

PLAN DE MEDIOS

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

| MEDIO   | AGOSTO |    |    |    | SETIEMBRE |   |    |    |    | OCTUBRE |    |    |    | NOVIEMBRE |    |    |    | IMPACTOS<br>(000) | ALC+1 | ALC (000) | TOTAL \$<br>NETO | TOTAL S/.<br>NETO | TOTAL S/.<br>+ IGV | CPM<br>+ IGV | SOI  |
|---|--------|----|----|----|-----------|---|----|----|----|---------|----|----|----|-----------|----|----|----|-------------------|-------|-----------|------------------|-------------------|--------------------|--------------|------|
|   | 5      | 12 | 19 | 26 | 2         | 9 | 16 | 23 | 30 | 7       | 14 | 21 | 28 | 4         | 11 | 18 | 25 |                   |       |           |                  |                   |                    |              |      |
| DIGITAL   |        |    |    |    |           |   |    |    |    |         |    |    |    |           |    |    |    |                   |       |           |                  |                   |                    |              |      |
| Pauta Regular<br>Impactos<br>Alcance %<br>Alcance (000)<br>Inversión \$ Digital |        |    |    |    |           |   |    |    |    |         |    |    |    |           |    |    |    | 26,507            | 23.3% | 2,147     | \$125,000.00     | S/. 500,000.00    | S/. 500,000.00     | S/. 18.86    | 100% |
|   |        |    |    |    |           |   |    |    |    |         |    |    |    |           |    |    |    |                   |       |           |                  |                   |                    |              |      |
|   |        |    |    |    |           |   |    |    |    |         |    |    |    |           |    |    |    |                   |       |           |                  |                   |                    |              |      |
|   |        |    |    |    |           |   |    |    |    |         |    |    |    |           |    |    |    |                   |       |           |                  |                   |                    |              |      |
|   |        |    |    |    |           |   |    |    |    |         |    |    |    |           |    |    |    |                   |       |           |                  |                   |                    |              |      |
| TOTAL INVERSIÓN   |        |    |    |    |           |   |    |    |    |         |    |    |    |           |    |    |    | 26,507            | 23.3% | 2,147     | \$125,000.00     | S/. 500,000.00    | S/. 500,000.00     | S/. 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             | S/.360,000.00            |
| GOOGLE           | GOOGLE LLC                     | DIGITAL (Internacional) | \$5,000.00  | \$5,000.00  | \$12,500.00 | \$12,500.00 | \$35,000.00             | S/.140,000.00            |
| TOTAL            | TOTAL                          |                         | \$20,000.00 | \$20,000.00 | \$45,000.00 | \$40,000.00 | \$125,000.00            | S/.500,000.00            |

\* Medios de facturación Internacional

TC S/4.00

CLIENTE

PRODUCTO

MOTIVO

CAMPAÑA

PERIODO

TARGET

PROMPERÚ

ALIANZA SKYAIRLINE

ALIANZA SKYAIRLINE

ALIANZA SKYAIRLINE

Del 26 al 30 de agosto

HM 25-50



DIGITAL - AGOSTO

| OBJETIVO                       | MEDIO    | FORMATO        | DISPOSITIVO      | SEGMENTACIÓN | CLICS / VISTAS | CPC    | CPC S/. | IMPRESIONES | CTR    | CPM     | TOTAL \$, NETO | TOTAL S/, NETO |
|--------------------------------|----------|----------------|------------------|--------------|----------------|--------|---------|-------------|--------|---------|----------------|----------------|
| Clics                          | Facebook | PPL/STORIE     | Mobile / 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 | Mobile / 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    |
| Total 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 \$,<br>NETO | TOTAL S/,<br>NETO |
|--------------------------------|----------|----------------|---------------------|--------------|----------------|--------|---------|-------------|--------|---------|-------------------|-------------------|
| Clics                          | Facebook | PPL/STORIE     | Movile /<br>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 /<br>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       |
| Total 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 20 al 25 de octubre

HM 25-50



DIGITAL - OCTUBRE

| OBJETIVO                       | MEDIO    | FORMATO        | DISPOSITIVO         | SEGMENTACIÓN | CLICS / VISTAS | CPC    | CPC S/. | IMPRESIONES | CTR    | CPM     | TOTAL \$,<br>NETO | TOTAL S/,<br>NETO |
|--------------------------------|----------|----------------|---------------------|--------------|----------------|--------|---------|-------------|--------|---------|-------------------|-------------------|
| Clics                          | Facebook | PPL/STORIE     | Mobile /<br>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 | Mobile /<br>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      |
| Total Inversión medios (USD\$) |          |                |                     |              | 395,833        |        |         | 7,373,003   |        |         | \$45,000.00       | S/180,000.00      |

T.C4

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 10 al 15 de noviembre

HM 25-50



DIGITAL - NOVIEMBRE

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