



LOS CLAROSCUROS EN LA APLICACIÓN DE LA LEY DE RADIO Y TELEVISIÓN

ALINA ANTÓN - UNP



SUMILLA DE LA EXPOSITORA



ALINA ANTÓN CHÁVEZ

Directora de Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Piura (UNP)

Doctora en Comunicación Social por la Universidad César Vallejo y Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad de Piura (UDEP), con especialidad en investigación cualitativa, salud pública y género. Es catedrática de los cursos de Teoría de la Información, Televisión, Opinión Pública y Técnicas de Investigación del Periodismo Moderno en la UNP.

La Ley de Radio y Televisión

Normar la prestación de los servicios de radiodifusión, sea sonora o por televisión de señal abierta, así como la gestión y control del espectro radioeléctrico atribuido a dicho servicio

La defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad.

La libertad de expresión, de pensamiento y de opinión.

El respeto al pluralismo informativo, político, religioso, social y cultural.

La defensa del orden jurídico democrático, de los derechos humanos fundamentales y de las libertades consagradas en los tratados internacionales y en la Constitución Política.

La libertad de información veraz e imparcial.

El fomento de la educación, cultura y moral de la Nación.

La protección y formación integral de los niños y adolescentes, así como el respeto de la institución familiar.

La promoción de los valores y la identidad nacional.

La responsabilidad social de los medios de comunicación.

El respeto al Código de Normas Éticas.

El respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar.

El respeto al derecho de rectificación.

La Ley de Radio y Televisión

Desventajas



Logros

Puntaje y ponderación

DENOMINACIÓN	PUNTAJE	PORCENTAJE (%)
Requisitos para la calificación del postor (Sobres N° 1 y 2)	45	45%
Propuesta económica	55	55%
TOTAL	100	100%

SOBRE No. 3

$$P = (PMPE \times OE) / OM$$

Dónde:

- P = Puntaje de la propuesta económica
- OE = Monto de la propuesta económica de cada postor
- OM = Monto de la mayor propuesta económica de la localidad
- PMPE = Puntaje Máximo Propuesta Económica = 55

Antigüedad del expediente

PUNTAJE MAXIMO	ANTIGÜEDAD DE LA SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN (AÑOS)	PUNTOS
5	Sin solicitud o con solicitud menor o igual a "1"	1
	Mayor a "1" y menor o igual a "3"	2
	Mayor a "3" y menor o igual a "5"	4
	Mayor a "5"	5

Por lugar de residencia

PUNTAJE MAXIMO	UNIDAD DE MEDIDA	PUNTOS
20	Residente con 30% o más de programación local (*)	20
	Residente	15
	No residente con 30% o más de programación local (*)	10
	No residente	1

Por finalidad

PUNTAJE MAXIMO	UNIDAD DE MEDIDA	PUNTOS
25	Finalidad Comunitaria	25
	Finalidad Educativa	15
	Finalidad Comercial	1

PUNTAJE SOBRES N° 1 Y 2 = ANTIGUEDAD + RESIDENCIA + FINALIDAD

**45 puntos
máximo**

FM SAN JUAN DE LURIGANCHO

RAZÓN SOCIAL	PUNTAJE PARCIAL	OFERTA ECON.	PUNTAJE ECON.	PUNTAJE TOTAL	FREC ASIG	FINALIDAD
CRP Medios y entretenimiento	21	3'500,000	55	76	105.1	COMERC
RADIO UNO SAC	17	2'600,000	40.057	57.857	89.3	COMERC
Grupo RPP SAC	17	1'902,999	29.904	46.904	0	COMERC
JUAN ANDRES TUPA AVALOS	22	672,605	10.57	32.57	0	COMERC
JUAN SARMIENTO VERÁSTEGUI	26	305,000	5.736	31.736	0	EDU
JUAN FRANCISCO SARMIENTO OCHOA	26	265,000	4.164	30.164	0	EDU
CARLOS JUAN HILASACA VELÁSQUEZ	26	255,00	4.007	30.007	0	EDU
EDWIN GARCÍA RETUERTO	26	175,000	2.75	28.75	0	EDU
MANUEL JHEMY MEJÍA CRUZADO	22	400,000	6.286	28.286	0	COMERC
EMPRESA DE COMUNICACIONES NEVADA EIRL	22	206,600	3.247	25.247	0	COMERC
JORGE LUIS HUAPAYA VILCA	22	96,100	1.51	23.51	0	COMERC
MAURICIO ARMANDO ALCÁNTARA DELGADO	12	669,605	10.522	22.522	0	COMERC

FM VENTANILLA

RAZÓN SOCIAL	PUNTAJE PARCIAL	OFERTA ECON.	PUNTAJE ECON.	PUNTAJE TOTAL	FREC ASIG	FINALIDAD
Edwin García Retuerto	36	1'500,000	40.185	76.185	98.7	EDU
CRP Medios y entretenimiento	17	2'053,000	55	72		COMERC
Grupo RPP	12	1'801,000	48.249	60.249		COMERC
CATV SYSTEMS EIRL	22	1'050,000	28.13	50.13		COMERC
GRUPO PANAMERICANA DE RADIOS SA	22	333,400	8.932	30.932		COMERC
HUMBERTO FERNANDO TORRES DELGADO	12	352,132	9.434	21.434		COMERC

Provincia del Callao tiene tres distritos: Pachacútec, Ventanilla Cercado y Mi Perú
Sólo Ventanilla Cercado tiene 277 685 habitantes

Huancabamba

RAZÓN SOCIAL	PUNTAJE PARCIAL	OFERTA ECON.	PUNTAJE ECON.	PUNTAJE TOTAL	FREC ASIG	FINALIDAD
LUZ MERCEDES PEÑA CARHUAPOMA	36	15,600	55	91	92.9	EDU
LUZ MERCEDES PEÑA CARHUAPOMA	36	15,500	54.647	90.647	104.3	EDU
MOISES AMACHI LOPEZ	26	15,410	54.33	80.33	104.9	EDU
PROVINCIA FRANCISCANA DE LOS XII APÓSTOLES DELPERÚ	12	15,500	54.647	66.647	105.7	COMERC

ALGUNOS EJEMPLOS DE POSTORES

1. Razón Social: RADIO HIT S.A.C.

RUC: 20104698485

Fecha Inicio Actividades: 01 / Septiembre / 1987

2. Razón Social: RADIO UNO S.A.C

RUC: 20389161811.

Página Web: <http://www.radiomagica.com.pe>

Fecha Inicio Actividades: 01 / Junio / 1998



NOSOTROS RADIO DIGITAL BTL TRABAJA CON NOSOTROS CONTACTO

Contamos con una gran variedad de emisoras musicales segmentadas que conectan con diferentes grupos objetivo y con un alcance semanal de más de 9 millones de personas. Cuatro de nuestras emisoras cuentan con cobertura nacional y posibilidad de anunciar localmente en las principales ciudades del interior del país.



RITMO ROMÁNTICA	93.1 FM
LA INOLVIDABLE	660 AM / 93.7 FM
MODA	97.3 FM
OASIS	100.1 FM
RADIOMAR	760 AM / 106.3 FM
NUEVA Q FM	107.1 FM
PLANETA	107.7 FM
INCA	540 AM
MÁGICA 88.3FM	88.3 FM

© 2012 CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO. All rights reserved
JUSTO PASTOR DAVILA 197
CHORRILLOS / LIMA PERÚ
617 6600

PRODUCTOS

Radio

Siete reconocidas emisoras forman parte del GRUPO RPP: dos emisoras informativas líderes: RPP Noticias y Capital, junto a nuestras emisoras musicales y de entretenimiento: Studio 92, Oxígeno, Felicidad, Corazón y La Zona, ellas cubren todos los públicos objetivos y el territorio nacional con programación variada y de gran interés. Múltiples formas de activar y publicitar marcas se encuentran en esta plataforma.

Todos



Ver más de RPP Noticias ▶

📻 Radio en vivo
f /rppnoticias
@rppnoticias
www.rpp.pe



Ver más de Radio Capital ▶

📻 Radio en vivo
f /capital967
@Capital967
www.capital.com.pe



Ver más de Studio92 ▶

📻 Radio en vivo
f /Studio92Radio
@Studio92
www.studio92.com



Ver más de Radio Oxígeno ▶

📻 Radio en vivo
f /RadioOxigenoFM
@Radio_Oxigeno
www.oxigeno.com.pe



Ver más de Radio Corazón ▶

📻 Radio en vivo
f /RadioCorazonPeru
@RadioCorazonPe
corazon.pe



Ver más de Radio Felicidad ▶

📻 Radio en vivo
f /RadioFelicidadFM
@felicidad889fm
www.felicidad.com.pe



Ver más de La Zona ▶

📻 Radio en vivo
f /Radiolazona
@RadioLaZonaFM
www.lazona.com.pe



Ver más de RPP TV ▶

📺 Televisión en vivo
f /rppnoticias
@rppnoticias
rpp.pe



Ver más de Capital TV ▶

📺 Televisión en vivo
f /capital967
@Capital967
www.capital.com.pe

CORPORACIÓN RADIAL IMPACTO S.A.C.

www.radiomileniaperu.com - www.radioimpactohuaral.com

Milena Radio 1530 AM

Lima - Perú

Radio HUARAL Impacto 90.7 FM

PACARAOS 104.7 F.M.

CANTA 102.3 F.M.

CAJATAMBO 100.7 F.M.



Les desea una Feliz Navidad y un Próspero Año Nuevo



Calle Las Lucumas 4168 - 4to. Piso - Urb. Naranjal (Alt. Pdro. Previ - Pna. Norte) - San Martín de Porres
Telf. (Cabina): 715-3268 Adm.: 715-3269 Gerencia: 9987-71228

ALGUNOS DATOS DE LOS DOS ÚLTIMOS CONCURSOS PÚBLICOS

S/.14'727,207

obtuvo MTC

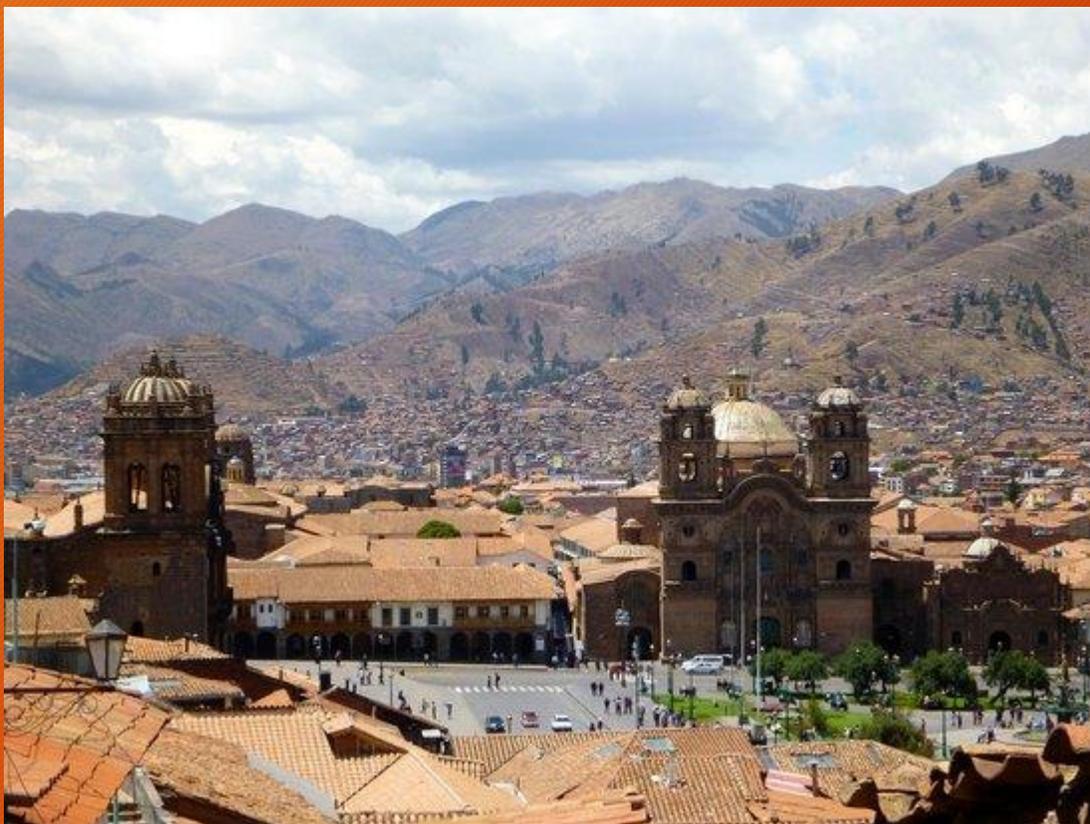
73

frecuencias de radio FM en
subastas públicas

76

de las 149 frecuencias ofertadas no fueron adjudicadas por falta de postor y fueron declaradas desiertas.
Ejemplo: Infierno en Madre de Dios y Echarate en Cusco.

ALGUNOS DATOS DE LOS DOS ÚLTIMOS CONCURSOS PÚBLICOS



- 16 postores para una frecuencia
- Iglesia Bethel pagó un millón 771 mil 962 soles.
- También se presentaron el GRUPO RPP (un millón de soles), Corporación Radial del Perú (700 mil soles), el Grupo Panamericana de Radios SA (672 mil 605 soles).

10 TITULARES DE TV CON MAYOR NÚMERO DE ESTACIONES A NIVEL NACIONAL

ENE 2016	RAZÓN SOCIAL	NÚMERO DE ESTACIONES
1.	INSTITUTO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISION DEL PERU - IRTP	393
2.	PANAMERICANA TELEVISION S.A.	91
3.	EMPRESA RADIODIFUSORA 1160 S.A.	68
4.	COMPAÑIA LATINOAMERICANA DE RADIODIFUSION S.A.	65
5.	ANDINA DE RADIODIFUSION S.A.C.	54
6.	COMPAÑIA PERUANA DE RADIODIFUSION S.A.	43
7.	ASOCIACION CULTURAL BETHEL	34
8.	TELEVISIÓN NACIONAL PERUANA S.A.C	26
9.	ASOCIACION CULTURAL ENTIDADES LATINOAMERICANAS COMUNICANDO EL EVANGELIO - ENLACE	17
10.	MINISTERIO LA LUZ	13
	OTROS	599

La convocatoria vigente

LUGARES	FRECUENCIAS DISP	PRECIO BASE
Yura (Arequipa)	6	S/.23, 700
Machupicchu (Cusco)	5	S/.15,800
Molino - Panao (Huánuco)	4	S/.15, 800
Chincha (Ica)	1	S/.47, 400
Pisco (Ica)	3	S/.47, 400
Tarma (Junín)	1	S/.31, 600
Chepén - Guadalupe (La Libertad)	3	S/.71, 100
Nueva Arica - Oyotún (Lambayeque)	2	S/.23, 700
Chosica - Ricardo Palma (Lima)	1	S/.31, 600
Mazuko - Inambari (Madre de Dios)	4	S/.15, 800
Conduriri - Mazo Cruz (Puno)	6	S/.15, 800
Chazuta (San Martín)	5	S/.7,900
Zarumilla (Tumbes)	2	S/.31, 600
Ayacucho (Ayacucho) + Huaribamba - Pazos (Huancavelica)		S/.47, 400

Lo que implica la concentración: una muestra

SEXO	FREC	%
FEMENINO	42	70,0
MASCULINO	18	30,0
Total	60	100,0

EDAD	FREC	%
18-23	18	30,0
24-28	4	6,7
29-33	10	16,7
34-38	8	13,3
39-43	7	11,7
49-53	3	5,0
54-59	4	6,7
60 A MÁS	6	10,0
Total	60	100,0

RADIO QUE ESCUCHAN	FREC	%
MODA	14	23,3
ANTENA 10	8	13,3
LA INVOLVIDABLE	6	10,0
LA ZONA	5	8,3
LA MIRENA	4	6,7
MEJORES PROGRAMAS	4	6,7
NOVA	3	5,0
STUDIO 92	2	3,3
COTIVALEÚ	2	3,3
LA EXITOSA	2	3,3
ONDA CERO	2	3,3
RITMO ROMANTICA	2	3,3
NUEVA A	1	1,7
NO ESCUCHA	1	1,7
PANAMERICANA	1	1,7
LA KALLE	1	1,7
RADIO NOVA	1	1,7
GIRASOL	1	1,7
Total	60	100,0

HORARIO EN QUE ESCUCHA	FREC	%
TODO EL DÍA	12	20,0
MAÑANA	27	45,0
NO ESCUCHA	1	1,7
MEDIODIA	3	5,0
TARDE	11	18,3
A DIFERENTES HORAS	1	1,7
NOCHE	5	8,3
Total	60	100,0



Corporación universal



CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO



GRUPO RPP

PROGRAMA FAVORITO	FREC	%
NO IDENTIFICA REFIERE MÚSICA	15	25,0
SHOW DE CARLONCHO	8	13,3
RPPNOTICIAS	3	5,0
LEVÁNTATE CON MARIANO	2	3,3
LOS KARI-PEDIDOS	2	3,3
LA HORA DEL LONCHECITO	2	3,3
LA HORA DEL LEVANTE	2	3,3
LEVANTATE CON ANTENA	2	3,3
SORBITOS	2	3,3
EL SHOW DE LUIGI FLOW	1	1,7
UNA MAÑANA PARA RECORDAR	1	1,7
NO ESCUCHA	1	1,7
EL SHOW DE LAS MAMIS	1	1,7
POR SU REGGETON	1	1,7
GALDOS EN ESTUDIO	1	1,7
AÑORANZAS DE MI TIERRA	1	1,7
EXITOSA NOTICIAS	1	1,7
SALSA ROMÁNTICA	1	1,7
EXITOSA DEPORTE	1	1,7
JUAN CARLOS TAFUR EN EXITOSA	1	1,7
EL CHINO Y ADOLFO	1	1,7
JOJONATHAN	1	1,7
CUMBIAS Y RISAS	1	1,7
LA KALLE CRIOLLA	1	1,7
EL DESPERTADOR	1	1,7
DI LO QUE SIENTES	1	1,7
SI YO FUERA AUTORIDAD	1	1,7
EDWIN SIERRA	1	1,7
AGUA MARINA ESPECIAL	1	1,7
ARMONIA 10	1	1,7
NOCHE DEL CULTURA	1	1,7

NOTICIERO RADIAL QUE ESCUCHA	FREC	%
NO ESCUCHA	29	48,3
RPP	14	23,3
CAPITAL	7	11,7
EXITOSA NOTICIAS	6	10,0
KARIBEÑA NOTICIAS	2	3,3
LA HORA DEL LONCHECITO	1	1,7
CUTIVALÚ INFORMA	1	1,7
Total	60	100,0

HORARIO EN QUE ESCUCHA NOTICIEROS RADIALES	FREC	%
NO ESCUCHA	29	48,3
MAÑANA	19	31,7
TARDE	9	15,0
NOCHE	2	3,3
NO IDENTIFICA	1	1,7
Total	60	100,0

RAZONES POR LAS QUE ESCUCHA EL NOTICIERO RADIAL	FREC	%
NO ESCUCHA	29	48,3
PARA INFORMARSE	8	13,3
POR SUS NOTICIAS	5	8,3
POR SU CONSTANTE INFORMACIÓN AL OYENTE	2	3,3
POR LAS NOTICIAS DE PIURA	2	3,3
POR EL CAMBIO DE HORA	1	1,7
LOS DEBATES	1	1,7
PORQUE PASAN NOTICIAS Y MÚSICA	1	1,7
ES INTERESANTE	1	1,7
LAS NOTICIAS SON REALES	1	1,7
PASAN NOTICIAS Y ME INFORMA	1	1,7
INFORMA CON LA VERDAD	1	1,7
ES BONITO	1	1,7
POR SU CONTENIDO	1	1,7
POR SU NARRACIÓN DE NOTICIAS	1	1,7
POR SUS LOCUTORES AL NARRAR LOS HECHOS	1	1,7
POR CORRECTOS	1	1,7
POR LA INFORMACION NACIONAL Y REGIONAL	1	1,7
DA NOTICIAS IMPORTANTES	1	1,7
Total	60	100,0

CANAL QUE ACOSTUMBRA VER	FREC	%
AMÉRICA	36	60,0
FRECUENCIA LATINA	14	23,3
NO VE TELEVISIÓN	3	5,0
ATV	5	8,3
TV PERU	1	1,7
PANAMERICANA	1	1,7
Total	60	100,0

HORARIO EN QUE ACOSTUMBRA VER TV	FREC	%
NOCHE	19	31,7
MEDIODÍA	14	23,3
DIFERENTES HORAS	13	21,7
NO VE TELEVISION	3	5,0
NAÑANA	6	10,0
TARDE	5	8,3
Total	60	100,0

RAZONES POR LAS CUALES ES SU PROGRAMA FAVORITO	FREC	%
LE GUSTA	45	75,0
ES UN PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO	6	10,0
NO VE TELEVISIÓN	4	6,7
ENSEÑA DE SALUD	2	3,3
ES DIVERTIDO	1	1,7
PARA ESTAR INFORMADO	1	1,7
POR LAS NOTICIAS	1	1,7
Total	60	100,0

PROGRAMA DE TELEVISIÓN FAVORITO	FREC	%
AL FONDO HAY SITIO	14	23,3
AL AIRE	7	11,7
NOVELAS	5	8,3
ESTO ES GUERRA	5	8,3
AMOR AMOR	4	6,7
NO VE TELEVISIÓN	3	5,0
NOTICIAS	3	5,0
LOS REYES DE PLAYBACK	3	5,0
NO ESPECIFICA	3	5,0
24 HORAS MEDIODÍA	2	3,3
LA ROSA DE GUADALUPE	2	3,3
DOCTOR TV	2	3,3
A QUE NO ME DEJAS	1	1,7
EL SECRETO DE FERIHA	1	1,7
ENTRE GENTE	1	1,7
PLAYBACK	1	1,7
24 HORAS	1	1,7
BRUSKO	1	1,7
EL SULTAN	1	1,7
Total	60	100,0

NOTICIERO TELEVISIVO QUE VE	FREC	%
AMERICA	35	58,3
LATINA	9	15,0
NINGUNO	9	15,0
24 HORAS	2	3,3
DIA D	2	3,3
TV NOTICIAS	1	1,7
ATV NOTICIAS	1	1,7
CUARTO PODER	1	1,7
Total	60	100,0

HORARIO EN QUE VE EL NOTICIERO TELEVISIVO	FREC	%
PRIME PRIME (9 A 12)	38	26,7
NO VE NOTICIERO	9	15,0
LITENIGHT (12 A 2:30)	2	3,3
ACCES PRIME (8 A 9 PM)	4	3,3
TARDE (6 A 8 PM)	1	1,7
DESPERTADOR (7:30 A 9:00 AM)	2	1,7
MATINAL (9 AM A 1 PM)	4	1,7
Total	60	100,0

RAZONES POR LAS CUALES VE EL NOTICIERO TELEVISIVO	FREC	%
PARA INFORMARSE	16	26,7
NO VE NOTICIERO	9	15,0
POR SUS NOTICIAS	6	10,0
POR SUS NOTICIAS INTERESANTES	4	6,7
POR SUS BUENAS NOTICIAS (CALIDAD)	4	6,7
POR SU MANERA DE PASAR LA NOTICIA	3	5,0
SALEN NOTICIAS DE PIURA	2	3,3
ESTÁ LIBRE	1	1,7
PORQUE SON LOCALES Y PIURANOS	1	1,7
PORQUE ES MUY EMOCIONANTE	1	1,7
LAS NOTICIAS SON REALES Y TIENE BUENOS CONDUCTORES	1	1,7
POR SUS NOTICIAS DE IMPRESIÓN	1	1,7
POR SU VARIEDAD DE CONTENIDO	1	1,7
ME GUSTAN SUS NOTICIAS	1	1,7
ES MÁS ESPECÍFICO	1	1,7
NOTICIAS CALIENTITAS	1	1,7
POR CORRECTOS	1	1,7
ES MAS CLARO	1	1,7
SON NOTICIAS DE TODOS LOS LUGARES DEL PERÚ	1	1,7
ES MÁS DINÁMICO	1	1,7
PROGRAMA CON MÁS DESENVOLVIMIENTO DE LOS PERIODISTAS	1	1,7
SE INFORMA DE LAS NOTICIAS DE LA SEMANA	1	1,7
ES DIVERTIDO	1	1,7
Total	60	100,0

**AREAS RURALES O LUGARES DE PREFERENTE INTERES SOCIAL
RADIODIFUSION SONORA EN FRECUENCIA MODULADA (FM)
LOCALIDADES EVALUADAS**

622	ALAMOR	PIURA	NO	AREA RURAL	0949-2014-MTC/28	06/05/14
623	AYABACA	PIURA	NO	NINGUNO	2439-2015-MTC/28	09/11/15
624	CHALACO	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	324-2014-MTC/28	26/02/14
625	CHULUCANAS	PIURA	SI	NINGUNO	0043-2014-MTC/28	16/01/14
626	CULEBREROS	PIURA	NO	AREA RURAL	732-2016-MTC/28	15/03/16
627	EL ALTO	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1757-2014-MTC/28	05/09/14
628	FRIAS	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1967-2015-MTC/28	21/09/15
629	HUANCABAMBA	PIURA	SI	NINGUNO	1866-2015-MTC/28	08/09/15
630	HUARMACA	PIURA	NO	NINGUNO	1091-2016-MTC/28	22/04/16
631	LA ARENA-LA UNION	PIURA	SI	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1866-2015-MTC/28	08/09/15
632	LA TORTUGA	PIURA	NO	AREA RURAL	2528-2014-MTC/28	22/12/14
633	LALAQUIZ-TUNAL	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1967-2015-MTC/28	21/09/15
634	LAS LOMAS	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1111-2014-MTC/28	28/05/14
635	LOBITOS	PIURA	NO	AREA RURAL	0043-2014-MTC/28	16/01/14
636	LOS ORGANOS	PIURA	NO	NINGUNO	324-2014-MTC/28	26/02/14

**AREAS RURALES O LUGARES DE PREFERENTE INTERES SOCIAL
RADIODIFUSION SONORA EN FRECUENCIA MODULADA (FM)
LOCALIDADES EVALUADAS**

N°	LOCALIDAD	DEPARTAMENTO	RESTRIC- CION	CONDICION	INFORME	FECHA
637	MANCORA	PIURA	SI	NINGUNO	2439-2015-MTC/28	09/11/15
638	MORROPON	PIURA	NO	NINGUNO	0043-2014-MTC/28	16/01/14
639	NEGRITOS	PIURA	NO	NINGUNO	249-2014-MTC/28	17/02/14
640	PACAIPAMPA	PIURA	SI	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1967-2015-MTC/28	21/09/15
641	PAITA	PIURA	NO	NINGUNO	0043-2014-MTC/28	16/01/14
642	PARACHIQUE-LA BOCANA	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1810-2014-MTC/28	12/09/14
643	PIURA	PIURA	NO	NINGUNO	0043-2014-MTC/28	16/01/14
644	PUERTO RICO	PIURA	NO	AREA RURAL	0949-2014-MTC/28	06/05/14
645	SAN JACINTO	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1999-2014-MTC/28	13/10/14
646	SAN MIGUEL DE EL FAIQUE-CANCHAQUE	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1767-2015-MTC/28	01/09/15
647	SANTO DOMINGO	PIURA	NO	AREA RURAL	732-2016-MTC/28	15/03/16
648	SAPALACHE	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1767-2015-MTC/28	01/09/15
649	SAPILLICA	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	630-2015-MTC/28	21/04/15
650	SECHURA	PIURA	SI	NINGUNO	0043-2014-MTC/28	16/01/14
651	SONDOR-SONDORILLO	PIURA	SI	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1767-2015-MTC/28	01/09/15
652	SULLANA	PIURA	SI	NINGUNO	1866-2015-MTC/28	08/09/15
653	SUYO	PIURA	NO	PREFERENTE INTERES SOCIAL	1767-2015-MTC/28	01/09/15
654	TALARA	PIURA	SI	NINGUNO	0043-2014-MTC/28	16/01/14
655	TAMBOGRANDE	PIURA	SI	NINGUNO	0043-2014-MTC/28	16/01/14
656	YAMANGO	PIURA	NO	AREA RURAL	732-2016-MTC/28	15/03/16

Un ejemplo: La Arena



Participaron en la investigación

Juan José Pacherez

Mercedes Santos Rufino

Jazmin Arteaga Montalbán

Aurita Juárez Vega

Benjamín Vegas Saucedo

Edwin Maza Castro

Daniel Chong Seminario

Deyber Mendoza

Luis Pedemonte

Ana Lucía Chiroque

Sally Cortez Salazar

Javier Lachira Zapata



¡Somos la Escuela de
Ciencias de la
Comunicación!

Radio Studio 92

EN VIVO STUDIO 92 MEZCLAS

Robert Downey Jr. le da la bienvenida a Tom Hiddleston con broma sobre Taylor Swift

Orlando Bloom desnudo y jugando con los pechos de Katy Perry

Abre tu Cuenta Ganadora

BBVA Continental y Participa del Rally Más Duro del Mundo ¡Entérate!

Pokémon Go: Todo lo que necesitas saber sobre la nueva actualización

DISCLOSURE POKEMON GO SELENA GÓMEZ JUSTIN BIEBER JENNIFER ANISTON TOM HIDDLESTON

Radio Antena 10

Esta Fuerte... Y Punto!!! 88.9 fm

Programación Saludos y Pedidos Ranking Musical Fotos y Campañas Videos Noticias Área Comercial

ULTIMAS NOTICIAS Desde el 9 de febrero, el primer día de Guantánamo, Barrios Unidos

ESCUCHANOS EN VIVO

Radio Studio 92 La Zona (@radio92) Radio Antena 10 Jesse & Joy, Ch... Programación RADIO ANTENA Radio cumbia, antena 10 - Bus...

ritmoromantica.pe

Radio oficial de Jesse & Joy

Radio **ritmo romántica** te lleva a

tu radio de baladas Chiclayo 91.5 fm

Escúchanos en vivo

Al Aire Baladas y consejos 12:00 a. m. a 6:00 a. m.

INICIO BALADAS ARTISTAS NOTICIAS MUNDO MUJER RANKINGS PROGRAMAS HORÓSCOPO CONCURSOS

HOY Videos virales Especial de Verano Alejandro Sanz Embarazo Tips madre, amiga, mujer Horóscopo chino Shakira

¿QUIERES CHAMBA FORMAL?

- ✓ TIENES ENTRE 18 - 24
- ✓ TERMINASTE LA SECUNDARIA
- ✓ ERES COMPROMETIDO CON LA CHAMBA

¡Consíguelo a tu hij@ su 1ra. chamba formal con FORGE!

¿QUIERES CHAMBA FORMAL?

- ✓ TIENES ENTRE 18 - 24
- ☐ TERMINASTE LA SECUNDARIA
- ☐ ERES COMPROMETIDO CON LA CHAMBA

Radio **ritmo romántica** tu radio de baladas TE LLEVA A...

ritmoromantica.pe/artistas/alejandro-sanz