

PLAN DE MEDIOS

Campaña de Alianzas estratégicas - publicidad conjunta con Jetsmart-2024

MEDIO	SEPTIEMBRE				OCTUBRE			IMPACTOS (000)	ALC+1	ALC (000)	TOTAL \$ NETO	TOTAL S/. NETO	TOTAL S/. + IGV	CPM + IGV	SOI
	9	16	23	30	7	14	21								
DIGITAL															
Pauta Regular															
Impactos								64,491	34.4%	3,163					
Alcance %															
Alcance (000)															
Inversión \$ Digital	\$125,000.00							64,491	34.37%	3,163	\$125,000.00	S/. 500,000.00	S/. 500,000.00	S/. 7.75	100%
TOTAL INVERSIÓN	\$125,000.00							64,491	34.4%	3,163	\$125,000.00	S/. 500,000.00	S/. 500,000.00	S/. 7.75	100%

Resumen de Inversión
Montos expresado en soles

NOMBRE COMERCIAL	RAZÓN SOCIAL	MEDIO	INVERSIÓN NETA \$	INVERSIÓN NETA + IGV S/.
GOOGLE	GOOGLE LLC	DIGITAL (Internacional)	\$62,500.00	S/ 250,000.00
FACEBOOK	META PLATFORMS IRELAND LIMITED	DIGITAL (Internacional)	\$62,500.00	S/ 250,000.00
TOTAL	TOTAL		\$125,000.00	S/ .500,000.00

* Medios de facturación Internacional

TC S/4.00

CLIENTE

PRODUCTO

MOTIVO

CAMPAÑA

PERIODO

TARGET

PROMPERÚ

ALIANZA JETSMART

ALIANZA JETSMART

ALIANZA JETSMART

16 al 30 de septiembre 2024

HM 18+



DIGITAL - SEPTIEMBRE

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	TIPO DE COMPRA	SEGMENTACIÓN	CLICS / VISTAS	CPC	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$, NETO	TOTAL S/, NETO
Clics	Google	Responsive Display	Movile / Desktop	CPC	HM 18+	312,500	S/ 0.40	10,727,944	2.9%	S/ 11.65	\$31,250.00	S/ 125,000.00
Clics	Facebook / Instagram	PPL	Movile / Desktop	CPC	HM 18+	260,417	S/ 0.48	21,517,562	1.2%	S/ 5.81	\$31,250.00	S/ 125,000.00
Sub-Total						572,917		32,245,506			\$62,500.00	S/250,000.00
Inversión medios (USD\$)						572,917		32,245,506			\$62,500.00	S/250,000.00

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 JETSMART

ALIANZA JETSMART

ALIANZA JETSMART

07 al 21 de Octubre 2024

HM 18+



DIGITAL - OCTUBRE

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	TIPO DE COMPRA	SEGMENTACIÓN	CLICS / VISTAS	CPC	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$, NETO	TOTAL S/, NETO
Clics	Google	Responsive Display	Movile / Desktop	CPC	HM 18+	312,500	S/ 0.40	10,727,944	2.9%	S/ 11.65	\$31,250.00	S/ 125,000.00
Clics	Facebook / Instagram	PPL	Movile / Desktop	CPC	HM 18+	260,416	S/ 0.48	21,517,562	1.2%	S/ 5.81	\$31,250.00	S/ 125,000.00
Sub-Total						572,916		32,245,506			\$62,500.00	S/250,000.00
Total Inversión medios (USD\$)						572,916		32,245,506			\$62,500.00	S/250,000.00

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.