

COSAS

UNA REVISTA INTERNACIONAL

Mercado

Revista *Cosas* se fundó hace 12 años, en Ecuador, como la primera revista de sociedad y actualmente es la número uno en su segmento. En el mercado de las revistas, hablar de *Cosas* es hablar de prestigio y estatus; las marcas que pautan en ella se benefician de esta imagen.

Revistas *Cosas* está escrita para el público de la clase social alta y media alta. Su lector objetivo es el hombre y la mujer de 25 años hacia arriba, pero, por la permanencia y variedad de contenido, está destinada a ser leída por todos los integrantes del grupo familiar.

Si definimos sus lectores, son mujeres y hombres ABC1 (nivel socio-económico medio alto), entre 28 y 60 años.

Historia

Revista *Cosas* fue fundada en Chile en octubre de 1976 con la inspiración y sello de su actual directora, quien, con una innovadora fórmula, revolucionó el mercado editorial chileno de la época.

Revista *Cosas* combinó sueños con realidad, todo el acontecer internacional y del *jet-set*, con entrevistas a personajes del quehacer nacional; fusionó farándula con política, arte con economía, cultura con sociedad para obtener como resultado una revista con entretenimiento, amena y con contenido para toda la familia.

Desde las primeras ediciones, hace ya más de 30 años, revista *Cosas* se convirtió en la publicación líder del mercado, tanto en lectoría como en inversión publicitaria. *Cosas* se trans-

formó en un referente obligado en las conversaciones familiares, sociales y políticas.

En la década de los noventa, revista *Cosas* toma un nuevo desafío: comienza su expansión internacional. En el año 1992 se edita *Cosas* Perú.

Hoy día podemos afirmar que revista *Cosas* ocupa los primeros lugares en cada uno de los países donde tenemos presencia, tanto en inversión publicitaria como en lectoría.

Producto

Cosas es una revista internacional, pero propia de cada país. Lleva contenido internacional de *jet-set*, de realeza, de personajes del espectáculo y la farándula, de estrellas de cine, de televisión y de cultura. *Cosas* no tiene opinión ni color político, se limita a informar y entregar elementos de juicio, para que los propios lectores se formen una opinión frente a las situaciones.

En sus páginas, los entrevistados dan sus opiniones en los ámbitos sociales, políticos, culturales y empresariales.

Cosas es la misma en cada país que se publique. La diferencia la hace el contenido nacional, que la sitúa como propia del país.

Cuenta con 12 ediciones mensuales y 5 especiales durante el año.

Cosas es una revista de colección; se lee, se presta, se guarda, se coloca en la sala de la casa como elemento de decoración y de estatus. Eso da permanencia a nuestra marca y optimiza la publicidad de nuestros clientes.

Desarrollos recientes

En los últimos años, la revista *Cosas* se ha concentrado en crear productos afines al *target*; crecer como editorial contando con más títulos con el respaldo de *Cosas*. La revista se debe a sus lectores y por ello hemos lanzado nuevos productos como *Autos*, una revista que cuenta las novedades del mundo automovilístico; *Vida*

activa, una revista de deportes nutrición y salud; *Responsabilidad social empresarial*, primer medio donde las empresas pueden exponer lo que hacen dentro de este ámbito; *Clubes*, toda la vida deportiva y social de los clubes y *Casas*, una revista de decoración, arquitectura y diseño. Segmentación precisa en función de los 'intereses' de la gente, no de variables demográficas.

Promoción

Cosas, como marca consolidada en el mercado, tiene una estrategia anual de *marketing* para promoción y venta de sus ejemplares. Como publicidad, sus titulares tienen difusión mes a mes en radio, televisión y cine. Además, se manejan campañas de producto en la vía pública y otras revistas.

En lo que se refiere al producto como tal, las innovaciones dentro de la revista son la mejor manera de distinguirlas. Preferimos portadas atractivas, contenidos interesantes y diferenciación en producción frente a otras revistas. A la marca le gusta entregar al lector un contenido relevante, interesante y entretenido. Queremos ser un espacio para descubrir y valorar nuevos talentos en cualquier campo, sea de la cultura, el arte o la ciencia, apostarle a las nuevas figuras y tendencias, ser vanguardistas en nuestra forma de pensar y ver el mundo, e inspirar a nuestros lectores para soñar, para traer, a través de nuestras páginas, un mundo abierto, estético y libre de todo prejuicio.

El entorno de *Cosas* se manifiesta también a través de auspicios en conciertos de renombre, conferencias magistrales, ferias llamativas como las de los caballos españoles. Estamos presentes en los centros comerciales más im-



se encuentran en el mercado. Nos distinguimos, además, por la vanguardia de nuestros contenidos y la estrecha relación con el lector que nos permite identificar antes que todos lo que él busca en una revista. Así, *Cosas* se ha ido convirtiendo en un referente y una inspiración dentro de nuestra sociedad.

Valores de marca

Cosas mantiene una imagen de empresa consolidada en la mente del consumidor. Lo que la gente reconoce de *Cosas* es su prestigio y trayectoria. Los lectores

la ven como seria, porque investiga antes de publicar la noticia; creíble, por su independencia periodística; entretenida, porque el lector lo dice; completa y variada, pues toca todo tipo de temas; interesante e influyente, porque en reuniones sociales y familiares se comentan y discuten sus contenidos.

Entre los principales atributos del producto están el ser elegante y de estatus. Además, la marca es cercana al consumidor; ha sido parte de su vida; no solo está presente en los eventos más importantes del país, sino también en los de su familia y entorno social, así se mantiene esa conexión de pertenencia.



portantes del país y en todo lugar que refleje la categoría de nuestra marca.

Logros

Revista *Cosas*, durante los últimos años, ha sido la revista número uno en lectoría en su segmento. Hemos logrado mantener la posición de líderes, aun cuando hay muchas revistas en el mercado y la competencia es cada vez mayor y muy agresiva.

Adicionalmente, hemos innovado dentro del mercado con formatos diferentes, generando nuevos productos editoriales que hoy en día se han consolidado; productos que se distinguen por su estética gráfica que siempre lleva un paso adelante a otros productos similares que



Cosas que usted no sabía sobre Revista Cosas

- La edición de Miss Universo que se publicó dos días después del concurso en Ecuador se agotó en la primera semana de circulación.
- *Cosas* tiene el segmento social más visto en la sociedad ecuatoriana.
- La permanencia es de un 96,9%, mientras que un 88,1% comparte la revista.
- Fue la primera revista del Ecuador en sacar una edición 3D.
- La primera portada de *Cosas* en Ecuador la ocupó la princesa Diana.
- La edición más grande de *Cosas* se publicó en marzo del 2007, batiendo el récord con 258 páginas.