

Wikén
EL MERCURIO

7 VERDADES sobre las revistas



La revista y sus avisos **permanecen**.

La publicidad **orienta** a los lectores en el proceso de compra.

La publicidad en revistas no genera rechazo, es **aceptada**.

La publicidad en revistas entrega **prestigio** a las marcas.

La publicidad en revistas es **atractiva** para los lectores.

Las revistas son un medio de gran **ubicuidad**.

Las revistas **impactan** la vida de los lectores.



LA MÁS LEÍDA



Es la revista de espectáculos y gastronomía más leída de Chile y un referente en cine, música, teatro, TV cable, restaurantes y vino.

En ella se pueden encontrar entrevistas a los protagonistas del mundo del **entretenimiento nacional e internacional**, **reportajes** a los mejores espectáculos, las **últimas tendencias culinarias** y **críticas gastronómicas y cinematográficas**.

Cada semana **190.505** lectores esperan Revista Wikén.



ENTRE COPAS

Estrenos / Críticas de películas.

Restaurantes / Críticas gastronómicas.

Canal 76 / Humor gráfico del espectáculo.

Reportajes y entrevistas / Cine, teatro, música, Tv, Tv cable, gastronomía y vinos.



MAN VS FOOD

LOS MEJORES PANES DE PASCUA 2013

Una deliciosa combinación de ingredientes que se repiten año tras año. Una tradición de Chile que se repite año tras año. Este año, los favoritos fueron: el pan de azúcar, el pan de pasqua y el pan de pasqua de pasqua.

1 PAN DE PASCUA

2 PAN DE PASCUA

3 PAN DE PASCUA

4 PAN DE PASCUA

5 PAN DE PASCUA

6 PAN DE PASCUA

7 PAN DE PASCUA

8 PAN DE PASCUA

9 PAN DE PASCUA

10 PAN DE PASCUA

Los mejores panes de pascua

GRANDES TINTOS A PRECIOS PEQUEÑOS

Una selección de los mejores vinos de Chile que se repiten año tras año. Una tradición de Chile que se repite año tras año. Este año, los favoritos fueron: el vino de pasqua, el vino de pasqua y el vino de pasqua.

1 VINO DE PASCUA

2 VINO DE PASCUA

3 VINO DE PASCUA

4 VINO DE PASCUA

5 VINO DE PASCUA

6 VINO DE PASCUA

7 VINO DE PASCUA

8 VINO DE PASCUA

9 VINO DE PASCUA

10 VINO DE PASCUA

Vinos

CATEGORIA MEJOR CHEF

Una selección de los mejores chefs de Chile que se repiten año tras año. Una tradición de Chile que se repite año tras año. Este año, los favoritos fueron: el chef de pasqua, el chef de pasqua y el chef de pasqua.

1 MEJOR CHEF

2 MEJOR CHEF

3 MEJOR CHEF

4 MEJOR CHEF

5 MEJOR CHEF

6 MEJOR CHEF

7 MEJOR CHEF

8 MEJOR CHEF

9 MEJOR CHEF

10 MEJOR CHEF

Los mejores chef y restaurantes

LAS MEJORES EMPANADAS

Una selección de las mejores empanadas de Chile que se repiten año tras año. Una tradición de Chile que se repite año tras año. Este año, los favoritos fueron: la empanada de pasqua, la empanada de pasqua y la empanada de pasqua.

1 MEJORES EMPANADAS

2 MEJORES EMPANADAS

3 MEJORES EMPANADAS

4 MEJORES EMPANADAS

5 MEJORES EMPANADAS

6 MEJORES EMPANADAS

7 MEJORES EMPANADAS

8 MEJORES EMPANADAS

9 MEJORES EMPANADAS

10 MEJORES EMPANADAS

Las mejores empanadas



ENTRE COPAS

Nominaciones a los premios **MAGs 2013**, por **Mejor Portada de Suplemento:** Charly García (18 mayo 2012) y Woody Allen (10 agosto 2012).

Tenedores Wikén

Los restaurantes chilenos validan el concepto de calificación de nuestra revista.

Rankings

Wikén se impuso en los rankings gastronómicos - Empanadas, restaurantes, vinos, pan de pascua y otros-.

OPENSTAR



Principal **festival de cine al aire libre** que presenta en el mes de Enero las películas con más nominaciones a los Premios Oscar y algunos estrenos absolutos.

Las mejores tardes de cine son acompañadas por una gran muestra de bares y restaurantes.



Es la primera fiesta de **NUESTRA COCINA**, en donde se valoran las raíces y tradiciones así como nuestros productos de norte a sur de Chile.

Se agrupan restaurantes, expositores y productores gourmet en una gran feria familiar que recorre y conoce desde el limón de pica de Pica, las langostas de Juan Fernández, chivitos de la zona central, papas de Chiloé, hasta llegar a comer un cordero al palo y una entrada de centolla de Magallanes.



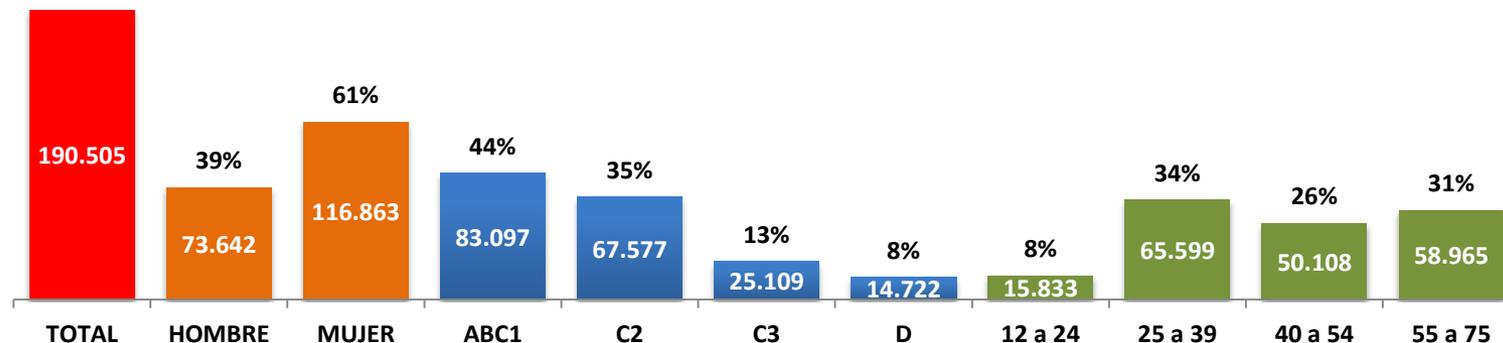
HOUSE OF CARDS

Revista Wikén es leída todos los viernes por más de **190 mil lectores**.

Se posiciona fuertemente en los segmentos **ABC1C2 (79%)**.

Es una revista **transversal**: un 39% de sus lectores son hombres y un 61% son mujeres.

Alcanza una **audiencia transversal en lectores mayores de 25 años**.



LOS LECTORES



JULIE & JULIA

89% Educación Superior

64% Trabaja

67% Casados

31% Compra productos nuevos para ver como son.

45% Tiene una dieta muy saludable.

44% Le gusta cocinar y experimentar nuevas recetas.



IRONMAN 3

Actividades recreativas

69% Reunirse con amigos.

68% Salir a comer.

46% Ir a centros comerciales.

7% Ir a conciertos musicales.

44% Salir al cine.

6% Ir al museo o exposiciones.

COMPORTAMIENTO DE COMPRA



Análisis del comportamiento de compra de los lectores:

- **Estudio*:** EGM (Estudio General de Medios) de Ipsos, ola enero – junio 2013.
- **Muestra teórica:** 9.416
- **Universo:** Gran Santiago y Regiones (Iquique, Antofagasta, La Serena/Coquimbo, Valparaíso/Viña del Mar, Concepción/Talcahuano, Temuco).
- **Universo ABC1C2 25+ años:** 1.714.009 personas.
- **Lectores Wikén últimos 6 meses ABC1C2 25+ años:** 243.951

(*) Nota: Para la categoría de computadores se considera como fuente el estudio TGI de KMR, puesto que el EGM no recaba esta información.

CONSUMO MASIVO



Se observa **oportunidad de crecimiento** en diversas categorías, al comparar el porcentaje de consumidores entre los lectores de Wikén ABC1C2 25+ años vs el total del segmento:

- **16%** de lectores de Wikén son consumidores de **snacks** vs **31%** del segmento.
- **24%** son consumidores de **galletas cocktail/saladas** vs **39%** del segmento.
- **27%** consumen **papas fritas envasadas** vs **39%** del segmento.
- **36%** consumen **bombones** vs **47%** del segmento.

CONSUMO MASIVO



Un **mayor porcentaje de los hogares lectores de Wikén son consumidores** de productos de distintas categorías en comparación al total del segmento, categorías establecidas en las cuales hay espacio para aumentar frecuencia y participación de mercado:

- **79%** de lectores de Wikén son consumidores de **aceite de oliva** vs **64%** del segmento.
- **59%** son consumidores de **vino en botella** vs **47%** del segmento.
- **49%** consumen **detergente líquido** vs **41%** del segmento.
- **55%** consumen **pan envasado** vs **48%** del segmento.

BEBIDAS ALCOHÓLICAS



MAD MEN

El **41%** de los lectores son consumidores de vino, mientras que el **49%** consume cerveza.

Entre otras bebidas alcohólicas, las preferidas por los lectores son **pisco, ron y whisky**.



Los lectores de Wikén presentan mayor afinidad con los aparatos tecnológicos para el hogar en comparación al total del segmento ABC1C2 25+ años :

- **31%** de los lectores de Wikén poseen **lavavajillas** vs **22%** del segmento.
- **53%** de los lectores de Wikén poseen **picadoras** vs **47%** del segmento.
- **31%** posee **minipimer** vs **26%** del segmento.
- **61%** posee **secadora de ropa** vs **57%** del segmento.

CELULARES



TED

En comparación con el total del segmento ABC1C2 25+ años, un mayor porcentaje de los lectores de Wikén poseen un celular con **plan (85% vs 68%)**.

Las características más usadas de los teléfonos celulares son los **mensajes de texto, toma de fotografías/videos y navegar en internet (45%, 40% y 27% respectivamente)**.

(*) Segmento ABC1C2 25 y más años que poseen un celular / Lectores revista Wikén ABC1C2 25 y más años que poseen un celular.
Fuente: EGM enero - junio 2013.

COMPUTADORES



RED SOCIAL

El **80%** de los lectores poseen al menos un computador en su hogar.

Los factores **más importantes** para la elección de un computador son las **recomendaciones, precio y experiencia anterior.**



VOLVER AL FUTURO

17.026 lectores de Wikén declaran que **planean comprar un automóvil en los próximos 3 meses.**

Los factores que consideran importantes para la decisión de compra son el **precio, la seguridad y la comodidad de sus interiores.**

CARACTERÍSTICAS



Día de circulación: Viernes.

Cobertura: Nacional.

Circulación: 161.349 ejemplares*.

Formato: 28,4 cm x 26,2 cm (alto x ancho)

Papel: Diario 48,8 g

Color: B/N y color.

Cierre recepción de avisos: Miércoles 12:00 hrs.

(*) Fuente: Valida, para el periodo comprendido entre el 01 de Julio y el 31 de Diciembre del 2013.



Tema	Mes	Día Circulación	Día Cierre
Enamorados	Febrero	07-02-2014	05-02-2014
Especial Viña del Mar	Febrero	14-02-2014	12-02-2014
Lollapalooza*	Marzo	21-03-2014	18-03-2014
Especial Vinos y Quesos	Abril	11-04-2014	09-04-2014
Especial Madre	Mayo	02-05-2014	30-04-2014
Especial Padre	Junio	06-06-2014	04-06-2014
Especial Restaurantes	Julio	18-07-2014	16-07-2014
Especial Destilados	Agosto	29-08-2014	27-08-2014
Especial Fiestas Patrias	Septiembre	12-09-2014	10-09-2014
Especial Cervezas	Octubre	24-10-2014	22-10-2014
Especial Vinos	Noviembre	14-11-2014	12-11-2014
Especial Fin de Año	Diciembre	12-12-2014	10-12-2014
Especial Aniversario 32 años	Diciembre	26-12-2014	24-12-2014

(*) Circula como edición adicional a Wikén.

TARIFAS



EL HOMBRE DE ACERO

The collage features several elements: a 'RESTAURANTES' section with articles on 'Da Carla' and 'Johnny Rockets'; a 'CANAL 76' cartoon titled 'MOMOS EN EL MUNDO'; a 'WIKÉN' logo; and a Medalla Real wine advertisement with the text 'Bienvenido a los mejores momentos' and 'MEDALLA REAL Santa Rita'.

Página

Par: \$ 2.384.103

Impar: \$ 2.726.797

Valores brutos, no incluyen IVA.

Wikén
EL MERCURIO

TARIFAS



Media página horizontal

Par: \$ 1.331.537

Impar: \$ 1.566.514

Valores brutos, no incluyen IVA.



¼ página

Par: \$ 927.099

Impar: \$ 1.039.815

Valores brutos, no incluyen IVA.

Wikén
EL MERCURIO

AUSPICIOS



31 MINUTOS



Sección Estrenos

Reseña y crítica de los estrenos cinematográficos.

\$ 2.411.508

*Considera 4 publicaciones consecutivas.
Valores brutos, no incluyen IVA.



Sección Elegidos

Los mejores tips y novedades en el mundo del cine, teatro, series de TV, música, gastronomía y panoramas.

\$ 2.411.508

*Considera 4 publicaciones consecutivas.
Valores brutos, no incluyen IVA.

Wikén
EL MERCURIO

AUSPICIOS



Sección La mesa del pellejo

Columna de Sabine Drysdale

\$ 2.411.508

*Considera 4 publicaciones consecutivas.

Valores brutos, no incluyen IVA.



Sección Restaurantes

Novedades y críticas del mundo gourmet.

\$ 1.233.092

*Considera 4 publicaciones consecutivas.

Valores brutos, no incluyen IVA.

Wikén
EL MERCURIO

PROPUESTA



MONSTERS UNIVERSITY

CONTACTO



CONTACT

Carmen Gloria Cuevas

(56-2) 2330 1620

9 539 1157

carmengloria.cuevas@mercurio.cl

Wikén
EL MERCURIO