

MANUAL DE USUARIO

PAUTAS PUBLICITARIAS EN MEDIOS TRADICIONALES



PUCP





ÍNDICE

- I. ¿QUÉ ESPECIFICACIONES DEBEMOS CONSIDERAR PARA PAUTAS PUBLICITARIAS EN DIARIOS, REVISTAS Y SUPLEMENTOS? 3
- II. ¿QUÉ ESPECIFICACIONES DEBEMOS CONSIDERAR PARA PAUTAS PUBLICITARIAS EN RADIO? 6

IMPORTANTE: hacer clic sobre cada punto del índice para ir directamente a la página



I. ¿QUÉ ESPECIFICACIONES DEBEMOS CONSIDERAR PARA PAUTAS PUBLICITARIAS EN DIARIOS, REVISTAS Y SUPLEMENTOS?



Los avisos en prensa escrita pueden publicarse en blanco y negro o a full color.



Las tarifas varían según las medidas, la ubicación, el formato de color, el día de publicación, entre otros criterios.



La cotización de avisos preferenciales (3ra., 5ta., 7ma. página, etc.) se efectúa según los espacios disponibles al momento de ejecutar la pauta. Mientras el medio no reciba la aprobación formal de la unidad, no se asegura y/o confirma si el espacio continúa disponible ya que, en paralelo, otro anunciante pudo tomar previamente la ubicación.

REQUERIMIENTOS PARA EL ENVÍO DEL MATERIAL GRÁFICO:

- El arte debe ser enviado en CYMK, curvas, formato PDF y en alta resolución.
- Con respecto al tiempo de envío del material, la unidad debe considerar dos tipos de validación no excluyentes y en este orden:

1

POR LA OFICINA DE PUBLICIDAD Y MARKETING (OPM)

- Luego de que la unidad envía el material junto con la pauta aprobada a través del ticket abierto en la Plataforma de Solicitudes DCI, la OPM valida el uso correcto del logo PUCP.
- Si el logo es aplicado correctamente, la OPM envía el material a la agencia para la siguiente validación.
- El material final debe ser ingresado, como mínimo, 72 horas antes de la fecha de publicación del aviso.

2

POR LA CENTRAL DE MEDIOS (CM)

- ✓ La CM comprueba que el material enviado por la OPM cumpla las especificaciones técnicas del formato.
- ✓ La CM ingresa el material **48 horas antes de la fecha de publicación del aviso**, por lo que, si existiese algún tipo de modificación, el material final debe ser ingresado, como máximo, **36 horas antes de la fecha de publicación del aviso**.

**IMPORTANTE: “PUBLICACIÓN DE UN COMUNICADO”:**

- La validación de los requisitos se realizará con cada medio.
- Para el Grupo ECO, el texto debe ser enviado previamente para aprobación del área legal; asimismo, junto con la aprobación de la unidad, se debe mandar el material y una carta de responsabilidad. Por tanto, se debe considerar enviar la solicitud, como mínimo, 5 días hábiles antes de la fecha de publicación del comunicado.

II. ¿QUÉ ESPECIFICACIONES DEBEMOS CONSIDERAR PARA PAUTAS PUBLICITARIAS EN RADIO?



La emisora se elige según el target de la campaña publicitaria.








La compra de pauta radial brinda una segmentación del público objetivo según datos demográficos.



Se puede comprar espacios en las emisoras accediendo a distintas coberturas: nivel nacional y nivel local (Lima y/o provincias) con las grandes corporaciones, como el Grupo RPP, CRP Radios, entre otras.

CRITERIOS PARA LA COMPRA EN RADIO:

	Duración	<ul style="list-style-type: none"> Se sugiere que el anuncio oscile entre 15 y 20 segundos. No debe exceder de 30 segundos.
	Tarifas	<ul style="list-style-type: none"> En las 2 corporaciones radiales más grandes, Grupo RPP y CRP Radios, manejan tarifas que se basan en secundajes múltiplos de 5" (15", 20", 25", etc.). De tener un secundaje intermedio (por ejemplo 21"), el medio utilizará la tarifa redondeada hacia arriba (en el ejemplo de 21", el medio utilizaría la tarifa de 25").
	Frecuencia	<ul style="list-style-type: none"> La repetición del anuncio varía según los objetivos. Pueden ser transmitidos en horario rotativo (de 06:00 hrs. a 23:59 hrs.) u horarios específicos según el público objetivo.
	Cobertura / Alcance	<ul style="list-style-type: none"> Nivel nacional como local (Lima y/o provincias).
	Grabación	<ul style="list-style-type: none"> El medio puede grabar el anuncio sin ningún costo (solo se aceptan 2 cambios/modificaciones como máximo). La grabación del demo tarda aproximadamente 24 horas o de la disponibilidad que exista en la sala de edición de cada medio.