PLAN DE MEDIOS

CAMPAÑA

“TRÁMITES Y SERVICIOS RENIEC”

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 Nº 000024-2021/JNAC/RENIEC del 07FEB2021 cuya modificación fue aprobada mediante Resolución Jefatural Nº 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 los ciudadanos sobre los trámites y servicios que el RENIEC brinda a la población, así como los requisitos y diferentes canales que pone a su disposición para poder acceder a ellos.

PERIODO DE LA CAMPAÑA.
La campaña “Trámites y servicios RENIEC” se desarrollará **entre agosto y diciembre de 2021**. Se establecerá un cronograma de publicación entre 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 seguidores(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:
  Aviso publicitario en una emisora radial de alcance nacional y de alto nivel de audiencia con duración promedio de 30 segundos.
- Medios de internet:
  Plataformas de redes sociales de medios de comunicación y en las mismas redes sociales con formatos como videos y post.

MEDIOS RADIALES

1- 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	Octubre a diciembre de 2021	25
			TOTAL	**25**

MEDIOS DE INTERNET

2- AMÉRICA TELEVISIÓN: FACEBOOK + INSTAGRAM

Publicaciones en desktop y móviles a nivel nacional

Perfil de seguidores: Los seguidores de América Televisión en Facebook están compuestos por 63% mujeres y por 37% hombres. El 31.7% son personas de 18 a 24 años, el 33.7% son personas de 25 a 34 el 14.2% son personas de 35 a 44 años, 7.2 % son personas de 45 a 54 años. Fuente: *presentación medios digitales América Televisión*.

AMÉRICA TELEVISIÓN: FACEBOOK + INSTAGRAM				
TIPO DE AVISO	**DESCRIPCIÓN**	**UBICACIÓN**	**PERIODO DE PUBLICACIÓN**	**CANTIDAD**
Post video en Facebook de América Televisión	Video	Facebook América Televisión	Setiembre a diciembre de 2021	2
Post imagen en Facebook de América Televisión	JPG			3
Story en Facebook de América Televisión	JPG			2
Post video en Instagram de América Televisión	Video	Instagram América Televisión		2
Post imagen en Instagram de América Televisión	JPG			3

3.- RADIO PROGRAMAS DEL PERÚ – FACEBOOK RPP NOTICIAS

Perfil de seguidores: Los seguidores de América RPP Noticia en Facebook están compuestos por 46.5% mujeres y por 53.5% hombres. El 21.56% son personas de 18 a 24 años, el 38.2 % son personas de 25 a 34 el 19.31% son personas de 35 a 44 años, 10.54 % son personas de 45 a 54 años. Fuente: *Facebook Insights, Twitter Analytics e Instagram Insights. Febrero 2021* en *presentación medios digitales Grupo RPP.* **ANEXO 12.**

RADIO PROGRAMAS DEL PERÚ – FACEBOOK RPP NOTICIAS				
TIPO DE AVISO	**DESCRIPCIÓN**	**UBICACIÓN**	**PERIODO DE PUBLICACIÓN**	**CANTIDAD**
Post imagen (Infografías) en Facebook de RPP Noticias	JPG	Facebook RPP Noticias	Setiembre a diciembre de 2021	4
Reposteo de imagen (Infografías) en Facebook de RPP Noticias	JPG			4

4.- FACEBOOK + INSTAGRAM

Facebook tiene 26 millones de personas a las que se puede alcanzar con publicidad en esta red social de los cuales 42.6% son mujeres y 53.8% son hombres.

Instagram tiene mensualmente 7.5 millones de personas a las que se puede llegar con publicidad en esta red social, de los cuales 53.3% son mujeres y 46.7% son hombres.

WWW.FACEBOOK.COM + WWW.INSTAGRAM.COM (REDES SOCIALES DE INTERNET)						
TIPO DE AVISO	**DESCRIPCIÓN**	**UBICACIÓN**	**PERIODO DE PUBLICACIÓN**	**IMPRESIONES**	**FANS**	**CLICS**
AWARENESS: Post imagen y video	JPG / Video	**Facebook** (Contenido orgánico y no orgánico)	Setiembre a diciembre de 2021	7'156,311		
AWARENESS: Post imagen y video	JPG / Video	**Instagram** (Contenido orgánico y no orgánico)		3'228,410		
ENGAGEMENT: Post Imagen y video	JPG / Video	**Facebook** (Contenido orgánico y no orgánico)			4237	
ENGAGEMENT: Post Imagen y video	JPG / Video	**Instagram** (Contenido orgánico y no orgánico)				3911

RESUMEN DE INVERSIÓN EN MEDIOS

	INVERSIÓN	%
MEDIOS RADIALES	S/30,975.00	25.81
MEDIOS DE INTERNET	S/89,025.00	74.19
TOTAL INVERSIÓN	S/120,000.00	100.00