

**MEDIA KIT**  
**(2026)**

THINK LIKE A NEW MAN  
**LIFE AND STYLE**



## ÍNDICE

**MARCA 01** **CARTA DEL EDITOR 02** **AUDIENCIA 03**  
**DISTRIBUCIÓN 04** **CONTENIDO 05** **PRODUCTOS 06**  
**CALENDARIO EDITORIAL 07** **CONTACTO 08**



MEDIA KIT  
(2025)  
LIFE&STYLE

# ¿CUÁL ES LA NUEVA ESENCIA?

Life and Style es la **plataforma** ideal para descubrir **estilo de vida, deportes, entretenimiento, cultura, diversidad, sostenibilidad y viajes**, ofreciendo contenido relevante, inspirador y práctico que acompaña la vida diaria del **hombre contemporáneo**.

En su proceso evolutivo, Life and Style da un paso más hacia el futuro, creando un **producto 360** a través de sus tres plataformas: la **revista impresa, sitio web, redes sociales**. Con nuevos formatos y visiones, Life and Style consolida una identidad en sintonía con los tiempos actuales.

# CARTA DEL EDITOR



AL MIRAR HACIA EL HORIZONTE DEL NUEVO AÑO, SIENTO UNA PROFUNDA EMOCIÓN POR LO QUE NOS DEPARA. 2025 ESTUVO LLENO DE MOMENTOS ÚNICOS, APRENDIZAJES Y NUEVAS HISTORIAS POR CONTAR, Y ESTOY SEGURO DE QUE 2026 NO SERÁ LA EXCEPCIÓN.

LO QUE MÁS DISFRUTO DE MI TRABAJO ES ESA CHISPA DE CREATIVIDAD QUE SE ENCIENDE CON CADA PROYECTO, ESA OPORTUNIDAD CONSTANTE DE EXPLORAR, APRENDER Y COMPARTIR. EN CADA PORTADA, EN CADA NOTA, EN CADA IDEA QUE SURGE, ENCUENTRO UN MUNDO DE POSIBILIDADES PARA SORPRENDER, INSPIRAR Y CONECTAR CON NUESTROS LECTORES, ALIADOS Y COLABORADORES.

PERO SI HAY ALGO QUE REALMENTE ME MOTIVA, ES LA POSIBILIDAD DE HACER DE 2026 UN AÑO MEMORABLE: UN AÑO EN EL QUE NOS ATREVAMOS A INNOVAR, A CELEBRAR LA DIVERSIDAD Y A MIRAR EL FUTURO CON ESPERANZA Y ENTUSIASMO. ES UN ESPACIO EN BLANCO, LISTO PARA LLENARSE CON NUEVAS TENDENCIAS EN MODA, BELLEZA, VIAJES, GASTRONOMÍA, ARTE, CULTURA, SOSTENIBILIDAD Y BIENESTAR. TAMBIÉN ES EL AÑO EN QUE MÉXICO SERÁ NUEVAMENTE SEDE DE UN MUNDIAL Y EN EL QUE SE HABLARÁ DE NUESTRA CULTURA, NUESTRA GASTRONOMÍA Y NUESTRAS TRADICIONES EN TODO EL MUNDO.

NUESTRO COMPROMISO ES SEGUIR CREANDO CONTENIDO QUE REFLEJE LO MEJOR DE CADA UNO, QUE PROMUEVA INCLUSIÓN Y RESPETO, Y QUE INSPIRE A TODOS A IMAGINAR UN MAÑANA MEJOR. PORQUE, AL FINAL DEL DÍA, LO QUE MÁS DESEO ES QUE CADA UNA DE NUESTRAS ACCIONES EN ESTE AÑO NOS ACERQUE MÁS A NUESTROS SUEÑOS.

2026 NOS INVITA A HACER LAS COSAS MEJOR, A SOÑAR EN GRANDE Y A CONVERTIR ESAS IDEAS EN REALIDAD. ESTAMOS LISTOS PARA ESCRIBIR JUNTOS UN CAPÍTULO LLENO DE INNOVACIÓN, ALEGRÍA Y SIGNIFICADO.

**PEDRO AGUILAR**



Target:

## **HOMBRE SIN ETIQUETA**

Edad:

<b>35%</b>	<b>40%</b>
<b>24-34</b>	<b>35-47</b>

años

Género:

<b>60%</b>	<b>40%</b>
Hombres	Mujeres

**A+, B**

Nivel socioeconómico

**Alto**

Nivel educativo

# AUDIENCIA

Afición por:

**Viajes**  
**Moda**  
**Tecnología**  
**Bienes de lujo**  
**Gastronomía**  
**Arte**  
**Deportes premium**

(polo, tenis, padel, golf)  
y en menor escala deportes masivos  
(soccer, baseball, basketball,  
americano)

Se habla de la mujer  
y el hombre en los  
mismos términos.

Tiraje: **65.000**

Suscriptores: **12.000**

Pass Along: **3.6**

Audiencia Total: **234.000**

---

Género:

**65%** HOMBRE

**35%** MUJER

NSE: **A/B 80%, C+ 20%**

---

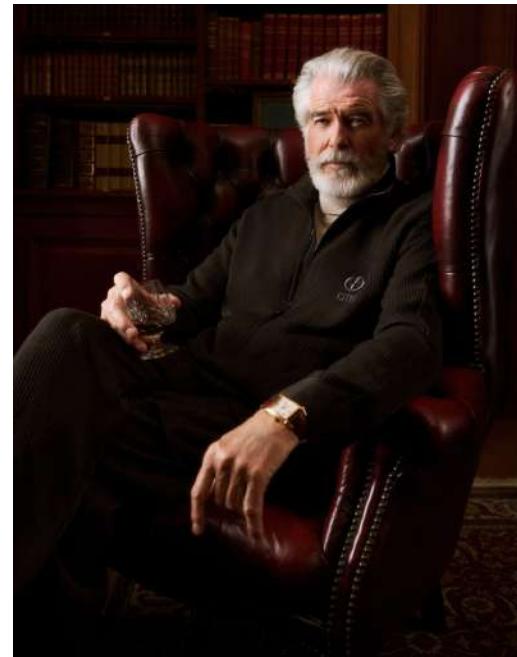
Edad:

**34% 45-64**

**33% 35-44**

**33% 25-34**

---



**33%** CUENTA CON ESTUDIO DE POSGRADO

**73%** SE DESARROLLA EN PUESTOS EJECUTIVOS



## EDAD

**23.9% 55-64**  
**21.5% 45-54**  
**17.6% 25-34**  
**15.3% 35-44**  
**11.4% 65+**

## GÉNERO

**60% HOMBRE**  
**40% MUJER**

# AUDIENCIA **DIGITAL**

## MES MÁS ALTO

**113K**  
Usuarios únicos

**137K**  
Vistas

## PROMEDIO MENSUAL

**77K**  
Usuarios únicos

**103K**  
Vistas

## RRSS

**236K**  
FACEBOOK

**57K**  
INSTAGRAM

**24K**  
X

# DISTRIBUCIÓN

## PUNTOS DE VENTA

**SANBORN'S**

**AEROPUERTOS - TIENDAS ÁREAS**

**CDMX T1 Y T2, MTY, GDL.**

**HEB**

**CHEDRAUI SELECTO**

**FRESKO**

**CITY MARKET**

## SEMBRADO ESTRATÉGICO

**SALONES PREMIER AEROPUERTO**

**UNIVERSIDADES**

**SALONES WELLNESS**

**HOTELES**

**RESTAURANTES**

**BARBERÍAS PREMIUM**



# ¿De qué habla **Life and Style?**



## Estilo de vida

Selección actualizada de moda, cuidado personal y bienestar —incluyendo salud mental y sexual— para hombres con intereses diversos, siempre con contenido relevante y de tendencia.

## Arte y diseño

Life and Style explora música, cine, arquitectura, diseño y artes, acercándose a sus principales exponentes para revelar sus historias, proyectos y procesos creativos.

## Deporte

Sigue de cerca la escena deportiva nacional e internacional. Más allá de resultados y fechas clave, ofrece una perspectiva atractiva y relevante para el hombre contemporáneo.

## Diversidad

Life and Style es una plataforma inclusiva que amplifica voces diversas con mensajes relevantes para sus audiencias, sin distinción de raza, edad, género o condición social. Es un espacio abierto para todos.

## Sostenibilidad

Life and Style mantiene un compromiso con el cuidado del planeta, impulsando iniciativas de energías renovables, economía circular y proyectos ambientales que promuevan un futuro más sostenible.

## Wellness

Impulsa el bienestar integral del hombre moderno, promoviendo wellness, self-care masculino y experiencias que combinan bienestar, lujo y estilo.



# REVISTA **PRINT**

TIRO: **+65,000**

PASS ALONG: **3.6**

EJEMPLARES DE **PASTA SUAVE**

MEDIDA **21 X 27.5**

**176** PÁGINAS

**88** PÁGINAS COUCHE 115 GRS

SPECS

**88** PÁGINAS BOND 105 GRS

# SITIO WEB

Plataforma digital con contenido interesante para hombres.

## SECCIONES

**ESTILO**  
**ENTRETENIMIENTO**  
**DEPORTES**  
**CINE Y TV**  
**MÚSICA**  
**VIAJES Y GOURMET**  
**AUTOS Y RELOJES**



# PRODUCTOS

## DIGITAL

ESPECIALES DIGITALES  
DISPLAY ESTÁNDAR  
RICH MEDIA Y PREMIUM  
RICH MEDIA  
VIDEO  
REDES SOCIALES  
BRANDED CONTENT  
NEWSLETTER

**EVENTOS** | PAQUETES INTEGRALES

## REVISTA

PÁGINAS TRADICIONALES  
INSERTOS  
CREATIVIDADES  
BRANDED CONTENT

**PROYECTOS A LA  
MEDIDA**

ACORDE A LAS NECESIDADES  
DE TU MARCA



# ESPECIAL DIGITAL



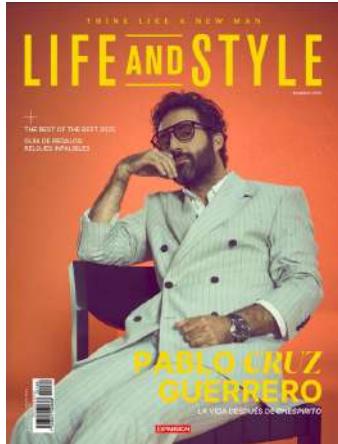
De la mano de nuestros anunciantes, **life and style** presenta especiales digitales protagonizados por **personajes relevantes** a las temáticas del momento. Haciendo uso de todos los recursos que las **plataformas digitales** ponen a nuestra disposición: **videos, galerías, audios, entrevistas rápidas**. Éstos especiales son oportunidades ideales para realizar **integraciones de marca**.

# LA PLATAFORMA IDEAL PARA EL HOMBRE CONTEMPORÁNEO

**SITIO • REVISTA PRINT (4 EDICIONES) • ESPECIALES DIGITALES • CAMPAÑA PRINT Y DIGITAL**



Portada  
**FÍSICA**  
TRIMESTRAL



# CALENDARIO EDITORIAL

- MARZO**  
*Cierre: 16 feb*
- Trend Report Spring/  
Summer 2026
- La IA en las industrias creativas
- La guía infalible de las sedes  
mundialistas de México
- JUNIO**  
*Cierre: 16 may*
- Regalos del día del padre
- Especial pride
- Reporte de relojería

- SEPTIEMBRE**  
*Cierre: 17 ago*

- Game changers
- Trend report fall/winter 2025
- Especial de autos

- NOVIEMBRE**  
*Cierre: 12 oct*

- Best of the best 2026  
(una selección de lo mejor del año)
- Guía de regalos de navidad
- Especial viajes para 2027

*\*Este calendario está sujeto a cambios sin previo aviso*

# CALENDARIO EDITORIAL

## ENERO

Especial Wellness  
Novedades de tecnología

## FEBRERO

Cobertura Super Bowl  
Especial Amor y Sexo  
Guía de regalos de San Valentín

## MARZO

Cobertura de los premios Oscar  
Tendencias spring/summer 2025  
Especial del día de la mujer

## ABRIL

Especial de sostenibilidad  
Novedades de relojería 2026

## MAYO

Guía de regalos del día de las madres

## JUNIO

Guía de regalos del Día del Padre  
Especial Pride  
Viajes para el verano

## JULIO

Misión: Cuerpo de verano

## AGOSTO

Especial Gourmet  
Especial Drinks

## SEPTIEMBRE

Tendencias Fall/Winter 2026  
Game Changers

## OCTUBRE

Especial F1  
Especial de Salud Mental

## NOVIEMBRE

Especial del Día del Hombre

## DICIEMBRE

Best of the Best  
Guía de regalos de Navidad

*\*Este calendario está sujeto a cambios sin previo aviso*

# CONTACTO

## CORREO DE VENTAS

*ventas@grupoexpansion.com*

## ROBERTO CABALLERO

DIRECTOR COMERCIAL

*roberto.caballero@grupoexpansion.com*

## ALEJANDRO LEAL

DIRECTOR COMERCIAL

*aleal@grupoexpansion.com*

## PABLO CAMPO

HEAD OF INTERNATIONAL SALES AND AGENCIES

*pablo.campo@grupoexpansion.com*

Para conocer todos los media kits de grupo expansión ingresa a  
<https://grupoexpansion.com/media-kits/>