

REVISTA DEL  
**CAMPO**  
EL MERCURIO

Presentación  
**2012**





# 7 Verdades sobre las revistas

"Revistas Marcas con engagement" (ANP y Universidad de los Andes).

Las revistas y sus avisos  
**permanecen**

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

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

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

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

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

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





# Revista del Campo

*es la única revista dedicada al mundo del agro*

- Abarca las áreas **agrícola, forestal y veterinaria**.
- Sus principales lectores son **empresarios y productores del rubro**, ya que en ella pueden encontrar las **tendencias, desafíos y oportunidades de la industria**, tanto en Chile como en el extranjero.



Cada semana  
**124.000 hogares**  
esperan revista del Campo

Fuente: VALIDA, para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 30 de junio de 2012.



# Lectoría





# Sólo en Santiago Revista del Campo

es leída todos los lunes por más de 94 mil lectores

Fuente: IPSOS, febrero a julio 2012 (Universo: Gran Santiago).

- Revista del Campo se posiciona fuertemente en los segmentos **ABC1C2 (83%)**
- Es una revista **transversal**: un 52% de sus lectores son hombres y un 48% son mujeres.
- Sus lectores son principalmente mayores de 25 años.

**TODOS 94.639**



**52%**



**HOMBRES 48.948**

**48%**



**MUJERES 45.691**

**56%**



**ABC1**  
53.442

**28%**



**C2**  
26.652

**7%**



**C3**  
6.779

**8%**



**D**  
7.766

**10%**



**12-24  
AÑOS**  
9.897

**15%**



**25-39  
AÑOS**  
13.892

**31%**



**40-54  
AÑOS**  
28.905

**44%**



**55-75  
AÑOS**  
41.945



*Conociendo a los Lectores*

# Perfil, opiniones y actitudes



REVISTA DEL  
**CAMPO**  
EL MERCURIO



# Conoce a nuestros lectores

ABC1C2 mayores de 25 años

Fuente: TGI ola II 2011 + ola I 2012.

## Estado civil

**45%** casado(a).

## Nivel Académico

**59%** Magister / Doctorado / Postgrado / Universitaria o Licenciatura completa.

## Ocupación

**85%** trabaja.

## Actividades recreativas

**41%** escuchar música.

**21%** comer en un restaurante.

**19%** leer libros.

**19%** asistir a eventos culturales.



# Opiniones y actitudes

Lectores ABC1C2 mayores de 25 años

Fuente: TGI ola II 2011 + ola I 2012.

**79%** cree que es importante que una compañía opere con ética.

**78%** piensa que es muy importante estar bien informado.

**73%** cree que se debe aprovechar las oportunidades cuando surgen en la vida.

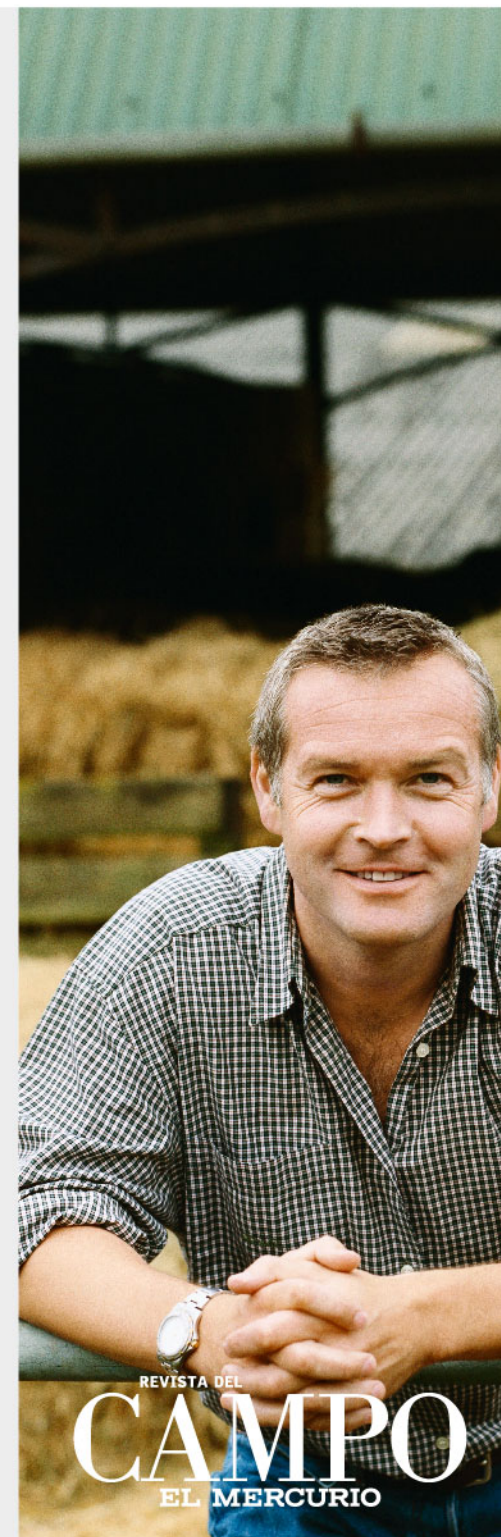
**72%** piensa que es importante seguir aprendiendo cosas nuevas.

**70%** cree que es importante respetar las tradiciones y costumbres.

**62%** le interesan los eventos internacionales.

**59%** trata de mantenerse al día con los avances tecnológicos.

**52%** generalmente planifica bien la compra de productos costosos.





*Revista del Campo*

# Características



REVISTA DEL  
**CAMPO**  
EL MERCURIO

# Características

## CIRCULACIÓN

*Lunes - 124.000 ejemplares.*

## FORMATO

*28,4 cm x 26,2cm.*

## PAPEL

*Diario 48,8 gr.*

## COLOR

*B/N y color.*

## CIERRE RECEPCIÓN DE AVISOS

*Miércoles 18:00 hrs.*



REVISTA DEL  
**CAMPO**  
EL MERCURIO



# Especiales

	DÍA CIRCULACIÓN	DÍA CIERRE
<b>BERRY</b> <i>Octubre</i>	22- 10 -2012	17- 10 -2012
<b>INOCUIDAD Y SUSTENTABILIDAD</b> <i>Noviembre</i>	12- 11 -2012	07- 11 -2012



# Tarifas

Valores brutos, no incluyen IVA.



## NOMBRE

*Página.*

## MÓDULO

CA 12x6.

## TAMAÑO

28,4 cm x 26,2 cm.

## SECCIÓN

*Varias secciones.*

## TARIFAS B/N

Par: \$ 2.833.044

Impar: \$ 3.332.994

## TARIFAS COLOR

Par: \$ 3.202.752

Impar: \$ 3.702.702





# Tarifas

Valores brutos, no incluyen IVA.



## NOMBRE

Media Página Horizontal.

## MÓDULO

CA 06x6.

## TAMAÑO

14,5 cm x 26,2 cm.

## SECCIÓN

Varias secciones.

## TARIFAS B/N

Par: \$ 1.942.551

Impar: \$ 2.285.355

## TARIFAS COLOR

Par: \$ 2.312.259

Impar: \$ 2.655.063



## NOMBRE

Media Página Vertical.

## MÓDULO

CA 12x3.

## TAMAÑO

28,4 cm x 12,9 cm.

## SECCIÓN

Varias secciones.

## TARIFAS B/N

Par: \$ 1.942.551

Impar: \$ 2.285.355

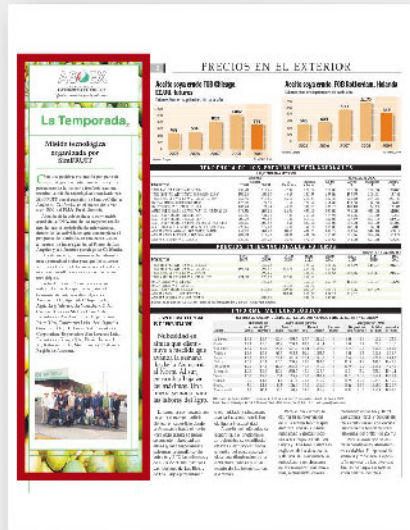
## TARIFAS COLOR

Par: \$ 2.312.259

Impar: \$ 2.655.063

# Tarifas

Valores brutos, no incluyen IVA.



## NOMBRE

Tercio Página Vertical.

## MÓDULO

CA 12x2.

## TAMAÑO

28,4 cm x 8,5 cm.

## SECCIÓN

Varias secciones.

## TARIFAS B/N

Par: \$ 1.243.684

Impar: \$ 1.463.158

## TARIFAS COLOR

Par: \$ 1.484.798

Impar: \$ 1.704.272



## NOMBRE

Cuarto de página.

## MÓDULO

CA 06x3.

## TAMAÑO

14,5 cm x 12,9 cm.

## SECCIÓN

Varias secciones.

## TARIFAS B/N

Par: \$ 931.823

Impar: \$ 1.096.263

## TARIFAS COLOR

Par: \$ 1.172.937

Impar: \$ 1.337.377



# Tarifas

Valores brutos, no incluyen IVA.



## NOMBRE

Huincha Pie de Página.

## MÓDULO

CA 02x6.

## TAMAÑO

4,6 x 26,2 cm.

## SECCIÓN

Varias secciones.

## TARIFAS B/N

Par: \$ 619.400  
Impar: \$ 728.706

## TARIFAS COLOR

Par: \$ 780.142  
Impar: \$ 889.448



## NOMBRE

Rectángulo pequeño.

## TAMAÑO

9,5 x 8,5 cm.

## TARIFAS B/N

Par: \$ 323.132  
Impar: \$ 380.156

## MÓDULO

CA 04x2.

## SECCIÓN

Sección ofertas.

## TARIFAS COLOR

Par: \$ 483.874  
Impar: \$ 540.898



## NOMBRE

Rectángulo pequeño.

## TAMAÑO

4,6 x 4 cm.

## TARIFAS B/N

Par: \$ 82.661  
Impar: \$ 97.249

## MÓDULO

CA 02x1.

## SECCIÓN

Varias secciones.

## TARIFAS COLOR

Par: \$ 243.403  
Impar: \$ 257.991

REVISTA DEL  
**CAMPO**  
EL MERCURIO

Presentación  
**2012**

