



PLAN DE MEDIOS CAMPAÑA

“TRÁMITES ON LINE SIN SALIR DE CASA”

ELABORACIÓN.

El Plan de Medios de la presente Campaña se ha desarrollado de acuerdo al Plan de Estrategia Publicitaria RENIEC 2021, aprobado con Resolución Jefatura N° 000024-2021/JNAC/RENIEC del 07FEB2021 cuya modificación fue aprobada mediante Resolución Jefatural N° 000080-221/JNAC/RENIEC del 27ABR2021.

El presente documento está conforme al Plan de Campaña Publicitaria de la presente campaña y a los objetivos planteados, teniendo en consideración el público objetivo, el periodo y la cobertura de la misma.

OBJETIVO

Informar y recordar a la población sobre los trámites y consultas que se pueden realizar a través de www.reniec.gov.pe, sin necesidad de acercarse a una oficina o agencia del RENIEC, desde un computador personal y sin salir de casa, a fin de salvaguardar la salud de la ciudadanía durante la emergencia sanitaria ocasionada por la COVID19.

PERIODO DE LA CAMPAÑA.

La campaña “Trámites on line sin salir de casa” se desarrollará en los meses de **mayo a julio de 2021**. Se establecerá un cronograma de publicación durante estos meses:

SELECCIÓN DE MEDIOS

Para el análisis y selección de los medios a considerar en la presente campaña, se han tomado en cuenta las siguientes variables:

- Niveles de audiencia, cobertura y alcance (Medios radiales)
- Promedio de visitantes, browsers únicos (internet – redes sociales)

Para cada una de estas variables el mercado se rige por estudios que permiten comparar y tomar la mejor decisión sobre el medio a seleccionar.

La selección de medios tiene como objetivo lograr el mayor impacto (es decir, alcanzar con la difusión a la mayor cantidad del público objetivo posible) con el presupuesto aprobado para su ejecución, para lo cual se ha priorizado la inversión en publicidad en medios de mayor alcance y audiencia.

- Radios:
Avisos publicitarios en emisoras radiales de alcance nacional con duraciones promedio de 30 segundos.
- Medios de internet:
formatos según espacios en sitios web y plataformas de redes sociales con formatos como banners web, videos y post.

MEDIOS RADIALES

1.- RADIO MODA

Cobertura: Radio Moda es un medio de cobertura nacional.

Público Objetivo: Jóvenes, hombres y mujeres de 11 a 30 años a más de todos los NSE.

RADIO MODA

DURACIÓN DE SPOT	TIPO DE AVISO	HORARIO	PERIODO DE TRANSMISIÓN	TOTAL DE AVISOS
30 Segundos	Rotativo	Lunes a sábado	Junio a julio 2021	28
			TOTAL	28

2.- RADIO LA KARIBEÑA

Cobertura: Radio La Karibeña cuenta con 67 filiales a nivel nacional.

Composición de audiencia: Radio la Karibeña llega a todas las edades, de 26 - 37 con 29%, 38 - 50 con 23% , 17 a 25 con 20%, 51 a más con 20% y 11 - 17 a más con 8%. El público masculino representa el 48% del total de audiencia y el femenino el 52%. *Fuente: Estudio Nacional Urbano Audiencia promedio por medias horas, Promedio anual mayo 2019 de CPI – Compañía Peruana de Estudio de Mercado y Opinión Pública. ANEXO 10.*

RADIO LA KARIBEÑA

DURACIÓN DE SPOT	TIPO DE AVISO	HORARIO	PERIODO DE TRANSMISIÓN	TOTAL DE AVISOS
30 Segundos	Rotativo	Lunes a sábado	Junio a julio 2021	25
			TOTAL	25

3.- RADIO ONDA CERO

Cobertura: Radio Onda 0 tiene una cobertura nacional en 18 ciudades del país.

Público Objetivo: Radio Onda 0 es una emisora juvenil dirigida a los estudiantes y profesionales que gustan del género urbano.

RADIO ONDA CERO

DURACIÓN DE SPOT	TIPO DE AVISO	HORARIO	PERIODO DE TRANSMISIÓN	TOTAL DE AVISOS
30 segundos	Avisos fijos en el bloque de 07:00 a.m a 19:59 p.m	Lunes a sábado	Junio a julio 2021	28
20 Segundos	Menciones en vivo en el programa "Onda Expansiva"	Lunes a viernes		6
	Post En Facebook Onda Cero	Lunes a sábado		3
	Storie en Instagram Onda Cero		6	

3.- RADIOS DE PROVINCIAS

Las frecuencias de las emisoras seleccionadas se encuentren registradas y autorizadas en el Registro Nacional de Frecuencia del Ministerio de Transportes y Comunicaciones y con licencia vigente. Fuente: www.mtc.gob.pe

Duración de spot: 30 segundos.

Total de emisoras de provincias: 14

Cantidad total de avisos: 420 avisos

RADIOS DE PROVINCIAS

N°	REGIÓN	EMISORA	FRECUENCIA	COBERTURA	PERIODO DE TRANSMISIÓN	Cantidad de avisos de 30 seg.
1	Cajamarca	Turbo Mix	92.5 FM	Provincia de Cajamarca	Junio a julio de 2021	30
2	Cusco	Salkantay	1080 AM / 92.7 FM	Cobertura regional		30
3	Junín	15-50	1530 AM	Cobertura regional excepto sierra central		30
4	Loreto	La Voz de la Selva	93.9 FM / 4825 OC	Provincias de Maynas, Alto Amazonas, Datem del Marañón, Loreto, Mariscal Ramón Castilla, Requena		30
5	Puno	Pachamama	850 AM	Provincias de Azangaro, El Collao, Huancané, Lampa, Melgar, Moho, Puno, San Antonio de Putina, San Román,		30
6	Ucayali	Del Progreso	107.7 FM	Provincia de Coronel Portillo		30
7	San Martín	Tropical	99.1 FM	Provincias de Lamas y San Martín		30
8	Apurímac	Titanka	95.3 FM	Provincia de Abancay		30
9	Ayacucho	Estación Wari	1060 AM	Cobertura Regional		30
10	Pasco	Corporación	96.1 FM / 1540 AM	Cobertura Regional		30
11	Amazonas	Activa	104.7 FM	Provincias de Chachapohyas y Luya		30
12	Huancavelica	Taki	103.5 FM	Provincia de Huancavelica		30
13	Huánuco	Ondas del Huallaga	88.9 FM	Provincia de Huánuco		30
14	Madre de Dios	Madre de Dios	92.5 FM	Cobertura regional		30
TOTAL AVISOS						420

MEDIOS DE INTERNET

1.- WWW.ELCOMERCIO.PE

Publicaciones en desktop y móviles a nivel nacional

Perfil del usuario: Es compuesta por 10'119,543 hombres y 11'417,907 mujeres en el Perú y en el extranjero. Las edades de los usuarios son de 20 a 34 años con 44%, de 35 a 54 años con 32%, de 12 a 19 años con 14%, y de 55 a 75 años con 9%.

WWW.ELCOMERCIO.PE

TIPOS DE AVISO	MEDIDAS	UBICACIÓN	PERIODO DE PUBLICACIÓN	TOTAL DE IMPRESIONES / CANTIDAD
Botón	Desktop: 300 x 600 px Móvil: 300 x 250px	Páginas internas (En desktop y móviles)	Mayo a julio 2021	300,000
Toma de Canal	Desktop: Top: 980 x 180 px Laterales: 150 x 600 px Móviles: Top: 320 x 100 px Laterales: 320 x 50 px	Páginas internas (En desktop y móviles)		307,847
Nota de contenido (infografía) + post Facebook	Publicación en Facebook diario El Comercio	Facebook El Comercio		02 publicaciones / Total impresiones 500,000

2. WWW.AMERICATV.COM.PE

Publicaciones en desktop y móviles a nivel nacional

Perfil de audiencia: La audiencia de la sección américa noticias de la web www.americatv.com.pe está compuesta por 30% hombres y 70% mujeres. El 29% son personas de 25 a 34 años, el 23% son personas de 18 a 24 y de 35 a 44 años, 13% son personas de 55 a más años y el 12% son personas de 45 a 55 años

WWW.AMERICATV.COM.PE

TIPO DE AVISO	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN	PERIODO DE PUBLICACIÓN	CANTIDAD / IMPRESIONES
Infografías en Facebook América Noticias	Infografía formato 1080 x 1080 pxs	Facebook América Noticias	Mayo a julio de 2021	02 infografías
Infografías en Instagram América Noticias		Instagram América Noticias		02 infografías
Video en Facebook América Noticias	Formato MP4 o MOV	Facebook América Noticias		02 videos
Preroll en América tvGO	Video duración máxima 30 segundos	América tvGO		240.600
Nota brandeada	Notas: Web américa noticias / banners: noticiero primera edición / Post: facebook américa noticias	Notas: Web américa noticias / banners: noticiero primera edición / Post: facebook américa noticias		Incluye: 1 nota de contenido Banner desktop y banner mobile que acompaña a la nota, 1 banner en Tv y 1 post en facebook

3.- WWW.LAREPUBLICA.PE

Publicaciones en desktop y móviles a nivel nacional

Perfil de audiencia: www.larepublica.pe llega a todas las edades: de 25-34 con 31%, 35-44 con 26%, 55 a más con 20%, de 45 a 54 años con 16% y de 18 a 24 con 7%. De esta audiencia, el 54 % son hombres y 46% son mujeres.

WWW.LAREPUBLICA.PE				
TIPO DE AVISO	MEDIDAS Y TIPOS DE AVISO	UBICACIÓN	PERIODO DE PUBLICACIÓN	TOTAL DE IMPRESIONES
Wide skyscraper	160 x 600 px (Desktop home)	Portada pag. interna, en desktop	Mayo a julio de 2021	157,458
Skyscraper	300 x 600 px (Desktop y mobile pag. internas)	Portada pag. interna, en móviles		200,000
Video slider	No mayor a 30seg. / Peso 3.5MB max.	Portada pag. interna, en móviles		220,000.00
Post Facebook	Post en Facebook	Portada desktop y móviles		3 notas

4.- WWW.RPP.PE + FACEBOOK RPP

Público objetivo RPP: Hombres y mujeres de 26 años a más de los NSE totales.

Composición de audiencia: La audiencia de www.rpp.pe está compuesta por 51.80% hombres y 48.20% mujeres. El 30.14% son personas de 25-34 años, el 22.34% son personas de 35-44, el 20.89% son personas de 18.24, el 12.04% son personas de 45-44, el 9.8% son personas de 56-64 años y el 6.43% son personas de 65 a más años.

WWW.RPP.PE + FACEBOOK RPP				
TIPO DE AVISO	MEDIDAS / TIPOS DE AVISO DURACIÓN	UBICACIÓN	PERIODO DE PUBLICACIÓN	TOTAL DE IMPRESIONES / CANTIDAD
Interscroller	Interscroller: 385 x 615 px video o animación (Mobile)	WWW.RPP.PE (Mobile)	Mayo a julio 2021	240,000
Banner caja cross	300 x 250 px (Desktop y mobile)	WWW.RPP.PE		767,000
Gráfica con contenido orgánico con logo de RENIEC (Infografía)	Infografía	Facebook RPP Noticias		02 unid
		Reposteo en Facebook RPP Noticias		02 unid

5.- FACEBOOK + INSTAGRAM

Facebook tiene 2.18 billones de personas a las que se puede alcanzar con publicidad en esta red social de los cuales 44% son mujeres y 56% son hombres.

Instagram tiene mensualmente 1.22 billones de personas a las que se puede llegar con publicidad en esta red social, de los cuales 50.90% son mujeres y 49.1% son hombres.

WWW.FACEBOOK.COM + WWW.INSTAGRAM.COM (REDES SOCIALES DE INTERNET)

AVISOS	UBICACIÓN	PERIODO DE PUBLICACIÓN	TOTAL IMPRESIONES
Post Ads Interacciones	Facebook	Mayo a julio de 2021	4'323,721
	Instagram		2'400,000
Video	Facebook		2'629,362
	Instagram		1,674,859
			11'027,942

RESUMEN DE INVERSIÓN EN MEDIOS

MEDIOS RADIALES	S/ 126,807.64	45%
MEDIOS DE INTERNET	S/ 153,192.36	55%
TOTAL INVERSIÓN	S/ 280,000.00	100%