




PLAN DE MEDIOS

Campaña de Alianzas estratégicas - publicidad conjunta con LATAM

| MEDIO | OCTUBRE | | | | | NOVIEMBRE | | | | | AVISOS | IMPACTOS (000) | ALC+1 | ALC (000) | TOTAL \$ NETO | TOTAL S/. NETO | TOTAL S/. + IGV | CPM + IGV | SOI | |
|----------------------|---------|---|----|----|----|-----------|----|----|----|--|---|-------------------|--------|-----------|------------------|-------------------|--------------------|----------------|----------|------|
| | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 | 6 | 13 | 20 | 27 | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DIGITAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pauta Regular | | | | | | | | | | |  | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Impactos | 42,000 | | | | | 39,216 | | | | | | 81,216 | 28.5% | 2,620 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inversión \$ Digital | | | | | | | | | | | | | 81,216 | 28.47% | 2,620 | \$115,000.00 | S/. 460,000.00 | S/. 460,000.00 | S/. 5.66 | 100% |
| TOTAL INVERSIÓN | | | | | | | | | | | | | 81,216 | 28.5% | 2,620 | \$115,000.00 | S/. 460,000.00 | S/. 460,000.00 | S/. 5.66 | 100% |

Resumen de Inversión
Montos expresado en soles

| NOMBRE COMERCIAL | RAZÓN SOCIAL | RUC | MEDIO | INVERSIÓN NETA \$ | INVERSIÓN NETA + IGV S/. |
|------------------|--------------------------------|-----|-------------------------|-------------------|--------------------------|
| FACEBOOK | META PLATFORMS IRELAND LIMITED | - | DIGITAL (Internacional) | \$85,000.00 | S/ 340,000.00 |
| GOOGLE | GOOGLE LLC | - | DIGITAL (Internacional) | \$30,000.00 | S/ 120,000.00 |
| TOTAL | TOTAL | | | \$115,000.00 | S/ 460,000.00 |

* Medios de facturación Internacional
TC S/4.00

CLIENTE PROMPERÚ
PRODUCTO LATAM
MOTIVO LATAM
CAMPAÑA LATAM
PERIODO 23/10 al 27/10
TARGET HM 18+



DIGITAL - OCTUBRE

| OBJETIVO | MEDIO | FORMATO | DISPOSITIVO | SEGMENTACIÓN | CLICS / VISTAS | CPC | IMPRESIONES | CTR | CPM | TOTAL \$, NETO | TOTAL \$/, NETO |
|--------------------------|----------|------------------------------|---------------------|--------------|----------------|--------|-------------|-------|--------|-------------------|--------------------|
| Clics | Facebook | PPL / Storie / Collection | Mobile / Desktop | HM 18+ | 340,000 | \$0.25 | 42,000,000 | 0.81% | \$2.02 | \$85,000.00 | \$/ 340,000.00 |
| Sub-Total | | | | | 340,000 | | 42,000,000 | | | \$85,000.00 | \$/340,000.00 |
| Inversión medios (USD\$) | | | | | 340,000 | | 42,000,000 | | | \$85,000.00 | \$/340,000.00 |

T.C 4

Nota: Los formatos y tipos de compra pueden modificarse en función a los objetivos de comunicación y optimización de resultados de campaña. Asimismo, los niveles de costos unitarios (CPM, CPV, etc.) son referenciales y mediante subasta (puja), pues varía según la coyuntura del mercado y el inventario disponible de cada plataforma.

CLIENTE PROMPERÚ
PRODUCTO LATAM
MOTIVO LATAM
CAMPAÑA LATAM
PERIODO 13/11 al 17/11
TARGET HM 18+



DIGITAL - NOVIEMBRE

| OBJETIVO | MEDIO | FORMATO | DISPOSITIVO | SEGMENTACIÓN | CLICS / VISTAS | CPC | IMPRESIONES | CTR | CPM | TOTAL \$, NETO | TOTAL \$/, NETO |
|--------------------------|--------|-----------------------|---------------------|--------------|----------------|--------|-------------|-------|--------|-------------------|--------------------|
| Clics | Google | Responsivo + video | Movile / Desktop | HM 18+ | 333,333 | \$0.09 | 39,215,686 | 0.85% | \$0.77 | \$30,000.00 | \$/ 120,000.00 |
| Sub-Total | | | | | 333,333 | | 39,215,686 | | | \$30,000.00 | \$/120,000.00 |
| Inversión medios (USD\$) | | | | | 333,333 | | 39,215,686 | | | \$30,000.00 | \$/120,000.00 |

T.C 4

Nota: Los formatos y tipos de compra pueden modificarse en función a los objetivos de comunicación y optimización de resultados de campaña. Asimismo, los niveles de costos unitarios (CPM, CPV, etc.) son referenciales y mediante subasta (puja), pues varía según la coyuntura del mercado y el inventario disponible de cada plataforma.