

THINK LIKE A NEW MAN

# LIFE AND STYLE

MEDIA KIT 2022

---



THINK LIKE A NEW MAN

# LIFE AND STYLE

Marca

Carta del editor

Audiencias

Productos

Eventos

Calendario Editorial

*Specs*

Contacto

---



*Life and Style* da un paso más en su proceso evolutivo. A través de sus plataformas digitales e impresa, busca iniciar conversaciones sobre los temas que interesan a sus audiencias. Nuevos formatos y visiones convergen para consolidar la identidad de un título que late al pulso de los tiempos.

---

THINK LIKE A NEW MAN

# LIFE AND STYLE

## Queridos lectores,

A lo largo de los últimos años, *Life and Style* ha apostado por transformarse y reinventarse en todas sus plataformas. 2022 no será la excepción y nuestro equipo seguirá trabajando para encontrar esas historias que vale la pena contar, dar voz a los personajes que están marcando la diferencia y mostrar que al día de hoy hay muchas maneras de expresar nuestra masculinidad.

Los mundos de la moda, el entretenimiento, los deportes, los viajes, la relojería, los autos, los viajes y los cuidados personales, entre muchos otros, serán explorados en cada una de nuestras ediciones impresas y en nuestros canales digitales. Nuestro compromiso es aportar una mirada fresca y ser un detonador de conversaciones e intercambios que nos enriquezcan día a día.

Con el respaldo de *Grupo Expansión* y nuestra red de colaboradores expertos esta misión será alcanzable. Al final, debemos nuestra gratitud a los lectores que siguen brindándonos su confianza y, desde luego, a nuestros aliados comerciales, con quienes seguiremos trabajando de la mano para hacer que sus mensajes sean vistos y escuchados por las audiencias correctas.

*Que 2022 sea el año en que contemos más historias.*

**Pedro Aguilar Ricalde**

Editor general de Life and Style

---



# AUDIENCIA

■  
Hombre cosmopolita y sofisticado, que ha alcanzado el éxito profesional o está en camino de hacerlo, tiene interés en los temas de estilo de vida.

■  
Tiene un alto nivel económico

■  
Está interesado en marca de lujo, moda, viajes, autos, gastronomía, tecnología, relojes, grooming y deportes.

Versado en las últimas tendencias tecnológicas y de moda

Emancipado

---

Atrevido y desafiante

---

Emprendedor ávido de éxito

---

Experiencial

---

# AUDIENCIA

Sitio (UU)

700K

Print

234K

Instagram

40.8K

Twitter

25K

Facebook

226K

Mes más alto

USUARIOS  
ÚNICOS

690K

Promedio mensual

USUARIOS  
ÚNICOS

485K



1,200,000  
MENSUALES

THINK LIKE A NEW MAN

# LIFE AND STYLE

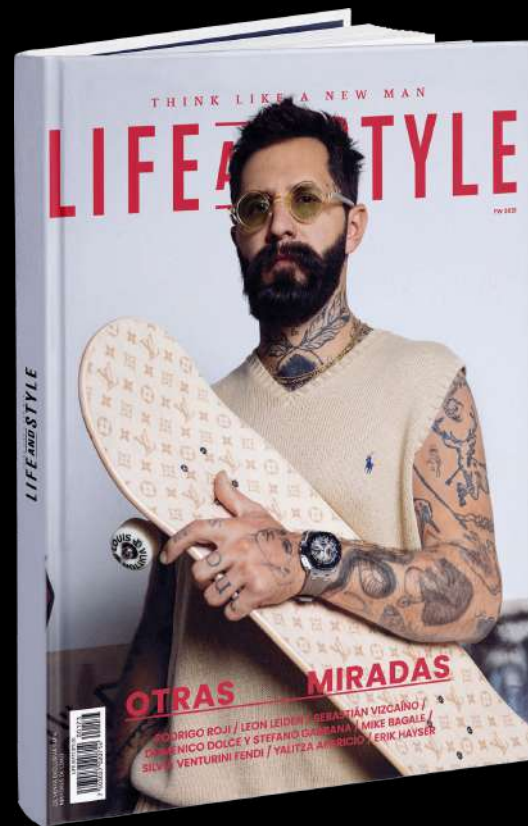
LIBRO DE LUJO

---

*Life and Style* se reinventa, pues pasa de ser una revista a un objeto de lujo -un libro de gran calidad y atractivo- que aspira a convertirse en un tomo de consulta.

Buscamos tener presencia de marcas exclusivas y, de su mano, generar contenidos relevantes que señalen las tendencias que dominarán los siguientes años

---



## LIBRO DE LUJO

---

- Este libro de lujo es una forma de ofrecer un producto de alta calidad, experiencias sustanciales y contenido atemporal, logrando que los mensajes de la marca perduren, para crear un estándar de referencia y así generar un impacto de profundidad.
- 

Tiro

65,000 ejemplares

---

Suscriptores

*Newsstand premium*

*Influencers*

Distribución controlada

---

Ejemplar de pasta dura  
acabado laminado mate.  
Medida 21 x 27.5

**208 páginas**

{104 páginas Couché 115 grs}

{104 páginas Bond 105 grs}





# AUDIENCIA PRINT



■ DISTRIBUCIÓN  
Nacional

■ TEMPORALIDAD  
Bimestral

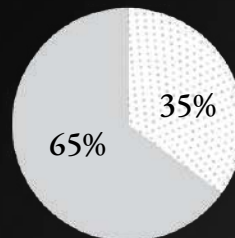
■ TIRO  
65,000

■ PASS ALONG  
3.6

■ AUDIENCIA TOTAL  
234,000

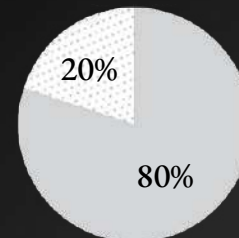
■ SUSCRIPCIONES  
12,000

GÉNERO



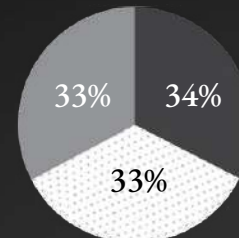
■ Hombres  
■ Mujeres

NIVEL  
SOCIOECONÓMICO



■ A/B  
■ C+

EDAD



■ 25 A 34  
■ 35 A 44  
■ 45 A 64  
65

33%

■ Cuenta con estudios  
de posgrado

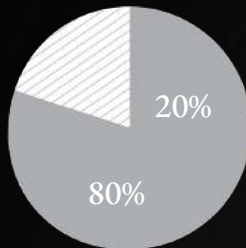
73%

■ Se desarrolla en  
puestos ejecutivos

# AUDIENCIA DIGITAL

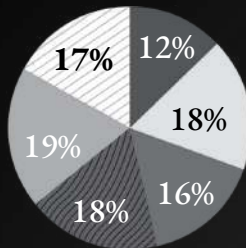


GÉNERO



- Hombres
- Mujeres

EDAD



- 18 A 25
- 25 A 34
- 35 A 44
- 45 A 54
- 55 A 64
- 65

USUARIOS ÚNICOS

690K

Mes más alto

VISITAS

851K

PÁGINAS VISTAS

992K

Promedio mensual

USUARIOS ÚNICOS

485K

VISITAS

652K

PÁGINAS VISTAS

615k

---

ALCANCE  
Digital

---

USUARIOS ÚNICOS  
700,00

---

VISITAS  
1,000,000

---

PAGE VIEWS  
1,900,000

---

# PERFIL DIGITAL



## PRINCIPALES INTERESES

Compras  
92%

Noticias y Política  
69%

Entretenimiento  
154%

Deportes  
67%

Estilo de vida  
139%

Gastronomía  
100%



## INTENCIÓN DE COMPRA

Autos  
27%

Servicios financieros  
11%

Employment  
5%

Travel  
8%

Electrónica de consumo  
6%

Telecom  
3%

# SITIO WEB

- Plataforma digital con contenido de interés para el hombre actual

## SECCIONES

Autos

Relojes

Estilo

Entretenimiento

Viajes y Gourmet

Vida



# PRODUCTOS

---

## DIGITAL

1. Display estándar, Rich Media y Premium Rich Media
2. Video
3. Redes sociales
4. Branded content
5. Newsletter

## REVISTA

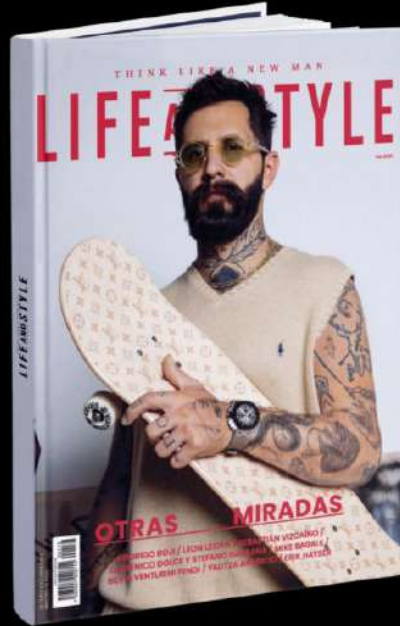
1. Páginas tradicionales
2. Insertos
3. Creatividades
4. Branded content

## EVENTOS

1. Paquetes integrales

## PROYECTOS A LA MEDIDA

1. Acorde a las necesidades de tu marca





# LA PLATAFORMA IDEAL PARA EL HOMBRE CONTEMPORÁNEO



1

Sitio

2

Libro de lujo

3

Newsletter semanal

4

Especial digital

5

Campaña print, digital y OOH

Con los siguientes pilares temáticos: Autos, Relojes, Estilo, Entretenimiento, Viajes, Gourmet y Vida

{4 ediciones}

{12}

## ESPECIALES DIGITALES



Cada mes, *Life and Style* presentará 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-, los contenidos son diseñados de manera responsiva para todo tipo de dispositivos móviles. Estos especiales son oportunidades ideales para realizar integraciones de marca.





EVENTOS

---

# DÍA DEL HOMBRE

La experiencia única y memorable que celebra quién eres, te consiente y te permite vivir un día lleno de actividades que te permitirán disfrutar de lo que más te apasiona.



## CALENDARIO EDITORIAL

*Print*

MARZO  
■  
MAYO



No. 174

Tendencias SS 2022  
Especial de cine  
Especial de viajes  
para 2022

JUNIO  
■  
AGOSTO



No. 175

Reporte de relojería  
(post Watches &  
Wonders)  
Regalos para el Día  
del Padre  
Orgullo LGBTQ+

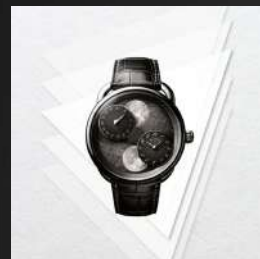
SEPTIEMBRE  
■  
NOVIEMBRE



No. 176

Tendencias FW 2022  
Especial de autos  
Hombres y mujeres  
de poder

DICIEMBRE  
■  
FEBRERO



No. 176

Reporte de relojería  
(post SIAR)  
Regalos navideños  
Especial de  
arte/diseño

# CALENDARIO EDITORIAL

WEB



## ENERO

Especial de *wellness*  
Viajes para 2022

---

## FEBRERO

Especial Amor y Sexo  
Regalos para el 14 de febrero

---

## MARZO

Tendencias SS2022  
Especial Premios Óscar

---

## ABRIL

Especial moda sustentable (*Día de la Tierra*)  
Reporte de relojería (*post Watches & Wonders*)

---

## MAYO

Regalos Día de las Madres  
Especial de música

---

## JUNIO

Orgullo LGBTQ+  
Regalos Día del Padre

---

## JULIO

Especial verano (*moda, viajes, accesorios*)  
Especial cuerpo de verano (*grooming, cuidados y ejercicio*)

---

## AGOSTO

Especial Gourmet  
Especial Drinks

---

## SEPTIEMBRE

Tendencias FW2022  
Especial diseño mexicano

---

## OCTUBRE

Reporte de novedades automotrices  
Especial Fórmula 1

---

## NOVIEMBRE

Especial Día del Hombre (*nuevas masculinidades*)  
Especial Mundial de Fútbol Qatar 2022

---

## DICIEMBRE

Regalos navideños  
*Best of the Best*

THINK LIKE A NEW MAN

# LIFE AND STYLE

DIRECTOR COMERCIAL

**Diego Alejo**

[dalejo@grupoexpansion.com](mailto:dalejo@grupoexpansion.com)

CONTACTO VENTAS

[publishing@grupoexpansion.com](mailto:publishing@grupoexpansion.com)

