

PLAN DE MEDIOS
MARCA PERU



MEDIO	NOVIEMBRE				IMPACTOS (000)	TOTAL \$	TOTAL S/.	SOI
	06	13	20	27				
DIGITAL								
Pauta Regular								
Alc+1 por mes (%)	24.55%							
Alc+3 por mes (%)	8.57%							
Alc+1 por mes (000)	1,702							
Impactos (000)	36,160							
Inversión \$. Digital	\$49,131.96				36,160	\$49,131.96	S/196,527.85	100%
\$49,131.96					36,160	\$49,131.96	S/196,527.85	100%

Resumen de Inversión

Montos expresado en dólares

RAZÓN SOCIAL	MEDIO	Medio	INVERSIÓN TOTAL \$	INVERSIÓN TOTAL S/
GOOGLE LLC	DIGITAL	INVERSIÓN GOOGLE	\$14,600.00	S/58,400.000
META PLATFORMS IRELAND LIMITED	DIGITAL	INVERSIÓN FACEBOOK	\$7,131.96	S/28,527.850
TIKTOK INC.	DIGITAL	INVERSIÓN TIKTOK	\$27,400.00	S/109,600.000
TOTAL		-	\$49,131.96	S/196,527.85

4 =_tipo de cambio referencial

CLIENTE

PRODUCTO

MOTIVO

CAMPAÑA

PERIODO

TARGET

Promperu
MARCA PERU
MARCA PERU
MARCA PERU
Noviembre
HM 26 a 57 NN



MARCA PERU

OBJETIVO	SOPORTE	MEDIO	FORMATO	TIPO DE COMPRA		Alcance	Impresiones	Vistas	VTR	CPV	CPMu	CPM	TOTAL \$	TOTAL S/.	SOI
Brand Awareness Video Views	Social	Facebook/Instagram	PPA/ PPV	CPMu	Alcance	5,436,778	6,524,134				\$1.3	\$1.09	\$7,131.96	S/. 28,527.85	15%
	Video	Youtube	Bumper ad	CPV	Vistas		1,973,684	1,875,000	95.00%	\$0.004		\$3.80	\$7,500.00	S/. 30,000.00	15%
	Video	Youtube	Instream	CPV	Vistas		3,736,842	3,550,000	95.00%	\$0.002		\$1.90	\$7,100.00	S/. 28,400.00	14%
	Social	TIKTOK	Top View*	CPM	Impresiones		23,750,000					\$0.80	\$19,000.00	S/. 76,000.00	39%
	Social	TIKTOK	Video in feed	CPV	Vistas		175,000	140,000	80.00%	\$0.060		\$0.30	\$8,400.00	S/. 33,600.00	17%
							36,159,660	5,565,000					\$49,131.96	S/. 196,527.85	100%
Total							36,159,660	5,565,000					\$49,131.96	S/196,527.85	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, e+tc.) 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.

***La compra Top View por ser compra por reserva se debe coordinar fecha de publicación con previa coordinación y disponibilidad de inventario.**

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