

PLAN DE MEDIOS
TURISMO URBANO Y GASTRONOMICO EN LIMA Y CALLAO



| MEDIO | Abril | | | | Mayo | | | | Junio | | | | Julio | | | | Agosto | | | | Setiembre | | | | Octubre | | | | Noviembre | | | | IMPACTOS (000) | TOTAL \$ | TOTAL S/. | SOI | | | | | | | | |
|---|------------|----|----|-------------|-------------|----|----|------------|------------|---|----|------------|------------|---|----|------------|------------|---|----|------------|------------|---|---|------------|------------|----|---|------------|------------|----|---|------------|-------------------|----------|-----------|--------|-------------|--------------|--------------|------|---------------------------|--|--|--|
| | 7 | 14 | 21 | 28 | 5 | 12 | 19 | 26 | 2 | 9 | 16 | 23 | 30 | 7 | 14 | 21 | 28 | 4 | 11 | 18 | 25 | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 | 6 | 13 | 20 | 27 | 3 | 10 | | | | | 17 | 24 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| DIGITAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 26.35% 2,531 21,023 | | | |
| Pauta Regular Alc+1 por mes (%) Alc+1 por mes (000) Impactos (000) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 0.82% | | | | 8.01% | | | | 6.07% | | | | 6.07% | | | | 6.07% | | | | 6.07% | | | | 6.07% | | | | 6.07% | | | | 6.07% | | | | | | | | | | | |
| | 79 | | | | 769 | | | | 583 | | | | 583 | | | | 583 | | | | 583 | | | | 583 | | | | 583 | | | | 583 | | | | | | | | | | | |
| | 433 | | | | 3,813 | | | | 2,796 | | | | 2,796 | | | | 2,796 | | | | 2,796 | | | | 2,796 | | | | 2,796 | | | | 2,796 | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inversión \$. Digital | \$1,500.00 | | | | \$13,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | 21,023 | \$62,500.00 | S/250,000.00 | 100% | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| \$1,500.00 | | | | \$13,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | \$8,000.00 | | | | 21,023 | \$62,500.00 | S/250,000.00 | 100% | | | | | |

Resumen de Inversión

Montos expresado en dólares

| RAZÓN SOCIAL | MEDIO | Medio | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Setiembre | Octubre | Noviembre | INVERSIÓN TOTAL \$ | INVERSIÓN TOTAL S/ |
|--------------------------------|---------|----------------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------------|-----------------------|
| META PLATFORMS IRELAND LIMITED | DIGITAL | Facebook / instagram | \$500.00 | \$4,500.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$29,000.00 | S/116,000.000 |
| TIKTOK INC. | DIGITAL | Tik Tok | \$500.00 | \$4,500.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$4,000.00 | \$29,000.00 | S/116,000.000 |
| GOOGLE LLC | DIGITAL | Youtube | \$500.00 | \$4,000.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$0.00 | \$4,500.00 | S/18,000.000 |
| TOTAL | | - | \$1,500.00 | \$13,000.00 | \$8,000.00 | \$8,000.00 | \$8,000.00 | \$8,000.00 | \$8,000.00 | \$8,000.00 | \$62,500.00 | S/250,000.00 |

4 =_tipo de cambio referencial

| | | | | | | | KPIs PROYECTADOS | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|--------------------|---------------------|--------------|----------------|--------|------------------|--------|-----|--------|---------|------------|--------------|------|
| OBJETIVO | SOPORTE | MEDIO | FORMATO | SEGMENTACION | TIPO DE COMPRA | | Impresiones | Vistas | VTR | CPV | CPM | TOTAL \$ | TOTAL S/. | SOI |
| Brand Awareness Video Views | Video | Facebook/Instagram | PPV | Nacional | CPV | Vistas | 312,500 | 25,000 | 8% | \$0.02 | \$1.60 | \$500.00 | S/. 2,000.00 | 33% |
| | Video | TikTok | Video in feed | Nacional | CPV | Vistas | 37,037 | 33,333 | 90% | \$0.02 | \$13.50 | \$500.00 | S/. 2,000.00 | 33% |
| | Video | Youtube | Video view campaign | Nacional | CPV | Vistas | 83,333 | 25,000 | 30% | \$0.02 | \$6.00 | \$500.00 | S/. 2,000.00 | 33% |
| | | | | | | | 432,870 | 83,333 | | | | \$1,500.00 | S/. 6,000.00 | 100% |
| Total | | | | | | | 432,870 | 83,333 | | | | \$1,500.00 | S/6,000.00 | 100% |

T.C.

4

*Tarifas proyectadas en base a la segmentación propuesta, de haber solicitud de cambios en las implementaciones las tarifas podrían incrementar

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 (CPC, CPM, etc.) son referenciales y mediante subasta (puja), pues varía según la coyuntura del mercado y el inventario disponible de cada plataforma.

La implementación de formatos podría variar a lo largo de la campaña con el objetivo de optimizar los resultados de la misma, y de los nuevos formatos que se susciten en dicho periodo.

CTR=Clicks/Impresiones
CPM=Costo/Impresiones*1000
VTR= Visualizaciones/Impresiones
Fijo=Reserva

CLIENTE

PRODUCTO

MOTIVO

CAMPAÑA

PERIODO

TARGET

Promperu

Turismo Interno

Turismo Urbano y Gastronomico en Lima y Callao

Turismo Urbano y Gastronomico en Lima y Callao

Mayo

HM 18-65



MAYO

| | | | | | | | KPIs PROYECTADOS | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|--------------------|---------------------|--------------|----------------|--------|------------------|---------|-----|--------|---------|-------------|---------------|------|
| OBJETIVO | SOPORTE | MEDIO | FORMATO | SEGMENTACION | TIPO DE COMPRA | | Impresiones | Vistas | VTR | CPV | CPM | TOTAL \$ | TOTAL S/. | SOI |
| Brand Awareness Video Views | Video | Facebook/Instagram | PPV | Nacional | CPV | Vistas | 2,812,500 | 225,000 | 8% | \$0.02 | \$1.60 | \$4,500.00 | S/. 18,000.00 | 35% |
| | Video | TikTok | Video in feed | Nacional | CPV | Vistas | 333,333 | 300,000 | 90% | \$0.02 | \$13.50 | \$4,500.00 | S/. 18,000.00 | 35% |
| | Video | Youtube | Video view campaign | Nacional | CPV | Vistas | 666,667 | 200,000 | 30% | \$0.02 | \$6.00 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 31% |
| Total | | | | | | | 3,812,500 | 725,000 | | | | \$13,000.00 | S/. 52,000.00 | 100% |
| | | | | | | | 3,812,500 | 725,000 | | | | \$13,000.00 | S/52,000.00 | 100% |

T.C. 4

*Tarifas proyectadas en base a la segmentación propuesta, de haber solicitud de cambios en las implementaciones las tarifas podrían incrementar

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 (CPC, CPM, etc.) son referenciales y mediante subasta (puja), pues varía según la coyuntura del mercado y el inventario disponible de cada plataforma.

La implementación de formatos podría variar a lo largo de la campaña con el objetivo de optimizar los resultados de la misma, y de los nuevos formatos que se susciten en dicho periodo.

CTR=Clicks/Impresiones
CPM=Costo/Impresiones*1000
VTR= Visualizaciones/Impresiones
Fijo=Reserva

Promperu
Turismo Interno
Turismo Urbano y Gastronomico en Lima y Callao
Turismo Urbano y Gastronomico en Lima y Callao
Junio
HM 18-65



JUNIO

| | | | | | | | KPIs PROYECTADOS | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|--------------------|---------------|--------------|----------------|--------|------------------|---------|-----|--------|---------|------------|---------------|------|
| Objetivo | Soporte | Medio | Formato | Segmentación | Tipo de compra | | Impresiones | Vistas | VTR | CPV | CPM | Total \$ | Total S/. | SOI |
| Brand Awareness Video Views | Video | Facebook/Instagram | PPV | Nacional | CPV | Vistas | 2,500,000 | 200,000 | 8% | \$0.02 | \$1.60 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | Video | TikTok | Video in feed | Nacional | CPV | Vistas | 296,296 | 266,667 | 90% | \$0.02 | \$13.50 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/. 32,000.00 | 100% |
| Total | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/32,000.00 | 100% |

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 (CPC, CPM, etc.) son referenciales y mediante subasta (puja), pues varía según la coyuntura del mercado y el inventario disponible de cada plataforma.

CTR=Clics/Impresiones
CPM=Costo/Impresiones*1000
VTR= Visualizaciones/Impresiones
Fijo=Reserva

| | | | | | | | KPIs PROYECTADOS | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|--------------------|---------------|--------------|----------------|--------|------------------|---------|-----|--------|---------|------------|---------------|------|
| OBJETIVO | SOPORTE | MEDIO | FORMATO | SEGMENTACION | TIPO DE COMPRA | | Impresiones | Vistas | VTR | CPV | CPM | TOTAL \$ | TOTAL S/. | SOI |
| Brand Awareness Video Views | Video | Facebook/Instagram | PPV | Nacional | CPV | Vistas | 2,500,000 | 200,000 | 8% | \$0.02 | \$1.60 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | Video | TikTok | Video in feed | Nacional | CPV | Vistas | 296,296 | 266,667 | 90% | \$0.02 | \$13.50 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/. 32,000.00 | 100% |
| Total | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/32,000.00 | 100% |

T.C. 4

*Tarifas proyectadas en base a la segmentación propuesta, de haber solicitud de cambios en las implementaciones las tarifas podrían incrementar

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 (CPC, CPM, etc.) son referenciales y mediante subasta (puja), pues varía según la coyuntura del mercado y el inventario disponible de cada plataforma.

La implementación de formatos podría variar a lo largo de la campaña con el objetivo de optimizar los resultados de la misma, y de los nuevos formatos que se susciten en dicho periodo.

CTR=Clicks/Impresiones
CPM=Costo/Impresiones*1000
VTR= Visualizaciones/Impresiones
Fijo=Reserva

| | | | | | | | KPIs PROYECTADOS | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|--------------------|---------------|--------------|----------------|--------|------------------|---------|-----|--------|---------|------------|---------------|------|
| OBJETIVO | SOPORTE | MEDIO | FORMATO | SEGMENTACION | TIPO DE COMPRA | | Impresiones | Vistas | VTR | CPV | CPM | TOTAL \$ | TOTAL S/. | SOI |
| Brand Awareness Video Views | Video | Facebook/Instagram | PPV | Nacional | CPV | Vistas | 2,500,000 | 200,000 | 8% | \$0.02 | \$1.60 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | Video | TikTok | Video in feed | Nacional | CPV | Vistas | 296,296 | 266,667 | 90% | \$0.02 | \$13.50 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/. 32,000.00 | 100% |
| Total | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/32,000.00 | 100% |

T.C. 4

*Tarifas proyectadas en base a la segmentación propuesta, de haber solicitud de cambios en las implementaciones las tarifas podrían incrementar

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 (CPC, CPM, etc.) son referenciales y mediante subasta (puja), pues varía según la coyuntura del mercado y el inventario disponible de cada plataforma.

La implementación de formatos podría variar a lo largo de la campaña con el objetivo de optimizar los resultados de la misma, y de los nuevos formatos que se susciten en dicho periodo.

CTR=Clics/Impresiones
CPM=Costo/Impresiones*1000
VTR= Visualizaciones/Impresiones
Fijo=Reserva

| | | | | | | | KPIs PROYECTADOS | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|--------------------|---------------|--------------|----------------|--------|------------------|---------|-----|--------|---------|------------|---------------|------|
| OBJETIVO | SOPORTE | MEDIO | FORMATO | SEGMENTACION | TIPO DE COMPRA | | Impresiones | Vistas | VTR | CPV | CPM | TOTAL \$ | TOTAL S/. | SOI |
| Brand Awareness Video Views | Video | Facebook/Instagram | PPV | Nacional | CPV | Vistas | 2,500,000 | 200,000 | 8% | \$0.02 | \$1.60 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | Video | TikTok | Video in feed | Nacional | CPV | Vistas | 296,296 | 266,667 | 90% | \$0.02 | \$13.50 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/. 32,000.00 | 100% |
| Total | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/32,000.00 | 100% |

T.C. 4

*Tarifas proyectadas en base a la segmentación propuesta, de haber solicitud de cambios en las implementaciones las tarifas podrían incrementar

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 (CPC, CPM, etc.) son referenciales y mediante subasta (puja), pues varía según la coyuntura del mercado y el inventario disponible de cada plataforma.

La implementación de formatos podría variar a lo largo de la campaña con el objetivo de optimizar los resultados de la misma, y de los nuevos formatos que se susciten en dicho periodo.

CTR=Clics/Impresiones
CPM=Costo/Impresiones*1000
VTR= Visualizaciones/Impresiones
Fijo=Reserva

CLIENTE

PRODUCTO

MOTIVO

CAMPAÑA

PERIODO

TARGET

Promperu

Turismo Interno

Turismo Urbano y Gastronomico en Lima y Callao

Turismo Urbano y Gastronomico en Lima y Callao

Octubre

HM 18-65



OCTUBRE

| | | | | | | | KPIs PROYECTADOS | | | | | | | |
|--------------------------------|---------|--------------------|---------------|--------------|----------------|--------|------------------|---------|-----|--------|---------|------------|---------------|------|
| OBJETIVO | SOPORTE | MEDIO | FORMATO | SEGMENTACION | TIPO DE COMPRA | | Impresiones | Vistas | VTR | CPV | CPM | TOTAL \$ | TOTAL S/. | SOI |
| Brand Awareness Video Views | Video | Facebook/Instagram | PPV | Nacional | CPV | Vistas | 2,500,000 | 200,000 | 8% | \$0.02 | \$1.60 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | Video | TikTok | Video in feed | Nacional | CPV | Vistas | 296,296 | 266,667 | 90% | \$0.02 | \$13.50 | \$4,000.00 | S/. 16,000.00 | 50% |
| | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/. 32,000.00 | 100% |
| Total | | | | | | | 2,796,296 | 466,667 | | | | \$8,000.00 | S/32,000.00 | 100% |

T.C. 4

*Tarifas proyectadas en base a la segmentación propuesta, de haber solicitud de cambios en las implementaciones las tarifas podrían incrementar

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 (CPC, CPM, etc.) son referenciales y mediante subasta (puja), pues varía según la coyuntura del mercado y el inventario disponible de cada plataforma.

La implementación de formatos podría variar a lo largo de la campaña con el objetivo de optimizar los resultados de la misma, y de los nuevos formatos que se susciten en dicho periodo.

CTR=Clics/Impresiones
CPM=Costo/Impresiones*1000
VTR= Visualizaciones/Impresiones
Fijo=Reserva

Promperu
Turismo Interno
Turismo Urbano y Gastronomico en Lima y Callao
Turismo Urbano y Gastronomico en Lima y Callao
Noviembre
HM 18-65



T.C.
4

CTR=Clicks/Impresiones
CPM=Costo/Impresiones*1000
VTR= Visualizaciones/Impresiones
Fijo=Reserva