



MÍDIA
KIT | 17

Viva! mais

A EDITORA
CARAS É
NÚMERO 1 EM
CIRCULAÇÃO DE
VENDAS AVULSAS
NA AMÉRICA
LATINA

MAIS DE
37
MILHÕES
DE EXEMPLARES
VENDIDOS
POR ANO¹

MAIS DE
5
MILHÕES
DE IMPACTOS
EM 12 MERCADOS

REVISTAS
TÊM ÍNDICE
DE ATENÇÃO
EXCLUSIVA DE
85%

NO BRASIL, AS REVISTAS TÊM CERCA DE

67 MILHÕES DE LEITORES*

Quem lê faz a diferença. As revistas engajam seus consumidores. Informam, entretêm, antecipam tendências e inspiram. Além disso, a revista é o meio que mais prende a atenção dos leitores: 85% deles dedicam atenção exclusiva a ela, sem realizar atividades paralelas. Seu consumidor é multifacetado, composto de todas as idades, classes sociais e interesses. Os leitores são formadores de opinião. Influenciadores, estão abertos a novas experiências e estímulos. Juntos, constroem conteúdo.

Fonte: 1 - IVC janeiro a dezembro de 2015 - 2 - Ipsos Connect: EGM Multimídia - janeiro a dezembro de 2015 - 12 Mercados- consolidado 2015

*Projeção calculada com base no total da população¹ brasileira com 10 ou + anos, aplicado à penetração² do meio revista

¹Fonte: IBGE - PNAD 2013, total da população brasileira com 10 ou + anos (173.133 pessoas)

²Fonte: IPSOS - ESTUDOS Marplan EGM - janeiro a dezembro de 2014 (ambos 10 ou + anos) - 13 mercados, penetração simples período revista

mais de
135
MILHÕES
de pageviews

50%
dos acessos
aos sites da
Editora CARAS
são via celular



mais de
24
MILHÕES
de unique
visitors nos sites

mais de
45
MILHÕES
de pessoas nas
redes sociais

EDITORIA CARAS **DIGITAL**

Cada vez mais conectados, os brasileiros buscam informações sobre diferentes temas e segmentos. Com conteúdo diversificado, influente e formador de opinião, a Editora CARAS hoje fala diretamente com esses públicos multifacetados.



AUDIÊNCIA MENSAL¹

mais de
1,2 MILHÃO
de pageviews

mais de
900 MIL
unique visitors

 4,4 MM curtidas

 8,5 K seguidores

 1,5 K seguidores

VIVA! MAIS

PARA A MULHER QUE ACONTECE

Conteúdo que turbinha a autoestima vaidosa e batalhadora da leitora com produtos e dicas de beleza, comportamento e empreendedorismo.

Fonte: Ipsos Connect - EGM Multimídia - jan a dez/15 - 12 mercados. Google Analytics: Consolidado 2016. IVC jan a dez/15. | 1 - Google Analytics: Consolidado 2016

A VIVA! MAIS

Conteúdo para a mulher que trabalha e batalha, consome e passeia, curte e se curte... Acelerada, mantém o mesmo charme e estilo tanto na rua como no almoço e na pista de dança, pois gosta do hoje e do agora, com muita cor, música e bom humor. Vaidosa, a mulher VIVA! MAIS é fácil de seguir, mas difícil de alcançar. Ama as celebridades, mas tem brilho próprio. Ela acontece, porque faz acontecer.



VIVA! MAIS

PILARES DA MARCA

BELEZA



Vaidosa, bem-humorada e cheia de personalidade, a leitora acompanha e consome avidamente novidades (técnicas, truques e produtos) para cabelo, esmalte, maquiagem e emagrecimento.

AUTOESTIMA



De origem humilde, a mulher de VIVA! valoriza experiências, matérias e todo tipo de informação que reforce sua necessidade/vontade de constante superação em todas as áreas.

EMPREENDEDORISMO



Batalhadora por natureza, essa mulher põe em prática desde dicas financeiras a sugestões de produtos e/ou negócios que a ajudem a incrementar o próprio orçamento.

PERFIL DO LEITOR

A mulher Viva Mais é uma batalhadora vaidosa. Entende cada vez mais o mundo em que vive e quer encontrar o seu espaço nele. Bem-humorada, curiosa e inquieta, quer as últimas novidades sobre alisamento, administração doméstica, sobre o espetáculo que está em cartaz e os perfumes que estão fazendo sucesso. É uma mulher que deseja encontrar os meios mais práticos e eficientes para realizar as tarefas do dia a dia. Ela quer ficar bonita, bem-vestida e interessante. E, nessa pegada, ser bem-sucedida em todas as áreas da sua vida, trazendo consigo o marido e os filhos nessa jornada rumo ao sucesso.

SEXO*

82%
são mulheres

IDADE*

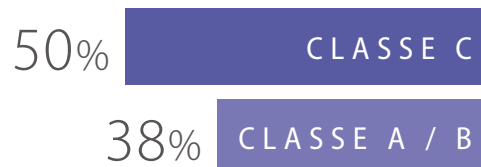
64%
de 20 a 44 anos

COBERTURA**

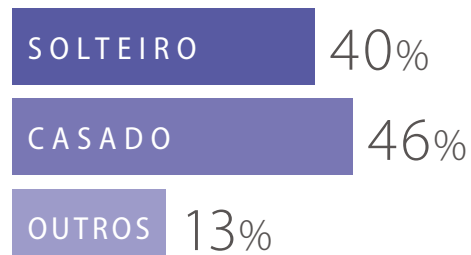
Periodicidade: MENSAL

333 mil / total de leitores
58,6 mil / circulação

CLASSE SOCIAL



ESTADO CIVIL



NORTE 5%

NORDESTE 11%

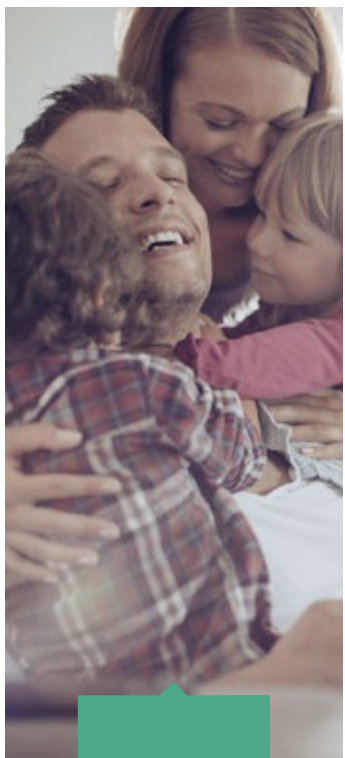
CENTRO-OESTE 6%

SUDESTE 63%

SUL 15%

VIVA! MAIS

HÁBITOS DE CONSUMO



80%

Moram com a família



54%

Viajaram ou pretendem viajar nos próximos 12 meses



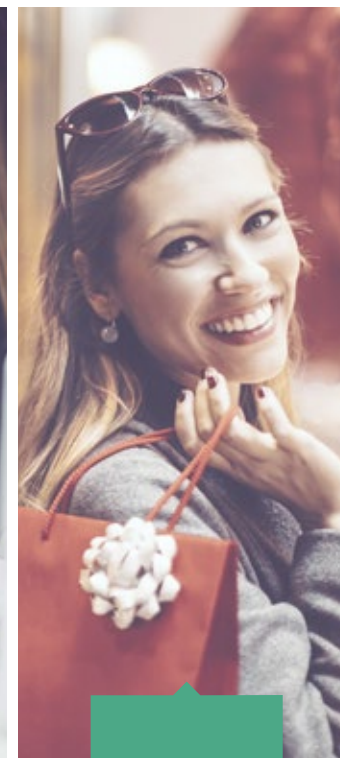
42%

Pretendem construir ou reformar a casa



56%

Têm o hábito de ir a restaurantes, pizzarias, lanchonetes ou fast-foods



51%

Costumam fazer compras em lojas de departamentos



46%

São casadas

40%

Culinária

46%

Música

ASSUNTOS DE INTERESSE

41%

Dieta e
nutrição

31%

Beleza, estética
e cuidados
com a pele

29%

Moda

VIVA! MAIS

A MARCA EM



EVENTO



VAN DA VIVA! MAIS

Van adaptada como salão de beleza “estaciona” num shopping (ou centro comercial, hipermercado, etc.) e promove antes e depois em mulheres selecionadas no local, que posam e ganham uma “capa” da revista estrelada por elas.

REALITY



REVENDEDORA POR UM MÊS

Uma marca (ou várias) de venda porta a porta treina uma mulher selecionada pela redação para ser revendedora durante 30 dias, num reality show com entrega em vídeo, lives e com a possibilidade de um especial impresso.

VÍDEO



DELÍCIA DE LUCRO!

Vídeos com relatos sobre como o empreendedorismo com comida mudou sua vida. As histórias são factíveis e, por isso, verdadeiramente inspiradoras. Exemplo: uma mulher que não tinha o que comer e hoje ganha R\$ 5 mil vendendo coxinha...

Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1400
13° e 14° andares - Jardim Paulista
São Paulo - SP
T. 11 2197 2000 - F. 11 3086 4758
caras.com.br/anuncie

EDITORIA
CARAS