

PLAN ESTRATÉGICO DE PUBLICIDAD · FOUNDING PARTNER PROGRAMME

La Ruta Magazine

ISSUE 03 · LONDON · AGOSTO 2026

«Every cup, a journey. Every journey, a story. Every story, a legacy.»

3.000

COPIAS
PREMIUM
IMPRESAS

8.000+

BRAND
EXPOSURES /
EDICIÓN

5,0 ★

RATING
VIATOR &
GOOGLE

12

SLOTS
PUBLICITARIOS

RESUMEN

Resumen Ejecutivo

De 16 pausas visuales detectadas en la auditoría editorial, se asignan 12 como inventario publicitario y se mantienen 4 como pausas editoriales estratégicas.

Criterio de exclusión: Las páginas P13, P20, P90 y P105 quedan fuera del inventario publicitario por razones de integridad editorial. Colocar publicidad inmediatamente después de contenido de alta carga emocional dañaría la experiencia del lector y, por extensión, el valor de marca del anunciante.

Esta decisión protege el posicionamiento premium de la revista y el retorno de inversión del partner — la misma lógica que aplican *Monocle* y *Wallpaper**.

Credenciales Internacionales

- France24 — 180M viewers semanales
- FITUR Madrid — Delegación oficial El Salvador
- BIT Milán · FIT Santiago · Anato Bogotá
- EE.UU. — Presencia delegación gubernamental
- 7 embajadas y centros culturales latinoamericanos en Londres
- 17 reseñas consecutivas de 5 estrellas en Viator & Google · 0 reseñas negativas

AUDIENCIA

Distribución y Alcance

<p>3.000</p> <p>COPIAS IMPRESAS POR EDICIÓN</p>	<p>2.000</p> <p>COPIAS EN LONDRES</p>	<p>5.000+</p> <p>IMPRESIONES DIGITALES / MES</p>	<p>8.000+</p> <p>BRAND EXPOSURES / EDICIÓN</p>
--	--	---	---

2.000	Copias en Londres — cafeterías de especialidad en Stoke Newington, Hackney, Dalston, Shoreditch, Brixton, Islington, Notting Hill, Central London.
1.000	Ferias internacionales — FITUR Madrid, ferias europeas, red de operadores de viaje Latinoamérica
7	Embajadas y centros culturales latinoamericanos en Londres — presencia diplomática directa
4 eds.	Ediciones anuales — Web, Newsletter, Instagram, YouTube incluidos en el partnership anual

FILOSOFÍA EDITORIAL

Principios Estratégicos de Colocación

01 *Respeto al arco emocional del lector*

La Ruta Magazine no es una publicación que se hojeara: se recorre. El lector llega a cada sección con un estado emocional específico, construido por las páginas anteriores. Los slots Gold se colocan en momentos de transición natural entre bloques, no dentro de narraciones en curso.

02 *Alineación semántica brand-contenido*

Cada slot tiene una categoría de marca recomendada basada en el contenido que lo rodea. Un anunciante de equipamiento de café en PP.29-30 no 'interrumpe' la lectura: la amplía. El lector está pensando en café cuando encuentra esa marca. Esta alineación incrementa recall y conversión.

03 *Protección de los momentos sagrados*

Las cuatro páginas editoriales retenidas (P13, P20, P90, P105) crean 'santuarios' dentro de la revista. Su existencia aumenta el valor de los slots adyacentes: los anunciantes saben que sus páginas flanquean contenido de máxima calidad. Es la misma lógica que usan Monocle y Wallpaper*.

04 *Máximo 2 páginas publicitarias consecutivas*

Ningún bloque publicitario supera las 2 páginas seguidas. Las tres páginas Bronze se distribuyen dentro del bloque de Productores con contenido editorial entre ellas. Esto mantiene el ritmo de lectura y garantiza que el anunciante reciba la atención plena del lector.

05 *Nepal no recibe publicidad*

El bloque Nepal (PP.80-95) no tiene ningún slot publicitario asignado. Este bloque funciona como espacio de destilación espiritual de toda la revista. La decisión tiene un coste de £8.000-16.000 en ingresos potenciales; tiene sentido tomarlo.

TIER 01

Gold – Doble Página

GOLD

3 SLOTS · 17" x 11" · DOBLE
PÁGINA · BLEED COMPLETO

£4.000 / año

Tasa Founding · Valor de mercado ££8.000

**PP. 29–
30**

Transición: café como territorio → perfiles de productores

ESTADO EMOCIONAL Curioso, comprometido, mentalidad de calidad — el lector de especialidad más receptivo del número

CATEGORÍAS Specialty coffee · Premium food & beverage · Coffee equipment · Origin sourcing

MARCAS IDEALES Fellow, Hario, Oatly, Has Bean Coffee, Union Hand-Roasted, Allpress, Notes, Square Mile

PP. 75–76

Corazón del bloque Diáspora y Londres — máximo impacto emocional

ESTADO EMOCIONAL Alta carga emocional positiva — reflexivo, conectado con identidad y pertenencia entre dos mundos

CATEGORÍAS Servicios financieros (diáspora) · Premium lifestyle · Instituciones culturales · Aerolíneas · Telecom

MARCAS IDEALES Wise, Remitly, Western Union, Santander International, Barclays Premier, Virgin Atlantic, LATAM Airlines

**PP. 79–
80**

Transición: Diáspora → Cultura y Memoria Viva

ESTADO EMOCIONAL Abierto, culturalmente curioso — saliendo de experiencia emocional intensa hacia interés intelectual

CATEGORÍAS Embajadas y oficinas de turismo · Instituciones culturales · Organizaciones artísticas · Hostelería de lujo

MARCAS IDEALES British Council, Arts Council England, Southbank Centre, Barbican, Raffles, Rosewood, Condé Nast Traveller

TIER 02

Silver — Página Completa

SILVER

6 SLOTS · 8,5" × 11" · PÁGINA COMPLETA

£2.200 / año

Tasa Founding · Valor de mercado ££4.400

P. 33

Interior bloque Café — entre el mapa sensorial y la guía de cata

ESTADO EMOCIONAL Concentrado en el universo del café — curioso por detalles técnicos y de origen

CATEGORÍAS Coffee equipment · Specialty accessories · Grinders · Brewing tools

MARCAS IDEALES Comandante, Weber Workshops, Niche Zero, Baratza, Acaia, Timemore, Krue

P. 52

Pre-retratos de productores — a punto de ver los rostros de quienes cultivan el café

ESTADO EMOCIONAL Mindset ético y sostenible — interesado en el origen humano de los productos que consume

CATEGORÍAS Agricultura sostenible · Ethical sourcing · B-corps · Fairtrade · ONGs medioambientales

MARCAS IDEALES Rainforest Alliance, Fairtrade Foundation, Soil Association, Oatly, Tony's Chocolonely, Patagonia

P. 58

Post-retratos de productores — vínculo emocional con los artesanos del café

ESTADO EMOCIONAL Apreciación por el trabajo artesanal — dispuesto a pagar por calidad y por una historia real

CATEGORÍAS Importadores artesanos · Specialty food gifts · Premium hampers · Luxury food retail

MARCAS IDEALES Fortnum & Mason, Selfridges Food Hall, Whole Foods Market, Natoora, The Hamper Company, Daylesford Organic

P. 72

Interior bloque Diáspora — después de las voces testimoniales

ESTADO EMOCIONAL Reflexivo sobre su experiencia de desplazamiento — muy receptivo a marcas que entienden su historia

CATEGORÍAS Banca y remesas · Telecom internacional · Aprendizaje de idiomas · Servicios legales inmigración

MARCAS IDEALES Wise, Revolut, Monzo, Vodafone International, Three, Duolingo, Lingoda, abogados de inmigración

P. 85

Interior bloque Cultura — entre los perfiles de María Eugenia Aguilar y Santiago Nogales

ESTADO EMOCIONAL Culturalmente comprometido — interesado en artes escénicas, visuales y proyectos culturales

C A T E G O R Í A S Teatros · Galerías · Festivales de arte · Museos · Programación cultural en Londres

M A R C A S I D E A L E S Barbican Centre, Southbank Centre, Bush Theatre, Young Vic, Tate Modern, V&A Museum, LIFT Festival

TIER 03

Bronze — Media Página

BRONZE

6 SLOTS (3 PÁGINAS × 2 ANUNCIANTES) · 8,5" × 5,5" · MEDIA PÁGINA HORIZONTAL

£1.300 / año

Tasa Founding · Valor de mercado ££2.600

P. 35 (×2)

Cierre bloque Café / apertura perfiles de productores

ESTADO EMOCIONAL El lector acaba de recorrer el mapa emocional del café — receptivo a marcas del universo del café

CATEGORÍAS Coffee subscriptions · Artisan food producers · Specialty retailers · Vendedores de mercados londinenses

MARCAS IDEALES Pact Coffee, Volcano Coffee Works, Grind, Notes Coffee, tostadores independientes, Borough Market

P. 55 (×2)

Interior del ensayo fotográfico de productores

ESTADO EMOCIONAL Apreciación por el trabajo artesanal — receptivo a marcas pequeñas con historia real

CATEGORÍAS Negocios de alimentación locales en Londres · Eventos culturales · Productores artesanos · Retailers independientes

MARCAS IDEALES Vendedores Broadway Market, comerciantes Bermondsey, tiendas de especialidad independientes

P. 65 (×2)

Cierre bloque Productores / transición hacia sección Diáspora

ESTADO EMOCIONAL Satisfecho, bien informado sobre origen y producción — listo para el siguiente capítulo emocional

CATEGORÍAS Restaurantes latinoamericanos en Londres · Eventos gastronómicos culturales · Negocios comunitarios

MARCAS IDEALES Mestizo Mexican Restaurant, Buen Provecho, El Cartel, Machete Bar, asociaciones culturales latinoamericanas

INVERSIÓN

Resumen de Precios

TIER	SLOTS	FORMATO	TASA FOUNDING / AÑO	MENSUAL	VAL. MERCADO
GOLD	3	Doble página 17"x11"	£4,000 Mercado: £8,000	£333/mes	£8,000
SILVER	6	Página completa 8.5"x11"	£2,200 Mercado: £4,400	£183/mes	£4,400
BRONZE	6	Media página 8.5"x5.5"	£1,300 Mercado: £2,600	£108/mes	£2,600

Founding Partner Programme — Las tasas Founding Partner (50% descuento) están estrictamente limitadas a los 5 primeros partners por tier. Una vez cubiertos, se aplican tasas de mercado. Los contratos anuales cubren las 4 ediciones de 2026 y garantizan el rate frente al ajuste de precios de Q4.

Todos los packages incluyen traducción profesional bilingüe ES/EN y revisión editorial. Servicio de diseño editorial disponible si el partner no dispone de pieza en el formato requerido.

PRODUCCIÓN

Especificaciones Técnicas

FORMATO	DIMENSIONES	ESPECIFICACIONES
Gold — Doble página	17" × 11" (43,2 × 27,9 cm)	Bleed completo · PDF/X-1a · CMYK · 300 dpi · Bleed 3mm
Silver — Página completa	8,5" × 11" (21,6 × 27,9 cm)	Con o sin bleed · PDF/X-1a · CMYK · 300 dpi
Bronze — Media página	8,5" × 5,5" (21,6 × 14 cm)	Horizontal · Sin bleed · Margen seguridad 5mm · PDF/X-1a · CMYK · 300 dpi
Traducción bilingüe	Todos los tiers	Traducción profesional ES/EN incluida · Revisión editorial incluida
Cierre de reservas	15 julio 2026	Founding Partner rates cierran al completar los primeros 5 partners por tier
Arte final	31 julio 2026	Envío de artes finales · Revisión y confirmación en 48h
Lanzamiento	15 agosto 2026	London Summer Season · Distribución física + digital simultánea

CÓMO RESERVAR

Proceso de Reserva

Paso 1	<i>Elección de tier y slot</i>	El partner selecciona el tier (Gold/Silver/Bronze) y, si lo desea, el slot específico de su preferencia. Sujeto a disponibilidad.
Paso 2	<i>Confirmación tasa Founding</i>	Se confirma disponibilidad del slot. Las tasas Founding Partner (50% descuento) se garantizan por contrato anual hasta completar los primeros 5 partners por tier.
Paso 3	<i>Contrato y facturación</i>	Contrato anual (4 ediciones 2026). Pago anual o mensual automatizado: Gold £333 · Silver £183 · Bronze £108.
Paso 4	<i>Entrega de arte</i>	Deadline: 31 julio 2026. La Ruta ofrece servicio de diseño editorial adaptado y traducción bilingüe incluida en todos los packages.
Paso 5	<i>Lanzamiento y distribución</i>	Lanzamiento: 15 agosto 2026. El partner recibe 10 copias físicas de la edición y reporte de distribución por canal.

CONTACTO

Reserva tu Slot

Las tasas Founding Partner cierran cuando cada tier alcanza los 5 partners.

<p>DIRECTOR EDITORIAL & FUNDADOR</p> <p>Juan Enrique Rosales</p>	<p>EMAIL</p> <p>kike@larutacoffee.com</p>	<p>TELÉFONO</p> <p>(+44) 7405 640 682</p>	<p>WEB</p> <p>larutatravels.com</p>
---	--	--	--

CIERRE DE RESERVAS · 15 JULIO 2026

LANZAMIENTO ISSUE 03 · 15 AGOSTO 2026