

PLAN DE MEDIOS

Campaña de Alianzas estratégicas - publicidad conjunta con Skyairline 2024

MEDIO	MARZO				ABRIL					MAYO				JUNIO				IMPACTOS (000)	ALC+1	ALC (000)	TOTAL \$ NETO	TOTAL S/. NETO	TOTAL S/. + IGV	CPM + IGV	SOI
	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	17	24								
DIGITAL																									
Pauta Regular																									
Impactos																		120,827	35.65%	2,068					
Inversión \$ Digital	\$22,500.00				\$47,500.00					\$27,500.00				\$27,500.00				120,827	35.65%	2,068	\$125,000.00	S/. 500,000.00	S/. 500,000.00	S/. 4.14	100%
TOTAL INVERSIÓN	\$22,500.00				\$47,500.00					\$27,500.00				\$27,500.00				120,827	35.7%	2,068	\$125,000.00	S/. 500,000.00	S/. 500,000.00	S/. 4.14	100%

Resumen de Inversión

Montos expresado en soles

NOMBRE COMERCIAL		RAZÓN SOCIAL	MEDIO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	INVERSIÓN NETA + IGV \$	INVERSIÓN NETA + IGV S/.
FACEBOOK		META PLATFORMS IRELAND LIMITED	DIGITAL (Internacional)	\$15,000.00	\$27,500.00	\$17,500.00	\$17,500.00	\$77,500.00	S/.310,000.00
GOOGLE		GOOGLE LLC	DIGITAL (Internacional)	\$7,500.00	\$20,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$47,500.00	S/.190,000.00
TOTAL		TOTAL		\$22,500.00	\$47,500.00	\$27,500.00	\$27,500.00	\$125,000.00	S/.500,000.00

\* Medios de facturación Internacional

TC S/4.00

CLIENTE

PRODUCTO

MOTIVO

CAMPAÑA

PERIODO

TARGET

PROMPERÚ

ALIANZA SKYAIRLINE

ALIANZA SKYAIRLINE

ALIANZA SKYAIRLINE

Del 20 al 22 de marzo

HM 25-50



DIGITAL - MARZO

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	CLICS / VISTAS	CPC	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$	TOTAL S/
Clics	Facebook	PPL / STORIE / CARRUSEL	Mobile / Desktop	120,000	\$0.13	22,641,509	0.53%	\$0.66	\$15,000.00	S/ 60,000.00
Clics	Google	Responsive ads	Mobile / Desktop	78,947	\$0.10	607,287	13.00%	\$12.35	\$7,500.00	S/ 30,000.00
Sub-Total				198,947		23,248,797			\$22,500.00	S/90,000.00
Inversión medios (USD\$)				198,947		23,248,797			\$22,500.00	S/90,000.00

T.C4

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

PRODUCTO

MOTIVO

CAMPAÑA

PERIODO

TARGET

PROMPERÚ

ALIANZA SKYAIRLINE

ALIANZA SKYAIRLINE

del 15 al 19 de abril

HM 25-50



DIGITAL - ABRIL

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	SEGMENTACIÓN	CLICS / VISTAS	CPC	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$	TOTAL S/
Clics	Facebook	PPL / STORIE / CARRUSEL	Movile / Desktop	HM 25-50	220,000	\$0.13	41,509,434	0.53%	\$0.66	\$27,500.00	S/ 110,000.00
Clics	Google	Responsive ads	Movile / Desktop	HM 25-50	210,526	\$0.10	1,619,433	13.00%	\$12.35	\$20,000.00	S/ 80,000.00
Sub-Total					430,526		43,128,867			\$47,500.00	S/190,000.00
Total Inversión medios (USD\$)					430,526		43,128,867			\$47,500.00	S/190,000.00

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  
PRODUCTO  
MOTIVO  
CAMPAÑA  
PERIODO  
TARGET

PROMPERÚ  
ALIANZA SKYAIRLINE  
ALIANZA SKYAIRLINE  
ALIANZA SKYAIRLINE  
del 6 al 10 de mayo  
HM 25-45



DIGITAL - MAYO

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	SEGMENTACIÓN	CLICS / VISTAS	CPC	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$	TOTAL S/
Clics	Facebook	PPL / STORIE / CARRUSEL	Movile / Desktop	HM 25-45	140,000	\$0.13	26,415,094	0.53%	\$0.66	\$17,500.00	S/ 70,000.00
Clics	Google	Responsive ads	Movile / Desktop	HM 25-45	105,263	\$0.10	809,717	13.00%	\$12.35	\$10,000.00	S/ 40,000.00
Sub-Total					245,263		27,224,811			\$27,500.00	S/110,000.00
Inversión medios (USD\$)					245,263		27,224,811			\$27,500.00	S/110,000.00

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

PRODUCTO

MOTIVO

CAMPAÑA

PERIODO

TARGET

PROMPERÚ

ALIANZA SKYAIRLINE

ALIANZA SKYAIRLINE

del 10 al 14 de junio

HM 25-50



DIGITAL - JUNIO

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	SEGMENTACIÓN	CLICS / VISTAS	CPC	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$	TOTAL S/
Clics	Facebook	PPL / STORIE / CARRUSEL	Movile / Desktop	HM 25-50	140,000	\$0.13	26,415,094	0.53%	\$0.66	\$17,500.00	S/ 70,000.00
Clics	Google	Responsive ads	Movile / Desktop	HM 25-50	105,263	\$0.10	809,717	13.00%	\$12.35	\$10,000.00	S/ 40,000.00
Sub-Total					245,263		27,224,811			\$27,500.00	S/110,000.00
Total Inversión medios (USD\$)					245,263		27,224,811			\$27,500.00	S/110,000.00

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.