

PROPUESTA TÉCNICO-ECONÓMICA

PROCESO DE SELECCIÓN DE ALIADOS ESTRATÉGICOS Nº CP-007-2025/PROMPERÚ-DT-STR

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD CONJUNTA EN MÉXICO

I. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA (O DEL CONSORCIO)

PRICE RES S.A.P.I. DE C.V.

II. OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

Contribuir a la promoción de marca, oferta de productohotelero, vuelos, tours del Perú para el incremento en reservas, ventas y pasajeros del mercado mexicano hacia los distintos destinos y productos turísticos que se ofrecen. Todo ello logrado a través de la promoción y oferta incluyendo el "call to action" de los ditintos productos (hoteles, tours, paquetes Hotel+avión, vuelos) que PriceTravel Holding ofrece a través de sus distintas líneas de negocio y segmentos como: B2C (PriceTravel), B2B (PriceAgencies MX), B2CB2B (afiliados) y medios externos con alcance al segmento que estaremos dirigiendo la campaña a u segmento alto A,B,C+

III. PÚBLICO OBJETIVO DE LA CAMPAÑA

3.1. Rango de edad	22 a 60 años
3.2. Género	Mujeres, Hombres
3.3. Nivel socio-económico	Segmento A, B, C+ con poder adquisitivo para viajar en grupo o solos NSE alto y medio alto mercado mexicano
3.4. Lugar de residencia	Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Querétaro, Cancún, Mérida.
3.5. Intereses	Interes de viajeros en: leisure, cultural, aventura, naturaleza, gastronomía.
3.6. Otros	Acciones dirigidas para viajes en parejas, familia, amigos y de aventura

IV. DESTINOS A CONSIDERAR EN LA CAMPAÑA (de acuerdo con la exposición publicitaria que tendrán, debe sumar 100%)

Destino	%	Destino	%	Destino	%	Destino	%	Destino	%
4.1. Amazonas	5%	4.6. Cajamarca		4.11. Ica	14%	4.16. Loreto	5%	4.21. Puno	9%
4.2. Áncash		4.7. Callao		4.12. Junín		4.17. Madre de Dios	3%	4.22. San Martín	
4.3. Apurímac		4.8. Cusco	24%	4.13. La Libertad		4.18. Moquegua		4.23. Tacna	
4.4. Arequipa	11%	4.9. Huancavelica		4.14. Lambayeque		4.19. Pasco		4.24. Tumbes	
4.5. Ayacucho		4.10. Huánuco		4.15. Lima	29%	4.20. Piura		4.25. Ucayali	

V. BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DE LA CAMPAÑA

Generación de acciones de marketing de 360°, la cual tendrá una duración de cinco meses, comenzando en junio y concluyendo en octubre del presente año, incentivando los viajes hasta enero o febrero del 2026. La campaña estará dirigida al consumidor con un NSE A,B,C+ creando el interes en el producto turístico que ofrece el Perú a familias, parejas y jóvenes que son los segmentos de mayor crecimiento en México; con gusto en consumir producto cultural, de gastronomía, naturaleza, aventura. Todo ello a promocionado a través de medios digitales propios y de terceros; medios externos digitales, impresos los cuales redirigirán al público para la compra de viajes a Perú. Considerando líneas o negocios afiliados de banco que lleguen a tarjetahabientes de segmento alto.

VI. PROYECCIÓN DE RESULTADOS PUBLICITARIOS DE LA CAMPAÑA

Indicadores	Valor meta
6.1. Alcance total estimado	890,000
6.2. Impactos e impresiones totales estimadas	12,053,100
6.3. (Agregar las filas que sean necesarias)	

VII. MONTO DE INVERSIÓN PROPUESTO PARA LA CAMPAÑA

Inversión	Monto	%
Empresa 1	60,154.00	53.42%
Empresa 2 (*)		

Total consorcio <i>(en caso aplique) (*)</i>		
PROMPERÚ	52,454.00	46.58%
Total \$112,508 USD <i>(Dólares Americanos)</i>	112,608.00	100%

VIII. HORIZONTE DE EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA *(No deberá superar el horizonte establecido en el numeral 6 de las Bases del proceso de selección)*

De junio, 2025 a octubre, 2025

(*) Completar en caso de consorcio.

IX. PLAN DE CAMPAÑA COOPERADA PROPUESTO

9.1. PAUTA TELEVISIÓN

INFORMACIÓN GENERAL										INFORMACIÓN ADICIONAL (**)						INVERSIÓN				CRONOGRAMA													
Nº	Nombre del medio	Cobertura geográfica	Señal	Programa	Formato	Duración (Seg.)	Bloque/Hora	Nº de días de pauta	Nº de avisos	Alcance (%)	Alcance	Impactos	Rating (%)	Trps	CPM	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025													
																				Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic		
																				(Marque con una "X" los meses con actividad)													
	NA																																
(Agregar las filas que sean necesarias)																																	
TOTALES																																	

9.2. PAUTA RADIO

INFORMACIÓN GENERAL										INFORMACIÓN ADICIONAL (**)						INVERSIÓN				CRONOGRAMA													
Nº	Nombre del medio	Cobertura geográfica	Señal	Programa	Formato	Duración (Seg.)	Bloque/Hora	Nº de días de pauta	Nº de avisos	Alcance (%)	Alcance	Impactos	Rating (%)	Trps	CPM	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025													
																				Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic		
																				(Marque con una "X" los meses con actividad)													
	NA																																
(Agregar las filas que sean necesarias)																																	
TOTALES																																	

9.3. PAUTA PRENSA

INFORMACIÓN GENERAL										INFORMACIÓN ADICIONAL (**)				INVERSIÓN				CRONOGRAMA												
Nº	Nombre del medio	Cobertura geográfica	Tipo de publicación	Formato	Sección	Ubicación (N° de página)	Medidas (ancho x alto)	N° de lectores	Nº de avisos	Alcance (%)	Alcance	Impactos	CPM	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025												
																		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
																		(Marque con una "X" los meses con actividad)												
1	Moi Revista	Nacional	Promoción	Página Completa	General	Otras	21.5 x 27.5 mas rebase	378,000	1	NA	295,000	165000	37.58		6,200.00	0.00	6,200.00									X				
(Agregar las filas que sean necesarias)																														
TOTALES									1	NA	295,000	165000	37.58		6,200.00	0.00	6,200.00									X				

9.4. PAUTA DIGITAL (***)

INFORMACIÓN GENERAL														INF. ADICIONAL (**)		INVERSIÓN				CRONOGRAMA												
Nº	Nombre del medio	Tipo de soporte	Objetivo	Formato	Segmentación	Cobertura geográfica	Ubicación	Tipo de compra (CPC / CPM / CPV / Otros)	Tarifa	Nº de días de pauta	Impresiones	Clics / Vistas / Otros	CTR / VTR / CTOR / Otros	Alcance (%)	Alcance	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025												
																				Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	
																				(Marque con una "X" los meses con actividad)												
1	Aeromexico Vacations	Banner Home	Compra	Banner display	Clientes Aeromexico, Aeromexico vacations, Rewards NSE A,B,C	Nacional	Home https://www.aeromexicovacations.com/	Tarifa fija por semana	1,600.00	4 semanas	333,000	29,970	9.0%	NA	23,000		3,200.00	3,200.00	6,400.00						X	X		X	X			
2	AMEX Platinum Viajes	Banner Home	Compra	Banner display	Tarjetas Abientes NSE A,B,C+ Interes en viajes	Nacional	Home https://promociones.pricetravel.com.mx/	Tarifa fija por semana	1,100.00	4 semanas	285,000	22,800	8.0%	NA	12,300		2,200.00	2,200.00	4,400.00						X		X					
3	Scotiaselect Scotiabank	Banner Home	Compra	Banner display	Tarjetas Abientes NSE A,B,C+ Interes en viajes	Nacional	Home https://viajes.scotiaselect.com.mx/	Tarifa fija por semana	1,100.00	4 semanas	325000	29,250	9.0%	NA	8300		2,200.00	2,200.00	4,400.00							X		X				
4	BBVA Viaje y Punto	Banner Home	Compra	Banner display	Tarjetas Abientes NSE A,B,C+ Interes en viajes	Nacional	Home https://reservar.viajeypunto.com.mx/	Tarifa fija por semana	1,100.00	4 semanas	372000	28,644	7.7%	NA	7600		2,200.00	2,200.00	4,400.00						X			X				
5	Viajes Sears	Banner Home	Compra	Banner display	Tarjetas Abientes NSE A,B,C Interes en viajes	Nacional	Interna https://paquetes.viajessears.com.mx/	Tarifa fija por semana	1,100.00	4 semanas	278500	21,445	7.7%	NA	7300		2,200.00	2,200.00	4,400.00							X			X			
6	Travesías.com	Box Banner	Intención	Banner display	Viajeros Mujeres & hombres NSE A,B	Nacional	Interna https://travesiasdigital.com	Tarifa fija por semana	1,209.00	4 semanas	450,000	41,400	9.2%	NA	4,000		2,418.00	2,418.00	4,836.00							X	X					
7	Nat Geo Traveler.com	Box Banner	Intención	Banner display	Viajeros Mujeres & hombres NSE A,B, C+ cultural	Internacional	Interna https://www.ngenespanol.com/travele	Tarifa fija por semana	1,184.00	4 semanas	450,000	41,850	9.3%	NA	3,200		2,368.00	2,368.00	4,736.00								X	X				
8	Expansión.com	Box Banner	Intención	Banner display	Viajeros Mujeres & hombres NSE A,B negocios	Nacional	Interna https://expansion.mx/	Tarifa fija por semana	1,209.00	4 semanas	450,000	39,150	8.7%	NA	4,000		2,418.00	2,418.00	4,836.00						X	X						
9	PriceTravel	Card ofertas destacadas	Compra	Banner promocion nativo	Clientes PriceTravel NSE A,B, C	Nacional	Home https://www.pricetravel.com	Tarifa fija por semana	1,300.00	8 semanas	898,000	71,840	8.0%	NA	9,800		3,900.00	6,500.00	10,400.00						X	X	X	X	X			
10	PriceTravel	Banner Ofertas	Compra	Banner promocion nativo	Clientes PriceTravel NSE A,B, C	Nacional	Interna https://www.pricetravel.com/ofertas	Tarifa fija por semana	900.00	3 semanas	344000	18,232	5.3%	NA	3,700		1,800.00	900.00	2,700.00							X	X	X	X			
11	PriceTravel	Card destinos	Compra	Banner promocion nativo	Clientes PriceTravel NSE A,B, C	Nacional	Home https://www.pricetravel.com	Tarifa fija por semana	1,300.00	6 semanas	421000	28,628	6.8%	NA	8,400		3,900.00	3,900.00	7,800.00						X	X	X		X			
12	PriceTravel	Banner en Mailing Destinos	Compra	emailing	Clientes PriceTravel NSE A,B, C	Nacional	emailing https://www.pricetravel.com/ofertas	Tarifa fija por envio	1,400.00	3 días	495000	15,840	3.2%	NA	7,900		2,800.00	1,400.00	4,200.00						X		X	X				
13	PriceTravel	Landing Page	Compra	Página de promoción y aterrizaje	Clientes PriceTravel NSE A,B, C	Nacional	Minisite https://www.pricetravel.com/ofertas / c	Tarifa fija por campaña	2,000.00	Por campaña	720000	64,800	9.0%	NA	15000		1,000.00	1,000.00	2,000.00						X	X	X	X	X			
14	PriceTravel	Post en Social Media	Compra	Publicidad en redes	Clientes PriceTravel NSE A,B, C	Nacional	Post https://www.pricetravel.com/ofertas	BONIFICADO	BONIFICADO	3 post	320,000	28,480	8.9%	NA	110,000		0.00	0.00	0.00							X	X	X				
15	PriceAgencies.com.mx	Banner Inicio	Compra	Banner promoción	Agentes PriceAgencies MX dirigido agentes de viaje y clientes NSE A,B, C+ hombre & Mujeres	Nacional	Home https://res.priceagencies.com.mx/inicio	Tarifa fija por semana	1,100.00	6 semanas	164000	19,680	12.0%	NA	8300		3,300.00	3,300.00	6,600.00						X	X		X	X			
16	PriceAgencies.com.mx	Banner destinos destacados	Compra	Banner promoción	Agentes PriceAgencies MX dirigido agentes de viaje y clientes NSE A,B, C+ hombre & Mujeres	Nacional	Home https://res.priceagencies.com.mx/inicio	Tarifa fija por semana	1,000.00	5 semanas	145000	15,950	11.0%	NA	6400		2,000.00	3,000.00	5,000.00							X	X	X				
16	PriceAgencies.com.mx	Banner producto	Compra	Banner promoción	Agentes PriceAgencies MX dirigido agentes de viaje y clientes NSE A,B, C+ hombre & Mujeres	Nacional	Home https://res.priceagencies.com.mx/inicio	Tarifa fija por semana	800.00	3 semanas	123400	9,872	8.0%	NA	4500		1,600.00	800.00	2,400.00									X	X			
17	PriceAgencies.com.mx	Mailing compartido	Compra	emailing	Agentes PriceAgencies MX dirigido agentes de viaje y clientes NSE A,B, C+ hombre & Mujeres	Nacional	emailing https://res.priceagencies.com.mx/inicio	Tarifa fija por envio	1,000.00	3 días	53200	1,756	3.3%	NA	1500		2,000.00	1,000.00	3,000.00							X	X		X			
17	PriceAgencies.com.mx	Reto PriceAgencies Club (bin)	Compra	home, banner seccion retos	Agentes PriceAgencies MX dirigido agentes de viaje y clientes NSE A,B, C+ hombre & Mujeres	Nacional	Home https://res.priceagencies.com.mx/inicio	Tarifa fija por semana	287.50	8 semanas	64000	1,984	3.1%	NA	1625		1,150.00	1,150.00	2,300.00							X	X					
18	Google Ads	Banner Display	Intención	Anuncio Nativo	Viajeros Mujeres & hombres NSE A,B	Nacional	varias páginas de promoción a través de Google	Tarifa fija por semana	1,000.00	3 semanas	27,000	2,160	8.0%	NA	4,200		2,000.00	1,000.00	3,000.00							X						
(Agregar los fljos que sean necesarias)																																
TOTALES									6,718,100	533,730	7.9%	NA	110,000		44,654.00	43,154.00	87,808.00							X	X	X	X	X				

9.5. PAUTA EXTERIOR (OUTDOOR E INDOOR)

INFORMACIÓN GENERAL									INFORMACIÓN ADICIONAL (**)				INVERSIÓN				CRONOGRAMA											
Nº	Nombre del medio	Ubicación	N° de soportes	Formato	Duración (seg.) (***)	Medidas (ancho x alto)	N° de días de pauta	N° de avisos	Alcance (%)	Alcance	Impactos	CPM	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025											
																	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
																	(Marque con una "X" los meses con actividad)											
1	Video Wall AICM	Interior Aeropuerto de la Ciudad de México	1	Video Wall / Video digital	10"	1920 x 640 px	30	134,000	NA	800,000	1,700,000	3.88		3,300.00	3,300.00	6,600.00							X					
2	Banner Baggage	Interior Aeropuerto Monterrey / en aerea de Baggage	4	Banner jpg	10"	1080 x 1922 px	30	110,000	NA	250,000	370,000	10.81		2,000.00	2,000.00	4,000.00								X				
3	Pantalla Punto de Venta PriceTravel	Puntos de Venta en centros comerciales en México	90	Banner jpg	6"	V: 1080x1920 / H: 1920x1080	30	380,000	NA	890,000	3,100,000	2.58		4,000.00	4,000.00	8,000.00										X		
(Agregar las filas que sean necesarias)																												
								TOTALES	624,000	NA	890,000	5,170,000	3.60		9,300.00	9,300.00	18,600.00							X	X		X	

9.6. PAUTA CINE

INFORMACIÓN GENERAL									INFORMACIÓN ADICIONAL (**)				INVERSIÓN				CRONOGRAMA											
Nº	Nombre del medio	Ubicación	Afluencia	N° de salas de pauta	N° de días de pauta	Formato	Duración (seg.) (***)	N° de avisos	Alcance (%)	Alcance	Impactos	CPM	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año2025											
																	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
																	Marque con una "X" los meses con actividad											
	NA																											
(Agregar las filas que sean necesarias)																												
								TOTALES																				

9.7. VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN (FAM TRIPS)

INFORMACIÓN GENERAL										INVERSIÓN				CRONOGRAMA													
Nº	Objetivo del viaje	Perfil de los invitados	Estructura de costos (mencionar conceptos generales y distribución porcentual, debe sumar 100%) (*****)		Destinos a visitar	Nº de días de viaje	Nº de participant es (****)	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025															
												Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic				
			(Marque con una "X" los meses con actividad)																								
	NA		Concepto	%																							
(Agregar las filas que sean necesarias)																											
TOTALES																											

9.8. VIAJES DE PRENSA (PRESS TOUR)

INFORMACIÓN GENERAL														INVERSIÓN				CRONOGRAMA																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
Nº	Nombre del medio	Cobertura geográfica	Sección o programa	N° de lectores / espectador es / seguidores	Perfil de los invitados	Perfil de la audiencia	N° de publicaciones garantizadas			Impactos (**)	Estructura de costos (mencionar conceptos generales y distribución porcentual, debe sumar 100%) (*****)		Destinos a visitar	N° de días de viaje	N° de participantes (*****)	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERÚ	Total	Año 2025																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
							Antes del viaje	Durante el viaje	Posterior al viaje											Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																									
																				(Marque con una "A" los meses de realización del viaje y con una "B" los meses de publicación) (****)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
											Concepto	%																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
	NA																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							</

(*) Completar en caso de consorcio.

(**) Solo si cuenta con Central de Medios o si es que el medio puede proporcionar dicha información.

(***) Completar en caso se trate de un formato con pantalla digital.

(****) Los viajes deberán contar con el acompañamiento de solo un representante designado por PROMPERÚ, y de un representante del aliado, los cuales deberán ser incluidos en todo el programa de viaje.

(*****)Conceptos generales: tickets aéreos (internacionales y nacionales), traslados internos, hospedaje, alimentación, ingresos a atractivos, guías, seguros, etc.


9.9. VIAJES DE BLOGUEROS (BLOGGER TRIPS)

INFORMACIÓN GENERAL												INVERSIÓN												CRONOGRAMA											
Nº	Nombre del bloguero	URL del blog	Tema o Categoría del bloguero	Perfil de la audiencia				Nº de visitas promedio mensuales en últimos seis (6) meses	Nº de páginas vistas promedio mensuales en últimos seis (6) meses	Tiempo de permanencia promedio en la red social en últimos seis (6) meses	Tasa de rebote promedio en últimos seis (6) meses	Alcance promedio mensual en los últimos seis (6) meses	Nº de publicaciones garantizadas		Impresiones	Estructura de costos (mencionar conceptos generales y distribución porcentual, debe sumar 100%) (*****)		Destinos a visitar	Nº de días de viaje	Nº de participantes (*****)	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERU	Total											
				Distribución (%)	Distribución (%)	Distribución (%)	Distribución (%)						Antes del viaje	Durante el viaje		Posterior al viaje	Concepto								%										
NA																																			
(Agregue las filas que sean necesarias)																																			
TOTALES																																			

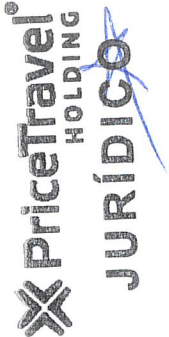
9.10. VIAJES DE INFLUENCIADORES (INFLUENCER TRIPS) (***)

INFORMACIÓN GENERAL												INVERSIÓN												CRONOGRAMA											
Nº	Nombre del Influencer	URL del perfil en RESS	Categoría del Influencer	Perfil de la audiencia				Nº de fans / seguidores / suscriptores	Tasa de interacción promedio en la red social en últimos seis (6) meses	Nº de interacciones promedio en la red social en últimos seis (6) meses	Nº de visualizaciones promedio mensuales en los últimos seis (6) meses	Alcance promedio mensual en los últimos seis (6) meses	Nº de publicaciones garantizadas		Impresiones	Estructura de costos (mencionar conceptos generales y distribución porcentual, debe sumar 100%) (*****)		Destinos a visitar	Nº de días de viaje	Nº de participantes (*****)	Nombre de Empresa (*)	Monto Empresa	Monto PROMPERU	Total											
				Distribución (%)	Distribución (%)	Distribución (%)	Distribución (%)						Antes del viaje	Durante el viaje		Posterior al viaje	Concepto								%										
NA																																			
(Agregue las filas que sean necesarias)																																			
TOTALES																																			

(*) Completar en caso de consorcio.
(**) Para medios digitales indicar el número de impresiones.
(***) Incluir las redes sociales en las que realizará publicaciones para la campaña, así como, los indicadores por cada red social.
(****) Incluir las redes sociales en las que se establecerá el horizonte de tiempo establecido en el numeral 6 de las Bases del proceso de selección.
(*****) No deberá superar el horizonte de tiempo establecido de solo un representante designado por PROMPERU, y de un representante del aliado, los cuales deberán ser incluidos en todo el programa de viaje.
(*****) Los viajes deberán contar con el acompañamiento de solo un representante designado por PROMPERU, y de un representante del aliado, los cuales deberán ser incluidos en todo el programa de viaje.
(******) Conceptos generales: tickets aéreos (internacionales y nacionales), traslados internos, hospedaje, alimentación, ingresos a atractivos, guías, seguros, etc.



Fernando Vargas-Soltero
Representante Legal Price Res S.A.P.I. DE C.V.
Fecha: 14 abril, 2025



X. DEFINICIONES	
10.1. Afluencia:	Número de personas que concurren en determinado periodo hacia un lugar o sitio en específico.
10.2. Alcance (%):	Porcentaje total del target que ha sido contactado por lo menos una vez durante un periodo específico de campaña.
10.3. Alcance:	Número total de personas del target que ha sido contactado por lo menos una vez durante un periodo específico de campaña.
10.4. Alcance promedio por publicación:	Número promedio de personas que ven cada publicación en redes sociales.
10.5. Audiencia por edad:	Distribución por rangos de edad de los seguidores o audiencia del influenciador o blogger (por ejemplo, 18-24, 25-34).
10.6. Audiencia por género:	Desglose de la audiencia del influenciador o blogger según género (por ejemplo, hombres, mujeres).
10.7. Audiencia por país:	Distribución geográfica de los seguidores o audiencia del influenciador o blogger entre diferentes países.
10.8. Avisos	Número de publicaciones realizadas en un medio.
10.9. Base de datos	Conjunto de contactos o clientes a quienes se envían correos electrónicos o mensajes a través de aplicaciones de mensajería instantánea.
10.10. Clics:	Número de veces que los usuarios han hecho clic sobre un anuncio.
10.11. Cobertura geográfica:	Extensión territorial que cubre un medio de comunicación.
10.12. CPM:	Costo de cada mil impactos o impresiones servidas, basado en la tarifa de cada medio.
10.13. CPC:	Costo de cada clic que se da a un anuncio, basado en la tarifa de cada medio.
10.14. CPV:	Costo por cada vista lograda en campañas de video, basado en la tarifa de cada medio.
10.15. CPR:	Costo de cada punto de rating logrado, basado en la tarifa de cada medio.
10.16. Descargas totales:	Número total de veces que la aplicación ha sido descargada por los usuarios, indicando interés inicial y alcance de instalaciones.
10.17. Distribución por edad	Porcentaje de visitantes del sitio web categorizados por grupos de edad (p. ej., 18-24, 25-34, etc.).
10.18. Distribución por género	Porcentaje de visitantes del sitio web categorizados por género (masculino, femenino, etc.).
10.19. Duración media de la sesión (app):	Tiempo promedio que un usuario pasa en la aplicación durante cada sesión, indicando el nivel de interacción.
10.20. Duración media de la sesión (web):	Tiempo promedio que los usuarios pasan en el sitio web.
10.21. Enlace a redes sociales:	Enlace al perfil de redes sociales, como la cuenta de Instagram, Facebook u otro.
10.22. Enlace de la app:	Enlace directo para descargar o acceder a la aplicación, generalmente disponible en tiendas como Google Play, App Store u otro.
10.23. Envíos	Número de envíos a correos electrónicos o mensajes enviados a los destinatarios, en el periodo de la campaña
10.24. Frecuencia:	Número promedio de veces que la audiencia es expuesta a una publicidad durante el periodo de campaña. Se obtiene a partir de la división de Trps y alcance (%).
10.25. Impactos:	Suma de contactos realizados en el target durante el periodo de campaña.
10.26. Impresiones:	Número de veces que se ha mostrado un anuncio a lo largo del periodo de campaña.
10.27. Interacciones	Suma de la interacción de los seguidores con el contenido, como "me gusta", comentarios y compartidos.
10.28. Páginas vistas por sesión:	Número promedio de páginas que un usuario visita en cada sesión en el sitio web.
10.29. Rating (%):	Porcentaje de individuos del target que han sido expuestos a un medio o programa determinado en un momento específico.

10.30. Rating:	Número de individuos de un universo que han sido expuestos a un medio o programa en un momento específico.
10.31. Segmentación:	Selección del público objetivo que permite mostrar a los anuncios a las personas adecuadas en el momento oportuno.
10.32. Seguidores	Cantidad de personas que siguen la cuenta en una plataforma de redes sociales.
10.33. Señal:	Sistema de transmisión de información para la emisión de señales de radio (AM/FM) y televisión (Abierta/Cable).
10.34. Sesión	Una sesión comprende un conjunto de interacciones del usuario con el sitio web en un periodo determinado, la cual puede considerarse similar a una visita"
10.35. Target:	Grupo pre-seleccionado de demográficos y/o psicográficos a quienes se le dirige un mensaje. Este puede ser similar o igual al del consumidor potencial.
10.36. Tasa de apertura	Porcentaje de personas que abrieron el correo o mensaje en comparación con el total de envíos.
10.37. Tasa de clics (CTR):	Porcentaje de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones. Asimismo, se aplica también como porcentaje de clics en el mensaje o contenido de email respecto al número total de envíos
10.38. Tasa de clics por apertura (CTOR):	Porcentaje de personas que hacen clic en algún enlace del correo electrónico con respecto al número total de veces que ha sido visto.
10.39. Tasa de conversión	Porcentaje que mide la relación entre el número de acciones deseadas logradas (conversiones) y el total de interacciones realizadas en un sitio web, aplicación, anuncio o campaña.
10.40. Tasa de interacción:	Porcentaje de interacciones que obtiene una publicación respecto a su número de impresiones.
10.41. Tasa de rebote	Porcentaje que mide las interacciones de los usuarios en las que abandonaron la página sin realizar ninguna acción adicional ni visitar otras páginas del sitio.
10.42. Tema o categoría del influenciador o bloguero:	Tema principal o nicho de enfoque, como moda, fitness, viajes, tecnología o belleza. Ayuda a identificar su área de especialización y tipo de contenido que produce.
10.43. Tráfico mensual:	Número de visitas que tuvo el sitio web en el último mes.
10.44. Trps:	Puntos de rating acumulados en el target a lo largo del periodo de campaña.
10.45. URL:	Dirección única y específica que se asigna a cada uno de los recursos disponibles de la World Wide Web para que puedan ser localizados por el navegador y visitados por los usuarios.
10.46. Usuarios activos:	Cantidad de personas que utilizan la aplicación dentro de un período específico (diario, semanal o mensual), reflejando la participación real.
10.47. Vistas:	Número de veces que los usuarios han visto un anuncio o contenido.
10.48. VTR:	Porcentaje de vistas que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones.