



## **PLAN DE MEDIOS ALTAS CORTES**

# Los Pilares de la Estrategia



INTELIGENCIA  
(INSIGHTS)

PARA CREAR LA ESTRATEGIA CORRECTA

INNOVACIÓN  
(Estrategias y tácticas)

PARA MAXIMIZAR EL IMPACTO

SOPORTE  
(Implementación)

PARA OBTENER EL MEJOR VALOR

RESULTADOS  
(Métricas)

PARA OBTENER EL MAS ALTO ROI

# Objetivo General

- Realizar una estrategia de comunicaciones, orientada al logro de un mayor conocimiento e información de la población colombiana, en el ejercicio de sus derechos y deberes fundamentales, acerca de temáticas propias del ejercicio de las funciones misionales de las Altas Cortes y la Jurisdicción Contenciosa- Administrativa, a través de la identificación y utilización de herramientas comunicacionales que impacten y respondan a las necesidades de información detectadas, fortaleciendo las relaciones entre magistrados, jueces y ciudadanos

# Comunicación Umbrella

- La estrategia de comunicación cuenta con una “umbrella” que nos permite mantener unidad de campaña en el desarrollo de las distintas referencias dirigidas a cada uno de los objetivos planteados en el proyecto y unifica a las Altas Cortes en el postulado de la garantía de los derechos humanos

# Quienes son nuestro grupo objetivo?

- Sociedad en general
- Abogados
- Jóvenes y docentes de colegios

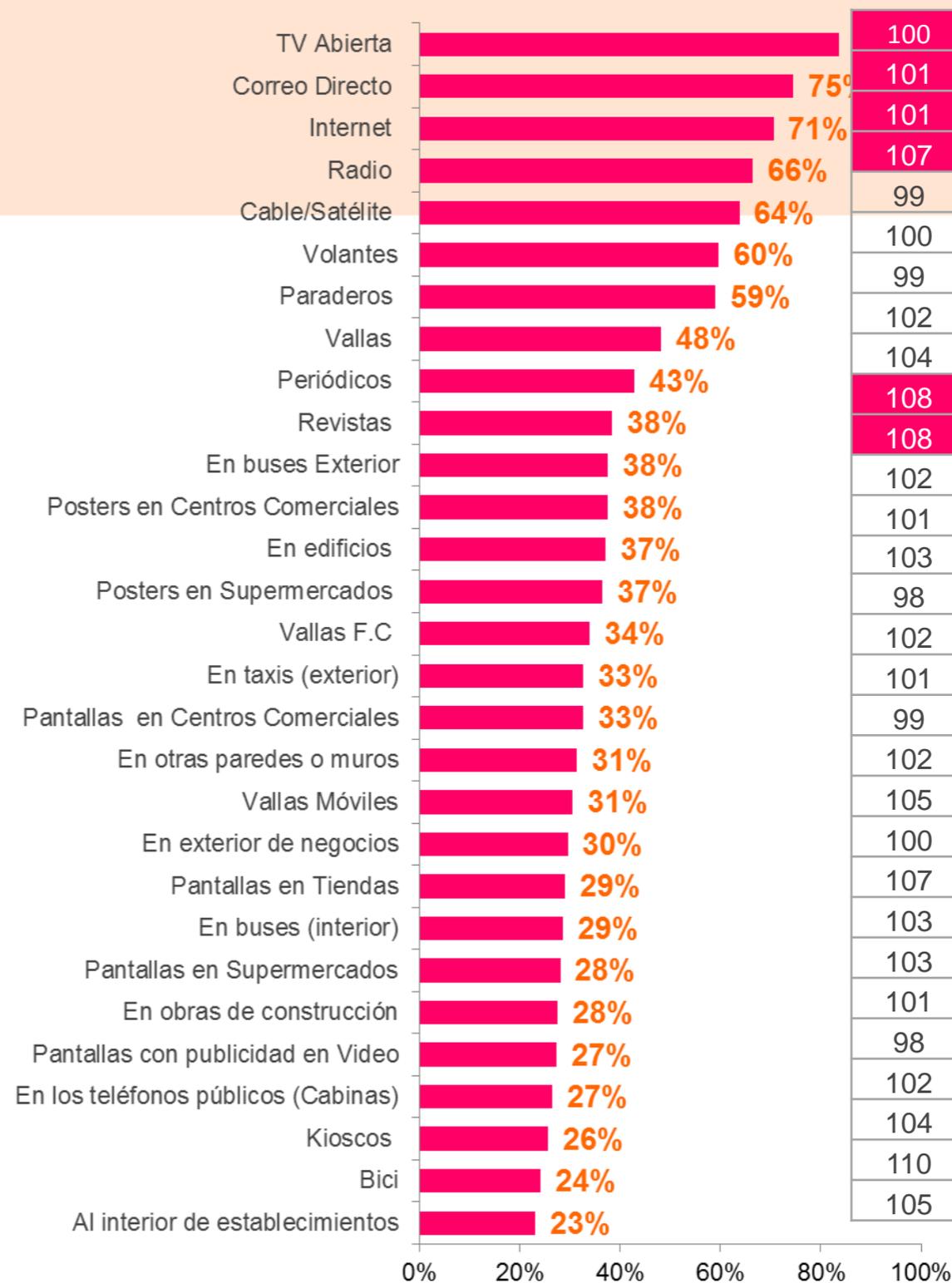


1

## Alcance y visibilidad

Espacios en OOH, principalmente como **paraderos, vallas y buses.**

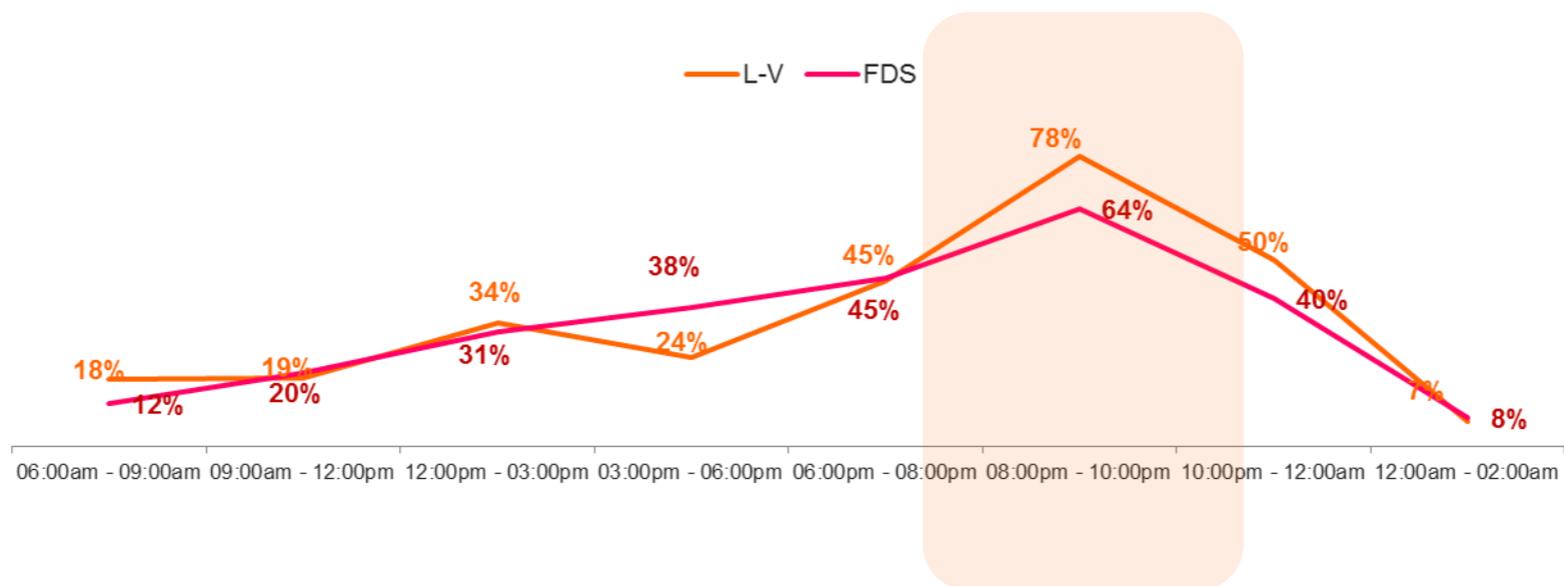
¿Cuándo es su **mayor visibilidad?**





**Tv Abierta**  
**84% / 101**

43 % consumen entre 5 y 7 Hrs a la semana **22%**



Noticieros Nac.  
**77% / 110**

Noticieros Locales **71% / 108**

Acción aventura  
**55% / 108**

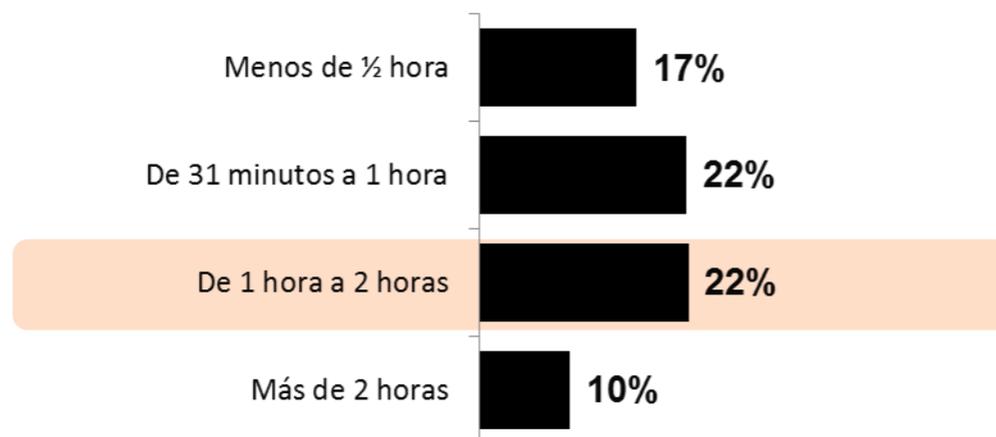
Ciencia – Ficción  
**48% / 107**

Películas cómicas **45% / 107**

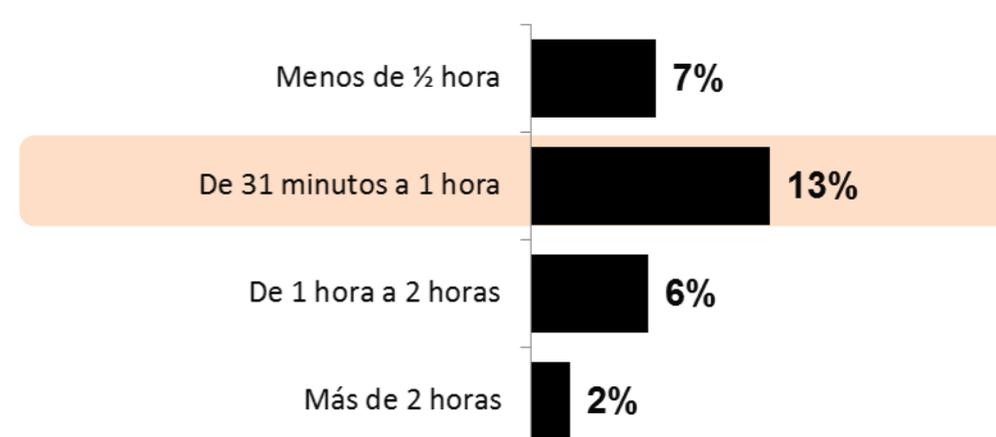


**Prensa**  
**43% / 108**

**Lunes a sábado**



**Domingo**



Secciones compras  
**20% / 110**

Opinión editorial  
**29% / 109**

Celebridad/ sociedad  
**34% / 108**

Noticias locales  
**66% / 107**

Espacios potenciales de contacto, donde hayan preferencias y afinidades por parte del consumidor

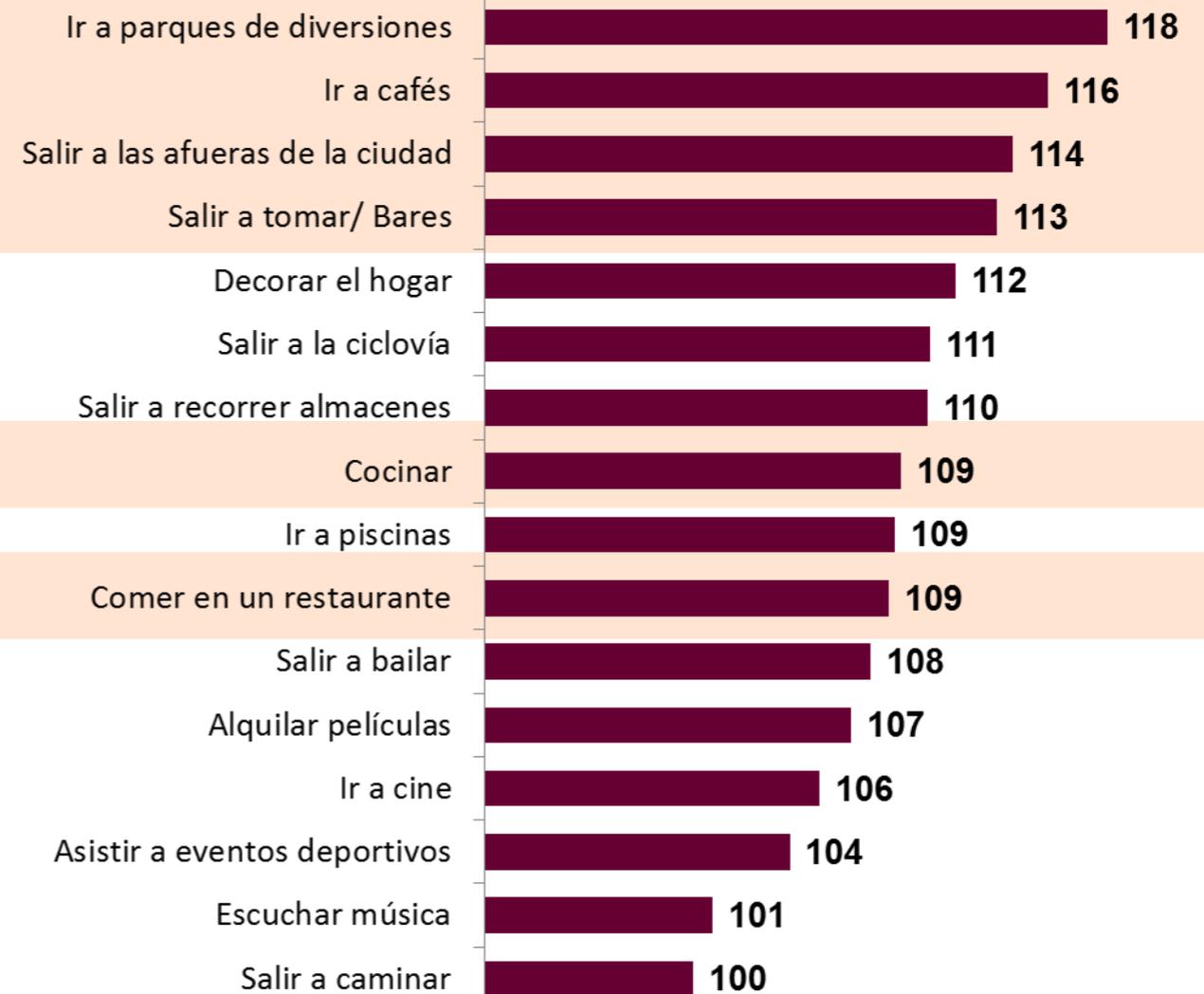
2

## Cercanía y participación

### Relevancia

Espacios de consumo, como **café** y **restaurantes**- Actividades con amigos

## Actividades Recreativas





Consumo destacado en las horas de la noche y en los fines de semana cuando hay mayor esparcimiento

**Tv Cable**  
**64% / 100**

Consumen más de 15 hr a la semana  
**39%**

**Seriales policíacas**  
**37% 109**

**Acción Aventura**  
**55% 108**

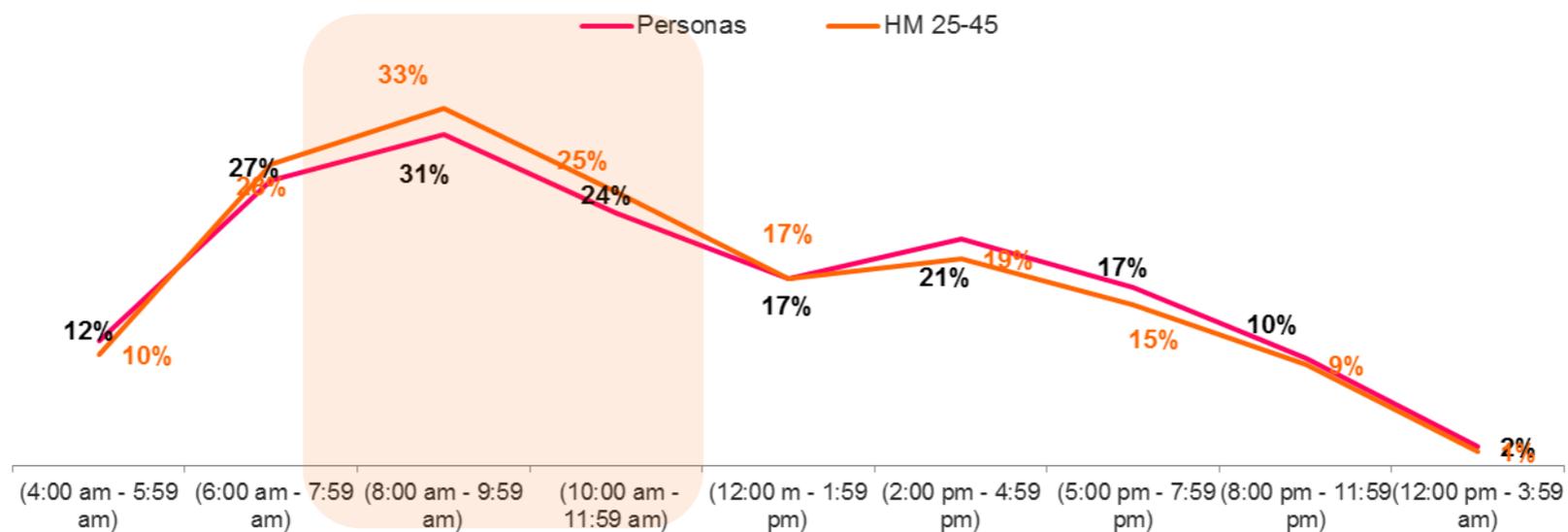
**Deportivos**  
**33% 107**

**Ciencia Ficción**  
**48% 107**



**Radio**  
**66% / 99**

Acostumbran a oír todos los días 26%.  
Un 34%, consumen entre 1½ a 4½ horas



**Noticias mañana**  
**28% / 100**

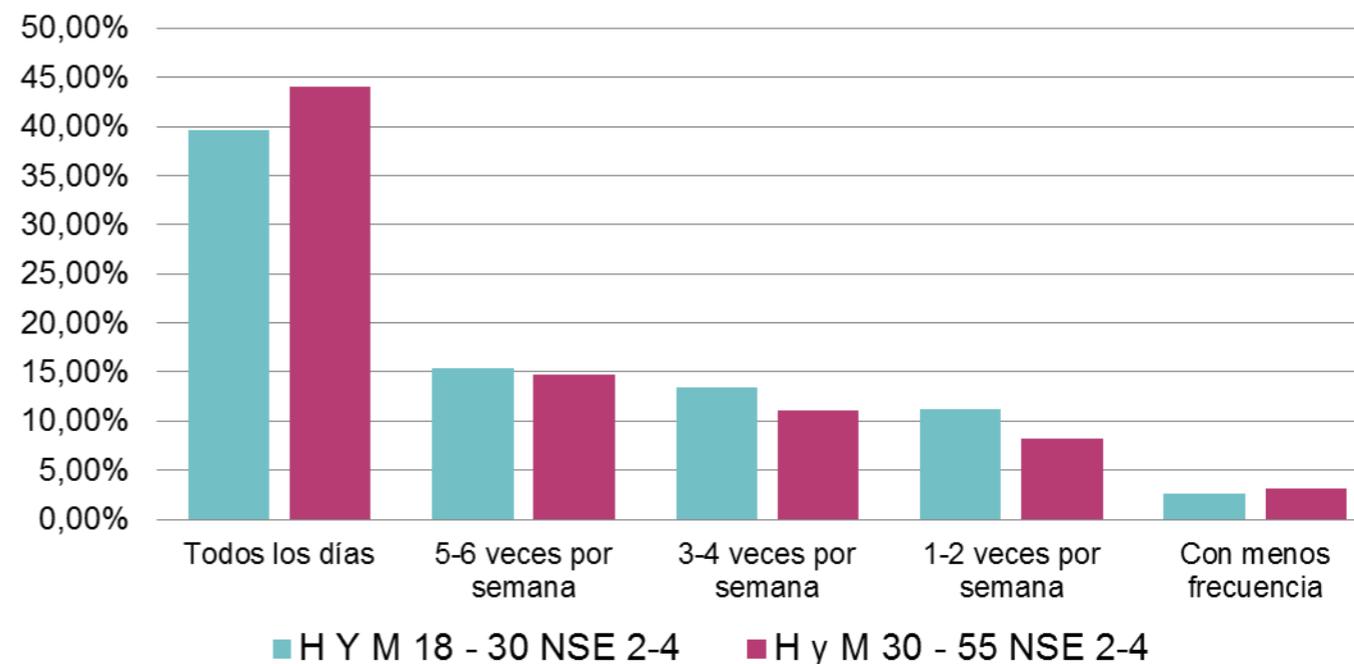
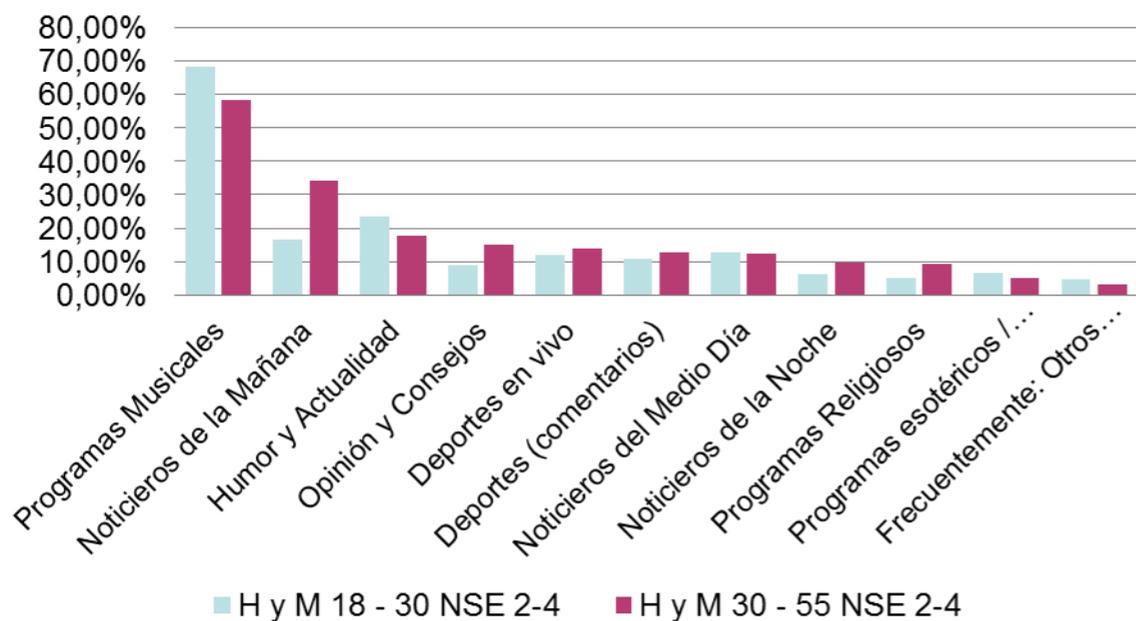
**Humor actualidad**  
**20% / 101**

**Opinión y consejos**  
**14% / 101**



# Hábitos de escuchar radio

Sin duda la Radio es un medio de acompañamiento en el Target



# Nivel de audiencia Nacional H y M + 18



No.	NOMBRE EMISORA	Rat %		ABS (000)	
		Universo	HyM+18	Universo	HyM+18
				18.208,5	15.317,1
1	OLÍMPICA STÉREO	13,58	13,99	2.473,1	2.142,8
2	CARACOL RADIO	10,30	11,30	1.874,8	1.730,1
3	TROPICANA STÉREO	10,23	7,89	1.863,5	1.209,0
4	OXÍGENO	8,28	7,29	1.507,5	1.117,1
5	LA MEGA	9,74	6,77	1.773,0	1.036,6
6	W RADIO	5,62	6,22	1.022,6	952,0
7	CANDELA STÉREO	4,27	4,48	777,0	686,4
8	RADIO UNO	4,30	4,43	783,7	678,1
9	RADIO TIEMPO	4,33	3,93	788,4	601,5
10	R.C.N. LA RADIO	3,46	3,73	629,4	570,8
11	LA FM	3,53	3,54	642,6	541,9
12	RADIOACKTIVA	3,49	3,32	636,0	508,2
13	VIBRA	3,04	3,20	553,8	490,2
14	LA CARINÑOSA	2,67	2,97	486,9	454,9
15	RUMBA STÉREO	3,76	2,84	684,4	435,5
16	BÉSAME	2,35	2,50	427,1	382,5
17	LOS 40 PRINCIPALES	3,16	2,38	575,4	364,5
18	BLU RADIO	2,11	2,25	384,4	343,9
19	LA X	2,15	2,22	390,6	340,3
20	POLICÍA NACIONAL	1,80	1,65	328,6	253,3
21	EL SOL	1,40	1,40	255,0	214,2
22	EL MINUTO DE DIOS	1,12	1,26	204,4	193,7
23	LA REINA	1,18	1,15	215,7	176,9

Fuente: [ECAR 2032 – Ola I](#)

# Marco estratégico

- Nuestro marco estratégico se basa en potencializar la comunicación alternando los medios durante el tiempo total de pauta para que logremos tener un mayor alcance y cobertura.
- Buscaremos espacios de alta relevancia en el target para lograr impactos en los momentos justos.

## COMUNICACIÓN

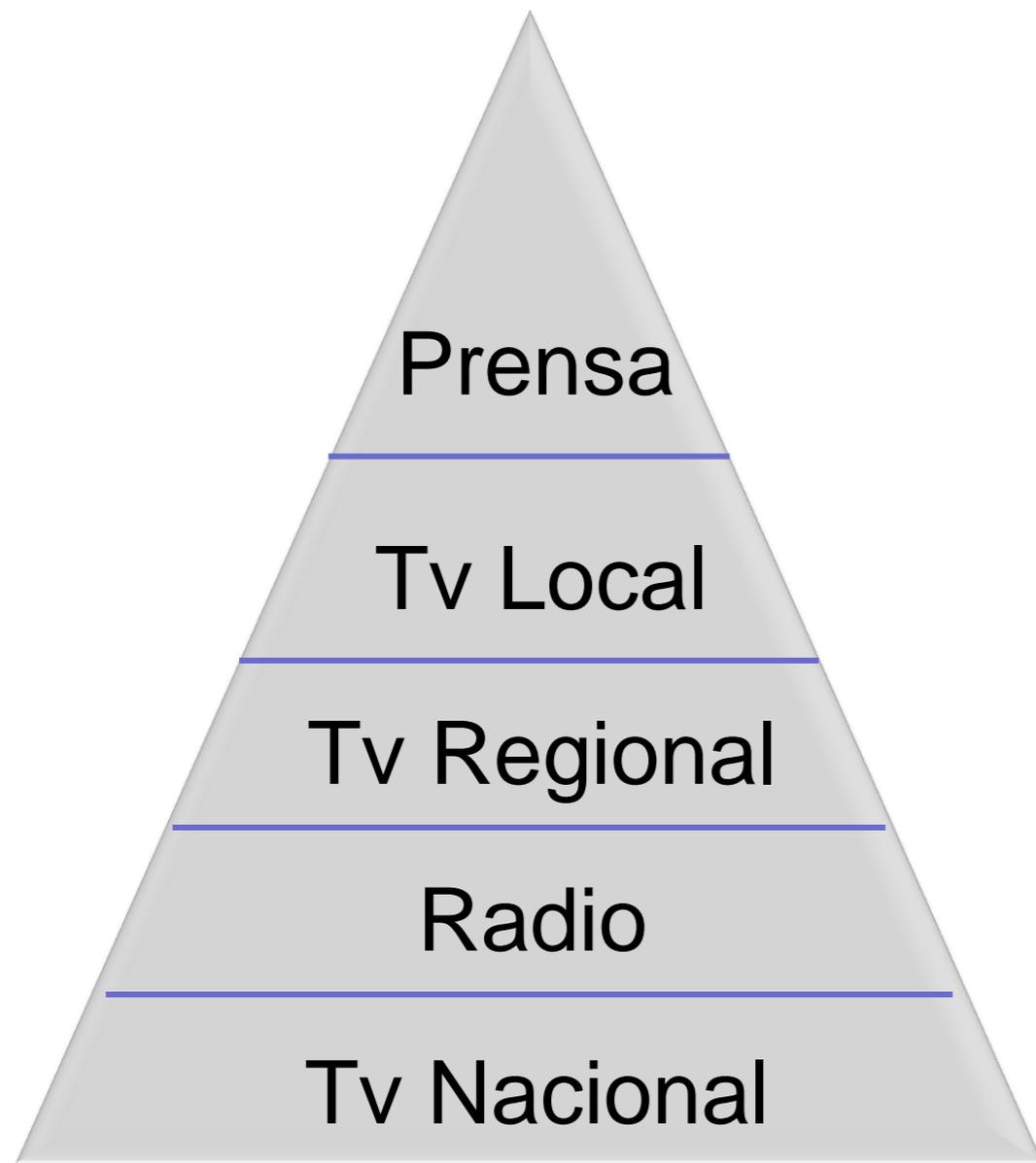
Informar a la población las funciones misionales de las Altas Cortes y la Jurisdicción Contenciosa-Administrativa



## MEDIOS

Darle alcance a la comunicación, llegando al grupo objetivo de manera efectiva, utilizando medios de cubrimiento nacional

# Selección de Medios



- Cobertura Nacional.
- Aporta credibilidad.
- Presencia en periódico gratuito.

- Comunicación en la capital del país.
- Presencia en la ciudad con mayor cantidad de habitantes del país.

- Presencia en zonas de relevancia en la comunicación.

- Frecuencia
- Cobertura nacional
- Respaldo de Líderes de opinión

- Masividad
- Cobertura Nacional
- Rápida construcción de Alcance

# Televisión Nacional Lanzamiento

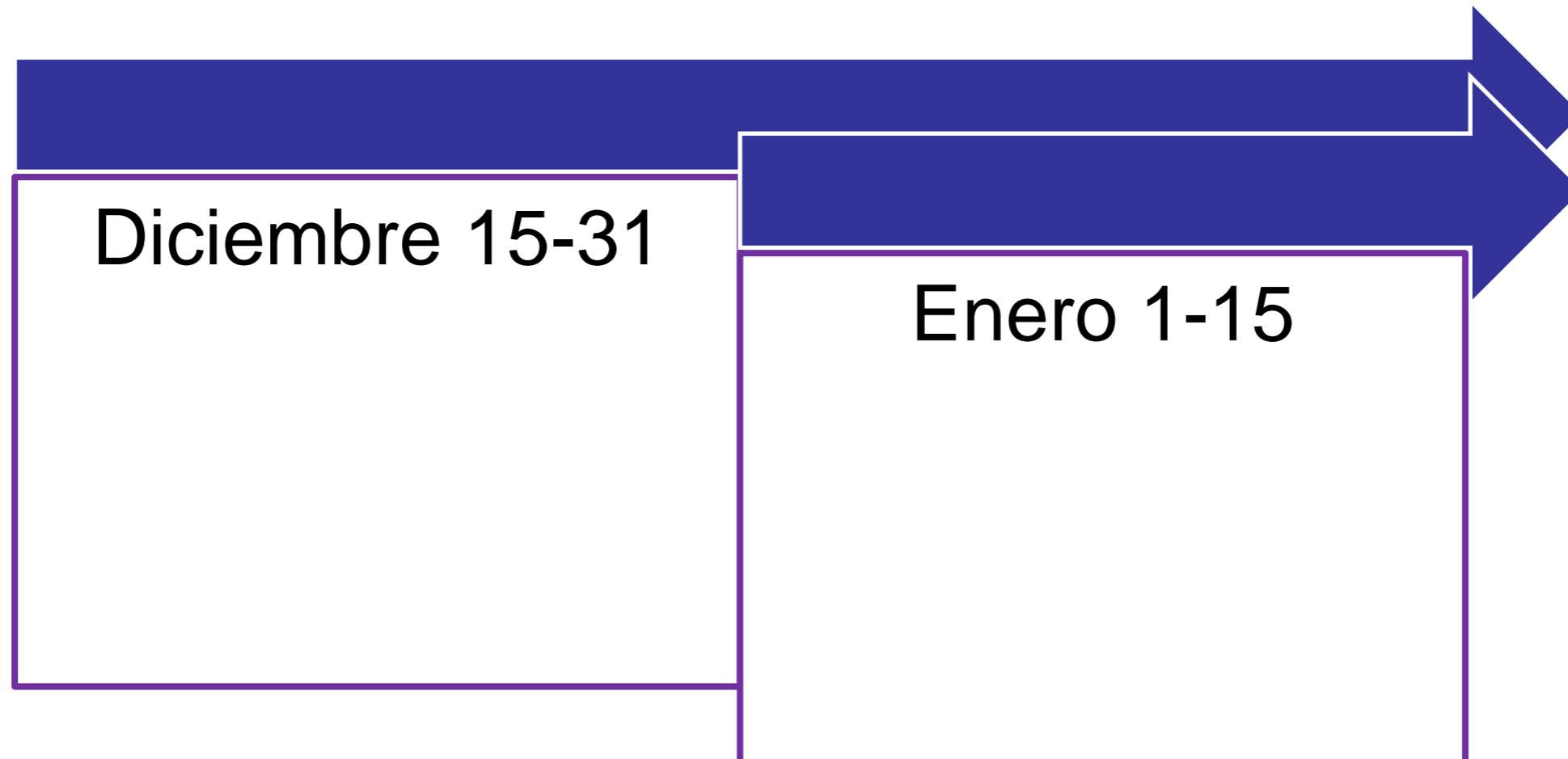


- Recomendamos tener presencia en Televisión Nacional con 260 TRP's en lanzamiento para que el 68,5% del grupo objetivo sea impactado por lo menos una vez y el 34,3% sea impactado al menos 3 veces.
- Nos concentraremos en pauta regular de los canales Caracol y RCN con el siguiente peso por franjas:

PESO POR FRANJAS	
DAY	20%
EARLY	30%
PRIME	35%
LATE	15%
	100%



# Televisión Nacional lanzamiento



# Televisión Nacional Enero-Febrero

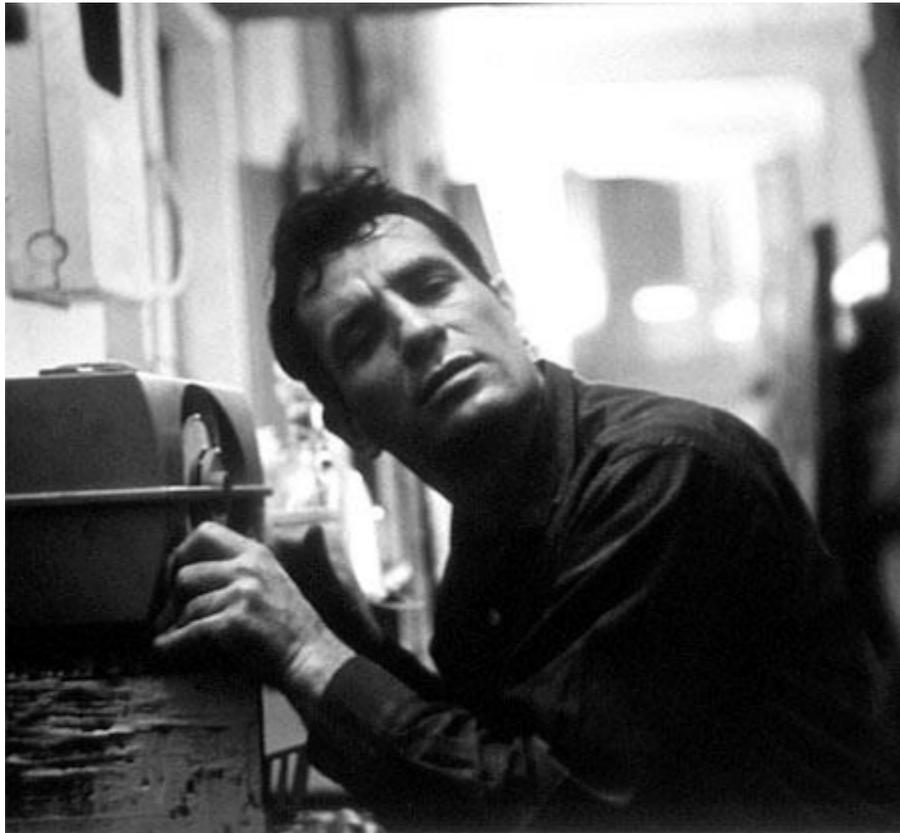


Debido a la alta ocupación las 2 últimas semanas de diciembre y al hecho de que la temporada como tal no es propicia para comunicar lo que se va a comunicar, proponemos estar ausentes durante este período, de igual manera las 2 primeras semanas de enero, ya que el grupo objetivo sale de casa para descansar.

- Para los meses de enero y febrero, debido a que la tendencia del grupo objetivo es permanecer en casa, proponemos el siguiente peso por franjas.

PESO POR FRANJAS	
DAY	35%
EARLY	35%
PRIME	30%
LATE	0%
	100%

# Radio



- Se ejecutarán cuñas de 30 segundos
- Proponemos tener un mezcla de participación en programas de la mañana de emisoras de primer nivel con franjas musicales y programas vespertinos.
- Recomendamos tener participación en los noticieros de las principales emisoras del país con cobertura nacional.
- Proponemos un mes tipo de lanzamiento y un mes tipo de sostenimiento,

# Radio Mes Tipo Lanzamiento



CIUDAD	CADENA	EMISORA	PROGRAMA	HORARIOS	MENSAJE	VALOR CUÑA	CUÑAS DIA	DIAS	N° EMISORAS	TOTAL MENSAJES	VALOR BRUTO	DTO	VR. NETO MES
NACIONAL	CARACOL	CARACOL RADIO	6 AM HOY X HOY	06:00 A 10:00	CUÑA 30"	5.838.000	2	11	30	660	128.436.000	60%	51.374.400
NACIONAL	CARACOL	CARACOL RADIO	LA LUCIÉRNAGA	09:00 A 20:00	CUÑA 30"	4.811.000	2	11	30	660	105.842.000	60%	42.336.800
NACIONAL	CARACOL	LA W	LA HORA DEL REGRESO	16:00 A 19:00	CUÑA 30"	886.364	1	22	26	572	19.500.008	0%	19.500.008
NACIONAL	CARACOL	RADIOACKTIVA	EL GALLO	06:00 A 10:30	CUÑA 30"	630.000	2	11	2	44	13.860.000	50%	6.930.000
NACIONAL	CARACOL	LOS 40 PRINCIPALES	MUSICAL	10:00 A 20:00	CUÑA 30"	930.000	3	11	5	165	30.690.000	60%	12.276.000
NACIONAL	RCN	LA RADIO	NOTICIAS DEL MEDIO DÍA	12:30 A 13:00	CUÑA 30"	2.230.000	2	11	26	572	49.060.000	65%	17.171.000
NACIONAL	RCN	LA RADIO	EL TREN DE LA TARDE	14:00 A 17:00	CUÑA 30"	1.520.000	2	11	26	572	33.440.000	65%	11.704.000
NACIONAL	RCN	LA MEGA	EL MAÑANERO	07:30 A 09:30	CUÑA 30"	1.483.000	2	11	16	352	32.626.000	45%	17.944.300
NACIONAL	OLIMPICA	OLIMPICA ST	TEMPRANO ES MÁS BACANO	06:00 A 10:00	CUÑA 30"	2.489.000	1	11	18	198	27.379.000	30%	19.165.300
NACIONAL	OLIMPICA	OLIMPICA ST	MUSICAL	09:00 A 20:00	CUÑA 30"	1.979.000	2	11	18	396	43.538.000	60%	17.415.200
NACIONAL	CARACOL TV	BLU RADIO	MAÑANAS BLU	05:00 A 12:00	CUÑA 30"	1.100.000	1	22	6	132	24.200.000	55%	10.890.000
BOGOTÁ	RADIOPOLIS	VIBRA BOGOTA	VIBRA EN LAS MAÑANAS	06:00 A 09:00	CUÑA 30"	560.000	2	11	1	22	12.320.000	50%	6.160.000
BOGOTÁ	RADIOPOLIS	VIBRA BOGOTA	MUSICAL	10:00 A 20:00	CUÑA 30"	370.000	3	11	1	33	12.210.000	50%	6.105.000
BOGOTÁ	RADIOPOLIS	CANDELA ST	AZUQUITA PA'L CAFÉ	10:00 A 16:00	CUÑA 30"	575.000	1	11	1	11	6.325.000	20%	5.060.000
BOGOTÁ	RADIOPOLIS	CANDELA ST	MUSICAL	05:45 A 10:00	CUÑA 30"	390.000	3	11	1	33	12.870.000	50%	6.435.000
<b>TOTALES</b>										<b>4.422</b>			<b>250.467.008</b>

# Radio Mes Tipo Sostenimiento



CIUDAD	CADENA	EMISORA	PROGRAMA	HORARIOS	MENSAJE	VALOR CUÑA	CUÑAS DIA	DIAS	Nº EMISORAS	TOTAL MENSAJES	VALOR BRUTO	DTO	VR. NETO MES
NACIONAL	CARACOL	CARACOL RADIO	6 AM HOY X HOY	06:00 A 10:00	CUÑA 30"	5.838.000	1	11	30	330	64.218.000	60%	25.687.200
NACIONAL	CARACOL	CARACOL RADIO	LA LUCIÉRNAGA	09:00 A 20:00	CUÑA 30"	4.811.000	1	11	30	330	52.921.000	60%	21.168.400
NACIONAL	CARACOL	RADIOACTIVA	MUSICAL	06:00 A 1030	CUÑA 30"	567.100	2	11	2	44	12.476.200	60%	4.990.480
NACIONAL	CARACOL	LOS 40 PRINCIPALES	MUSICAL	10:00 A 20:00	CUÑA 30"	930.000	3	11	5	165	30.690.000	60%	12.276.000
NACIONAL	RCN	LA RADIO	NOTICIAS DEL MEDIO DÍA	12:30 A 13:00	CUÑA 30"	2.230.000	1	11	26	286	24.530.000	65%	8.585.500
NACIONAL	RCN	LA MEGA	EL MAÑANERO	07:30 A 09:30	CUÑA 30"	1.483.000	1	11	16	176	16.313.000	45%	8.972.150
NACIONAL	OLIMPICA	OLIMPICA ST	MUSICAL	09:00 A 20:00	CUÑA 30"	1.979.000	2	11	18	396	43.538.000	60%	17.415.200
NACIONAL	CARACOL TV	BLU RADIO	MAÑANAS BLU	05:000 A 12.00	CUÑA 30"	1.100.000	1	11	6	66	12.100.000	55%	5.445.000
BOGOTÁ	RADIOPOLIS	VIBRA BOGOTA	MUSICAL	10:00 A 20:00	CUÑA 30"	370.000	2	11	1	22	8.140.000	50%	4.070.000
BOGOTÁ	RADIOPOLIS	CANDELA ST	MUSICAL	05:45 A 10:00	CUÑA 30"	390.000	2	11	1	22	8.580.000	50%	4.290.000
<b>TOTALES</b>										<b>1.837</b>			<b>112.899.930</b>

# Televisión Regional



- Estaremos en los principales canales regionales del país.

	PROGRAMA	HORARIO		GENERO	TARIFA	COMERCIALES			VALOR	VTR	TOTAL
	CV NOTICIAS	L - V	19:30 - 20:30	NOTICIERO	936.000	6	2	8	5.616.000	126.240	5.742.240
	TEMAS DE FAMILIA	L - V	10:30 - 11:00	MAGAZÍN	358.800	4	2	6	1.435.200	94.680	1.529.880
	TEMAS CON ALBERTO	L - V	17:30 - 18:00	MAGAZÍN	358.800	4	2	6	1.435.200	94.680	1.529.880
	LA OTRA VISIÓN	L/MA/J/V	19:00 - 19:30	INFORMATIVO	572.000	6	2	8	3.432.000	126.240	3.558.240
	FUTBOL SOLO FUTBOL	MARTES	20:30 - 21:00	DEPORTES	442.000	3	1	4	1.326.000	63.120	1.389.120
	<b>TOTAL TELECARIBE</b>						<b>29</b>	<b>10</b>	<b>39</b>	<b>16.988.400</b>	<b>615.420</b>
	<b>VALOR CODIFICACIÓN</b>	<b>\$ 32.000</b>			<b>VALOR VTR</b>	<b>N/A</b>					
	NOTICIERO NOTICINCO	L - D	20:30 - 21:05	NOTICIERO	1.533.000	5	1	6	7.665.000	0	7.665.000
	NOT. MAS PACIFICO	S-D-F	13:00 - 13:30	NOTICIERO	1.200.000	3	1	4	3.600.000	0	3.600.000
	NOT. MAS PACIFICO	S-D-F	20:00 - 20:30	NOTICIERO	1.200.000	3	1	4	3.600.000	0	3.600.000
	BREAK CHONTICO	L - D	12:55 - 13:00	SORTEO	450.000	3	1	4	1.350.000	0	1.350.000
	AMANECIENDO	L - V	6:30 - 9:00	MAGAZÍN	349.500	3	1	4	1.048.500	0	1.048.500
	TARDES DEL SOL	L - V	13:30 - 15:00	MAGAZÍN	450.000	3	1	4	1.350.000	0	1.350.000
	DEPORTES TELEPACÍFICO	L / M / M / V	21:00 - 21:30	DEPORTES	450.000	3	1	4	1.350.000	0	1.350.000
	<b>TOTAL TELEPACIFICO</b>						<b>23</b>	<b>7</b>	<b>30</b>	<b>19.963.500</b>	<b>0</b>
	<b>VALOR CODIFICACIÓN</b>	<b>\$ 60.000</b>			<b>VALOR VTR</b>	<b>N/A</b>					
	TELECAFE NOTICIAS	L - V	13:00 - 13:30	NOTICIERO	545.000	9	3	12	4.905.000	0	4.905.000
	TELECAFE NOTICIAS	S-D-F	13:00 - 13:30	NOTICIERO	545.000	3	1	4	1.634.999	0	1.634.999
	BUENOS DÍAS EJE	L - V	7:30 - 10:00	MAGAZÍN	350.000	9	3	12	3.150.000	0	3.150.000
	ENTRE MUJERES	L - V	11:30 - 13:00	MAGAZÍN	350.000	3	1	4	1.050.000	0	1.050.000
	TVA EN CASA	L - V	13:30 - 14:00	MAGAZÍN	350.000	3	1	4	1.050.000	0	1.050.000
	COMUNIDAD EN LINEA	L - V	14:00 - 15:00	MAGAZÍN	350.000	6	2	8	2.100.000	0	2.100.000
	CONEXIÓN VITAL	L - V	17:00 - 18:00	MAGAZÍN	350.000	6	2	8	2.100.000	0	2.100.000
	<b>TOTAL TELECAFE</b>						<b>39</b>	<b>13</b>	<b>52</b>	<b>15.989.999</b>	<b>0</b>
	<b>VALOR CODIFICACIÓN</b>	<b>\$ 40.000</b>			<b>VALOR VTR</b>	<b>N/A</b>					

\*El valor de la codificación aplica para cada referencia de comercial que se quiera rotar en cada canal, dichos valores se relacionan pero no se incluyen en el plan de medios.

# Televisión Regional



- Estaremos en los principales canales regionales del país.



PROGRAMA	HORARIO		GENERO	TARIFA	COMERCIALES			VALOR	VTR	TOTAL
ORIENTE NOTICIAS	L - S	13:00 - 14:00	NOTICIERO	700.000	6	2	8	4.200.000	0	4.200.000
TRO NOTICIAS	L - V	19:15 - 19:55	NOTICIERO	700.000	6	2	8	4.200.000	0	4.200.000
EL CAFÉ DE LA MAÑANA	L - V	7:00 - 10:00	MAGAZÍN	393.500	3	1	4	1.180.500	0	1.180.500
VALLENATRO	M - V	11:00 - 12:00	MAGAZÍN	393.500	3	1	4	1.180.500	0	1.180.500
DEPORTES TRO	L - V	12:30 - 13:00	DEPORTES	393.500	3	1	4	1.180.500	0	1.180.500
DERECHO AL DERECHO	L - V	14:00 - 15:00	MAGAZÍN	393.500	3	1	4	1.180.500	0	1.180.500
EL PROGRAMA DE LAS 8	L - V	20:00 - 20:30	MAGAZÍN	409.500	3	1	4	1.228.500	0	1.228.500
<b>TOTAL TRO</b>					<b>27</b>	<b>9</b>	<b>36</b>	<b>14.350.500</b>	<b>0</b>	<b>\$ 14.350.500</b>
<b>VALOR CODIFICACIÓN</b>	<b>N/A</b>			<b>VALOR VTR</b>	<b>N/A</b>					



A PRIMERA HORA	L - V	06:00 - 07:00	NOTICIERO	573.000	6	2	8	3.438.000	0	3.438.000
SERENATA	SAB		MUSICAL	573.000	3	1	4	1.719.000	0	1.719.000
TELEANTIOQUIA NOTICIAS	L - V	19:00 - 20:00	NOTICIERO	1.041.750	6	2	8	6.250.500	0	6.250.500
EL DIARIO DE DIANA	L - V		MAGAZINE	390.750	6	2	8	2.344.500	0	2.344.500
LAS TRES GRACIAS	L - V	14:00 - 15:00	MAGAZINE	390.750	6	2	8	2.344.500	0	2.344.500
<b>TOTAL TELEANTIOQUIA</b>					<b>27</b>	<b>9</b>	<b>36</b>	<b>16.096.500</b>	<b>0</b>	<b>\$ 16.096.500</b>
<b>VALOR CODIFICACIÓN</b>	<b>N/A</b>			<b>VALOR VTR</b>	<b>N/A</b>					



# Televisión Local



## Mes Tipo Lanzamiento

CANAL	PROGRAMA	HORA	FRANJA	FORMATO	DUR	VALOR	DTO	VALOR NETO	Nº SALIDAS	VR. NETO	PROYECCIÓN 2014
CITY TV	CITYNOTICIAS DE LAS 8:00 PM	20:00	PRIME	COMERCIAL	30"	1.995.000	25%	1.496.250	8	11.970.000	12.688.200
CITY TV	CITYNOTICIAS EL MEDIO DIA	12:00	EARLY	COMERCIAL	30"	1.470.000	25%	1.102.500	8	8.820.000	9.349.200
CITY TV	ARRIBA BOGOTA	6:00	DAY	COMERCIAL	30"	1.995.000	25%	1.496.250	6	8.977.500	9.516.150
CITY TV	SERIES PRIME	21:00	PRIME	COMERCIAL	30"	1.113.000	25%	834.750	6	5.008.500	5.309.010
CITY TV	BRAVISSIMO	8:00	DAY	COMERCIAL	30"	1.585.500	25%	1.189.125	4	4.756.500	5.041.890
	<b>TOTALES</b>								<b>32</b>	<b>39.532.500</b>	<b>41.904.450</b>

## Mes Tipo Sostenimiento

CANAL	PROGRAMA	HORA	FRANJA	FORMATO	DUR	VALOR	DTO	VALOR NETO	Nº SALIDAS	VR. NETO	PROYECCIÓN 2014
CITY TV	CITYNOTICIAS DE LAS 8:00 PM	20:00	PRIME	COMERCIAL	30"	1.995.000	25%	1.496.250	4	5.985.000	6.344.100
CITY TV	CITYNOTICIAS EL MEDIO DIA	12:00	EARLY	COMERCIAL	30"	1.470.000	25%	1.102.500	4	4.410.000	4.674.600
CITY TV	ARRIBA BOGOTA	6:00	DAY	COMERCIAL	30"	1.995.000	25%	1.496.250	3	4.488.750	4.758.075
CITY TV	SERIES PRIME	21:00	PRIME	COMERCIAL	30"	1.113.000	25%	834.750	3	2.504.250	2.654.505
CITY TV	BRAVISSIMO	8:00	DAY	COMERCIAL	30"	1.585.500	25%	1.189.125	2	2.378.250	2.520.945
	<b>TOTALES</b>								<b>16</b>	<b>19.766.250</b>	<b>20.952.225</b>

# Prensa



Tendremos presencia en los principales periódicos del país con formatos de página y ediciones nacionales, teniendo presencia los principales periódicos del País.

CIUDAD	DIARIO	PAGINA	COL	No.	TARIFA	TAMAÑO			TOTAL	D.C	D.A	VR. NETO	VR. TOTAL
						CM X COL	CMS	X COL					
NACIONAL	EL TIEMPO (DOM)	DEBES LEER CORRIENTE	POL	1	\$ 194.400	6	X	54,00	\$ 62.985.600	20,00%	0%	\$ 50.388.480	\$ 50.388.480
NACIONAL	EL TIEMPO (L-V)	DEBES HACER IMPAR	POL	1	\$ 162.000	6	X	54,00	\$ 52.488.000	20,00%	0%	\$ 41.990.400	\$ 41.990.400
NACIONAL	EL ESPECTADOR	CORRIENTE	POL	1	\$ 95.135	5	X	37,00	\$ 17.600.000	35,00%	0%	\$ 11.440.000	\$ 11.440.000
NACIONAL	LA REPUBLICA	IMPAR	POL	1	\$ 168.000	40	X	5,00	\$ 33.600.000	30,00%	0%	\$ 23.520.000	\$ 23.520.000
NACIONAL	ADN	IMPAR	POL	1	\$ 117.000	6	X	35,00	\$ 24.570.000	20,00%	0%	\$ 19.656.000	\$ 19.656.000
<b>SUB-TOTAL NETO</b>				<b>5</b>								<b>\$ 146.994.880</b>	

# Flow chart Noviembre / Diciembre 2013

MES	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				TOTALES	%
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
<b>TV NACIONAL (CRC-RCN)</b>																										
INVERSION	374.631.602				115.271.262																<b>489.902.864</b>	<b>43%</b>				
TRPS PERSONAS MES	260				80																<b>340</b>					
TRPS SEMANALES	80	70	60	50	40	40																				
PROYECCION COMERCIALES	43				13																<b>57</b>					
DURACION	30"				30"																					
ALCANCE	68,5% +1 / 34,3% +3				42,7% +1 / 8,5% +3																					
FRECUENCIA PROM	3,8				1,9																					
<b>MEZCLA FRANJAS</b>																										
DAY	20%				20%																					
EARLY	30%				30%																					
PRIME	35%				35%																					
LATE	15%				15%																					
<b>RADIO</b>																										
INVERSION	250.467.008				112.899.930																<b>363.366.938</b>	<b>32%</b>				
CUÑAS	4.422				1.837																<b>6.259</b>					
DURACIÓN	30"				30"																					
<b>TELEVISION LOCAL</b>																										
INVERSION	39.532.500				19.766.250																<b>59.298.750</b>	<b>5%</b>				
COMERCIALES	32				16																<b>48</b>					
DURACIÓN	30"				30"																					
<b>TELEVISION REGIONAL</b>																										
INVERSION	84.004.319																				<b>84.004.319</b>	<b>7%</b>				
COMERCIALES	193																				<b>193</b>					
DURACIÓN	30"																									
<b>PRENSA</b>																										
INVERSION	146.994.880																				<b>146.994.880</b>	<b>13%</b>				
AVISOS	5																				<b>5</b>					
TAMAÑO	PÁGINA																									
<b>TOTAL NETO</b>	<b>895.630.308</b>				<b>247.937.442</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>1.143.567.750</b>	<b>100%</b>
<b>MAS COMISION AGENCIA 3%</b>	<b>26.868.909</b>				<b>7.438.123</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>34.307.032</b>	
<b>SUB TOTAL</b>	<b>922.499.217</b>				<b>255.375.565</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>1.177.874.783</b>	
<b>MAS IVA 16%</b>	<b>147.599.875</b>				<b>40.860.090</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>188.459.965</b>	
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>1.070.099.092</b>				<b>296.235.656</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>0</b>				<b>1.366.334.748</b>	

# Flow chart Noviembre 2013 - Abril 2014



MES	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				TOTALES	%
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
<b>TV NACIONAL (CRC-RCN)</b>																										
INVERSION	374.631.602				115.271.262				91.634.965				91.634.965				106.914.096				106.914.096				<b>887.000.985</b>	<b>35%</b>
TRPS PERSONAS MES	260				80				70				70				70				70				<b>620</b>	
TRPS SEMANALES	80	70	60	50	40	40					40	30		40	30				40	30	40	30				
PROYECCION COMERCIALES	43				13				14				14				12				12				<b>108</b>	
DURACION	30"				30"				30"				30"				30"				30"					
ALCANCE	68,5% +1 / 34,3% +3				42,7% +1 / 8,5% +3				39% +1 / 6,9% +3				39% +1 / 6,9% +3				39% +1 / 6,9% +3				39% +1 / 6,9% +3					
FRECUENCIA PROM	3,8				1,9				1,6				1,6				1,6				1,6					
<b>MEZCLA FRANJAS</b>																										
DAY	20%				20%				35%				35%				20%				20%					
EARLY	30%				30%				35%				35%				30%				30%					
PRIME	35%				35%				30%				30%				35%				35%					
LATE	15%				15%				0%				0%				15%				15%					
<b>RADIO</b>																										
INVERSION	250.467.008				112.899.930				112.899.930				112.899.930				112.899.930				112.899.930				<b>814.966.658</b>	<b>32%</b>
CUÑAS	4.422				1.837				1.837				1.837				1.837				1.837				<b>13.607</b>	
DURACIÓN	30"				30"				30"				30"				30"				30"					
<b>TELEVISION LOCAL</b>																										
INVERSION	39.532.500				19.766.250				20.952.225				20.952.225				20.952.225				20.952.225				<b>143.107.650</b>	<b>6%</b>
COMERCIALES	32				16				16				16				16				16				<b>112</b>	
DURACIÓN	30"				30"				30"				30"				30"				30"					
<b>TELEVISION REGIONAL</b>																										
INVERSION	84.004.319								84.004.319								84.004.319								<b>252.012.956</b>	<b>10%</b>
COMERCIALES	193								193								193								<b>579</b>	
DURACIÓN	30"								30"								30"									
<b>PRENSA</b>																										
INVERSION	146.994.880												146.994.880								146.994.880				<b>440.984.640</b>	<b>17%</b>
AVISOS	5												5								5				<b>15</b>	
TAMAÑO	PÁGINA												PÁGINA								PÁGINA					
<b>TOTAL NETO</b>	<b>895.630.308</b>				<b>247.937.442</b>				<b>309.491.439</b>				<b>225.487.120</b>				<b>324.770.569</b>				<b>240.766.251</b>				<b>2.538.072.888</b>	<b>100%</b>
MAS COMISION AGENCIA 3%	26.868.909				7.438.123				9.284.743				6.764.614				9.743.117				7.222.988				<b>76.142.187</b>	
<b>SUB TOTAL</b>	<b>922.499.217</b>				<b>255.375.565</b>				<b>318.776.182</b>				<b>232.251.734</b>				<b>334.513.686</b>				<b>247.989.238</b>				<b>2.614.215.075</b>	
MAS IVA 16%	147.599.875				40.860.090				51.004.189				37.160.277				53.522.190				39.678.278				<b>418.274.412</b>	
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>1.070.099.092</b>				<b>296.235.656</b>				<b>369.780.371</b>				<b>269.412.011</b>				<b>388.035.876</b>				<b>287.667.516</b>				<b>3.032.489.487</b>	