



DETALLE DE INVERSIÓN DE PUBLICIDAD
INFORME DE PAUTA, RESULTADOS DE ACTIVACIÓN
CONTRATO No. FMC-AC-010-2019
RE-FMC-008-2019

GASTO TOTAL

Periodo: 8 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Desglose:

FMC	\$ 4,095.65	59.07%
CAC	\$ 554.45	8,00%
MIC	\$ 628.73	9.07%
YAKU	\$ 323.83	4.67%
Museo del Carmen Alto	\$ 829.42	11.96%
Museo de la Ciudad	\$ 501.52	7.23%
Total Pauta	\$ 6,933.60	100,00 %
Fee Agencia (15%)	\$ 1,040.04	
Total	\$ 7,973.64	

Recibido y Aprobado por
Virginia Vivec Fundación
Administradora de Museos
de la Ciudad
Contrato 29.01.20

Entregado:
Cecilia Vallejo
29/01/2020

1

WRP.

CV



Fundación Museos de la Ciudad – Facebook/Instagram

Periodo: 8 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto invertido: \$1550.31

Resultados:

	Pauta 1	Pauta 2	Pauta 3	Pauta 4	Pauta 5
Objetivo	Visualizaciones	Reconocimiento de marca	Reconocimiento de marca	Reconocimiento de marca	Interacciones
Formato	Video	Stories	Canvas	Carrusel	Posts
Inversión	\$ 400.12	\$ 300.02	\$ 200.00	\$ 80.00	\$ 400.25
Alcance	297,106	411,356	352,896	171,487	211,508
Impresiones	551,501	1,031,424	857,841	554,234	509,346
Medición Objetivo	Visualizaciones	Impresiones	Impresiones	Impresiones	Interacciones
# Objetivos	143,997	1,031,424	857,841	554,234	8,960
Medición	CPV	CPM	CPM	CPM	CPI
Costo por Objetivo	\$ 0.003	\$ 0.29	\$ 0.23	\$ 0.14	\$ 0.04

	Pauta 6	Pauta 7
Objetivo	Mensajes - Alquiler Espacios	Leads - Alquiler Espacios
Formato	Carrusel	Carrusel
Inversión	\$ 104.92	\$ 65.00
Alcance	37,504	27,976
Impresiones	62,080	45,091
Medición Objetivo	Mensajes	Leads
# Objetivos	67	57
Medición	CPMensaje	CPL
Costo por Objetivo	\$ 1.57	\$ 1.14

Para la Fundación Museos de la Ciudad utilizamos Facebook/Instagram como medios para tener un alcance amplio e incrementar el reconocimiento de marca de FMC como entidad madre de 5 espacios culturales de la ciudad a través de la campaña "Me Descubro Cada Vez". Los formatos más



efectivos fueron el video y el Canvas, ya que éstos son más interactivos y llaman más la atención del público.

También se corrieron campañas para el alquiler de espacios para eventos. Al inicio se realizó la campaña de mensajes, pero al no tener tan buenos resultados ni capacidad de respuesta del lado comercial, se cambió el objetivo de la campaña a generación de leads para poder guardar la información de contacto de los interesados en una base de datos y contactarlos después para iniciar un proceso comercial.

Fundación Museos de la Ciudad – Google

Periodo: 8 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto invertido: \$738.31

Resultados:

	Pauta 1 - Search	Pauta 2 - YouTube	Pauta 3 - Gmail
Objetivo	Clics al sitio	Visualizaciones	Clics al sitio
Inversión	\$ 267.24	\$ 271.79	\$ 199.28
Alcance	n/a	222,673	24,248
Impresiones	32,259	285,938	32,259
Medición Objetivo	Clics	Visualizaciones	Clics
# Objetivos	6,064	139,906	3,905
Medición	CPC	CPV	CPC
Costo por Objetivo	\$ 0.04	\$ 0.002	\$ 0.05

Google ofrece varios formatos de publicidad en varios de sus productos. En este caso corrimos campañas de Search, YouTube y Gmail. YouTube es un medio que elegimos para incrementar el reconocimiento de marca a través de un formato interactivo como es el video mientras que Gmail y Search nos permitieron llevar tráfico a la página web de FMC.

Gmail nos permitió llegar a la bandeja de entrada del correo de más de 23,500 personas con más de 32,000 impresiones de las cuales el 12% terminaron en un clic.

Los anuncios de Search son ideales para las personas que están buscando respuestas a sus preguntas en la barra de búsqueda de Google. En este caso hicimos pujas en palabras clave como "qué hacer en Quito", "museos en Quito" y "Fundación Museos de la Ciudad" para llegar a la gente que busca actividades en Quito, personas que ya están buscando museos y personas que quieren saber más sobre la FMC. A través de esta campaña generamos más de 6,000 visitas a la página web.

Fundación Museos de la Ciudad – Programática

Periodo: 13 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto invertido: \$1807.03

Resultados:

	Pauta 1 – DSP	Pauta 2 – DSP	Pauta 3 - Push Notifications	Pauta 4 - Rich Media
Objetivo	Impresiones	Clics al sitio	Clics al sitio	Impresiones
	Banners	Banners	Push Notifications	Banner 360
Inversión	\$ 547.51	\$ 150.02	\$ 409.50	\$ 700.00
Alcance	24,248	-	-	65,333
Impresiones	361,805	2,147,354	66,082	189,181
Medición Objetivo	Impresiones	Clics	Clics	Impresiones
# Objetivos	361,805	2,422	2,925	189,181
Medición	CPM	CPC	CPM	CPM
Costo por Objetivo	\$ 1.51	\$ 0.06	\$ 0.14	\$ 3.70

Para llegar a personas que no están en redes sociales pero sí navegan en el internet, corrimos campañas con pauta programática; es decir, encontramos a las personas a las que queremos llegar y les mostramos nuestros anuncios en cualquier página o aplicación donde navegan. Utilizamos diferentes formatos como banners tradicionales, banners 360° y notificaciones push. Corrimos mensajes de la campaña institucional de FMC y de alquiler de espacios que llevaban tráfico al sitio web.



Centro de Arte Contemporáneo – Facebook/Instagram

Periodo: 12 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto invertido: \$554.45

Resultados:

	Pauta 1	Pauta 2 - Premio Mariano Aguilera	Pauta 3 - Premio Mariano Aguilera	Pauta 4	Pauta 5
Objetivo	Visualizaciones	Clics al sitio	Leads	Clics al sitio	Engagement
Formato	Video	Carrusel	Carrusel	Stories	Posts
Inversión	\$ 100.00	\$ 242.06	\$ 62.39	\$ 100.00	\$ 50.00
Alcance	51,920	26,408	9,882	105,119	37,424
Impresiones	112,284	326,665	34,608	399,010	148,951
Medición Objetivo	Visualizaciones	Clics	Leads	Clics	Engagement
# Objetivos	102,900	1,975	24	669	1,043
Medición	CPV	CPC	CPL	CPC	CPE
Costo por Objetivo	\$ 0.001	\$ 0.12	\$ 2.60	\$ 0.15	\$ 0.05

Para las campañas del CAC utilizamos Facebook como un medio para correr una mezcla de objetivos y formatos desde visualizaciones e interacciones hasta clics al sitio.

También corrimos campañas para llegar a artistas interesados en participar en la convocatoria del Premio Mariano Aguilera. En un inicio corrimos una campaña con objetivo de clics al sitio del Premio Mariano Aguilera; sin embargo, la página no estaba actualizada y por esta razón cambiamos el objetivo de campaña a leads para generar una base de datos de interesados en el premio.



Museo Interactivo de Ciencia – Facebook/Instagram

Periodo: 12 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto invertido: \$537.50

Resultados:

	Pauta 1	Pauta 2	Pauta 3
Objetivo	Visualizaciones	Clics al sitio	Engagement
Formato	Video	Carrusel	Posts
Inversión	\$ 200.00	\$ 125.00	\$ 212.50
Alcance	57,888	77,632	153,923
Impresiones	118,706	436,613	445,414
Medición Objetivo	Visualizaciones	Clics	Engagement
# Objetivos	72,196	5,623	3,170
Medición	CPV	CPC	CPI
Costo por Objetivo	\$ 0.003	\$ 0.02	\$ 0.07

Utilizamos Facebook para que a través de video, carrusel y posts tengamos interacciones con la marca y visitas al sitio web para ver más sobre la oferta del espacio.

En estas campañas llegamos a dos targets: por un lado a padres y por otro a niños y jóvenes. Las campañas dirigidas a niños y jóvenes tuvieron mejores resultados y para ellos el mensaje de "Descúbrete Científico" funcionó mejor. Para los padres, el mensaje de "Descúbrete Curioso" funcionó mejor. En un futuro podemos crear mensajes personalizados para cada segmento y así optimizar las campañas.



Museo Interactivo de Ciencia – Programática

Periodo: 13 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto Invertido: \$91.23

Resultados:

	Pauta 1 – DSP
Objetivo	Impresiones
Formato	Banners
Inversión	\$ 91.23
Alcance	n/a
Impresiones	55,282
Medición Objetivo	Impresiones
# Objetivos	55,282
Medición	\$ 1.65
Costo por Objetivo	CPM

Para llegar a usuarios en medio distintos a redes sociales utilizamos pauta programática y colocamos banners del MIC en páginas y aplicaciones con contenido familiar y de juegos y así aumentar el alcance y reconocimiento de marca.

Yaku Parque Museo del Agua – Facebook/Instagram

Periodo: 13 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto invertido: \$260.00

Resultados:

	Pauta 1	Pauta 2	Pauta 3
Objetivo	Visualizaciones	Mensajes – Yaku Viajero, conversaciones iniciadas	Reconocimiento de marca
Formato	Video	Carrusel	Post
Inversión	\$ 95.00	\$ 75.00	\$ 90.00
Alcance	20,220	28,176	51,168
Impresiones	40,604	58,679	239,264
Medición Objetivo	Visualizaciones	Mensajes	Impresiones
# Objetivos	25,238	93	239,264
Medición	CPV	CP Mensaje	CPM
Costo por Objetivo	\$ 0.004	\$ 0.81	\$ 0.38

Para el Yaku teníamos 2 objetivos principales: llegar a padres para que conozcan la oferta del espacio a través de un video y post y llegar a educadores y gestores de comunidades para que contraten una visita del Yaku Viajero con una campaña de mensajes en Facebook. La campaña de mensajes tuvo muy buenos resultados; sin embargo, no había suficiente capacidad de respuesta del lado del espacio. Por esta razón, cancelamos la pauta de mensajes de LinkedIn y pasamos ese presupuesto a campañas del MIC y Museo del Carmen Alto.



Yaku Parque Museo del Agua - Programática

Periodo: 13 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto invertido: \$63.83

Resultados:

	Pauta 1
Objetivo	Impresiones
Formato	Banner
Inversión	\$ 63.83
Alcance	n/a
Impresiones	38,050
Medición Objetivo	Impresiones
# Objetivos	38,050
Medición	CPM
Costo Objetivo por	\$ 1.68

Para llegar a usuarios en medio distintos a redes sociales utilizamos pauta programática y colocamos banners del YAKU en páginas y aplicaciones con contenido familiar y de juegos y así aumentar el alcance y reconocimiento de marca.



Museo del Carmen Alto – Facebook/Instagram

Periodo: 13 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto invertido: \$829.42

Resultados:

	Pauta 1	Pauta 2	Pauta 3	Pauta 4
Objetivo	Visualizaciones	Reconocimiento de marca	Reconocimiento de marca	Clics
Formatos	Video	Post	Stories	Carrusel
Inversión	\$ 141.92	\$ 150.00	\$ 250.00	\$ 287.50
Alcance	39,552	140,736	170,623	160,159
Impresiones	68,043	407,950	765,472	431,875
Medición Objetivo	Visualizaciones	Impresiones	Impresiones	Clics
# Objetivos	51,558	407,950	765,472	2,010
Medición	CPV	CPM	CPM	CPC
Costo por Objetivo	\$ 0.003	\$ 0.37	\$ 0.33	\$ 0.14

Para el Museo del Carmen Alto corrimos campañas en Facebook e Instagram por separado ya que queríamos posicionar la nueva cuenta de Instagram. Publicamos anuncios que posicionaban al espacio como un museo y no un monasterio, y que comunicaban la exposición Belén Carmelita.

[Handwritten signatures and initials]



Museo de la Ciudad – Facebook/Instagram

Periodo: 13 de diciembre de 2019 a 21 de enero de 2020

Monto invertido: \$501.52

Resultados:

	Pauta 1	Pauta 2	Pauta 3
Objetivo	Visualizaciones	Interacciones	Clícs al sitio
Formato	Video	Posts	Carrusel
Inversión	\$ 200.00	\$ 151.52	\$ 150.00
Alcance	67,584	127,213	168,340
Impresiones	131,483	169,848	303,557
Medición Objetivo	Visualizaciones	Interacciones	Clícs
# Objetivos	55,077	2,465	2,559
Medición	CPV	CPI	CPC
Costo por Objetivo	\$ 0.004	\$ 0.08 0.09 0.05	\$ 0.05 0.09

Para las campañas del Museo de la Ciudad utilizamos varios creativos con diferentes objetivos para crear reconocimiento de marca, interacciones y visitas al sitio web. Entre los mensajes de campaña, el mensaje de "Me descubro creativo" tuvo mucho mejor rendimiento que el mensaje de "Me descubro compartiendo". Adicionalmente, corrimos un post comunicando la exposición Mígrar que tuvo muy buenos resultados.

RECOMENDACIONES

- **Estructura de publicidad**
 - Seguir usando una mezcla de medios para llegar a la audiencia en distintos momentos con el mensaje adecuado y llegar a un alcance más alto.
 - Recomendamos mantener una campaña de Search durante el año para que la gente siempre pueda encontrar información de la Fundación y sus espacios cuando haga búsquedas de museos, centros culturales y actividades en Quito.
- **Formatos**
 - Los mejores formatos para conseguir interacciones son los videos y posts. Los videos generaron un promedio de 18 segundos de visualización, que indica que la audiencia estaba enganchada con el contenido. Por esta razón recomendamos seguir usando este formato, pero poner la marca hacia el inicio del video para que quienes no acaban de verlo tengan puedan identificar la marca de todas maneras.
 - Cuando el objetivo es generar clics a la página recomendamos usar el formato de carrusel ya que tiene un CTR más alto que los formatos de posts y stories.
- **Mensajes/Diseño**
 - Utilizar mensajes diferenciados cuando se usan audiencias diferentes dentro de una misma campaña (ej. Padres vs. Niños/jóvenes) ya que se comportan diferente.
 - Tener cuidado con la cantidad de texto dentro de una imagen ya que Facebook nos puede limitar el alcance si el anuncio tiene más de 20% de la imagen con texto.
- **Información en la web y procesos comerciales**
 - Recomendamos tener capacidad para responder a solicitudes de información y un proceso comercial efectivo para no perder leads interesados por una gestión lenta.
 - Las páginas web siempre deben estar actualizadas y con la información correcta.

VERIFICACIÓN DE MEDIOS

FMC - Facebook

Nombre de la campaña	Entrega	Etiquetas	Importe gastado	Finalización
FMC - Mensajes Eventos	Conjuntos de anuncios inactivos		\$104,92	21 ene 2020
FMC - Leads	Finalizado		\$65,00	21 ene 2020
FMC - Engagement	Finalizado		\$359,75	21 ene 2020
FMC - Brand Awareness	Finalizado		\$546,74	21 ene 2020
FMC - Video Views	Finalizado		\$359,17	21 ene 2020
> Resultados de 5 campañas			\$1.435,58	
			Gasto total	

Nombre de la campaña	Entrega	Importe gastado
FMC - Engagement	Desactivado	\$40,50
FMC - Brand Awareness	Desactivado	\$33,28
FMC - Video Views	Desactivado	\$40,95
> Resultados de 3 campañas		\$114,73
		Gasto total

NOTA: Para poder sacar una captura de campaña con todo el presupuesto consumido, se la realiza una vez que la campaña ya está terminada, por ende ya no está activa. Hay veces que por precaución, para asegurarnos que no corran más de las fechas acordadas las campañas, las desactivamos. Esto no tiene nada que ver con lo que ya consumió, que claramente sí corrió y por eso hay un presupuesto y hay resultados reflejados de acuerdo a la actividad que hubo mientras la campaña estaba activa.

FMC - Google _ ESTOS VALORES CORRESPONDEN A:

Gmail Ads
Google Search
YouTube

Campaign ↓	Campaign type	Cost
 FMC - YouTube	Video	\$271.79
 FMC - Search Museos	Search	\$267.24
 FMC - Gmail	Display	\$199.28
Total: Campaigns 		\$738.31

FMC - Programática

<input type="checkbox"/> Insertion order						
<input type="checkbox"/>  CPM goal	↑		Type		Revenue	
<input type="checkbox"/>  Fundación		12037139	Standard		\$547.51	
<input type="checkbox"/>  CPC goal	↑		Type		Revenue	
<input type="checkbox"/>  Eventos		12069905	Standard		\$150.02	

Handwritten signature and initials



IDENTIFICACION	Movistar de la Ciudad
CAMPAÑA	Cancelar toda vez más
FECHA DE INICIO	17/01/2020
FECHA DE FIN	21/01/2020
PAIS	Guatemala
DISPOSITIVO	Móvil
PERIODO	Push Ad
IMPRESIONES	3,837
ESQUEMA DE COMPRA	CPC (Costo Por Clic)

REPORT GENERAL CAMPAÑA					
CLICOS GENERADOS	IMPRESIONES ENTREGADAS	CLICOS PAGADOS	CTR	COSTO POR IMPRESION	COSTO POR CLIC
2,857	46,082	2,800	4.4%	USD 175	USD 234.50



LGN ADVERTISING GROUP SA DE CV
 LAG12073070GA
 Calle Tame, 229, No interior: 101, Polanco V seccion, Miguel Hidalgo, Ciudad de México, 11560, México

Factura de venta (CFDI)
No. B1061
 Régimen General de Ley Personas Morales - 601

RAZÓN SOCIAL	WORLD DIGITAL CONNECTION WDC PUBLICIDAD SA	FECHA DE EXPIRACIÓN (DD/MM/AA)	17-01-2020
DOMICILIO FISCAL	Calle REPUBLICA DEL SALVADOR, No exterior: N34, No interior: 211, Estado: QUITO, País: Ecuador	FECHA DE VENCIMIENTO (DD/MM/AA)	16-02-2020
TÉLEFONO		RFC	XEXX010101000

Producto	Unidad de Medida	Precio Unitario	Cantidad	Descuento	Total
Publicidad Difundida (SERVICIOS PUBLICITARIOS EN LINEA 2020) - 82101600	Unidad de servicio (US)	\$700.00	1.00	0%	\$700.00

CAC - Facebook

Nombre de la campaña	Entrega	Etiquetas	Importe gastado	Finalización
CAC - Clicks al sitio	● Conjuntos de anuncios inactivos		\$342.06	21 ene 2020
CAC - Leads	● Desactivado		\$62.38	21 ene 2020
CAC - Engagement	● Finalizado		\$50.00	21 ene 2020
CAC - Video views	● Finalizado		\$100.00	21 ene 2020
> Resultados de 4 campañas			\$654.45 Gasto total	

Handwritten initials

Handwritten initials



MIC - Facebook

Nombre de la campaña	Entrega	Etiquetas	Importe gastado
MIC - Clics al sitio	● Finalizado		\$125.00
MIC - Engagement	● Finalizado		\$212.50
MIC - Video Views	● Finalizado		\$200.00
> Resultados de 3 campañas			\$537.50 Gasto total

MIC - Programática

MIC	12037940	Standard	\$91.23
-----	----------	----------	---------

Yaku - Facebook

Nombre de la campaña	Entrega	Etiquetas	Importe gastado
Yaku Viajero - Mensajes	● Finalizado		\$75.00
Yaku - Brand awareness	● Finalizado		\$90.00
Yaku Video views	● Finalizado		\$95.00
> Resultados de 3 campañas			\$260.00 Gasto total

Yaku - Programática

YAKU	12037951	Standard	\$63.80
------	----------	----------	---------

Handwritten initials/signature

Handwritten mark

Carmen Alto - Facebook

Nombre de la campaña	Entrega	Etiquetas	Importe gastado
Carmen Alto - Video views	Desactivado		\$141,92
Carmen Alto - Clics al sitio	● Finalizado		\$287,60
Carmen Alto - Brand awareness	● Finalizado		\$400,00
> Resultados de 3 campañas			\$829,42
			Gasto total



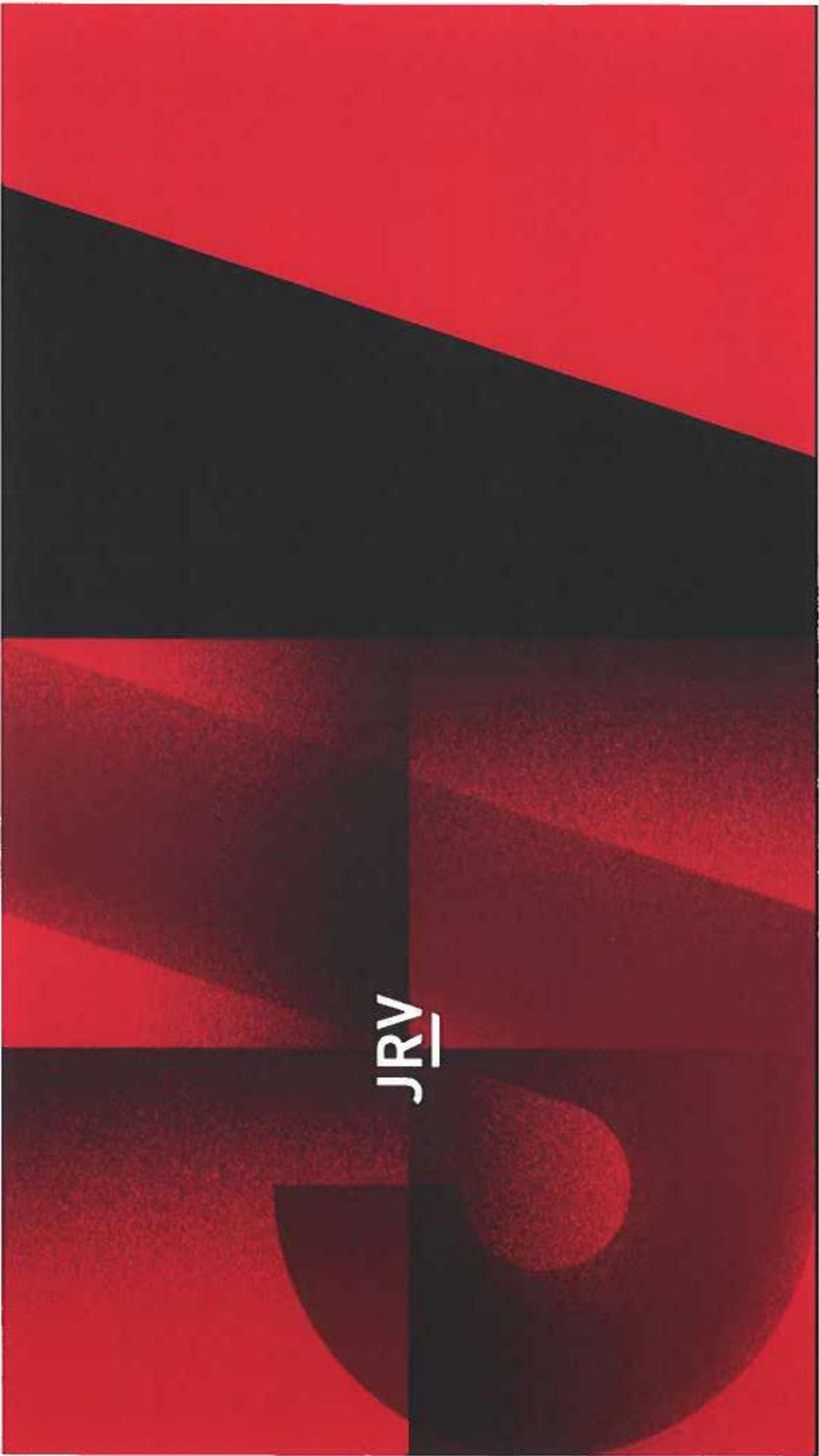
Museo de la Ciudad - Facebook

Nombre de la campaña	Entrega	Etiquetas	Importe gastado
Museo Ciudad - Clicks al sitio	● Finalizado		\$150.00
Museo Ciudad - Engagement	● Finalizado		\$151.52
Museo Ciudad - Video views	● Finalizado		\$200.00
› Resultados de 3 campañas ⓘ			\$501.52 Gasto total

Handwritten signature or initials

Handwritten mark or signature

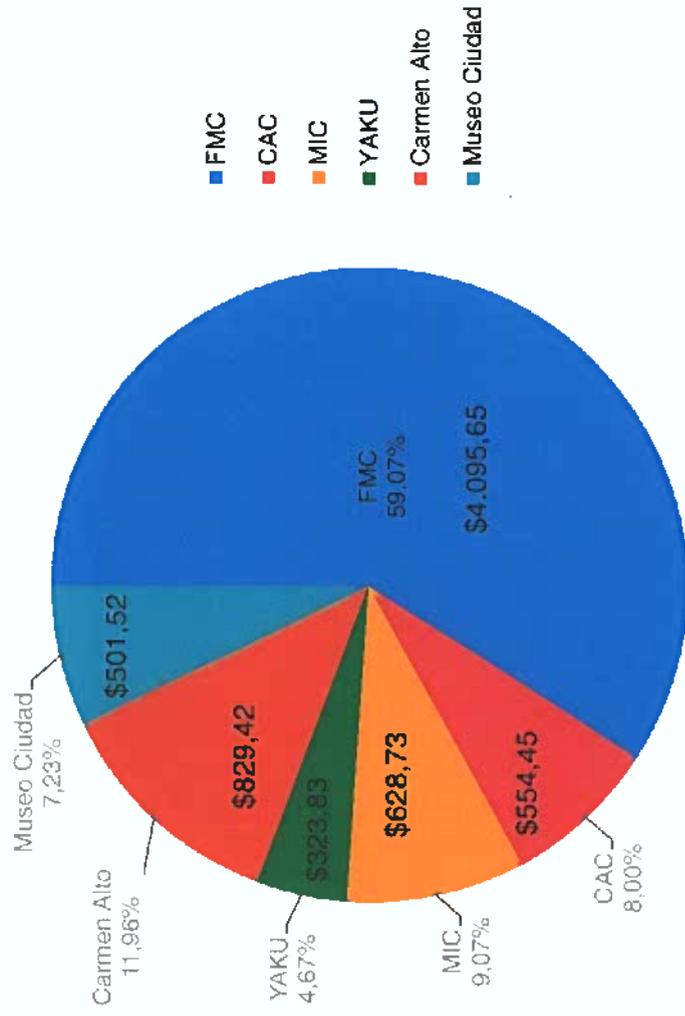
Handwritten mark



JRV

REPORTE PAUTAJE: activación de publicidad distribuida en porcentajes.

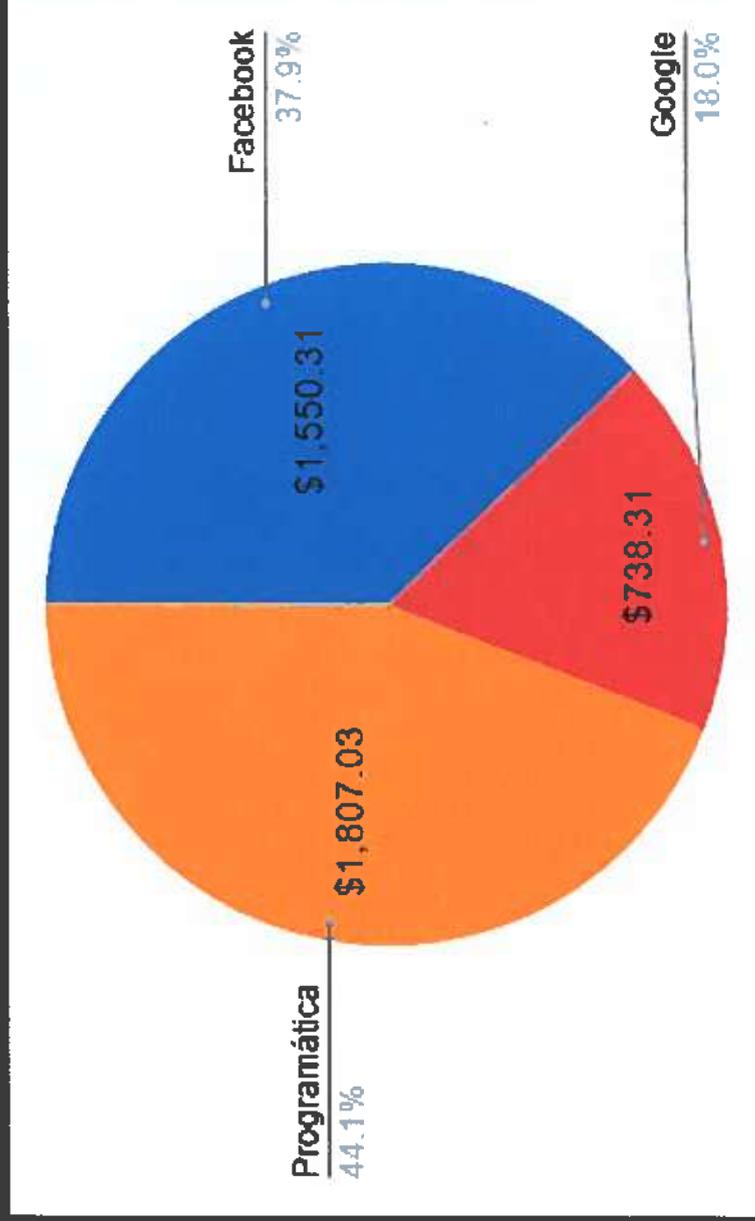
FMC	\$4.095,65
CAC	\$554,45
MIC	\$628,73
YAKU	\$323,83
Carmen Alto	\$829,42
Museo Ciudad	\$501,52
Total Pauta	\$6.933,60
Comisión	\$1.040,04
TOTAL	\$7.973,64



Entregado:
Oceled Vallego
29/01/2020

Recebo Virginia Villar
ADMINISTRADORA
PROPAGANDA
Fundación
MUSEOS
de la Ciudad
29.01.20

Fundación Museos de la Ciudad



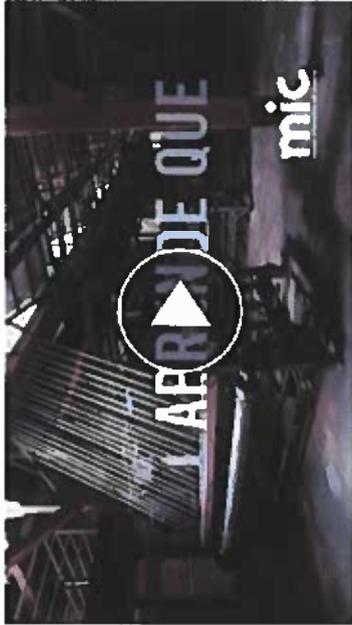
APP CW

FMC



Fundación Museos de la Ciudad
Publicidad

Vive una experiencia cultural diferente
#DescubreCadaVez en los museos de
Quito. Conoce más ... Ver más



189
13 comentarios 114 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

- Formato: Video
- Objetivo: Visualizaciones
- Periodo: 8 de diciembre – 21 de enero
- URL: <https://fb.me/1JdyWDVuHf3z56u>

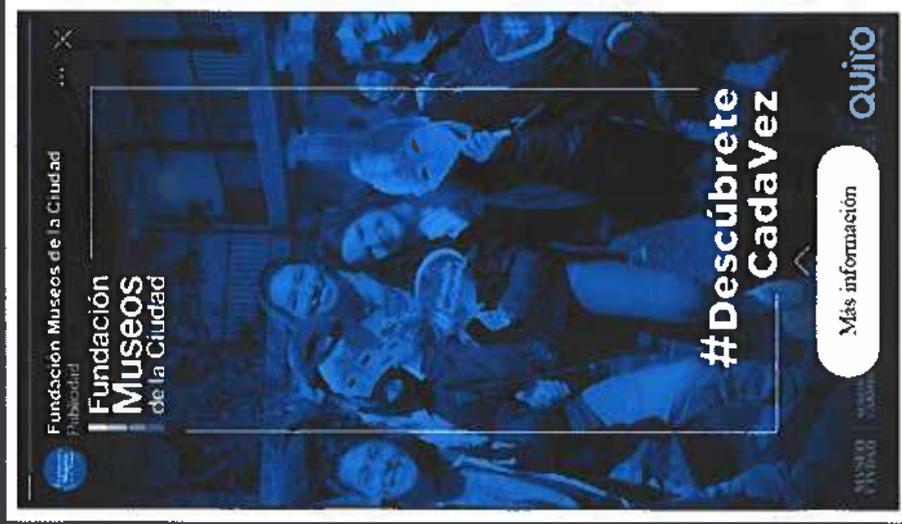
\$400.12 invertidos
297,106 personas alcanzadas
551,501 impresiones obtenidas
143,997 visualizaciones
\$0.003 CPV



CV

FMC

f



Formato: Stories

Objetivo: Reconocimiento de marca

Periodo: 8 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/1LBPKviHaAsQcNj>

\$300.02 invertidos

411,356 personas alcanzadas

1,031,424 impresiones obtenidas

1,031,424 impresiones

\$0.29 CPM

Handwritten signature or initials in blue ink.

Handwritten number '10' in blue ink.

FMC



Fundación Museos de la Ciudad

Publicidad

Vive nuevas experiencias en 5 espacios culturales. #DescubreCadaVez en los museos de Quito.



63

2 comentarios 5 veces compartido



Me gusta



Comentar



Compartir



- **Formato:** Canvas
- **Objetivo:** Reconocimiento de marca
- **Periodo:** 12 de diciembre – 21 de enero
- **URL:** <https://fb.me/8FQJ51TwSQ11hM>

\$200.00 invertidos

352,896 personas alcanzadas

857,841 impresiones obtenidas

857,841 impresiones

\$0.23 CPM

~~857~~

CV

FMC

f

Fundación Museos de la Ciudad

Publicidad

En nuestros 5 espacios culturales puedes disfrutar tiempo libre de calidad. Visítanos en Museo de la ... Ver más

#Descubrete Vital

QUIJO

Más información

24 1 comentario 2 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Formato: Carrusel

Objetivo: Reconocimiento de marca

Periodo: 12 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/1JxHjioVITszFkh>

\$80.00 invertidos

171,487 personas alcanzadas

554,234 impresiones obtenidas

554,234 impresiones

\$0.14 CPM

Handwritten signature or initials.

CW



FMC

Fundación Museos de la Ciudad Publicidad

Cada vez que visitas nuestros espacios culturales vives nuevas aventuras. Conoce más bit.ly/2PkqLPd



Descubre Cada Vez
aventura en los museos de Quito

Expanson
Museos
de la Ciudad
QUITO

325 7 comentarios 45 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Formato: Post

Objetivo: Interacciones

Periodo: 8 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/8qKUzqJ898zNyk>

\$102.42 invertidos

57,408 personas alcanzadas

151,609 impresiones obtenidas

2,214 interacciones

\$0.05 CPI



AV

FMC

f

Fundación Museos de la Ciudad **Publicidad** ...

Nuestros 5 espacios te ofrecen una agenda cultural diversa. Aquí nuestra programación de diciembre [...](#) [Ver más](#)

Descúbrete Cada Vez
curioso en los museos de Quito

Fundación Museos de la Ciudad **quino**

131 26 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Formato: Post

Objetivo: Interacciones

Periodo: 8 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/9Y2m8N2yzkoi4m>

\$15.29 invertidos

7,644 personas alcanzadas

11,054 impresiones obtenidas

352 interacciones

\$0.04 CPI

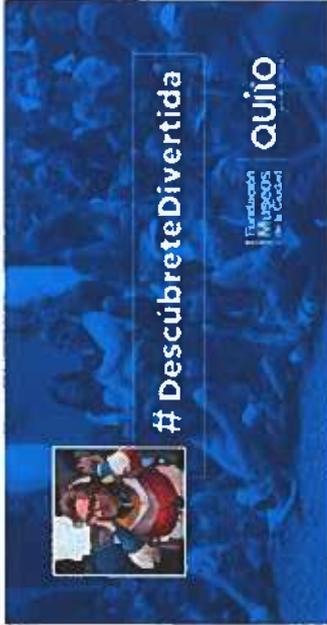
AD.
CV

FMC



 **Fundación Museos de la Ciudad** está con Carlos Molina. Publicidad

Disfruta y aprende en nuestros 5 espacios culturales. #DescúbreteCadaVez en los museos de la Ciudad



   828

5 comentarios 76 veces compartido

 Me gusta  Comentar  Compartir

- **Formato:** Post
- **Objetivo:** Interacciones
- **Periodo:** 12 de diciembre – 21 de enero
- **URL:** <https://fb.me/1K6NbNix31DTxFQ>

\$73.72 invertidos
31,848 personas alcanzadas
71,129 impresiones obtenidas
1460 interacciones
\$0.05 CPI

fb CN

FMC



Fundación Museos de la Ciudad
Publicidad

Pregunta por las áreas de alquiler para eventos en nuestros 5 espacios culturales. bit.ly/2yTNI1t ... Ver más



772

5 comentarios 84 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

- Formato: Post
- Objetivo: Interacciones
- Periodo: 12 de diciembre – 21 de enero
- URL: <https://fb.me/anaQlf2cSecWSO>

\$89.95 invertidos
 67,472 personas alcanzadas
 167,119 impresiones obtenidas
 2,144 interacciones
 \$0.04 CPI

W.
CV

FMC

Fundación Museos de la Ciudad **Publicidad** ...

Cada vez que visites nuestros 5 espacios, vivirás aventuras fascinantes que te harán descubrir cosas ... Ver más



1,6 mil
21 comentarios 195 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir



- **Formato:** Post
- **Objetivo:** Interacciones
- **Periodo:** 12 de diciembre – 21 de enero
- **URL:** <https://fb.me/9TlmejXAQP7YAJ>

\$118.87 invertidos
47,136 personas alcanzadas
108,435 impresiones obtenidas
2,790 interacciones
\$0.04 CPI

MR
CV

FMC



Fundación Museos de la Ciudad
Publicidad

Pregunta por las áreas de alquiler para eventos en nuestros 5 espacios culturales. bit.ly/2yTNiIT ... Ver más



Espacios únicos

Enviar mensaje

Para eventos.

106

7 comentarios 24 veces compartido

Me gusta

Comentar

Compartir

- Formato: Carrusel
- Objetivo: Mensajes - Alquiler Espacios
- Período: 17 de diciembre – 23 de diciembre | 6 de enero – 7 de enero
- URL: <https://fb.me/1LIBqMDPYN2VnpG>

\$104.92 invertidos

37,504 personas alcanzadas

62,080 impresiones obtenidas

67 conversaciones iniciadas

\$1.57 CPMensaje

CV

FMC

f

Fundación Museos de la Ciudad Publicidad ·  · 

Pregunta por las áreas de alquiler para eventos en nuestros 5 espacios culturales.  bit.ly/2YTNiIT ·  Ver más



Espacios Únicos Más información

Para eve inolvidat

  42 5 comentarios

 Me gusta  Comentar

Formato: Carrusel

Objetivo: Leads - Alquiler Espacios

Periodo: 7 de enero – 21 de enero

URL: <https://fb.me/aylQTz8KTRftGD>

\$65 invertidos

27,976 personas alcanzadas

45,091 impresiones obtenidas

57 leads

\$1.14 CPL

 al

FMC



- **Formato:** Anuncio de texto
- **Objetivo:** Clicks al sitio
- **Periodo:** 8 de diciembre – 21 de enero

\$267.24 invertidos

32,259 impresiones obtenidas

6064 clics al sitio

\$0.04 CPC

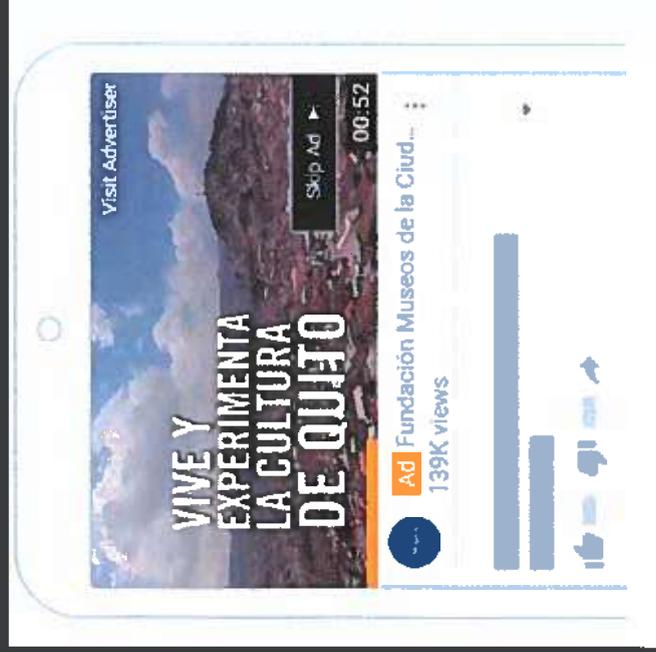
Descúbrete En Los Museos Quito | Fundación Museos De La Ciudad

 fundacionmuseosquito.gob.ec

Vive Una Experiencia Cultural Diferente. Descúbrete Cada Vez En Los Museos De Quito. Cada Vez Que Visitas Nuestros Espacios Culturales Vives Nuevas Aventuras.

Handwritten signature and initials

FMC



Formato: Video

Objetivo: Visualizaciones

Periodo: 8 de diciembre – 21 de enero

\$271.79 invertidos

222,673 personas alcanzadas

285,938 impresiones obtenidas

139,906 visualizaciones

\$0.002 CPV

[Handwritten signature]

[Handwritten initials]

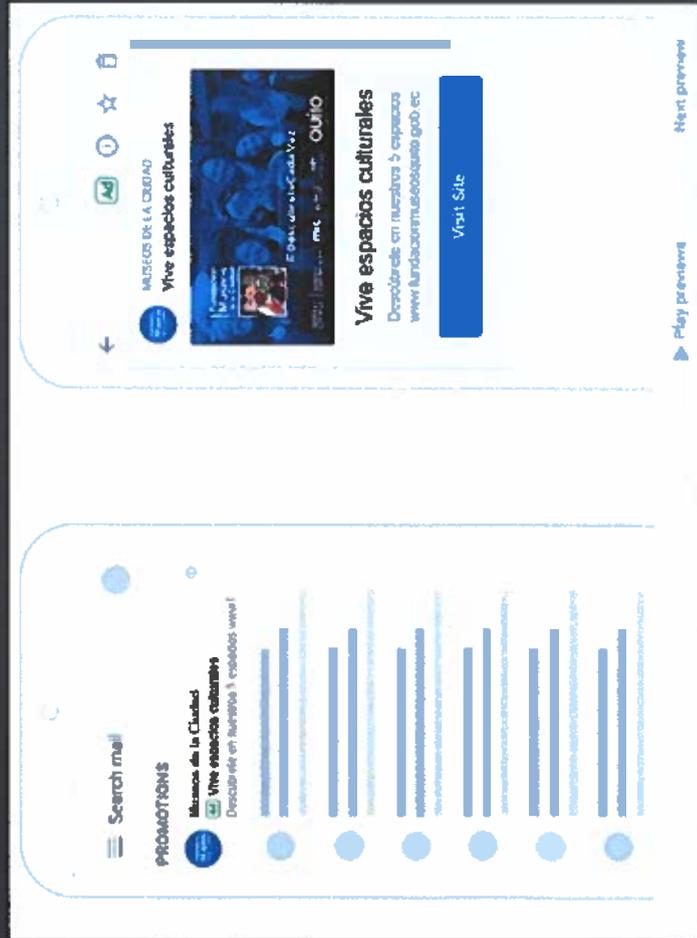
FMC



- **Formato:** Mail
- **Objetivo:** Clicks al sitio
- **Periodo:** 8 de diciembre – 21 de enero

https://adwords.google.com/aw_cm/ExternalPreview?hl=en_US&ad=40630521908&adGroup=81327801610&ocid=385984774&rsObrtScatedOcid=false&showVuitPreview=true&showVariations=true&creativeType=21&pk=AU83Jugd0cdJIWzSPdvRZ9gZKkAYpG3Vp-DHMVDe_3YIUy9HvxDLz9LvxHXIQireY2ALSMMZp-nIOYG9vzFTkUJC8JK1688WwXgCJ5wLsbOE3qF6D09m27fQbYz5bMtEsh3l_bvGLyzWlZrn4mGEzxm42ITKk4mW0Y1sJVdppNczlqW_GS6og

\$199,28 invertidos
24,248 personas alcanzadas
32,259 impresiones obtenidas
3,905 clics al sitio
\$0.05 CPC



Handwritten initials and a number '10' in the top right corner.

FMC



Formato: Banner

Objetivo: Reconocimiento de marca

Periodo: 8 de diciembre – 21 de enero

\$547.51 invertidos

24,248 personas alcanzadas

361,805 impresiones obtenidas

361,805 impresiones

\$1.51 CPM

MR

cu

FMC



Formato: Banner

Objetivo: Clicks al sitio

Periodo: 8 de diciembre – 21 de enero

\$150,02 invertidos

2,147,354 impresiones obtenidas

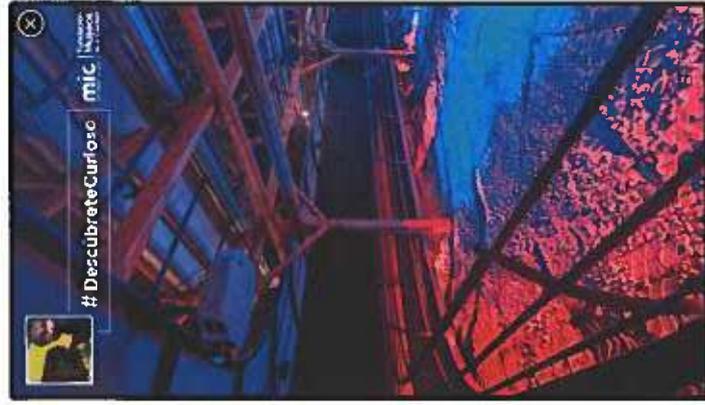
2,422 clics

\$0,06 CPC

[Handwritten signature]

av

FMC



Formato: Banner Rich Media

Objetivo: Impresiones

Periodo: 8 de enero – 21 de enero

\$700 invertidos

65,333 personas alcanzadas

189,181 impresiones obtenidas

189,181 impresiones

\$3.70 CPM

AL CV

FMC



Formato: Push Ads

Objetivo: Clicks al sitio

Periodo: 17 de diciembre – 21 de enero

\$409.50 invertidos

66,082 impresiones obtenidas

2,925 clics

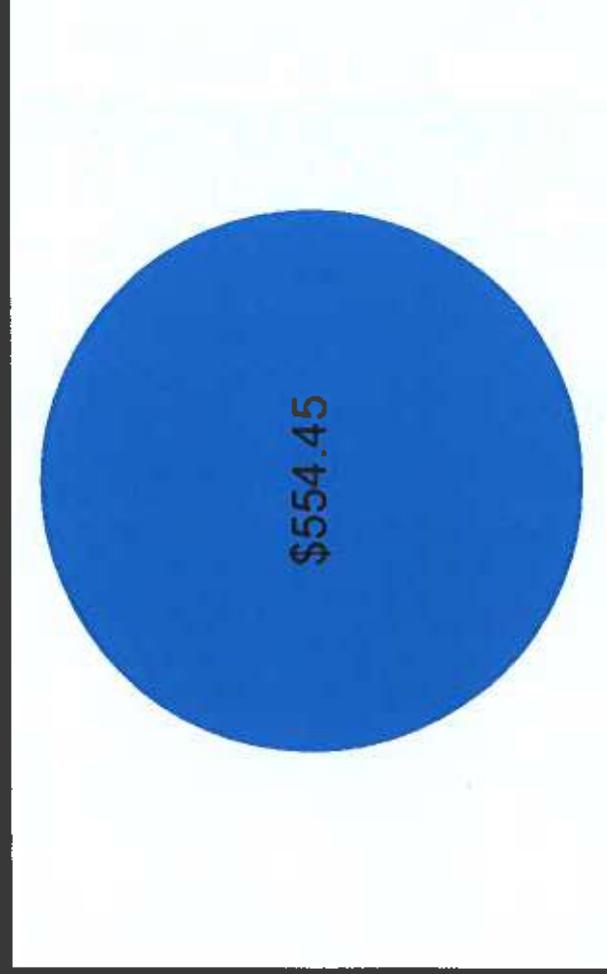
\$0.14 CPM

Handwritten signature

CV

Centro de Arte Contemporáneo

Facebook \$554.45



97 CU

CAC

f

Centro de Arte Contemporáneo Quito · Publicidad ·

Somos un espacio de diálogo y de fomento de las prácticas artísticas contemporáneas.

#DescubreDiverso

Fundación Museos de la Ciudad

354

3 comentarios 14 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Formato: Post

Objetivo: Engagement

Periodo: 12 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/aeTgbvWEVSopB3>

\$50 invertidos

37,424 personas alcanzadas

148,951 impresiones obtenidas

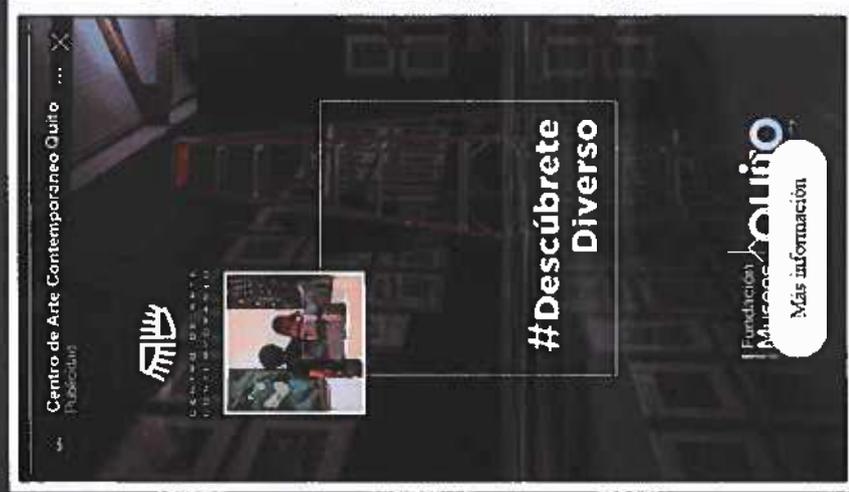
1,043 interacciones

\$0.05 CPI

PL.

CV

CAC



- **Formato:** Stories
- **Objetivo:** Clics al sitio
- **Periodo:** 12 de diciembre – 21 de enero
- **URL:** <https://fb.me/1LidBLHuwJ3ai52>

\$100 invertidos

105,119 personas alcanzadas

399,010 impresiones obtenidas

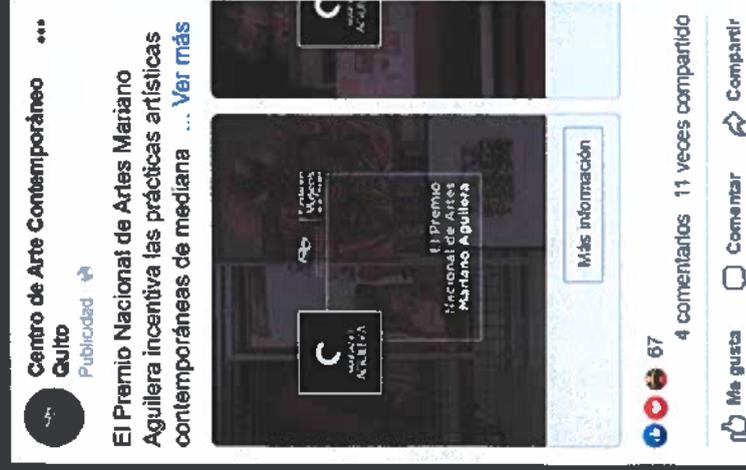
669 clics al sitio

\$0.15 CPC

R

CV

CAC – Premio Mariano Aguilera



Formato: Carrusel

Objetivo: Clics al sitio

Periodo: 12 de diciembre – 7 de enero

URL: <https://fb.me/9l6aT0jqyN5HBf>

\$242.06 invertidos

26,408 personas alcanzadas

326,665 impresiones obtenidas

1,975 clics al sitio

\$0.12 CPC

Ma

cu

CAC – Premio Mariano Aguilera



Centro de Arte Contemporáneo Quito
Publicidad

El Premio Nacional de Artes Mariano Aguilera incentiva las prácticas artísticas contemporáneas de mediana ... Ver más

Más información

42 1 comentario

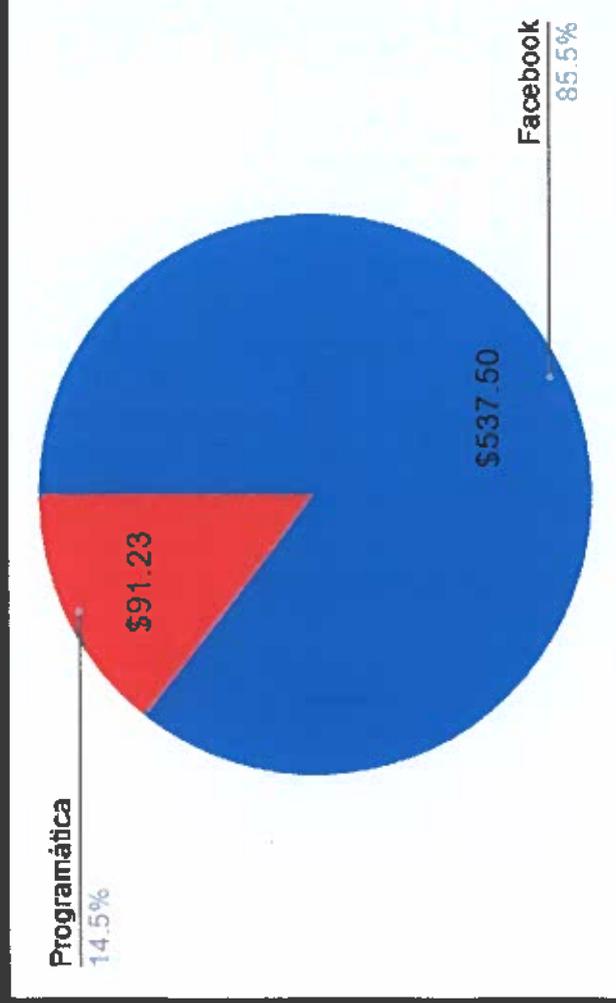
Me gusta Comentar

- Formato: Carrusel
- Objetivo: Leads
- Periodo: 7 de enero – 21 de enero
- URL: <https://fb.me/2671U2Ns90sLhCR>

\$62.39 invertidos
9,882 personas alcanzadas
34,608 impresiones obtenidas
24 leads
\$2.60 CPL

✍️ av

Museo Interactivo de Ciencia



Facebook	\$537.50
Programática	\$91.23



CV

MIC

f

Museo Interactivo de Ciencia **Publicidad** ...

Vive una experiencia científica diferente.
#DescubreCadaVez en el MIC

Visit al Mic

9

Me gusta Comentar Compartir

Formato: Video

Objetivo: Visualizaciones

Periodo: 12 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/8qbjWJco5CIUjD>

\$200 invertidos

57,888 personas alcanzadas

118,706 impresiones obtenidas

72,196 visualizaciones

\$0.003 CPV

B

a

MIC



Museo Interactivo de Ciencia Publicidad · ...

En el MIC fomentamos el diálogo de saberes, el desarrollo del pensamiento crítico y la apropiación social ... Ver más

#DescubreCurioso

mic Fundación MUSEOS de la Ciudad

Me gusta 461 11 veces compartido

Comentar Compartir

- **Formato:** Post
- **Objetivo:** Engagement
- **Periodo:** 13 de diciembre – 21 de enero
- **URL:** <https://fb.me/2rG781qvAvU4rs4>

\$86.45 invertidos
51,668 personas alcanzadas
171,100 impresiones obtenidas
1,298 interacciones
\$0.07 CPI

R

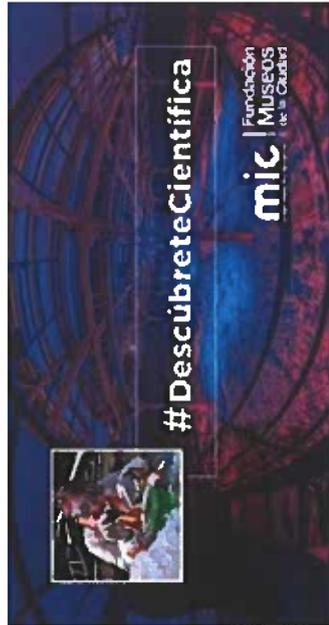
CU

MIC



Museo Interactivo de Ciencia
Publicidad

¿Sabías que somos el único Museo Interactivo de Ciencia del Ecuador? Visítanos y descubre como la ... Ver más



808

16 comentarios 38 veces compartido



Me gusta



Comentar



Compartir



- Formato: Post
- Objetivo: Engagement
- Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero
- URL: <https://fb.me/1I22NwtU9KIMW4C>

\$126.05 invertidos

102,255 personas alcanzadas

274,314 impresiones obtenidas

1,872 interacciones

\$0.07 CPI

Ab au

MIC

f

Museo Interactivo de Ciencia Publicidad

El MIC es un lugar inclusivo y accesible para el desarrollo intelectual y espiritual de todos los públicos. ... Ver más

Más información

40 Me gusta 4 veces compartido 4 Comentar Compartir

Formato: Carrusel

Objetivo: Clics al sitio

Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/a3wMKv9q79Tvyr>

\$125,00 invertidos

77,632 personas alcanzadas

436,613 impresiones obtenidas

5,623 clics al sitio

\$0.02 CPC

W. CV

MIC



Formato: Banner

Objetivo: Impresiones

Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero

\$91.23 invertidos

55,282 impresiones obtenidas

55,282 impresiones

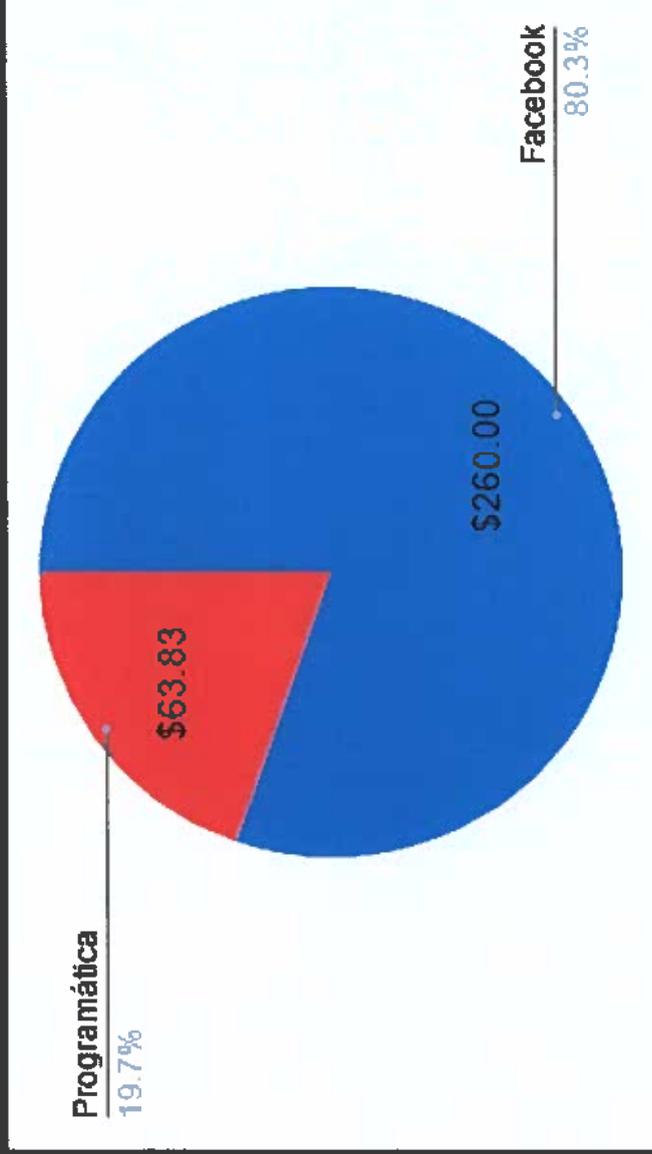
\$1.65 CPM



av

Yaku Parque Museo de Agua

Facebook	\$260.00
Programática	\$63.83



Handwritten signature and the letters "CV" in blue ink.

YAKU



Yaku Museo del Agua
Publicidad

#DescubreVital en Yaku Parque Museo del Agua. Vive el agua y el ambiente junto a tu familia.

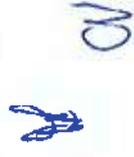


16 8 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

- Formato: Video
- Objetivo: Visualizaciones
- Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero
- URL: <https://fb.me/2H4SX4DwS4q1rfn>

\$95 invertidos
20,220 personas alcanzadas
40,604 impresiones obtenidas
25,238 visualizaciones
\$0.004 CPV



YAKU

f

Yaku Museo del Agua
Publicidad

Vive la experiencia Yaku. Forma parte de distintas propuestas expositivas que te conectarán con el agua y el ambiente.

DescubreVital

Fundacion MUSEOS de la Ciudad

18

Me gusta Comentar Compartir

Formato: Post

Objetivo: Reconocimiento de marca

Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/2NrkeYJ7RvilUMq>

\$90 invertidos

51,168 personas alcanzadas

239,264 impresiones obtenidas

\$0.38 CPM

AV

YAKU VIAJERO



Yaku Museo del Agua
Publicidad

¿Conoces el Yaku Viajero? Es una exposición de Yaku Parque Museo del Agua, donde conocerás de ... Ver más

160
49 comentarios 33 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

- **Formato:** Carrusel
- **Objetivo:** Mensajes – Yaku Viajero | Conversaciones iniciadas
- **Periodo:** 13 de diciembre – 21 de enero
- **URL:** <https://fb.me/9Vcd7GLviFvSGJ>

\$75,00 invertidos
28,176 personas alcanzadas
58,679 impresiones obtenidas
93 conversaciones iniciadas
\$0.81 CP Mensaje

op cu

YAKU



- **Formato:** Banner
- **Objetivo:** Impresiones
- **Periodo:** 13 de diciembre – 21 de enero

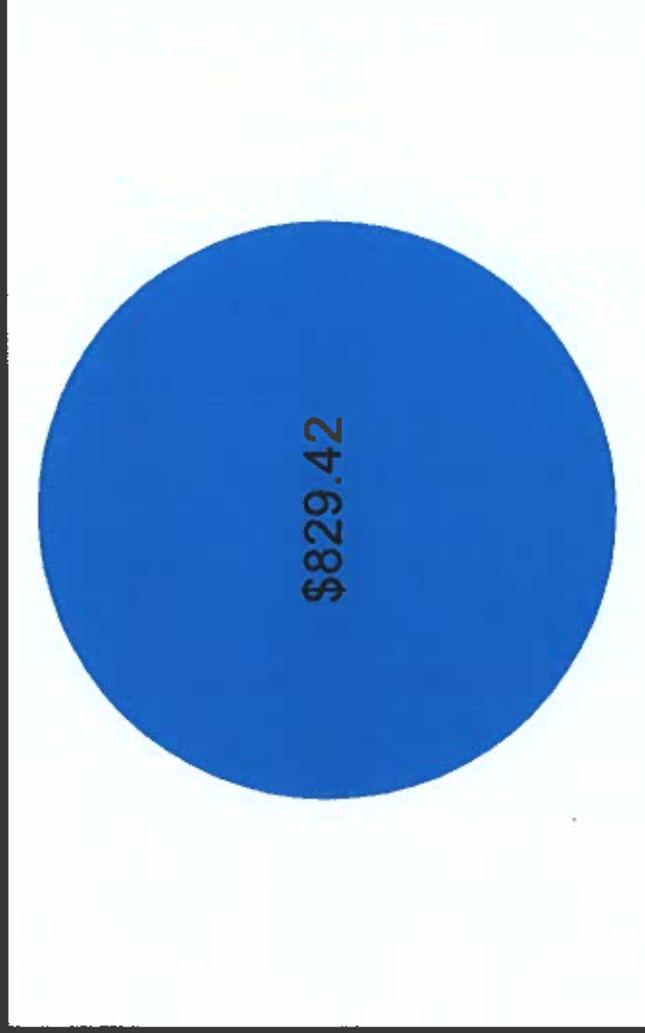
\$63.83 invertidos
38,050 impresiones obtenidas
38,050 impresiones
\$1.68 CPM

ca

Museo del Carmen Alto

Facebook

\$829.42



of CV

Museo del Carmen Alto



- **Formato:** Video
- **Objetivo:** Visualizaciones
- **Periodo:** 13 de diciembre – 21 de enero
- **URL:** <https://fb.me/1IL8Mp9N9KUql8H>

\$141.92 invertidos
39,552 personas alcanzadas
68,043 impresiones obtenidas
51,558 visualizaciones
\$0.003 CPV

Museo del Carmen Alto Publicidad

Descubre el patrimonio custodiado por la comunidad carmelita descalza por más de 360 años. Conoce más ... [Ver más](#)

18 1 comentario 4 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

AV

Museo del Carmen Alto



Museo del Carmen Alto Publicidad

Descubre el patrimonio custodiado por la comunidad carmelita descalza por más de 360 años. Conoce más ... [Ver más](#)

#DescubreArteArtistica

MUSEO DEL CARMEN ALTO Fundación Museos (en la Ciudad)

42 5 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Formato: Post

Objetivo: Reconocimiento de marca

Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/9NriwxzITVs7zv>

\$150,00 invertidos

140,736 personas alcanzadas

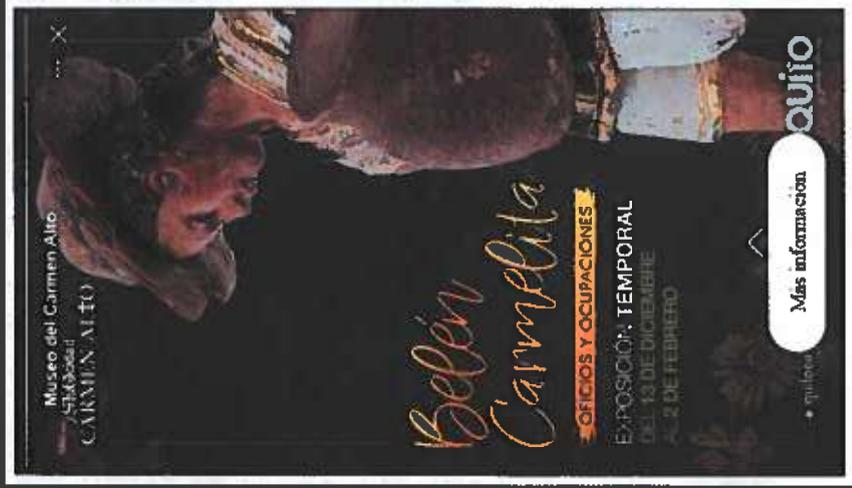
407,950 impresiones obtenidas

407,950 impresiones

\$0.37 CPM

Handwritten initials and a signature.

Museo del Carmen Alto



Formato: Story

Objetivo: Reconocimiento de marca

Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/9mHQWttn12YNYx>

\$250 invertidos

170,623 personas alcanzadas

765,472 impresiones obtenidas

765,472 impresiones

\$0.33 CPM

W CV

Museo del Carmen Alto



Formato: Carrusel

Objetivo: Clics al sitio

Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/1Q4RDGtNmPWK90R>

\$287.50 invertidos

160,159 personas alcanzadas

431,875 impresiones obtenidas

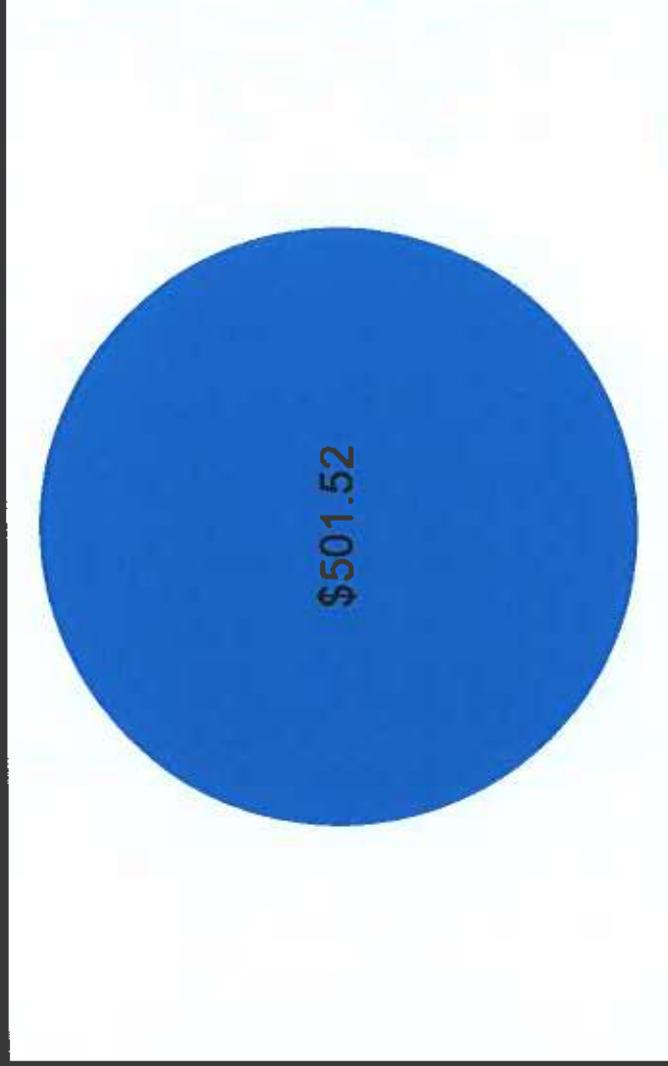
2.010 clics al sitio

\$0.14 CPC

Handwritten signature and initials.

Museo de la Ciudad

Facebook	\$501.52
----------	----------



R
CW

Museo de la Ciudad



Museo de la Ciudad
Publicidad

Vive una experiencia cultural diferente
#DescubreCadaVez en el Museo de la Ciudad

8 comentarios 44 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Formato: Video

Objetivo: Visualizaciones

Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/1Ujpfajcrrb9gW>

\$200 invertidos

67,584 personas alcanzadas

131,483 impresiones obtenidas

55,077 visualizaciones

\$0.004 CPV

W

CV

Museo de la Ciudad



Museo de la Ciudad
Publicidad

#DescubreCreativo en el Museo de la Ciudad. Un espacio de encuentro en el que vivirás experiencias ... Ver más

281 9 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

- Formato: Post
- Objetivo: Interacciones
- Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero
- URL: <https://fb.me/2uCEgS1xwh1tGke>

\$57.08 invertidos
72,621 personas alcanzadas
78,417 impresiones obtenidas
722 interacciones
\$0.08 CPI

18/12/17 CV

Museo de la Ciudad



Museo de la Ciudad
Publicidad

#DescúbreteCompartiendo en el Museo de la Ciudad. Un espacio de encuentro en el que vivirás experiencias ... Ver más

31 Me gusta Comentar Compartir

Formato: Post

Objetivo: Interacciones

Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/2yZ92u7kiR4LsDe>

\$5.75 invertidos

1,480 personas alcanzadas

2,044 impresiones obtenidas

66 interacciones

\$0.09 CPI

20

Museo de la Ciudad



Museo de la Ciudad
Publicidad · 🌐

#DescubreEnElOtro a través de la exposición temporal Migrar, conectando historias. Abierta de martes a ... Ver más

MUSEO CIUDAD

MIGRAR
conectando historias

dicciembre a marzo
Exposición temporal
Entrada libre

quincultura

👍❤️👤 354
6 comentarios 57 veces compartido

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Comparar

Formato: Post

Objetivo: Interacciones

Periodo: 13 de diciembre – 21 de enero

URL: <https://fb.me/9Nl5ZtbT8Ykfrl>

\$88.69 invertidos

53,112 personas alcanzadas

89,387 impresiones obtenidas

1,677 interacciones

\$0.05 CPI

CV

Museo de la Ciudad



Museo de la Ciudad
Publicidad

#Descubre Creativo en las actividades que el Museo ha preparado para ti. Conoce más en nuestra ... Ver más

#Descubre EnElOtro

5 Me gusta 1 vez compartido

Comentar Compartir

- **Formato:** Carrusel
- **Objetivo:** Clics al sitio
- **Periodo:** 13 de diciembre – 21 de enero
- **URL:** <https://fb.me/bGJ3e6U2uHpMCR>

\$79.64 invertidos
65,704 personas alcanzadas
120,849 impresiones obtenidas
1,737 clics al sitio
\$0.05 CPC

Y. OJ

Museo de la Ciudad



Museo de la Ciudad
Publicidad

#DescubreCreadivo en las actividades que el Museo ha preparado para ti. Conoce más en nuestra ... Ver más

MUSEO CIUDAD #DescubreCadaVez

MUSEO CIUDAD

44 2 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

- **Formato:** Carrusel
 - **Objetivo:** Clics al sitio
 - **Periodo:** 13 de diciembre – 21 de enero
 - **URL:** <https://fb.me/a7uFg1MtzrxKwL>
- \$70.36** invertidos
102,636 personas alcanzadas
182,708 impresiones obtenidas
822 clics al sitio
\$0.09 CPC

M. CV