

[entradas.com](http://entradas.com)

Tarifas

2009

 **click**

**Todo el OCIO  
en un CLICK**

Nace la primera revista de ocio  
multimedia de la mano de todo un  
líder del sector:

[entradas.com](http://entradas.com)



## ARGUMENTARIO

En plena Sociedad de la Información, **evolucionamos innovando**. *Estrenos21* se adentra en la comunicación del futuro, de la mano de Entradas.com, todo un referente en el mundo del ocio y especialista en el sector de *ticketing*. Juntos crean la revista digital *+Calle*, una nueva herramienta multimedia, donde la comunicación bidireccional por fin es posible.

En sus páginas encontraremos un amplio abanico de posibilidades vinculadas con el **mundo del ocio**: cine, conciertos, obras de teatro, musicales, eventos, exposiciones...

Con la sencillez de un solo clic, se pueden **adquirir las entradas** para asistir a cualquiera de estos eventos.

Los lectores tendrán un rol más activo gracias a los elementos multimedia –vídeos, sonidos, imágenes, animaciones 3D- y las mil posibilidades de **interactividad** con links a Internet. Un *feedback* que no era posible en el soporte papel y ya es necesario en plena era tecnológica.

Con periodicidad **quincenal**, habrá diferentes fórmulas para acceder a sus contenidos:

- ✚ Mediante envío de **newsletter** al correo personal de clientes que hayan comprado o compren alguna entrada para cualquier espectáculo en el último año a través de la web.
- ✚ Descargándosela **directamente de la web** de Entradas.com
- ✚ Al recibirla como **recomendación** de algún amigo, conocido o familiar que previamente la haya recibido en su correo.

*+Calle* tendrá una difusión excepcional llegando a más **1.000.000 de usuarios** por quincena.

En resumen, un soporte innovador y vanguardista, que llega al target que buscas de forma rápida, eficaz y personalizada.

## PERFIL DEL LECTOR (USUARIO)

### PERFIL POR SEXO



Hombre **47,80%**



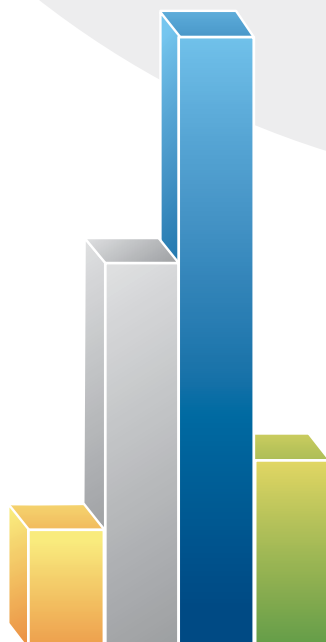
Mujer **52,20%**

### PERFIL POR EDAD



- + Menor de 20 años **11,50 %**
- + Entre 21- 45 años **79,50 %**
- + Más de 45 años **9 %**

### PERFIL POR CLASE SOCIAL



- + Clase alta **14,50 %**
- + Clase media **47%**
- + Clase media-alta **29,50%**
- + Clase media – baja **9%**

# FORMATOS PUBLICITARIOS

## ELIGE TU BUTACA (FORMATOS ESPECIALES)

### + **Palco VIP**

PORTADA + DOBLE PÁGINA CONTENIDO + PÁGINA PUBLI

### + **Patio de butacas**

DESTACADO SUMARIO + PÁGINA CONTENIDO + PÁGINA PUBLI

### + **Anfiteatro**

DESTACADO SUMARIO + PÁGINA CONTENIDO + PÁGINA PUBLI

## SELECCIÓN ALEATORIA (FORMATOS CONVENCIONALES)

- + Doble página
- + Página completa
- + Media página
- + Faldón
- + Módulo

## La web influye en las compras

Según el estudio de la EIAA, el 35% de los españoles cambian su intención de compra después de haber realizado una consulta on line. Además, un 91% ha realizado para alguna de sus compras off line una búsqueda previa en la Red. Y prácticamente todos, el 98%, manifiestan haber utilizado la web para buscar información relacionada con sus compras.

En los últimos seis meses, el 79% de los encuestados españoles realizaron alguna compra on line y gastaron 521 euros de media, sobre todo en billetes de tren/avión, vacaciones, música o entradas de cine y teatro. El 63% hicieron una media de 4,9 compras en la web.

## TARIFAS

<b>FORMATO</b>	<b>TAMAÑO</b>	<b>TARIFA A</b>
DOBLE PÁGINA	420 mm x 297 mm	5.000
PÁGINA COMPLETA	210 mm x 297 mm	2.600
MEDIA PÁGINA HORIZ.	210 mm x 148 mm	1.350
FALDÓN	210 mm x 75 mm	650
DOBLE FALDÓN	420 mm x 297 mm	1.100
DOBLE MEDIA PÁGINA	420 mm x 148 mm	2.050
MÓDULO	75 mm x 75 mm	500

**TEATRO**

CREPUSCULO

**MÚSICA**

CREPUSCULO

**EVENTOS**

CREPUSCULO

**CINE**

**AUSTRALIA**

**click**

[entradas.com](http://entradas.com)

Todo el OCIO  
en un CLICK

001 enero 2009