

Campaña de Alianzas estratégicas - publicidad conjunta con Sky Airline 2024.

MEDIO	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				IMPACTOS (000)	ALC+1	ALC (000)	TOTAL \$ NETO	TOTAL \$/ + IGV	CPM + IGV	SOI																		
	5	12	19	26	2	9	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18								25																	
DIGITAL																																									
Pauta Regular																																									
Impactos	6,378				6,378				7,373				6,378				26,507	23.3%	2,147																						
Alcance %	10.35%				10.35%				10.96%				10.52%																												
Alcance (000)	952				952				1,009				968																												
Inversión \$ Digital	\$20,000.00				\$20,000.00				\$45,000.00				\$40,000.00				26,507	23.33%	2,147	\$125,000.00	\$1,500,000.00	\$1,18.86	100%																		
TOTAL INVERSIÓN																						\$20,000.00	\$20,000.00				\$45,000.00				\$40,000.00				26,507	23.3%	2,147	\$125,000.00	\$1,500,000.00	\$1,18.86	100%

Resumen de Inversión
Montos expresado en soles

NOMBRE COMERCIAL		RAZÓN SOCIAL	MEDIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	INVERSIÓN NETA + IGV \$	INVERSIÓN NETA + IGV S/.
FACEBOOK		META PLATFORMS IRELAND LIMITED	DIGITAL (Internacional)	\$15,000.00	\$15,000.00	\$32,500.00	\$27,500.00	\$90,000.00	\$/,360,000.00
GOOGLE		GOOGLE LLC	DIGITAL (Internacional)	\$5,000.00	\$5,000.00	\$12,500.00	\$12,500.00	\$35,000.00	\$/,140,000.00
TOTAL		TOTAL		\$20,000.00	\$20,000.00	\$45,000.00	\$40,000.00	\$125,000.00	\$/,500,000.00

* Medios de facturación Internacional

TC S/4.00

CLIENTE PROMPERÚ
PRODUCTO ALIANZA SKYAIRLINE
MOTIVO ALIANZA SKYAIRLINE
CAMPAÑA ALIANZA SKYAIRLINE
PERIODO Del 26 al 30 de agosto
TARGET HM 25-50



DIGITAL - AGOSTO

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	SEGMENTACIÓN	CLICS / VISTAS	CPC	CPC \$/.	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$, NETO	TOTALS \$, NETO
Clics	Facebook	PPL/STORIE	Movile / Desktop	HM 25-50	125,000	\$0.12	S/ 0.48	6,206,897	0.53%	\$2.42	\$15,000.00	S/ 60,000.00
Clics	Google	Responsive Ads	Movile / Desktop	HM 25-50	50,000	\$0.10	S/ 0.40	170,940	13.00%	\$29.25	\$5,000.00	S/ 20,000.00
Sub-Total					175,000			6,377,837			\$20,000.00	S/80,000.00
El Inversión medios (USD\$)					175,000			6,377,837			\$20,000.00	S/80,000.00

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 23 al 27 de setiembre
HM 25-50



DIGITAL - SETIEMBRE

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	SEGMENTACIÓN	CLICS / VISTAS	CPC	CPC S/.	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$, NETO	TOTAL S/, NETO
Clics	Facebook	PPL/STORIE	Movile / Desktop	HM 25-50	125,000	\$0.12	S/ 0.48	6,206,897	0.53%	\$2.42	\$15,000.00	S/ 60,000.00
Clics	Google	Responsive Ads	Movile / Desktop	HM 25-50	50,000	\$0.10	S/ 0.40	170,940	13.00%	\$29.25	\$5,000.00	S/ 20,000.00
Sub-Total					175,000			6,377,837			\$20,000.00	S/80,000.00
Inversión medios (USD\$)					175,000			6,377,837			\$20,000.00	S/80,000.00

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 ALIANZA SKYAIRLINE
MOTIVO ALIANZA SKYAIRLINE
CAMPAÑA ALIANZA SKYAIRLINE
PERIODO Del 20 al 25 de octubre
TARGET HM 25-50



DIGITAL - OCTUBRE

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	SEGMENTACIÓN	CLICS / VISTAS	CPC	CPC \$/.	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$, NETO	TOTAL \$/., NETO
Clics	Facebook	PPL/STORIE	Movile / Desktop	HM 25-50	270.833	\$0.12	S/ 0.48	7,241,379	0.53%	\$4.49	\$32,500.00	S/ 130,000.00
Clics	Google	Responsive Ads	Movile / Desktop	HM 25-50	125,000	\$0.10	S/ 0.40	131,624	13.00%	\$94.97	\$12,500.00	S/ 50,000.00
Sub-Total					395,833			7,373,003			\$45,000.00	S/180,000.00
al Inversión medios (USD\$)					395,833			7,373,003			\$45,000.00	S/180,000.00

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
ALIANZA SKYAIRLINE
MOTIVO
ALIANZA SKYAIRLINE
CAMPAÑA
ALIANZA SKYAIRLINE
PERIODO
Del 10 al 15 de noviembre
TARGET
HM 25-50



DIGITAL - NOVIEMBRE

OBJETIVO	MEDIO	FORMATO	DISPOSITIVO	SEGMENTACIÓN	CLICS / VISTAS	CPC	CPC \$/.	IMPRESIONES	CTR	CPM	TOTAL \$, NETO	TOTALS /, NETO
Clics	Facebook	PPL/STORIE	Mobile / Desktop	HM 25-50	229,167	\$0.12	\$/ 0.48	6,206,897	0.53%	\$4.43	\$27,500.00	\$/ 110,000.00
Clics	Google	Responsive Ads	Mobile / Desktop	HM 25-50	125,000	\$0.10	\$/ 0.40	170,940	13.00%	\$73.13	\$12,500.00	\$/ 50,000.00
Sub-Total					354,167			6,377,837			\$40,000.00	\$/160,000.00
El Inversión medios (USD\$)					354,167			6,377,837			\$40,000.00	\$/160,000.00

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.