICULA-D-NO	Canal 09	Magazine	0:04	1:04	4,4	2,6	1,2	2,1	2,4
88	REP.REPORTE SEMA-D-N	Canal 02	Periodísticos	0:13	2:00	4,4	1,1	1,2	1,7	2,2
89	KUNG FU PANDA-D-TA	Canal 04	Dibujos Animados	16:59	17:28	4,3	1,8	2,6	0,6	0,5
90	VEINTE LUCAS-D-MA	Canal 02	Otros	11:32	12:27	4,3	1,1	0,7	1,8	2,5
91	MIC.SORTEO LA TINKA	Canal 13	Microprograma	22:30	22:34	4,3	1,6	1,9	1,9	1,2
92	PARA ELLAS-MA	Canal 02	Magazine	10:11	11:59	4,3	1	1,4	0,7	2
93	EL OSO YOGI TESOROS-S-TA	Canal 02	Dibujos Animados	14:33	14:56	4,2	1,1	2,1	0,5	0,4
94	PATACLAUN-TA	Canal 02	Comedias	18:18	19:02	4,2	1,6	1	1	0,8
95	EL OSO YOGI-S-TA	Canal 02	Dibujos Animados	14:04	14:33	4,1	0,7	1,9	0,5	0,2
96	EL MENU DEL DIA-TA	Canal 02	Noticieros	11:58	12:59	4,1	1,1	1,7	0,9	1,6
97	TEC-D-MA	Canal 04	Magazine	11:30	12:30	4,1	3,3	1,3	1,9	0,7
98	POLICIAS DE CUENTOS-MA	Canal 13	Dibujos Animados	9:03	9:34	4	0,4	2,4	0,9	0,1
99	MIC.AVANCE INFORMATIVO	Canal 02	Microprograma	19:49	19:50	4	1,6	0,3	2,3	1,9
100	AYER Y HOY-D-TA	Canal 02	Noticieros	12:27	13:59	4	1,2	0,9	1,6	2,8
101	GRACHI-TA	Canal 09	Novelas	16:57	17:59	3,9	1,3	1,1	1,2	1,2
102	NAKED & FUNNY-S-NO	Canal 05	Otros	0:03	1:00	3,9	0,8	1,4	1,2	2,3
103	LOS BARRIGA-TA	Canal 02	Novelas	17:24	18:19	3,9	2,3	0,7	1,2	0,8
104	MEJORES DE ARENA-NO	Canal 02	Miniserles	19:01	20:01	3,9	1,5	0,8	1,7	0,9
105	REP.50 ATO DIA-D-NO	Canal 05	Magazine	22:35	0:30	3,9	1,1	1,1	1,8	1,7
106	CASOS DE CIELO-NO	Canal 04	Novelas	0:08	1:08	3,9	1,9	1,2	1,3	1,6
107	NOTICIAS EDIC.CENTRA	Canal 05	Noticieros	20:59	22:32	3,9	1	1,6	1	2,3
108	PRIMERA NOTICIA-MA	Canal 09	Noticieros	5:31	8:31	3,9	1,5	1,2	1,4	1,7
109	CINE EXPLOSIVO-D-TA EL ATAQUE	Canal 02	Peliculas/Cine	13:58	15:31	3,8	1,3	1,4	1,3	2,1
110	DECISIONES-TA	Canal 09	Series	15:59	16:58	3,8	1,3	1,3	1,7	1,7
111	EL NOTICIOSO-NO	Canal 13	Noticieros	23:09	0:18	3,8	1	1,6	1,7	1,6
112	CADA QUIEN SU SANTO-TA	Canal 09	Novelas	11:55	12:57	3,8	1,1	0,7	1	2,6
113	CARLY-D-MA	Canal 04	Series	12:30	13:30	3,8	2,4	1	1,2	0,4
114	CINE COMO EN EL CINE-S-NO EL EXORCISMO DE	Canal 09	Peliculas/Cine	22:11	0:25	3,7	1,4	0,5	1,7	1,8
115	EL CORRECAMINOS-S-TA	Canal 02	Dibujos Animados	14:56	15:21	3,7	0,8	1,9	0,7	0,6
116	DIEZ-S-TA	Canal 09	Periodísticos	18:04	19:01	3,7	2,4	0,8	1,3	0,9
117	CASO CERRADO-NO	Canal 02	Series	23:36	0:15	3,6	1,3	1,3	1,5	1,9
118	MIC.DAKAR 2013	Canal 09	Microprograma	14:40	14:44	3,6	1,4	0,9	1,2	1,8
119	NAKED & FUNNY-S-NO	Canal 02	Series	23:54	0:49	3,5	1	1,4	0,4	0,8
120	RAEMON-MA	Canal 13	Dibujos Animados	11:00	11:31	3,5	0,5	1,1	0,4	0,4
121	UN ESCAPE-S-TA	Canal 04	Magazine	12:59	14:01	3,4	2,6	0,4	0,7	1
122	90 SEGUNDOS DOMINICAL-D-MA	Canal 02	Noticieros	6:50	7:52	3,4	0,5	1,1	1,4	1,7
123	NAKED & FUNNY-D-NO	Canal 05	Otros	0:31	1:00	3,3	1,7	0,9	1,3	1,3
124	MI PADRE ROCKERO-MA	Canal 13	Dibujos Animados	9:05	9:35	3,3	0,9	1,1	0,9	0,2
125	LOS SUPER CAMPEONES-MA	Canal 13	Dibujos Animados	11:30	12:00	3,3	0,5	1	0,4	0,3
126	PRIMERA NOTICIA-D-MA	Canal 09	Noticieros	7:00	9:00	3,3	0,9	1,3	1,3	1,7
127	CINEMA GLOBAL DOMINGO-D-NO LLUVIA NEGRA	Canal 13	Peliculas/Cine	20:47	23:10	3,2	1,1	1,7	1,3	1,3
128	EXTRANORMAL-S-MA	Canal 09	Otros	11:08	12:03	3,2	1,1	1,1	1,7	0,7
129	DRAGON BALL Z-S-MA	Canal 04	Dibujos Animados	6:29	6:59	3,2	1,4	1,8	0,7	0,3
130	LA CASA DE MICKEY MOUSE-MA	Canal 13	Dibujos Animados	8:38	9:05	3,2	0,6	1,7	0,9	0,1
131	MEDABOTS-S-MA	Canal 13	Dibujos Animados	8:59	9:25	3,1	0,6	1,9	0,2	0,1
132	DAVE EL BARBARO-D-MA	Canal 13	Dibujos Animados	9:22	9:47	3,1	0,7	1,2	0,3	0,6
133	CINEMA 13-D-NO EL RATON PEREZ 2	Canal 13	Peliculas/Cine	18:56	20:46	3,1	0,9	1,3	0,8	0,8
134	YIN YANG YO-MA	Canal 13	Dibujos Animados	9:33	10:03	3,1	0,5	1,4	0,7	0,2
135	PRISION BREAK-S-NO	Canal 13	Series	22:49	23:45	3,1	1,2	1,1	1,3	0,8
136	REP.REPORTE SEMAN-MD	Canal 02	Periodísticos	2:00	2:31	3	0,9	0,8	1,2	1,5



MINISTERIO DE LA MUJER Y DESARROLLO  
 ES COPIA DEL ORIGINAL  
 QUE NO TIENE VALOR  
 J. GUSTAVO GARCIA  
 IRIS GLADYS GARCIA  
 FECH: 13-1-13 FEBRUARIA 423

137	LA PANTERA ROSA-TA	Canal 13	Dibujos Animados	16:33	17:03	3					0,1
138	BEN 10-S-TA	Canal 02	Dibujos Animados	12:46	13:15	3	0,3	1,5	0,1	0,7	
139	SCOOBY DOO-S-TA	Canal 02	Dibujos Animados	12:16	12:46	3	0,5	1,1	0	0,5	
140	LOS THUNDERCATS-S-MA	Canal 02	Dibujos Animados	10:01	10:33	2,9	0,3	1,4	1,1	1,1	
141	FEAR FACTOR-S-TA	Canal 09	Series	17:03	18:04	2,9	1,3	0,9	1	1,1	
142	TWO AND A HALF MEN-NO	Canal 05	Series	0:43	1:04	2,9	0,7	0,9	1,1	1,3	
143	MEDABOTS-D-MA	Canal 13	Dibujos Animados	8:58	9:22	2,9	1	0,9	0,6	0,4	
144	CINEMA 13-S-NO ROBOTS	Canal 13	Peliculas/Cine	18:50	20:47	2,9	1,3	0,7	0,4	0,6	
145	LA BATALLA DE BAKUGAN-D-MA	Canal 13	Dibujos Animados	9:46	10:11	2,9	0,4	0,5	0,3	0,5	
146	DAVE EL BARBARO-S-MA	Canal 13	Dibujos Animados	9:25	9:50	2,8	0,6	1	0,3	0	
147	GLOBAL NOTICIAS-NO	Canal 13	Noticieros	0:17	0:52	2,8	1,1	1	1	2,1	
148	LA CASA DE MICKEY MOUSE-D-MA	Canal 13	Dibujos Animados	8:29	8:59	2,8	0,9	0,9	0,4	0,1	
149	PATOS AVENTURAS-MA	Canal 13	Dibujos Animados	10:30	10:59	2,8	0,3	0,9	0,4	0,4	
150	LA BATALLA DE BAKUGAN-S-MA	Canal 13	Dibujos Animados	9:50	10:13	2,8	0,6	0,6	0,4	0,2	
151	REP.ROSALINDA-NO	Canal 04	Novelas	1:07	2:00	2,8	1,4	1	1,2	1	
152	LA MAQUINA DEL TIEMPO-S-NO	Canal 05	Periodisticos	19:00	19:59	2,7	0,8	0,6	1,9	0,9	
153	LAURA DE TODOS-MA	Canal 09	Talk Show	11:00	11:56	2,7	1,1	0,7	0,8	1,6	
154	EL DOMINICAL-D-MA	Canal 05	Periodisticos	7:59	10:02	2,7	0,3	1,3	1,3	1,4	
155	MIC.AVANCE INFORMATIVO	Canal 13	Microprograma	20:36	20:38	2,7	0,7	1,3	1,1	1	
156	#ESNOTICIA-D-MA	Canal 09	Periodisticos	9:00	10:58	2,7	1,2	0,5	1,6	1,5	
157	LA CASA DE MICKEY MOUSE-S-MA	Canal 13	Dibujos Animados	8:33	8:59	2,7	0,4	2,1	0,2	0,1	
158	PLAZA SESAMO-MA	Canal 13	Infantiles	8:13	8:39	2,6	0,7	1,2	0,7	0	
159	RAW-S-TA	Canal 09	Deportivos	14:59	16:01	2,6	1,6	0,6	0,9	0,8	
160	MEGAMAN-D-MA	Canal 13	Dibujos Animados	10:10	10:35	2,6	0,3	0,3	0,4	0,4	
161	ULTIMA FUNCION-S-NO EL HUESPED	Canal 02	Peliculas/Cine	0:49	2:00	2,6	0,4	1,4	0,4	0,7	
162	CLASICOS ANIMADOS-S-TA CANGURO JACK HOLA	Canal 02	Peliculas/Cine	17:20	19:01	2,6	1	0,7	0,6	0,5	
163	MIC.SORTEDO LA KABALA	Canal 13	Microprograma	22:00	22:03	2,6	1,1	0,9	1,3	1,2	
164	C.S.I.LAS VEGAS-NO	Canal 09	Series	0:46	1:39	2,6	0,7	1,4	0,8	1,2	
165	SABRINA LA BRUJA ADOLESCENTE-S-MA	Canal 02	Series	6:00	6:55	2,6	0,5	1,1	1,2	0,6	
166	NAKED & FUNNY-NO	Canal 05	Otros	0:40	0:59	2,5	0,9	1	1	0,9	
167	RECORD MUND.GUIN-S-T	Canal 09	Otros	13:59	14:59	2,5	1,2	0,5	0,4	2,4	
168	LOS PADRINOS MAGICOS-TA	Canal 13	Dibujos Animados	16:03	16:34	2,5	0,7	0,4	0,6	0,2	
169	SUPER ONCE-S-MA	Canal 04	Dibujos Animados	5:59	6:29	2,5	0,8	1,3	1	0,3	
170	BEYBLADE-MA	Canal 13	Dibujos Animados	10:02	10:31	2,5	0,2	0,9	0,4	0,3	
171	LA GRAN PREMIERE EL ESPECIALISTA	Canal 09	Peliculas/Cine	17:01	18:54	2,4	0,9	1,2	1,2	0,7	
172	SMACK DOWN-D-TA	Canal 09	Deportivos	14:53	15:55	2,3	1,2	1,5	0,6	0,6	
173	PLANET FUNIEST ANIMALS-S-TA	Canal 09	Otros	12:59	13:59	2,3	1,2	0,9	0	1,5	
174	3 2 1 VAMOS-MA	Canal 13	Infantiles	7:49	8:13	2,3	1	1,1	0,5	0	
175	MISSION BREAK-D-NO	Canal 13	Series	23:09	0:03	2,3	0,6	1,2	0,9	1,3	
176	TARDE DE CINE-S-TA FLIPPER	Canal 02	Peliculas/Cine	15:21	17:20	2,3	0,7	0,9	0,7	0,6	
177	CINEMA 13-NO DEFINITIVAMENTE TAL VEZ	Canal 13	Peliculas/Cine	19:07	20:54	2,2	0,6	0,8	0,8	0,8	
178	DECISIONES-NO	Canal 09	Series	1:49	2:00	2,2	0,3	0,6	0,5	1,2	
179	MEFAS DE CANTINFLAS-D-TA EL SEÑOR DOCT	Canal 05	Peliculas/Cine	15:15	17:27	2,2	0,5	0,8	0,5	1,4	
180	CHENYAS GLOBAL SABADO-S-NO UNA LOCA PELIC	Canal 13	Peliculas/Cine	20:50	22:49	2,2	1	0,6	1	0,9	
181	COBERTURA DAKAR 2013	Canal 13	Microprograma	16:26	16:31	2,2	0,4	0,8	0,6	0,7	
182	COBERTURA DAKAR 2013-D-NO	Canal 09	Deportivos	18:53	19:48	2,2	1,2	1	0,8	0,5	
183	ES TAN RAVEN-D-MA	Canal 13	Series	11:32	12:04	2,2	0,4	0,7	0,1	0,3	
184	ULTIMA FUNCION-D-MD EL ARO	Canal 02	Peliculas/Cine	2:00	2:36	2,2	0,3	0,8	0,6	0,7	
185	CONT.REP.ROSALINDA-MD	Canal 04	Novelas	2:00	2:04	2,2	1,4	1	0,9	0,6	
186	DE PELICULA-D-MA	Canal 09	Magazine	10:58	11:58	2,2	0,9	0,4	1,4	0,9	
187	EL AUTO FANTASTICO-D-TA	Canal 13	Series	12:03	13:05	2,1	0,3	0,7	0,1	0,7	
188	SMASH CUTS-S-NO	Canal 04	Series	1:24	2:00	2,1	1,2	1,2	0,5	0,2	
189	ESP.AMERICAN GLADIATORS-S-TA	Canal 09	Deportivos	12:03	12:59	2,1	1,1	0,3	0,6	1	
190	HAWAII FIVE-0-D-NO	Canal 04	Series	0:30	1:30	2,1	0,7	1,2	0,5	0,8	
191	MEGAMAN-S-MA	Canal 13	Dibujos Animados	10:13	10:40	2,1	0,6	0,4	0,2	0	
192	LA VIDA ES ASI-D-NO	Canal 09	Series	1:03	1:56	2,1	1,4	0,2	1	1	
193	PLANET FUNIEST ANIMALS-D-TA	Canal 09	Otros	12:59	14:02	2,1	0,9	0,7	0,6	0,8	
194	JOB EL CONSTRUCTOR-MA	Canal 13	Dibujos Animados	7:24	7:50	2	1	0,8	0,3	0	
195	LA HORA WARNER-S-MA	Canal 02	Infantiles	10:33	12:16	2	0,5	0,7	0,2	0,2	
196	PADRE DE FAMILIA-D-TA	Canal 13	Series	18:28	18:57	2	0,6	0,5	0,2	0,2	
197	PLAZA SESAMO-D-MA	Canal 13	Infantiles	7:58	8:29	2	0,8	0,7	0,1	0	
198	LOS MAGNIFICOS-TA	Canal 13	Series	18:06	19:07	1,9	0,5	0,7	0,7	1,1	
199	COBERTURA DAKAR 2013-S-NO	Canal 09	Deportivos	0:25	1:25	1,9	0,9	0	1	0,8	
200	CANTO ANDINO-S-MA	Canal 09	Musicales	4:59	7:00	1,9	0,2	0,8	0,5	1,2	
201	ESP.AMERICAN GLADIATORS-D-TA	Canal 09	Deportivos	11:58	12:59	1,9	0,7	0,6	0,8	0,5	
202	KAMEN RIDER-D-MA	Canal 13	Series	10:34	11:04	1,9	0,1	0,4	0,3	0,4	
203	CAMARA LOCA-D-TA	Canal 09	Series	15:54	17:02	1,9	0,7	0,9	1	0,4	
204	CRECIENDO CON TU BEBE-S-MA	Canal 13	Magazine	7:00	8:05	1,9	1,7	1,3	0	0	
205	LA CAJITA MUSICAL-S-MA	Canal 05	Musicales	5:58	6:58	1,9	0	1,1	0,8	1,4	
206	CASADOS CON HIJOS-TA	Canal 13	Comedias	14:31	15:03	1,8	0,7	0,5	0,6	0,2	
207	RECORD MUND.GUIN-D-T	Canal 09	Otros	14:01	14:53	1,8	0,8	0,8	0,5	1	
208	24 HORAS-ED.SABATINA-S-NO	Canal 05	Noticieros	19:59	20:59	1,8	0,5	0,4	1,6	0,5	
209	DECISIONES-S-MD	Canal 09	Series	2:00	2:33	1,8	0,3	0,8	0,5	0,9	

PN

W

MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACION  
 VULNERABLES  
 ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
 Que he tenido a la vista  
 en Guerra de los  
 Mrs GLADYS GUERRA BOCCHIO  
 FEBATARIA  
 Fecha: 12-1-12 Registro: 422

210	EL DRAGON OCCIDENTAL-D-MA	Canal 13	Dibujos Animados	7:29	7:58	1,8	0,8	0,7	0,2	0,1
211	PADRE DE FAMILIA-S-TA	Canal 13	Series	18:24	18:50	1,8	1	0,3	0,7	0,1
212	MONICA-TA	Canal 05	Talk Show	14:01	15:02	1,8	0,5	0,5	0,5	0,8
213	DECISIONES-D-MD	Canal 09	Series	2:00	2:17	1,8	0,4	1,1	0,8	0,3
214	PHINEAS Y FERB-TA	Canal 13	Dibujos Animados	15:34	16:04	1,8	0,5	0,3	0,4	0,3
215	ALTO AL CRIMEN-S-NO	Canal 05	Periodisticos	20:59	21:59	1,8	0,3	0,4	1,1	0,5
216	FAGA MOTORS-D-NO	Canal 05	Teleavisos	1:00	1:30	1,7	1,1	0,2	1	0,4
217	LA FAM.INGALLS-TA	Canal 05	Series	15:01	16:03	1,7	0,3	0,4	0,4	1,2
218	DECISIONES-S-NO	Canal 09	Series	1:25	2:00	1,7	0,5	0,7	0,8	0,5
219	LA CAJITA MUSICAL-D-MA	Canal 05	Musicales	5:56	6:58	1,7	0,2	0,5	0,5	1,5
220	KAMEN RIDER-S-MA	Canal 13	Series	10:40	11:11	1,7	0,7	0,8	0,1	0
221	CAMARA LOCA-S-TA	Canal 09	Series	16:01	17:03	1,7	1,2	1	0,1	0,7
222	N.C.I.S. CRIMINOLOGIA NAVAL-NO	Canal 13	Series	0:53	1:52	1,7	0,6	0,7	0,8	0,8
223	DRAGON BALL-MD	Canal 04	Dibujos Animados	2:02	3:14	1,7	1	0,6	0,7	0,2
224	LA MOVIDA DE SAB-S-T	Canal 05	Musicales	16:59	19:00	1,7	0,4	0,6	0,3	0,7
225	SUNNY ENTRE ESTRELLAS-TA	Canal 13	Series	15:01	15:33	1,7	0,9	0,4	0,6	0,3
226	LA NUEVA PANTERA ROSA-TA	Canal 13	Dibujos Animados	16:34	17:05	1,6	0,2	0,6	0,3	0,1
227	AMERICA ESPECTACULOS-S-MD	Canal 04	Magazine	4:29	5:29	1,6	0,9	0,2	0,9	0,1
228	AMERICA ESPECTACULOS-MD	Canal 04	Magazine	4:29	5:24	1,6	0,6	0,6	1	0,2
229	LA TRIBUNA DE ALFREDO-D-MA	Canal 05	Magazine	10:59	11:29	1,6	0,1	0,6	0,7	0,9
230	LA VIDA ES ASI-NO	Canal 09	Series	1:35	2:00	1,6	0,6	0,9	0,5	0,5
231	DRAGON BALL Z-D-MD	Canal 04	Dibujos Animados	2:07	3:29	1,6	1,2	0,2	0,3	0
232	PAPA EN CASA-TA	Canal 13	Series	11:59	12:29	1,6	0,4	0,5	0,2	0,1
233	DRAGON BALL Z-D-MD1	Canal 04	Dibujos Animados	5:29	6:23	1,6	1,5	0,5	0,2	0,1
234	ZACK Y CODY GEMELOS EN AC-S-MA	Canal 13	Series	11:11	11:39	1,5	0,8	0,7	0,1	0
235	REP. PUNTO FINAL-MD	Canal 02	Periodisticos	2:59	5:16	1,5	0,8	0,6	0,6	0,2
236	CONT. WITHOUT A TRACE-S-MD	Canal 02	Series	2:00	2:14	1,5	0,4	0,4	0,8	0,5
237	LAT12 ANDINOS-S-MD	Canal 02	Musicales	5:00	6:00	1,5	0,7	0,8	0,4	0,6
238	BUENOS DIAS PERU-MA	Canal 05	Noticieros	5:54	9:04	1,5	0,3	0,8	0,4	0,7
239	DINO REY-S-MD	Canal 04	Dibujos Animados	5:29	5:59	1,5	1,1	0	0,6	0,1
240	CONT. N.C.I.S. CRIMINOL. NAVAL-MD	Canal 13	Series	2:00	2:08	1,5	0,8	0,7	0,9	0
241	MAGGYVER-TA	Canal 13	Series	17:04	18:07	1,5	0,2	0,6	0,3	0,7
242	LA NIÑERA-TA	Canal 13	Comedias	13:58	14:32	1,5	0,7	0,4	0,5	0,1
243	DRAGON BALL-S-MD	Canal 04	Dibujos Animados	2:00	3:14	1,4	0,9	0,4	0	0
244	CINE-S-TA LEGADO DE VALOR	Canal 05	Peliculas/Cine	15:02	16:59	1,4	1	0,4	0,1	0,6
245	NOCHES DE PELICULA-NO TERMINATOR	Canal 05	Peliculas/Cine	18:49	20:59	1,4	0,6	0,7	0,4	0,7
246	CONT. SMASH CUTS-D-MD	Canal 04	Series	2:00	2:14	1,4	1,1	0,7	0,1	0,1
247	TRAUMA-S-NO	Canal 13	Series	0:40	1:41	1,4	0,1	0,9	0,6	0,5
248	LA VIDA ES ASI-MD	Canal 09	Series	2:00	2:24	1,4	0,4	0,7	0,5	0,5
249	ZACK Y CODY GEMELOS EN AC-D-MA	Canal 13	Series	11:04	11:33	1,4	0,1	0,3	0,1	0,1
250	SEPTIMA PUERTA-D-NO	Canal 09	Series	1:56	2:00	1,4	0,7	0	1,1	0,6
251	POKEMON COMANDO ALFA-S-MA	Canal 13	Dibujos Animados	6:00	6:30	1,3	1,1	0,3	0,4	0,2
252	TRUE CALLING-S-TA	Canal 13	Series	16:55	17:52	1,3	0,5	0,5	0,8	0,2
253	OLIVIA EN ACCION-D-MD	Canal 09	Series	2:08	3:10	1,3	0,3	0,5	0,6	0,5
254	TRUE CALLING-D-TA	Canal 13	Series	16:58	17:58	1,3	0,2	0,9	0,8	0,6
255	POKEMON COMANDO-D-MA	Canal 04	Deportivos	6:23	6:55	1,3	0,6	0,4	0,4	0,1
256	EL SARGO-TA	Canal 13	Series	12:28	13:01	1,3	0,7	0,2	0,2	0,1
257	SEPTIMA PUERTA-MD	Canal 09	Series	2:19	3:03	1,3	0,5	0,7	0,4	0,5
258	BRANDY Y EL SR. BIGOTES-D-MA	Canal 13	Dibujos Animados	6:59	7:29	1,3	0,5	0,5	0,2	0,1
259	THE CHRONICLE-D-TA	Canal 13	Series	15:58	16:59	1,3	0,2	0,9	0,5	0,4
260	POLICIAS EN ACCION-S-MD	Canal 09	Series	2:33	3:23	1,3	0,3	0,6	0,4	0,7
261	LA FAM.INGALLS-S-MA	Canal 05	Series	8:01	9:32	1,3	0,1	0,5	0,6	1
262	PLAZA SESAMO-S-MA	Canal 13	Infantiles	8:05	8:33	1,3	0,6	1,1	0	0
263	ES TAN RAVEN-S-MA	Canal 13	Series	11:39	12:05	1,3	0,9	0,1	0	0,2
264	BARNEY Y SUS AMIGOS-MA	Canal 13	Infantiles	7:00	7:25	1,3	0,6	0,7	0,3	0
265	QUE LA GENTE CUENTA-D-NO	Canal 13	Series	0:03	0:59	1,3	0,3	0,6	0,3	0,6
266	DRAGON BALL Z-S-MD	Canal 04	Dibujos Animados	3:14	4:29	1,2	0,8	0,1	0,3	0,1
267	N.C. NOTICIAS DE LAS 7	Canal 05	Microprograma	18:59	19:02	1,2	0,6	0	0,2	0,8
268	CANTO ANDINO-D-MA	Canal 09	Musicales	5:05	7:00	1,2	0,5	0,2	0,4	0,7
269	POKEMON-S-TA	Canal 05	Dibujos Animados	12:59	13:29	1,2	0,3	0,7	0,3	0
270	DESTRUIDO EN SEGUNDOS-TA	Canal 05	Otros	13:03	14:02	1,2	0,3	0,5	0,4	0,4
271	CABALLEROS PREFEREN BRUTAS-NO	Canal 02	Series	0:38	1:25	1,2	0,6	0,2	0,5	0,8
272	FM TV FULL MUSICA-S-TA	Canal 05	Musicales	13:29	15:02	1,2	0,7	0,6	0,2	0,2
273	FUTURAMA-D-TA	Canal 13	Dibujos Animados	17:59	18:28	1,2	0,3	0,3	0,4	0,1
274	DRAGON BALL Z-MD	Canal 04	Dibujos Animados	3:10	4:30	1,2	0,9	0,4	0,4	0,1
275	THE CHRONICLE-S-TA	Canal 13	Series	15:56	16:55	1,2	0,6	0,1	0,7	0,8
276	ZACK Y CODY GEMELOS A BORDO-TA	Canal 13	Series	15:04	15:37	1,2	0,2	0,2	0,2	0,2
277	WITHOUT A TRACE-NO	Canal 02	Series	1:33	2:00	1,2	0,4	0,6	0,6	0,4
278	LAT12 ANDINOS-D-MA	Canal 02	Musicales	5:51	6:50	1,2	0,1	0,3	0,3	0,8
279	REP. CUARTO PODER-MD	Canal 04	Periodisticos	4:57	5:24	1,2	0,7	0,3	0,5	0,4
280	LAAMSA-NO	Canal 05	Teleavisos	1:02	1:33	1,2	0,7	0,5	0,3	0,5
281	LOS CABALLEROS DEL ZODIAC-D-TA	Canal 05	Dibujos Animados	15:01	15:31	1,2	0,6	0,9	0,1	0,1
282	CONT. WITHOUT A TRACE-MD	Canal 02	Series	2:00	2:03	1,2	0,7	0,7	0,9	0

MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES  
 VULNERABLES  
 ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
 QUE NO ENTRA A LA VIDA  
 La Guerra Pochob  
 MS GLADYS GUERRA  
 PEGATARI  
 422

283	REP.CINESCAPE-MD	Canal 04	Magazine	2:00	2:29	1,2			0,2	0,4
284	REP.CINESCAPE-D-NO	Canal 04	Magazine	1:29	2:00	1,1	0,4	0,8	0,4	0,2
285	PASION MORENA-S-MD	Canal 02	Novelas	2:14	3:07	1,1	0,1	0,3	0,4	0,7
286	CINE D-MD RENO 911 MIAMI	Canal 02	Peliculas/Cine	2:36	4:05	1,1	0	0,5	0,3	0,5
287	REP.AUTOMUNDO-MD	Canal 04	Deportivos	2:29	2:59	1,1	0,4	1	0,3	0,3
288	DREAM HIGH-TA	Canal 05	Novelas	18:00	18:50	1,1	0,9	0,2	0,2	0,2
289	COBERTURA DAKAR 2013-D-TA	Canal 13	Deportivos	13:05	14:04	1,1	0,7	0,3	0,5	0,5
290	SURVIVOR-D-TA	Canal 13	Series	14:03	15:04	1,1	0,4	0,2	0,3	0,5
291	SUPER ONCE-D-MD	Canal 04	Dibujos Animados	4:28	5:29	1,1	1	0,1	0,3	0
292	DINO REY-D-MD	Canal 04	Dibujos Animados	3:59	4:29	1,1	0,6	0,1	0,4	0
293	SURVIVOR-S-TA	Canal 13	Series	14:03	15:02	1,1	0,7	0,3	0,5	0,4
294	HEROE BLINDADO-D-MD	Canal 04	Series	3:31	3:59	1,1	0,7	0,1	0,3	0
295	LOS SUSTITUTOS-S-MA	Canal 13	Dibujos Animados	6:30	7:00	1,1	1,1	0,4	0	0
296	CANTO ANDINO-MD	Canal 09	Musicales	4:30	5:30	1,1	0,3	0,6	0,5	0,1
297	LO QUE LA GENTE CUENTA-S-NO	Canal 13	Series	23:45	0:40	1,1	0,4	0,5	0,6	0,4
298	FM TV FULL MUSICA-D-TA	Canal 05	Musicales	13:29	15:01	1	0,2	0,6	0,3	0,1
299	EL PRINCIPE DEL RAP-S-MA	Canal 05	Comedias	9:32	10:32	1	0,1	0,2	0,2	0,5
300	SIN SECRETOS-S-NO	Canal 13	Series	1:41	2:00	1	0,6	0,6	0,5	0,2
301	MIC.NOTICIAS DE LAS 6	Canal 05	Microprograma	17:59	18:02	1	0,8	0,3	0	0,1
302	MONICA-MD	Canal 09	Talk Show	3:02	3:54	1	0,3	0,5	0,3	0,4
303	FUTURAMA-S-TA	Canal 13	Dibujos Animados	17:56	18:24	1	0,3	0,3	0,6	0,1
304	PROMOVIENDO-S-MA	Canal 05	Otros	6:58	8:01	1	0	0,6	0,6	0,5
305	EL SHOW DE LA RISA-NO	Canal 05	Comicos	1:32	2:00	1	0,3	0,4	0,5	0,4
306	FAGA MOTORS-NO	Canal 05	Teleavisos	0:59	1:29	0,9	0,2	0	0,8	0,3
307	MIC.AVANCE INFORMATIVO	Canal 05	Microprograma	20:16	20:18	0,9	0,7	0,6	0,2	0,6
308	COBERTURA DAKAR 2013-TA	Canal 13	Deportivos	13:00	13:59	0,9	0,7	0,2	0,4	0,1
309	ES VERDAD-MD	Canal 09	Otros	3:42	4:31	0,9	0	0,4	0,2	0,5
310	MANUAL D SUPERVIVENCIA E.NED-T	Canal 05	Series	16:59	17:59	0,9	0,2	0,1	0,1	0,2
311	24 HORAS-ED.MEDIO-MA	Canal 05	Noticieros	11:29	13:04	0,9	0,1	0,3	0,3	0,6
312	HECHICERAS-NO	Canal 13	Series	1:48	2:00	0,9	0,1	0,3	0,4	0,5
313	JUST FOR LAUGHS GAGS-D-MA	Canal 05	Otros	11:04	11:29	0,9	0,1	0	0,4	0,4
314	MISTERIOS Y MILAGROS-D-MD	Canal 09	Religiosos	3:10	4:09	0,9	0,2	0,4	0,4	0,4
315	LOS PEREZ-GIL-D-NO	Canal 05	Comedias	1:00	1:29	0,9	0	0,2	0,2	1,1
316	ZONA MUERTA-D-TA	Canal 13	Series	15:03	15:58	0,9	0,2	0,5	0,3	0,4
317	REP.ATV NOTICIAS-MD	Canal 09	Noticieros	3:56	4:30	0,9	0,2	0,6	0,3	0,2
318	EL SHOW DE LA RISA-MD	Canal 05	Comicos	2:00	2:58	0,9	0,2	0,4	0,4	0,4
319	ES VERDAD-D-MD	Canal 09	Otros	4:08	5:06	0,9	0,3	0,3	0,3	0,3
320	SIN SECRETOS-NO	Canal 13	Series	1:48	2:00	0,9	1,1	0,2	0	0,3
321	ZONA MUERTA-S-TA	Canal 13	Series	15:02	15:56	0,8	0,5	0	0,5	0,2
322	MIMI-MA	Canal 13	Dibujos Animados	6:29	7:00	0,8	0,3	0,5	0,1	0
323	TRAUMA-NO	Canal 13	Series	0:44	1:48	0,8	0,8	0,3	0	0,3
324	MIC NOTICIAS DE LAS 5	Canal 05	Microprograma	16:59	17:02	0,8	0	0,2	0,5	0,3
325	TAAMSA-D-NO	Canal 05	Teleavisos	0:30	1:00	0,8	0	0,1	0,7	0,9
326	LA TIA DE LA TA	Canal 05	Novelas	15:02	15:57	0,8	0,1	0,2	0,3	0,5
327	MODA ESTILO-D-MA	Canal 05	Magazine	10:01	11:02	0,8	0	0,3	0,6	0,3
328	ESPECIAL NATURAL-S-MD	Canal 13	Series	5:00	6:00	0,8	1	0	0,3	0,1
329	MISTERIOS Y MILAGROS-S-MD	Canal 09	Religiosos	3:28	4:18	0,8	0,1	0,1	0,2	0,6
330	SIN SECRETOS-S-MD	Canal 13	Series	2:00	2:55	0,7	1	0	0,1	0,3
331	BOOMTOWN-S-MD	Canal 13	Series	3:38	5:00	0,7	1	0,3	0	0
332	ED-S-MD	Canal 13	Series	2:59	3:59	0,7	0,8	0,3	0	0,2
333	EL AUTO FANTASTICO-S-TA	Canal 13	Series	12:05	13:05	0,7	0,3	0,1	0	0,2
334	BATMAN-D-MD	Canal 02	Dibujos Animados	3:55	4:15	0,7	0	0,4	0	0,6
335	HECHICERAS-MD	Canal 13	Series	2:01	2:57	0,7	0,3	0,2	0,5	0,2
336	LO MEJOR DE ESPECTACULOS-MD	Canal 02	Magazine	5:00	5:16	0,7	0,6	0,2	0	0,2
337	HEROMAN-MD	Canal 04	Dibujos Animados	4:29	4:57	0,7	0,3	0,7	0,1	0
338	TIEMPO DE GANAR-D-NO	Canal 05	Concurso	1:29	2:00	0,7	0,3	0,1	0,5	0,1
339	LOS CABALLEROS DEL ZODIACO-MA	Canal 05	Dibujos Animados	11:04	11:29	0,7	0,3	0	0	0,2
340	COBERTURA DAKAR 2013-S-TA	Canal 13	Deportivos	13:05	14:03	0,7	0,3	0,5	0,1	0,2
341	NATIONAL GEOGRAPHIC-MD	Canal 13	Documentales	4:59	6:00	0,6	0,2	0,2	0,2	0,2
342	LOS SUSTITUTOS-D-MA	Canal 13	Dibujos Animados	6:28	6:59	0,6	0,1	0,4	0,1	0,1
343	A 100 X HORA-D-MA	Canal 05	Deportivos	6:57	7:59	0,6	0,1	0,1	0,3	0,5
344	SABRINA LA BRUJA ADOLESCE-S-MD	Canal 02	Series	3:07	3:31	0,6	0,3	0	0	0,6
345	DESTINOS-S-MA	Canal 05	Otros	10:32	11:00	0,6	0	0	0	0,4
346	FAGA MOTORS-S-NO	Canal 05	Teleavisos	1:00	1:30	0,6	0	0,4	0	0,2
347	EL SHOW DE LA RISA-D-MD	Canal 05	Comicos	2:00	3:33	0,6	0,4	0,4	0,1	0,1
348	LOS PORTALES-D-TA	Canal 05	Otros	12:59	13:29	0,6	0,3	0,2	0,2	0,1
349	PASION MORENA-MD	Canal 02	Novelas	2:16	2:37	0,6	0,4	0	0,4	0,1
350	LO MEJOR ESPECIAL DEL HUMOR-MD	Canal 02	Comicos	5:00	5:16	0,6	0,2	0	0,1	0,4
351	MEJ.RISAS Y SALSA-MD	Canal 05	Comicos	2:57	3:55	0,6	0,1	0,2	0,4	0,3
352	EL SEPTIMO CIELO-MD	Canal 13	Series	3:58	5:00	0,6	0,2	0,2	0,2	0,2
353	EL MAS GRANDIOSO AMOR-TA	Canal 05	Novelas	15:59	16:59	0,6	0	0,1	0,3	0,4
354	QUALITY PRODUCTS-MA	Canal 05	Otros	9:03	9:34	0,6	0,2	0,1	0,2	0,1
355	POOCHINI-MA	Canal 13	Dibujos Animados	6:00	6:30	0,5	0,1	0,3	0,1	0,1



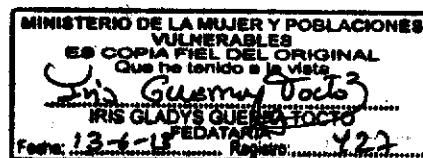
361	ED-D-MD	Canal 13	Series	2:53	3:56	0,5	0,3	0,4	0,1	0,1
362	BIEN DE SALUD-MD	Canal 05	Otros	5:24	5:55	0,5	0,1	0,5	0,2	0,1
363	SIN SECRETOS-D-MD	Canal 13	Series	2:00	2:54	0,5	0,3	0,5	0,1	0,1
364	BIEN DE SALUD-S-MA	Canal 05	Otros	11:00	12:00	0,5	0	0,1	0	0,3
365	EL SHOW DE LA RISA-S-NO	Canal 05	Comicos	1:30	2:00	0,5	0,3	0,6	0	0
366	LA CAJITA MUSICAL-MD	Canal 05	Musicales	3:54	4:55	0,5	0,1	0,1	0,4	0,2
367	POPULAR-MD	Canal 13	Series	2:56	3:59	0,5	0,2	0,2	0,4	0,1
368	VIDA Y HOGAR-D-MA	Canal 05	Otros	11:29	12:59	0,5	0	0,3	0,1	0,1
369	FAGA MOTORS-MD	Canal 05	Teleavisos	4:54	5:25	0,5	0	0,1	0,2	0,2
370	N.C.I.S. CRIMINOLOGIA NAVA-D-NO	Canal 13	Series	0:59	1:58	0,4	0	0,3	0,1	0,2
371	SANTA NATURA-MA	Canal 05	Teleavisos	9:33	10:06	0,4	0	0	0,1	0,2
372	MEJ. RISAS Y SAL-D-MD	Canal 05	Comicos	4:26	5:27	0,4	0,1	0,1	0,2	0,2
373	EL CAMINO ANTIGUO-D-HMD	Canal 02	Otros	4:15	5:00	0,4	0	0,3	0	0,2
374	VIDA Y HOGAR-MD	Canal 05	Otros	2:00	3:29	0,3	0,4	0	0,1	0,1
375	HECHICERAS-D-NO	Canal 13	Series	1:55	2:00	0,3	0	0,3	0	0,1
376	BOOMTOWN-D-MD	Canal 13	Series	3:56	4:59	0,3	0,3	0,2	0	0
377	BATMAN-MD	Canal 02	Dibujos Animados	3:26	3:59	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1
378	SUPERNATURAL-D-MD	Canal 13	Series	4:59	5:58	0,3	0,1	0,2	0,1	0,1
379	EL CAMINO ANTIGUO-S-MD	Canal 02	Otros	4:14	5:00	0,3	0,1	0	0,1	0,2
380	FAGA MOTORS-D-MD	Canal 05	Teleavisos	5:28	5:58	0,3	0	0,1	0,4	0
381	FAGA MOTORS-S-MD	Canal 05	Teleavisos	5:28	5:58	0,3	0	0,3	0	0,1
382	LOS PORTALES-S-TA	Canal 05	Otros	12:00	12:59	0,3	0	0	0	0,2
383	JAAMSA-MD	Canal 05	Teleavisos	4:55	5:25	0,3	0,1	0,1	0,1	0
384	REP. ATV NOTICIA-S-MD	Canal 09	Noticieros	4:18	4:59	0,3	0,1	0	0,2	0
385	ROBOCOP COMANDO ALFA-D-MA	Canal 13	Dibujos Animados	5:57	6:28	0,3	0	0,2	0,1	0
386	QUALITY PRODUCTS-MA1	Canal 05	Otros	10:33	11:04	0,2	0,1	0	0	0
387	TIEMPO DE GANAR-NO	Canal 05	Concurso	1:28	2:00	0,2	0	0	0	0,3
388	BIEN DE SALUD-MA	Canal 05	Otros	10:05	10:35	0,2	0	0	0	0,2
389	REP. PROMOVRIENDO-D-MD	Canal 05	Otros	3:33	4:27	0,2	0,2	0,1	0	0
390	BATMAN-S-MD	Canal 02	Dibujos Animados	3:31	4:14	0,2	0	0	0	0,2
391	JAAMSA-D-MD	Canal 05	Teleavisos	5:25	5:55	0,2	0,3	0,3	0	0
392	EL TORPEDO-MD	Canal 05	Comicos	3:29	3:54	0,2	0,2	0	0,1	0
393	SABRINA LA BRUJA ADOLSCENTE-D-MD	Canal 02	Series	5:00	5:51	0,2	0	0,1	0,1	0
394	MEJ. RISAS Y SAL-S-MD	Canal 05	Comicos	2:56	3:58	0,1	0,1	0,1	0	0,1
395	REP. BODA Y ESTILO-S-MD	Canal 05	Magazine	2:00	2:56	0,1	0	0	0	0,2
396	DESTINOS-MA	Canal 05	Otros	10:36	11:05	0,1	0	0	0	0,1
397	EL CAMINO ANTIGUO-MD	Canal 02	Otros	4:14	5:00	0,1	0,1	0	0	0
398	VIDA Y HOGAR-S-MD	Canal 05	Otros	3:58	5:28	0	0	0	0	0



MINISTERIO DE LA MUJER Y POBLACIONES  
 UNIDAD DE PREVENCION Y PROMOCION INTEGRAL FAMILIAR Y SEXUAL  
 ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
 Que ha tenido a la vista  
 Sr. Guzman Toledo  
 RESOLUCION QUE ANEXO  
 Fecha 13-6-12  
 422

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

Tipo de salida Miles  
 Ciudad Nacional Urbano 100 %  
 Período Octubre 2012  
 Lugar de Audiencia Global  
 Bloque Días Lun-Dom  
 Bloque Horario 06:00-21:59  
 Grupo Objetivo [Alto-Medio/Bajo Superior/Bajo Inferior/Marginal] [Mujeres/17-99]



Universo 7912,1  
 Muestra 2406

Emisora	12	Mi	13	14	15	16
Audiencia Promedio	20,1	1594,2	185,5	469,7	555,9	383,0
R.P.P. (FM/AM)	1,9	147,0	27,1	45,9	49,9	24,1
Ritmo Romantica (FM)	1,3	101,3	11,1	37,8	33,9	18,4
La Karibena (FM)	1,2	91,0	6,8	26,0	37,1	21,1
Nueva Q FM (FM/AM)	1,1	90,5	6,4	27,8	37,4	18,8
La Inolvidable (FM/AM)	1,1	88,2	23,7	30,6	25,2	8,7
Panamericana (FM/AM)	1,1	83,6	12,3	27,7	25,9	17,7
Felicidad (FM/AM)	1,0	76,2	16,0	34,0	17,8	8,5
Moda (DM)	0,9	69,8	7,5	23,2	27,2	11,8
Ona Cero (FM/AM)	0,4	30,6	2,0	11,4	13,0	4,1
La Zona (FM)	0,4	28,8	1,0	8,6	11,0	8,2
Exitosa (FM)	0,3	25,4	3,4	7,6	9,6	4,8
Studio 92 (FM)	0,3	23,5	5,9	11,3	5,2	1,2
Fm Capital (FM)	0,3	20,0	5,9	8,2	4,4	1,5
Oxigeno (FM)	0,2	19,2	4,5	9,4	3,7	1,6
Otras Emisoras Lima (AM)	0,5	35,9	2,8	14,5	13,0	5,6
Otras Emisoras Prov (FM)	5,2	409,3	14,0	72,8	151,3	171,2
Otras Emisoras Prov. (AM)	1,0	76,6	2,0	10,0	32,5	32,0
Otras Emisoras Lima (FM)	2,2	177,2	33,1	62,7	57,8	23,6

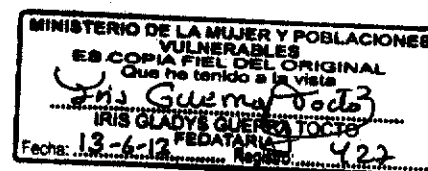




### C.P.I. AUDIENCIA RADIAL DE EMISORAS (FM/AM)

Tipo de salida Miles  
 Ciudad Nacional Urbano 100 %  
 Período Octubre 2012  
 Lugar de Audiencia Global  
 Bloque Días Lun-Dom  
 Bloque Horario 06:00-23:59  
 Grupo Objetivo [HombresMujeres/13-25]

Universo 5822.4  
 Muestra 1517



Rank	Emisora	Porcentaje	Miles
	Audiencia Promedio	16,2	945,0
1	Moda [Nac] (FM)	2,1	121,1
2	Ritmo Romantica[Nac] (FM)	1,0	57,2
3	La Zona (FM)	1,0	57,0
4	Onda Cero [Nac] (FM/AM)	1,0	55,5
5	La Karibeña [Nac] (FM)	0,9	49,6
6	Nueva Q Fm [Nac] (FM/AM)	0,8	47,8
7	Studio 92 [Nac] (FM)	0,6	37,8
8	Panamericana [Nac] (FM/AM)	0,6	37,4
9	R.P.P. [Nac] (FM/AM)	0,5	30,3
10	Planeta [Lim] (FM)	0,4	21,7
11	La Inolvidable [Nac] (FM/AM)	0,3	18,8
12	Oxigeno [Nac] (FM)	0,3	18,0
13	Okey [Lim] (FM)	0,3	17,0
14	Radiomar Plus [Lim] (FM/AM)	0,2	13,1
15	Felicidad [Nac] (FM/AM)	0,2	13,0
16	Oasis [Lim] (FM)	0,2	12,4
17	Exitosa [Nac] (FM)	0,2	9,3
18	Corazon [Lim] (FM)	0,1	8,0
19	Viva Fm [Lim] (FM)	0,1	7,3
20	Fm Capital [Nac] (FM)	0,1	6,2
21	Union [Lim] (FM)	0,1	5,3
22	Magica [Lim] (FM)	0,0	2,1
23	Inca [Lim] (AM)	0,0	0,2
24	Otras Emisoras Prov. (AM)	0,4	21,7
25	Otras Emisoras Lima (FM)	0,4	21,1
26	Otras Emisoras Prov. (FM)	4,3	249,4
27	Otras Emisoras Lima (AM)	0,1	6,6

