



GENTLEMEN'S QUARTERLY

MEDIA
KIT

2020

MÉXICO Y LATINOAMÉRICA



Foto: Ben Lamberty.

CONDÉ NAST

CON MÁS DE **100 AÑOS** DE HISTORIA
Y CON PRESENCIA EN **28 MERCADOS**

Condé Nast es el grupo editorial más importante del mundo contando, en México y Latinoamérica, con un portafolio de marcas como Architectural Digest, Glamour, GQ y Vogue.

Siempre a la vanguardia, Condé Nast se posiciona como la editorial por excelencia a nivel mundial, alcanzando a más de 270 millones de consumidores como líder de opinión ante su audiencia, llegando a tener incluso un 26% más de injerencia que Google y Facebook en la intención de compra.

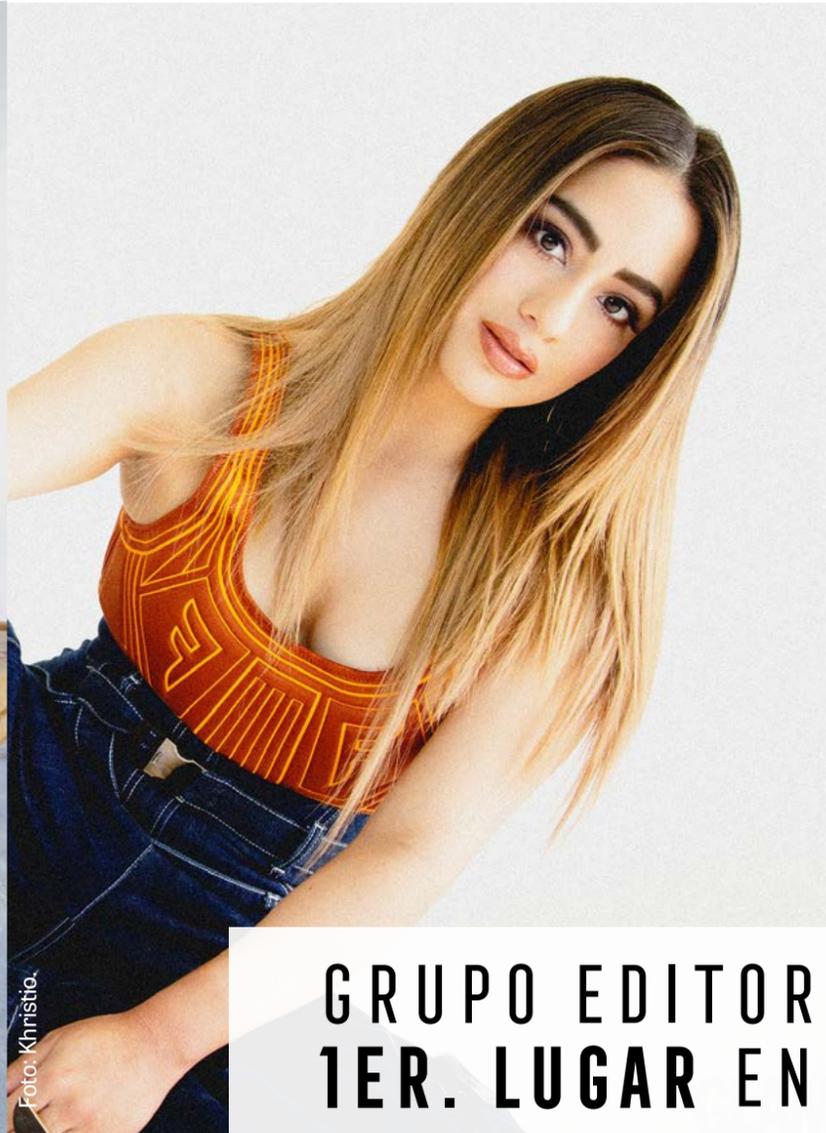
Nuestro objetivo es conectar a los lectores con productos y experiencias de marca a través de un contenido de calidad, auténtico e influyente para quienes buscan inspirarse. La excelencia, la innovación, la exclusividad y la pasión marcan nuestros valores.

Fuente: Media Post, 2018. Think with Google, 2018. Condé Nast, 2018.

AD **GLAMOUR** **GQ** **VOGUE**
ARCHITECTURAL DIGEST

CONDÉ NAST

MÉXICO Y LATINOAMÉRICA



GRUPO EDITORIAL SITUADO EN
1ER. LUGAR EN LIFESTYLE POR

COMSCORE CON 3,827,000 DE AUDIENCIA



EL PODER ES PRINT & DIGITAL

Las revistas son un medio importante de referencia para las audiencias, especialmente por su capacidad de intervenir en decisiones de compra. Varios estudios señalan que la fase de consideración es la etapa del ciclo de compra en que las personas invierten el mayor tiempo.



En cuanto a la publicidad en revistas, el **69%** de los lectores presta más atención a esta cuando proviene de fuentes que conoce y en las que confía. Asimismo, posterior a la exposición publicitaria, el **34%** recurre al sitio web del anunciante y el **33%** busca más información de los productos.

De acuerdo con encuestas realizadas en México, **84%** de las personas lee revistas de manera periódica, del cual **47%** lo hace para informarse y **23%** para entretenerse.

El **40%** de los lectores gasta un promedio de **\$2.68 USD y \$5.26 USD** mensuales en revistas, mientras que **42%** gasta entre \$5.31 USD y \$10.52 USD en el mismo periodo.

Fuente: Q Factor, 2015. Condé Nast, 2018. Merca 2.0, 2017.

UN MUNDO DE POSIBILIDADES

COMUNICACIÓN

Revistas | Suplementos
Fotografía | Communities

DIGITAL

Social Media | Video
Websites | Data

EXPERIENCIAS

Eventos | White label
Branded Content
Customer Experiences



UNIVERSO GQ

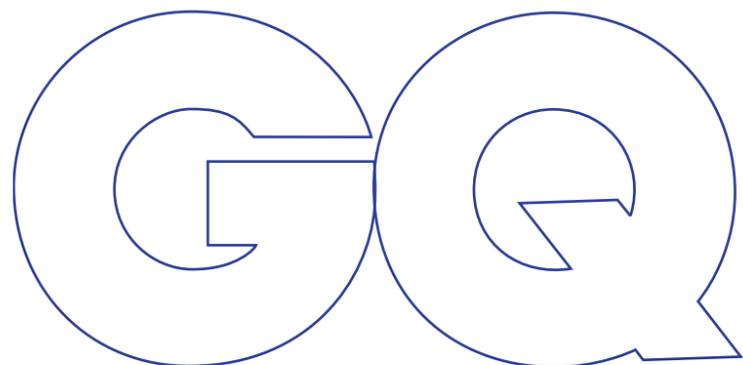


Foto: Manuel Zúñiga.

LA GUÍA DE MODA Y ESTILO DE VIDA PARA EL HOMBRE CONTEMPORÁNEO

Con más de 50 años de experiencia en el mercado global, GQ es la marca que inspira y ayuda al hombre de hoy a tomar decisiones y estar informado sobre moda, tecnología, sexo, salud, gastronomía y negocios. A través de un diseño único e innovador, GQ ofrece al público, material de los mejores expertos, escritores y fotógrafos a nivel mundial convirtiéndose en ese aliado que uno necesita tener cerca.

DIRIGIENDO AL HOMBRE



Egresado de la licenciatura de Geografía e Historia Moderna y con una Maestría en Estudios Europeos por la Universidad de Wolverhampton, Reino Unido, Urbano cuenta con 21 años de experiencia en el mundo editorial y comercial. Trabajó como Editor de Vanity Fair para Condé Nast España y como subdirector de Vanity Fair México. En noviembre de 2017 fue nombrado director editorial de GQ México y Latinoamérica.

Su vasta experiencia periodística en el grupo y su pasión por la moda, lujo y estilo de vida le convierten en un portavoz líder en el sector editorial masculino.

URBANO HIDALGO



AUDIENCIA




USUARIOS ÚNICOS
2,334,025


FOLLOWERS
2,441,230


LECTORÍA
1,073,756

TOTAL 5,849,011

LIDERAZGO
41%*
ADVERTISING
SHARE EN
REVISTAS
MASCULINAS

Fuente: Google Analytics Premium 2019 + monitoreo de redes sociales junio 2019.
Lectoría calculada en base a auditoría de circulación por IVM + estudio de IPSOS.
* Páginas de publicidad en revistas masculinas, periodo enero-diciembre 2016.
Set de competencia: Esquire, Gentleman y Life And Style.

PERFIL GQ

39% 25-34 años

35% 35-44 años

27% 45+ años

70% pertenece a un demográfico **A/B**.

86% tiene casa propia

85% cree que la planeación **FINANCIERA** es prioridad

88% considera tener **ESTILO** propio



Foto: Ricardo Ramos.

AL HOMBRE GQ:

LE GUSTA CONOCER EL MUNDO

92% viaja por placer o negocio, y cuando lo hace, el **96%** visita restaurantes.

ES PRECAVIDO

91% tiene algún tipo de seguro pagado por él.

Todos hacen uso de servicios financieros y tienen alguna **tarjeta bancaria.**

Todos los lectores cuentan con un **automóvil propio.**

Al hacer compras, el **67% lo hace por internet.**

88% disfruta de un buen coctel.

SUS COMPRAS DE LUJO SE DIVIDEN EN:

Accesorios (**67%**)
Perfumes (**85%**)
Calzado (**65%**)

ENTRE LOS PASATIEMPOS FAVORITOS ESTÁN:

Ir a bares o antros (**72%**)
Comer en restaurantes (**100%**)
Leer libros (**97%**)
Hacer ejercicio (**89%**)
Ir de compras (**100%**)

77%

de nuestra audiencia es **fiel a las marcas.**

60%

está dispuesto a pagar por **ropa de marca.**

TODOS NUESTROS LECTORES HAN COMPRADO ARTÍCULOS DE LUJO, Y EL **76%** CONSIDERA QUE ÉSTOS SON SÍMBOLO DE ESTATUS.

PERFIL **GQ**

VISITAS	EDAD / AÑOS
44%	25-34
24%	35-44
12%	45-54
8%	55-64

GQ.COM



USUARIOS ÚNICOS
2,334,025



PÁGINAS VISTAS
7,259,582



VISITAS
3,537,549

Fuente: Google Analytics Premium y Comscore 2018-2019.



Foto: Ben Lamberty.

VELOCIDAD AL MÁXIMO:

42%

han buscando un **AUTOMÓVIL** con interés de compra

JUGADOR EMPEDERNIDO:

31%

están interesados en los **VIDEOJUEGOS**

EL SOUNDTRACK GQ:

49%

adora la **MÚSICA**

SIEMPRE EN CONEXIÓN:

45%

se considera fanático de la **TECNOLOGÍA**

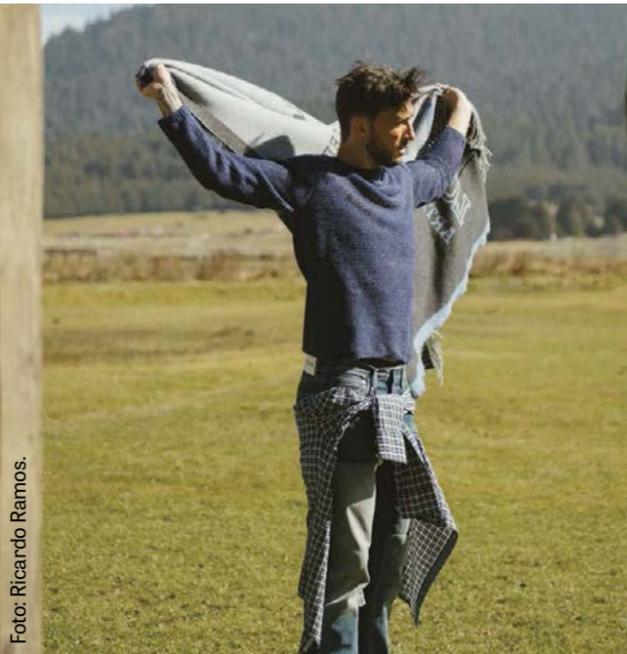


Foto: Ricardo Ramos.



Foto: Justin Bettman.



Foto: Santiago Ruisenor.



Foto: Emmanuel Monsalve.



Foto: Ben Lamberty.

UN HOMBRE EXPLORADOR:

38%

se interesa por **VIAJES**

23% han buscado viajes con fines de compra, principalmente con destino a **NORTEAMÉRICA, ASIA Y LATINOAMÉRICA**

TREND LEADER:

68%

son los usuarios que marcan la **TENDENCIA** para todos los demás, desde a que lugares acudir, que ropa vestir, que vino tomar, a donde viajar, etc.

SPORTSMEN:

80%

son fanáticos de algún **DEPORTE**, practicándolos o simplemente siguiéndolos. El fútbol de ligas europeas y locales es uno de los favoritos

FANÁTICOS DEL CUIDADO PERSONAL:

50%

son apasionados del **CUIDADO PERSONAL**, comprando todos lo necesario para verse de la mejor manera posible

ENTUSIASTAS DEL ENTRETENIMIENTO:

60%

siempre están al día con los estrenos de series, películas, conciertos y todo lo relacionado al mundo del **ENTRETENIMIENTO**

REDES SOCIALES



FACEBOOK
1,063,578

INSTAGRAM
326,809

TWITTER
1,050,843



Fotos: Ricardo Abrahao.

COMPETENCIA	f	Instagram	Twitter
ESQUIRE	504,665	116,841	44,354
GENTLEMAN	50,901	11,363	1,175
LIFE & STYLE	227,226	28,524	24,968

Fuente: Social Media y Comscore 2019.

GQ CALENDARIO EDITORIAL 2020



FEBRERO

Arranca el año
viéndote bien



MARZO

Nuevos lanzamientos

ABRIL

Especial relojes

+ SUPLEMENTO
GQ STYLE

MAYO

Preparándonos
para las vacaciones

JUNIO

Todo para
el padre moderno

JULIO

Las mejores
tendencias de moda
para esta temporada

+ SUPLEMENTO
GQ MOTORS

AGOSTO

Adiós al verano

SEPTIEMBRE

Accesorios de temporada

+ SUPLEMENTO
GQ STYLE

OCTUBRE

Amplifica tu armario
(todos los trucos)

NOVIEMBRE

Autos que superan expectativas

DIC '20-ENE '21

Fin de año

83%

DE LOS SUSCRIPTORES
DE GQ SON HOMBRES

COMPOSICIÓN BULK Y EMPRESAS:

Boutiques: **53%**
Clínicas: **18%**
Salas de belleza: **18%**
Aerolíneas: **3%**
Spas: **2%**
Otros: **6%**



Foto: Ben Lamberty.

CIRCULACIÓN CONTROLADA:

Consultorios médicos: **30.82%**
Salones VIP aeropuertos: **24.82%**
Hoteles: **12.81%**
Salones de belleza: **7.49%**
Aerolíneas (vuelos a bordo): **5.98%**
Restaurantes: **4.49%**
Club deportivo: **3.72%**
Barberías: **2.19%**
Club ejecutivo: **2.09%**
Boutiques: **1.73%**
Hospitales: **1.52%**
Salones bancarios: **1.57%**
Universidades: **0.40%**
Corporativos: **0.21%**
Mueblerías: **0.17%**



Foto: Ram Martínez.

MOTORS

JULIO

El suplemento que reúne lo mejor en automóviles, yates, aviones, motocicletas, y más. GQ te muestra las opciones que están creando tendencia; una combinación única entre tecnología y estilo.

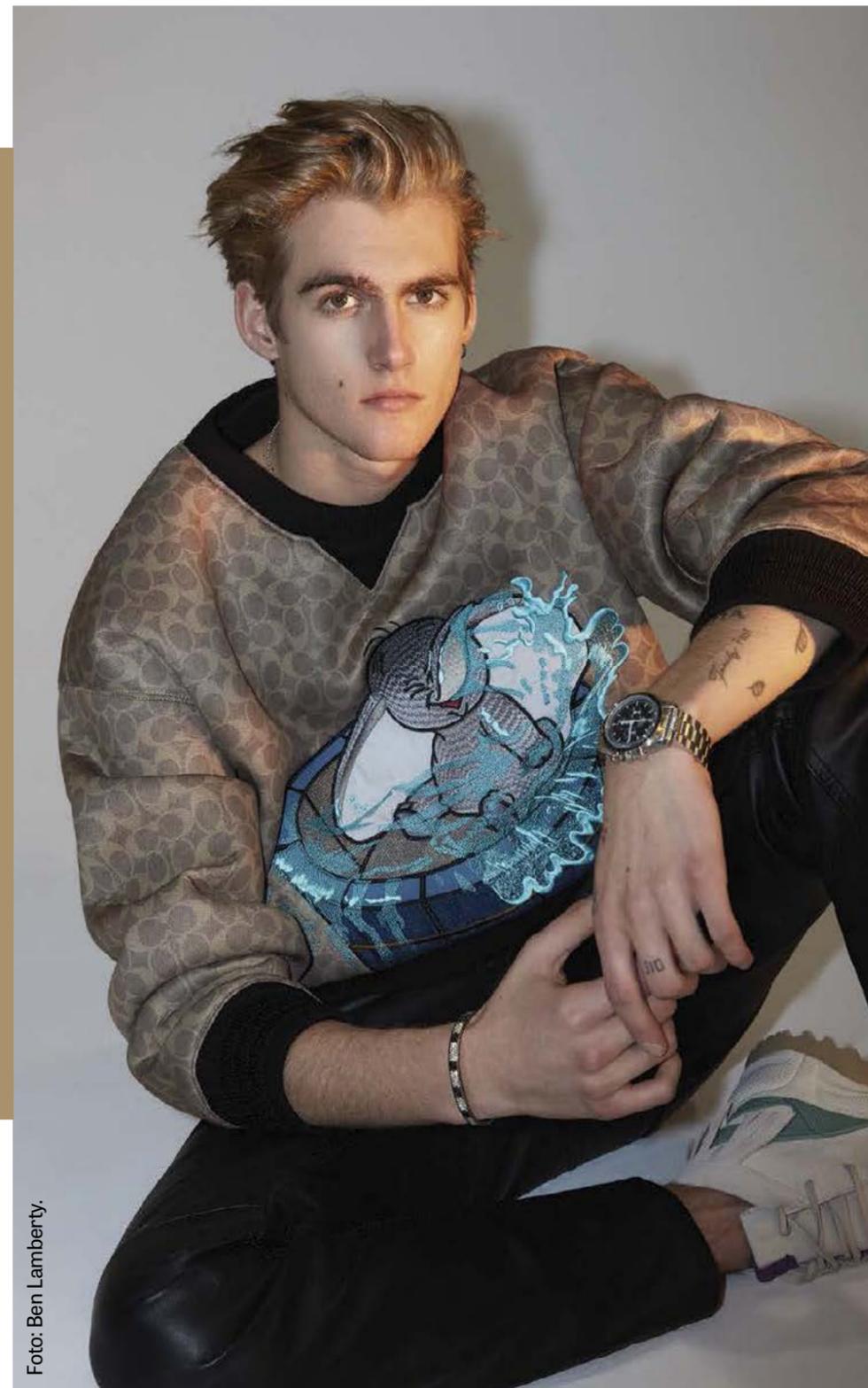


Foto: Ben Lamberty.

Style

ABRIL
SEPTIEMBRE

Una publicación bianual que presenta las tendencias en moda masculina que dan la vuelta al mundo. Ropa, accesorios y los mejores complementos de la temporada para el hombre GQ.

NOVIEMBRE



HOMBRES DEL AÑO

El evento anual que reconoce a los hombres y mujeres que, a través de sus distintos campos de acción, cambian el rumbo del mundo.

Fotos: Gabriel Monroy e Israel Esparza.

GQ CAVE

Un evento al total estilo GQ. Juntamos a lo mejor del lujo para ofrecer una experiencia única en la que nuestros invitados podrán disfrutar de nuestras actividades y conocer de primera mano lo que está *in* en el mundo masculino.



Fotos: César Durione.

AD ARCHITECTURAL DIGEST **GLAMOUR** **GQ** **VOGUE**

¡DÉJANOS CONTAR TU HISTORIA!

Te invitamos a tomar un café ☕

CONDÉ NAST
MÉXICO Y LATINOAMÉRICA

www.condenastmexico-latam.com | advertising@condenast.com.mx