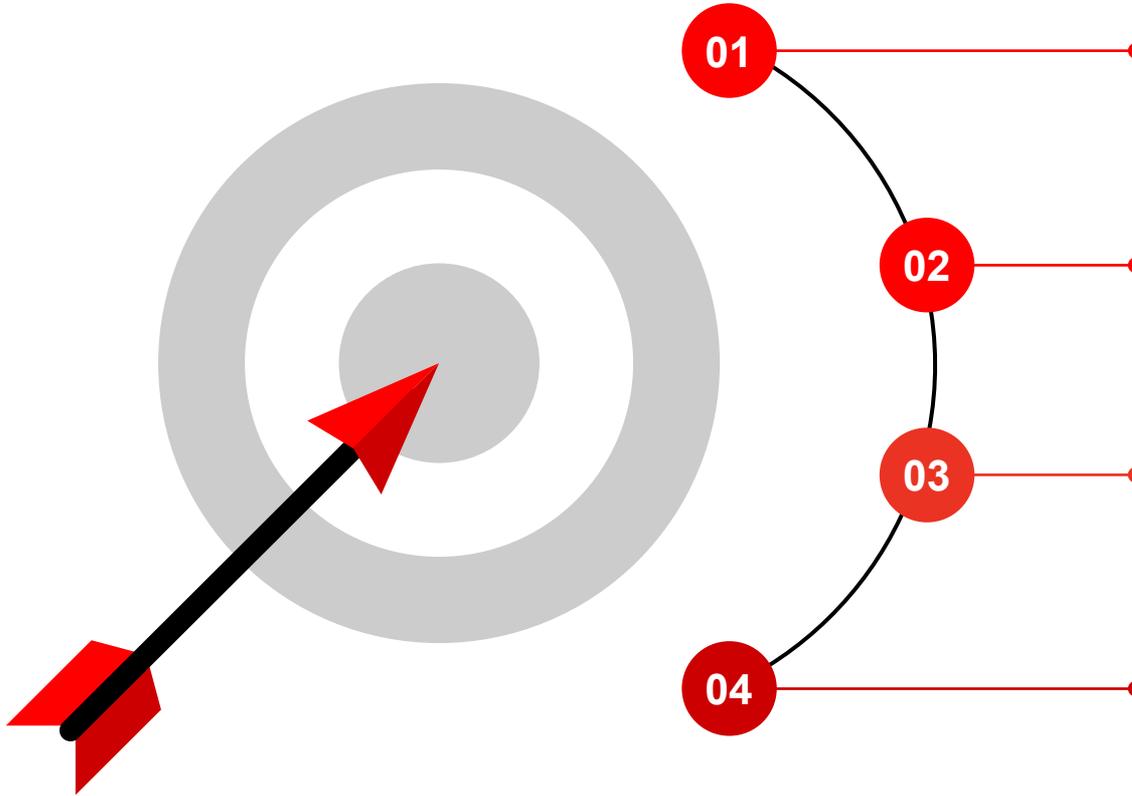


Promperú

Licitación de medios 2024



IMPULSAR

Promover el turismo internacional en Perú.

AUMENTAR

Potencializar la actividad aérea internacional hacia Perú.

REFORZAR

Fortalecer imagen y posicionamiento de Perú en el exterior.

ACTIVAR

Movilizar la mayor cantidad de turistas internacionales.

Cómo es el panorama de turistas en Perú vs. avianca



Según la información del registro migratorio de Perú, para el 2023 ingresaron



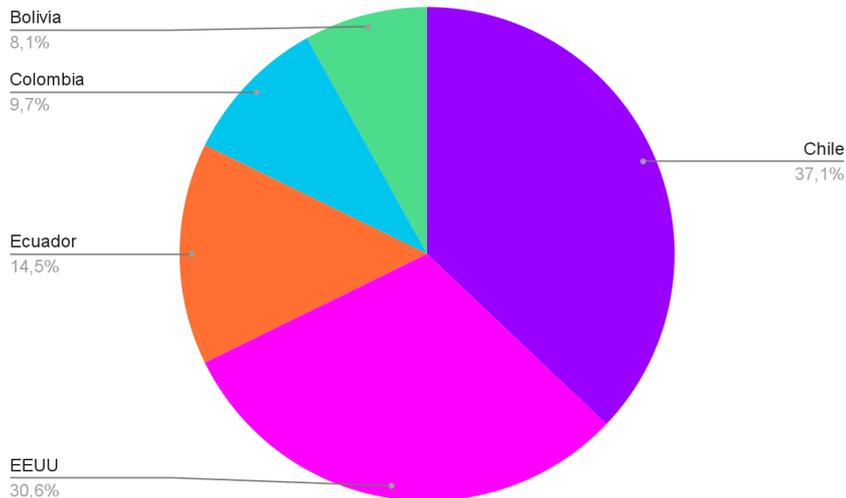
1.6M
Viajeros internacionales por
transporte aéreo.

Representando un...
65%

avianca

Para el 2023 Transportó **208K** pasajeros a las ciudades de Lima y Cusco . Esto equivale al **12% del total de viajeros internacionales por transporte aéreo.**

Top 5 de participación por turista teniendo en cuenta su país de residencia:



Durante el primer trimestre del 2024, las cifras han sido positivas...

446K

Viajeros internacionales por
transporte aéreo, representando el
58% de la cifra total.



¿Con qué frecuencia?

4 vuelos diarios BOG/LIM.

4 frecuencias semanales BOG/CUZ.

3 frecuencias semanales SAL/LIM a partir de junio.

En el 2024 evidenciamos un incremento de capacidad de un 25% vs. 2023, incluyendo la nueva ruta SAL/LIM.



Market Share desde Colombia...

avianca 54%

Latam 38%

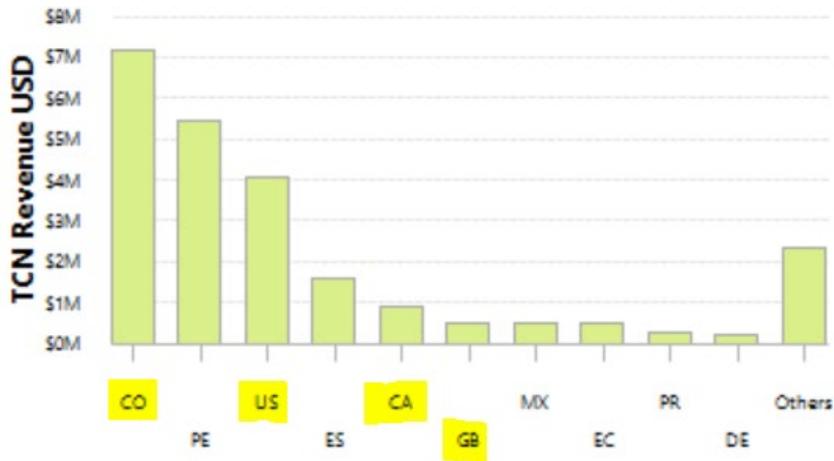
Aerorepublica 7.5%

Identificando las métricas de avianca



Identificamos los POS con mayor participación de venta.

Top 10 de participación por punta de venta por país



Y con el comportamiento de cada mercado evidenciamos un aumento de intencionalidad de búsqueda en:

Canadá 58%

USA 41%

UK 35%

Colombia

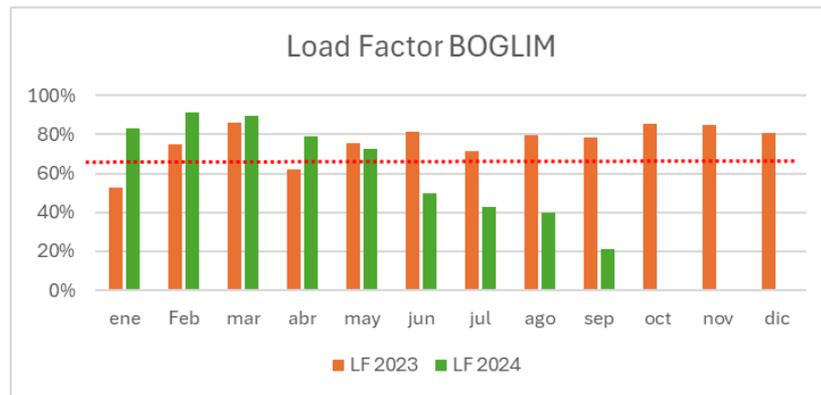
16%

Mercados que también están referenciados por su participación positiva en aspectos de ventas.

En cuanto al Load Factor...

Para el 2023 el promedio de LF fue de 78%

Ahora bien, durante Q1 del 2024 contamos con un LF del 85%



Traffic MIX Enero / Julio 2024	
OD	PAX
BOGLIM	22810
JFKLIM	10487
CUNLIM	6415
MIALIM	6404
MADLIM	5563
IADLIM	5506
BOGCUZ	5459
LIMYYZ	4294
LIMMEX	3331
LHRLIM	1557

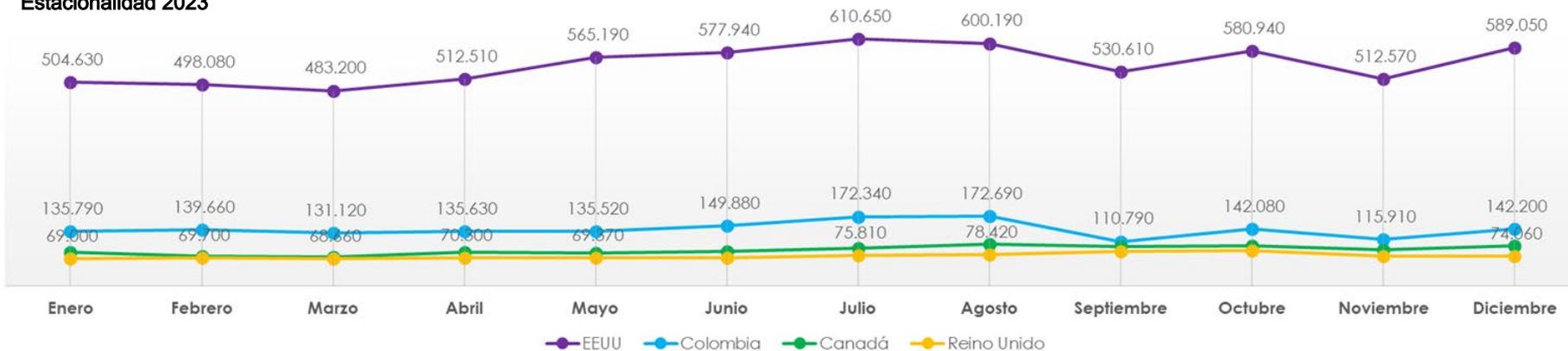
Adicional, se identifica un volumen significativo de pasajeros haciendo escala en Bog desde: USA, Canadá, México, España y UK.

En cuanto a la intención de búsquedas hacia Perú...



Para el ejercicio tomamos como referencia las keywords que identificaran la intención de viaje hacia Perú, entre ellas están: **Viajes a Perú, Tiquetes a Perú, Vuelos a Perú, Mejores fechas para viajar a Perú, Vuelos baratos a Perú, Lugares icónicos de Perú.**

Estacionalidad 2023



6.5M
EEUU

1.6M
COLOMBIA

1M
CANADÁ

894K
REINO UNIDO

Canadá es el país con más crecimiento en **búsqueda de vuelos** en los últimos 84 días

+41%

+16%

+58%

+35%

El 65% de las búsquedas de EEUU están enfocadas en lugares turísticos.

El 52% de las búsquedas de Colombia están relacionadas con Machu Picchu.

El 38% de las búsquedas de Canadá son con interés a encontrar tiquetes.

El 41% de las búsquedas de UK se refieren a vuelos a Lima.

Ventana media de anticipación
72,4 días

Duración media del viaje
10,4 días

Viajes one trip
18,4%



ATRIBUTOS	FUNNEL	ESTRATEGIA	IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA
<p>Destino Infaltable “Perú gana posicionamiento como destino a visitar- Telegraph/UK “Destino Vacaciones Perfectas”</p>	<p>Conocimiento “Awareness”</p>	<p>Alcance Receptivo País-Actividad</p>	<p>Enfoque del Mensaje : Medios : TV NAL (Cortinillas -Nota de contenido) - RADIO NAL (Publireportaje) - Prensa (Especial contenido) - OTT - DOOH (Video) - CONNECTED TV (Video) - TIK TOK (Video)- YOUTUBE (Video)</p>
<p>Conexión Multicultural “Perú mejor destino internacional 2024 National Geographic 2024”</p>	<p>Consideración “Relevancia Países”</p>	<p>Contextual- Momentos</p>	<p>Enfoque del Mensaje : Medios : RADIO (Patrocinio última hora) - OTT - TNYP - ARTICULO PRSONALIZADO - METABUSCADORES (Banners) - FACEBOOK E INSTAGRAM (imagenes estáticas)</p>
<p>Riqueza Gastronómica “Perú Líder de la Región World Culinary Awards 2023”</p>	<p>Decisión “Conversión”</p>	<p>Perfiles & Actividades</p>	<p>Enfoque del Mensaje : Medios : - METABUSCADORES (Banners) - FACEBOOK E INSTAGRAM (imagenes estáticas) - RED DE BÚSQUEDA DE GOOGLE (Banners, Video, Anuncios de texto)</p>

Media Plan



ESCENARIO

CO - US - UK - CA

U\$ 350.000

ON 45%

OFF 55%

Alcance

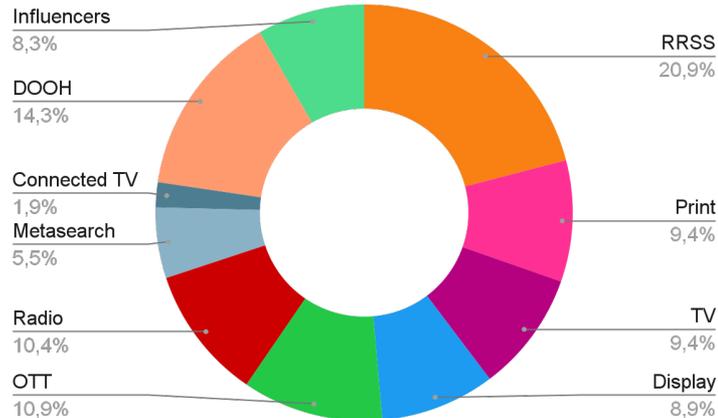
36.1M



TÁCTICO

49.084.927
Impresiones

USD \$ 0,008
Cxl



Formatos:

ON:

Video, Banners, Estáticos, Anuncios de texto, Influenciadores

OFF:

Video mp4 30 seg, Audio mp3 30 seg, Presentaciones + Slogan, Comunicados

Influencers Colombia & USA



ESCENARIO
CO - US

U\$ 20,000



COLOMBIA
Maleja & Tatan

\$10,000

Publicaciones:
4 antes/durante viaje
2 post viaje
Impresiones:
2.000.000



US

\$10,000

Maleja y Tatan



Maleja Restrepo
(Maria Alejandra Restrepo Tafur)

Nuestro canal de whatsapp aqui





Tatan Mejia
Deportista extremo
Bogotá, Bogotá, Colombia

El de la Moto




Renee Hahnel

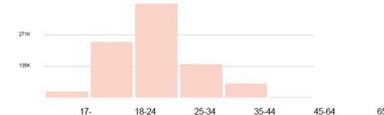
Renee toma los fotos más increíbles en los destinos más inesperados. Le gusta conectar con su audiencia a través de la fotografía. Su contenido resalta dentro de los demás por su capacidad de mostrar cada lugar de una forma muy estética y provocativa. Le encanta estar cerca de la naturaleza y cuidar el medio ambiente.



Audience Credibility

76

Age



Gender



Top Countries



Top Interests





COLOMBIA

Audiencias potenciales y su comportamiento



CO

Enfoque Ciudad: Bogotá, Medellín, Cali.

GÉNERO

51% Mujeres - 49% Hombres



Ubicaciones de Interés

Lima 99% / Cusco 41%

MOTIVACIONES

- *Vacaciones - 48%
- *Negocios - 26%
- *Familia / amigos - 13%

Promedio tiempo de Estadía

11 Noches

Consumo de Medios



Cifras viajeros avianca

Vuelos diarios: 4 BOGLIM & 4 Frecuencias Semanales
BOGCUZ

Directo

Ato Inter Dorado BOG - Ato Inter Jorge Chávez LIM

Ato Inter Dorado BOG - Ato Inter Alejandro V. CUZ

Pasajeros reportados 2023:

Principales ciudades - Traffic Mix:

OD	2023	YTD 2024
BOGLIM/CUZ	136.663	55.060
MDELIM/CUZ	15.128	3.796
CLOLIM/CUZ	9.366	1.045

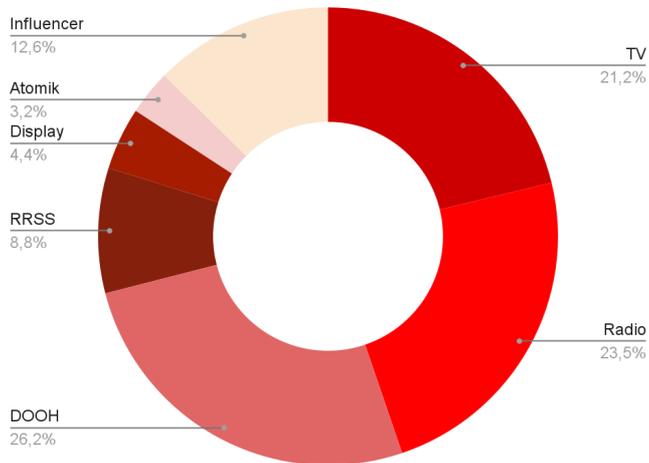
Se identifica un crecimiento de pasajeros significativamente para el 2024, Es importante tener en cuenta que la anticipación de compra es de 30 a 60 días.

Planeación de medios CO - Nacional



US\$148.569 Inversión	43% SOI	22.040.930 Impresiones	258 Transacciones 516 Pasajeros	16.830.441 Alcance
--------------------------	------------	---------------------------	---------------------------------------	-----------------------

Mix de medios:



ON 18%

OFF 82%

UBICACIONES

TV NAL (17 Salidas):
CRC- 13 Cortinillas 10" Noticiero franjas day-early-prime
RCN- 4 Contenidos 40" en Noticiero Day
Tipo de contenido: Cortinillas de 10 seg en Noticieros + Notas de contenido Noticiero Day RCN

RADIO (242 Salidas):
CARACOL RADIO
 NAL - 1 **Paquete de patrocinio** Última Hora - 240 salidas
BLU RADIO
 NAL - Mañanas Blu 2 **Publireportajes**
Tipo de contenido: / Patrocinio sección Última hora cadena básica CRC + Publireportajes pregrabados de 1 minuto de duración .

DOOH Aeropuerto (2 Pantallas):
BOGOTÁ
 Counter Avianca
 Totem Ingreso Aeropuerto

DIGITAL
RRSS: Tik Tok - Facebook **15M Impresiones**
Tipo de contenido: Video e imágenes estáticas
DISPLAY: Red de Google **3M Impresiones**
Tipo de contenido: Video, Banners, Anuncios de texto
 Atomik **2.5 Impresiones**
Tipo de contenido: Banners
2 INFLUENCIADORES

Seleccionamos medios de amplio alcance y afinidad con las audiencias potenciales.

Caracol Tv: RAT 9,16 Prime

Caracol Radio: 8% Aff 104

Caracol Radio: 8% Aff 104

Blu Radio: 7% Aff 102

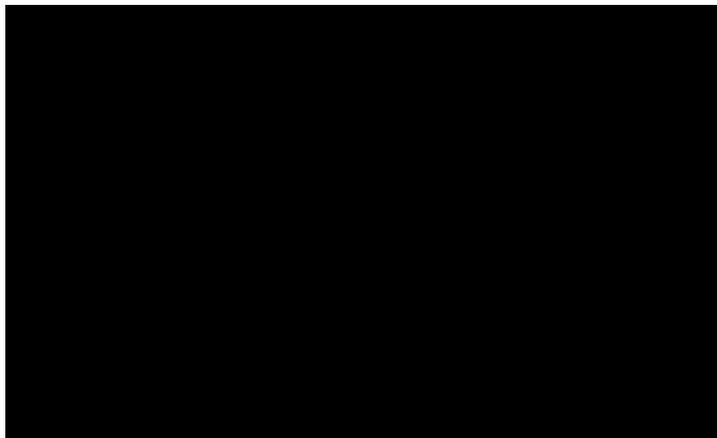


Timeline

	Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
TV NAL	Canal Caracol Cortinillas 10 seg Noticieros 13 salidas / RCN Noticias 40" 4 salidas											
RADIO	Caracol Radio Patrocinio última hora 240 salidas / Blu Radio Mañanas Blu Publireportaje 2 salidas											
DOOH Aeropuertos	2 Pantallas en Aeropuerto El Dorado de Bogotá											
DIGITAL	TIK TOK											
	META											
	ATOMIK - GOOGLE											



Formatos: **ON:** Video, Banners, Imágenes Estáticas, Anuncios de texto | **OFF:** Video mp4 30 seg, Audio mp3 30 seg, Presentaciones + Slogan, Comunicados



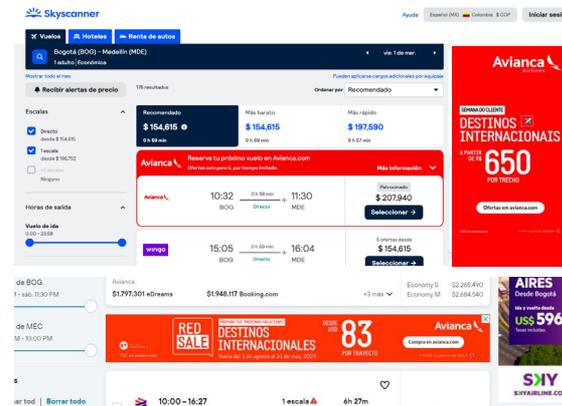
🔊
Cápsula Blu Radio



Patrocinio Última Hora



METABUSCADORES



RED DE BÚSQUEDA DE GOOGLE / Demand G



Anuncio - www.avianca.com/
Voe já para Curaçao | O Caribe te espera | Curaçao é para você
 Navios abandonados e praias lindas são apenas algumas das razões para escolher Curaçao. O paraíso perfeito para voar com preços baixos e descansar.



META



A wide-angle photograph of the Statue of Liberty on Liberty Island, New York. The statue is the central focus on the left, holding a torch aloft. In the background, the dense skyline of Lower Manhattan is visible across the water, with the Freedom Tower being a prominent feature. The sky is a clear, deep blue. The text 'ESTADOS UNIDOS' is overlaid in large, white, sans-serif font across the middle of the image.

ESTADOS UNIDOS

Audiencias potenciales y su comportamiento

RESIDENCIA
Florida 17% / California 14% / New York 8%



EEUU

Enfoque Ciudad: New York - Washington

GÉNERO

39% Mujeres - 61% Hombres



Ubicaciones de Interés

Lima 100% / Cusco 69%

MOTIVACIONES

- *Vacaciones - 17%
- *Negocios - 12%
- *Familia / amigos - 9%

Promedio tiempo de Estadía
12 Noches

Consumo de Medios



Cifras viajeros avianca

Vuelos diarios: Washington Bogotá 2 vuelos diarios
New York Bogotá 3 vuelos diarios

Desde	JFK - IAD
Escala	Ato Inter Dorado BOG

Pasajeros reportados 2023:

Principales ciudades - Traffic Mix:

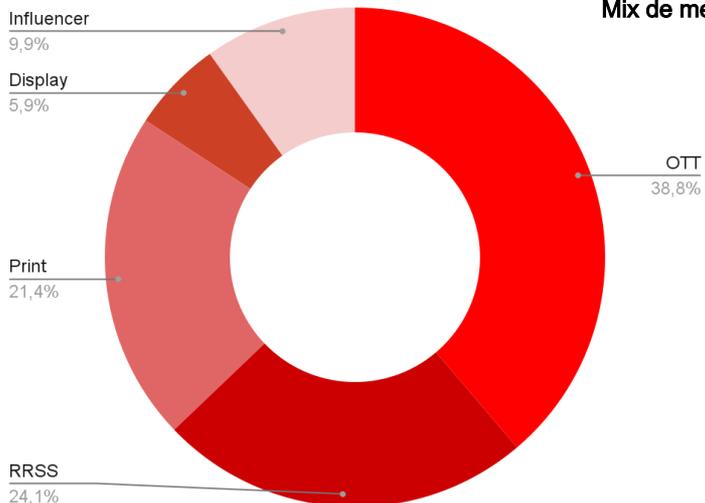
OD	2023	YTD 2024
JFKLIM/CUZ	22.927	27.168
IADLIMA/CUZ	7.918	13.344

Se evidencia un crecimiento significativo de pasajeros a lo que va el año, teniendo en cuenta que la anticipación de compra es de 30 a 60 días.

Planeación de medios US - Washington / New York



US\$101.441 Inversión	29% SOI	11.534.924 Impresiones	82 Transacciones 164 Pasajeros	9.027.937 Alcance
--------------------------	------------	---------------------------	--------------------------------------	----------------------



ON 33%

OFF 67%

UBICACIONES

OTT (862.745 Salidas):
Plataformas video streaming
Tipo de contenido: Video 30 segundos

PRINT (1.500.000 Salidas):
THE NEW YORK POST
Artículo en el Home The New York Post,
Promoción en plataformas RRSS
Tipo de contenido: Contenido en .com

DIGITAL
RRSS:
YouTube - Tik Tok - Facebook - Instagram
5.3M Impresiones
Tipo de contenido: Video, imagenes estáticas
DISPLAY:
Red de Google **2.1M Impresiones**
Tipo de contenido: Video, Banners, Anuncios de texto

INFLUENCIADOR

Seleccionamos medios que estratégicamente nos permitirán segmentar de mejor manera la pauta.

OTT: *Geolocalizar la pauta en la plataforma donde encuentre a mi público objetivo.
*Hipersegmentado con código postal con características de audiencias.
*Formato no skippable, la audiencia tiene que ver el video en su total.

The New York Post: * 57M visitas únicas mensuales
*3;33 minutos promedio de visita.

RRSS: 71% Aff 109

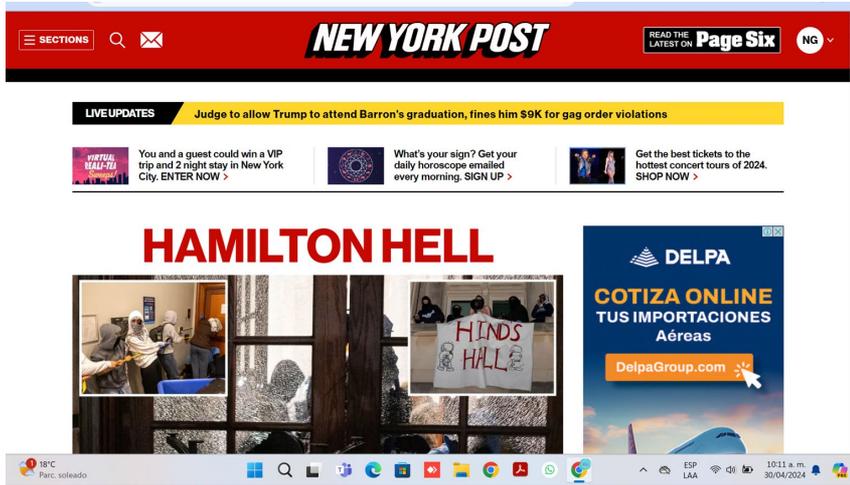
Timeline



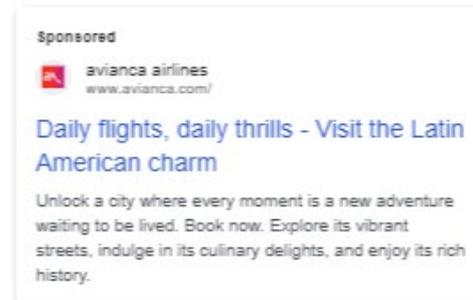
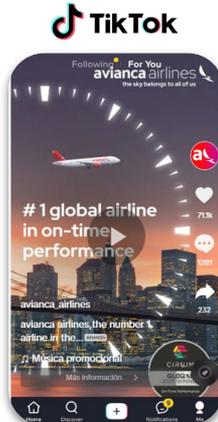
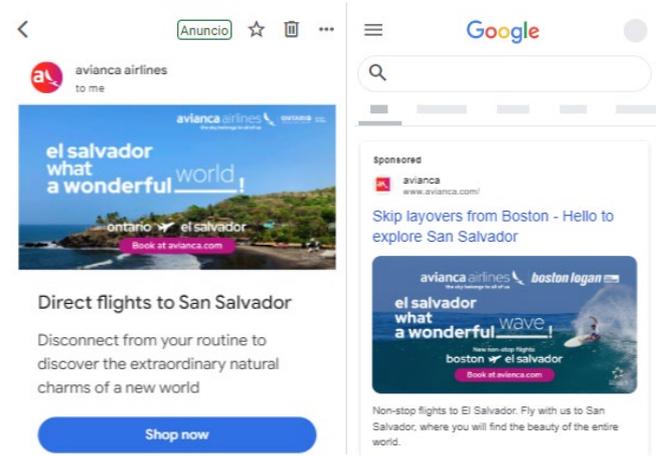
Formatos US



Formatos: **ON:** Video, Banners, Estáticos, Anuncios de texto | **OFF:** Video mp4 30 seg, Artículo en el .com



RED DE BÚSQUEDA DE GOOGLE / Pmax



A panoramic view of the Toronto skyline across a body of water. The CN Tower is the most prominent feature on the left, with the Rogers Centre's white dome to its left. The rest of the skyline consists of various high-rise buildings of different heights and colors. The sky is blue with scattered white clouds, and the water in the foreground is calm, reflecting the buildings and the sky.

CANADÁ

Identificación de audiencias



CA

Enfoque Ciudad: Montreal

GÉNERO

52% Mujeres - 48% Hombres



Ubicaciones de Interés

Lima 95% / Cusco 64%

MOTIVACIONES

*Vacaciones - 51%

*Negocios - 32%

Promedio tiempo de Estadia

10 Noches

Consumo de Medios



Cifras viajeros avianca

Vuelos diarios: Toronto Bogotá 1 vuelo diario & Montreal Bogotá 4 frecuencias semanales

Desde	Toronto
Escala	Ato Inter Dorado BOG - Ato Internacional SAL

Pasajeros reportados 2023:

Principales ciudades - Traffic Mix:

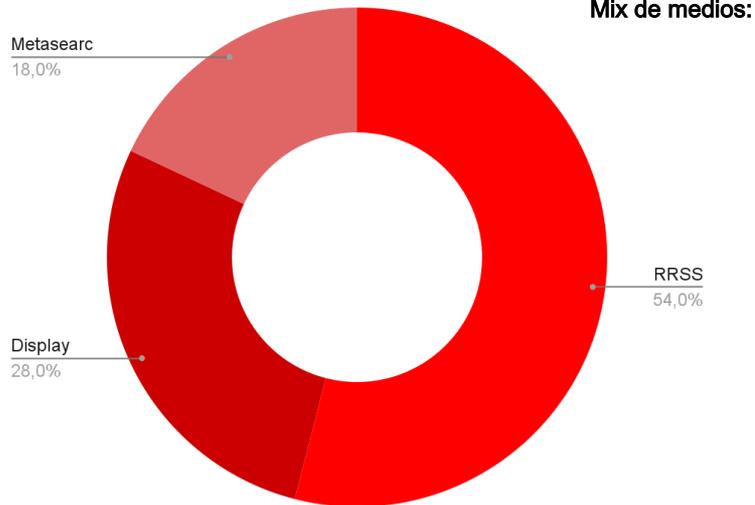
OD	2023	YTD 2024
YYZLIM/CUZ	13.549	11.350
YULLIM/CUZ	0	3.332

Se evidencia un aumento en compra de tiquetes en el YTD 2024.

Planeación de medios CA - Toronto/Montreal



US\$50.000 Inversión	15% SOI	10.369.421 Impresiones	160 Transacciones 320 Pasajeros	6.940.191 Alcance
-------------------------	------------	---------------------------	---------------------------------------	----------------------



UBICACIONES

DIGITAL

RRSS:

YouTube - Tik Tok - Facebook - Instagram **8.7M Impresiones**
Tipo de contenido: Video e imágenes estáticas

DISPLAY:

Red de Google **1M Impresiones**
Tipo de contenido: Video, Banners, Anuncios de texto

METASEARCH:

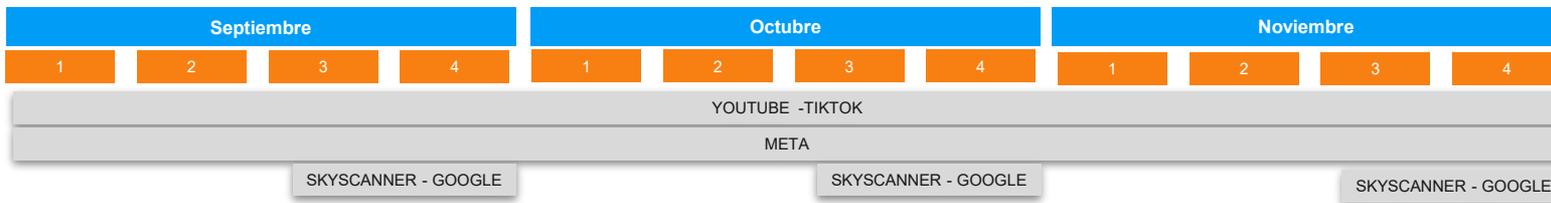
Skyscanner
Tipo de contenido: Banners **1M Impresiones**

Seleccionamos medios que estratégicamente nos permitirán segmentar de mejor manera la pauta.

RRSS: *Segmentado por intereses en el destino, usuarios recurrentes de nuestra página, audiencias similares.

ON 100%

Timeline

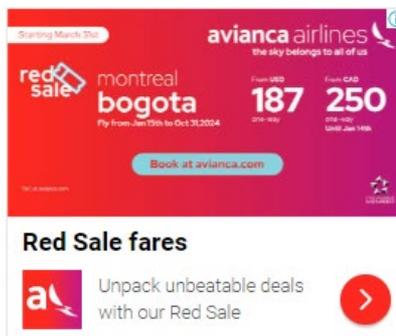
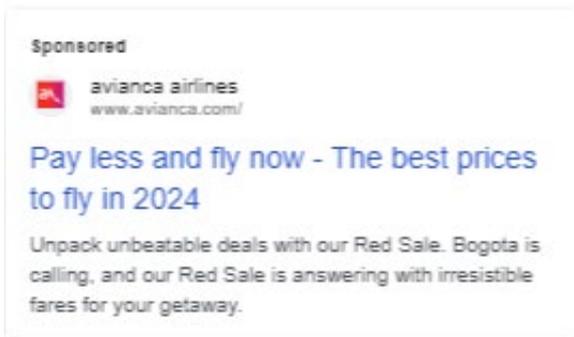


Formatos CA

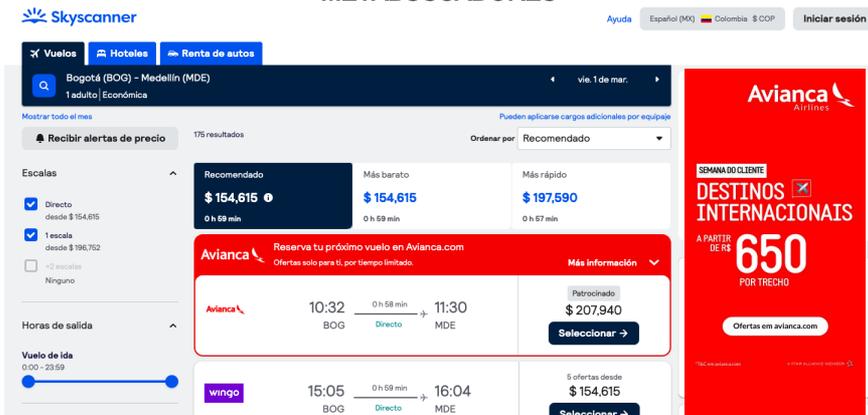


Formatos: ON: Video, Banners, Estáticos, Anuncios de texto, Red de Google

RED DE BÚSQUEDA DE GOOGLE / Pmax



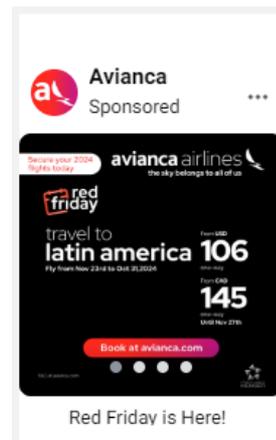
METABUSCADORES



TikTok



Meta



REINO UNIDO



Validando sus medios, actitudes y preferencias



UK

Enfoque Ciudad: Londres

GÉNERO

43% Mujeres - 57% Hombres



Ubicaciones de Interés

Lima **95%** / Cusco **66%**

MOTIVACIONES

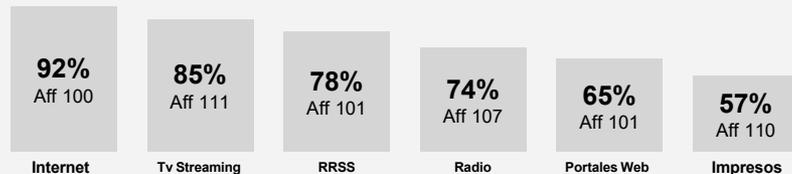
*Vacaciones - 71%

*Negocios - 29%

Promedio tiempo de Estadía

9 Noches

Consumo de Medios



Cifras viajeros avianca

Vuelos diarios: Londres Bogotá 1 vuelo diario

Desde

Londres

Escala

Ato Inter Dorado BOG

Pasajeros reportados 2023:

Principales ciudades - Traffic Mix:

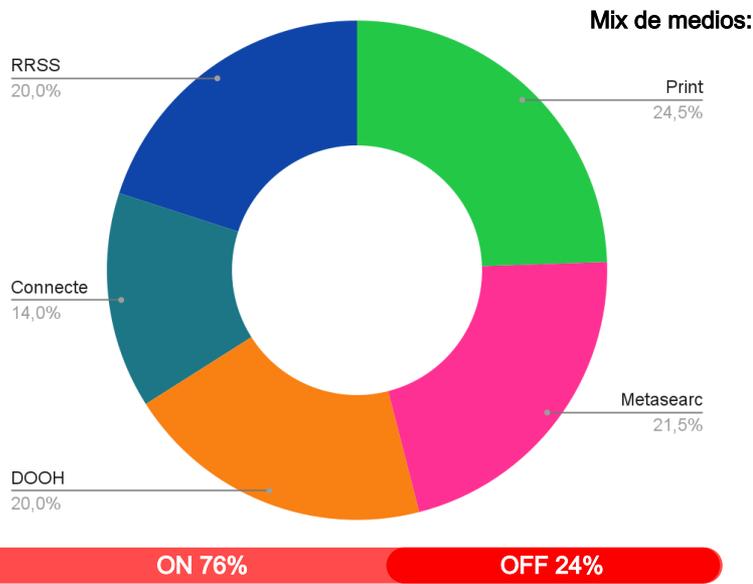
OD	2023	Ene a Jul 2024
LHRLIM/CUZ	11.094	5.561

Evidenciamos un aumento significativo de transacciones en lo corrido del año, donde se espera superar la venta del 2023 al menos en un 20%.

Planeación de medios UK - Londres



US\$50.000 Inversión	15% SOI	5.139.652 Impresiones	110 Transacciones 220 Pasajeros	3.818.748 Alcance
-------------------------	------------	--------------------------	---------------------------------------	----------------------



UBICACIONES

- PRINT (380.000 Salidas):**
WANDERLUST TRAVEL MAGAZINE
 Artículo personalizado + Promoción social + Promoción de boletín
Tipo de contenido: Contenido en .com
- DIGITAL**
- DOOH:**
 30 pantallas **8K Impresiones**
Tipo de contenido: Video
- RRSS:**
 Facebook - Instagram **1.6M Impresiones**
Tipo de contenido: Imágenes estáticas
- METASEARCH:**
 Skyscanner
Tipo de contenido: Banners **300K Impresiones**
- DISPLAY:**
 Red de Google **500K Impresiones**
Tipo de contenido: Video, Banners, Anuncios de texto
- CONNECTED TV:**
 Canales más populares **500K Impresiones**
Tipo de contenido: Video

Elegimos medios de amplio alcance donde logramos incentivar la categoría y el consumidor.

Wanderlust: *329K visitantes únicos mensuales
***Tiempo de visita: 2:05**
 *Consejos de viaje, artículos, blogs, entrevistas, información sobre viajes y países para inspirarse.

DOOH: Impacto en pantallas de las principales vías en donde está la audiencia.

Connected TV: El 60% del tiempo dedicado a ver TV, se hace en plataformas de CTV

Timeline

	Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
DIGITAL	CONNECTED TV											
	FACEBOOK - INSTAGRAM - SKYSCANNER											
	DISPLAY-GOOGLE											
	PRINT DIGITAL - WANDERLUST											
EXTERIOR	DOOH											

Formatos UK



Formatos: **ON:** Video, Banners, Estáticos, Anuncios de texto. **OFF:** Artículo Personalizado + Promoción Social + Promoción de Boletín.

DOOH



Meta



RED DE BÚSQUEDA DE GOOGLE / Pmax

CONNECTED TV



METABUSCADORES



avianca

