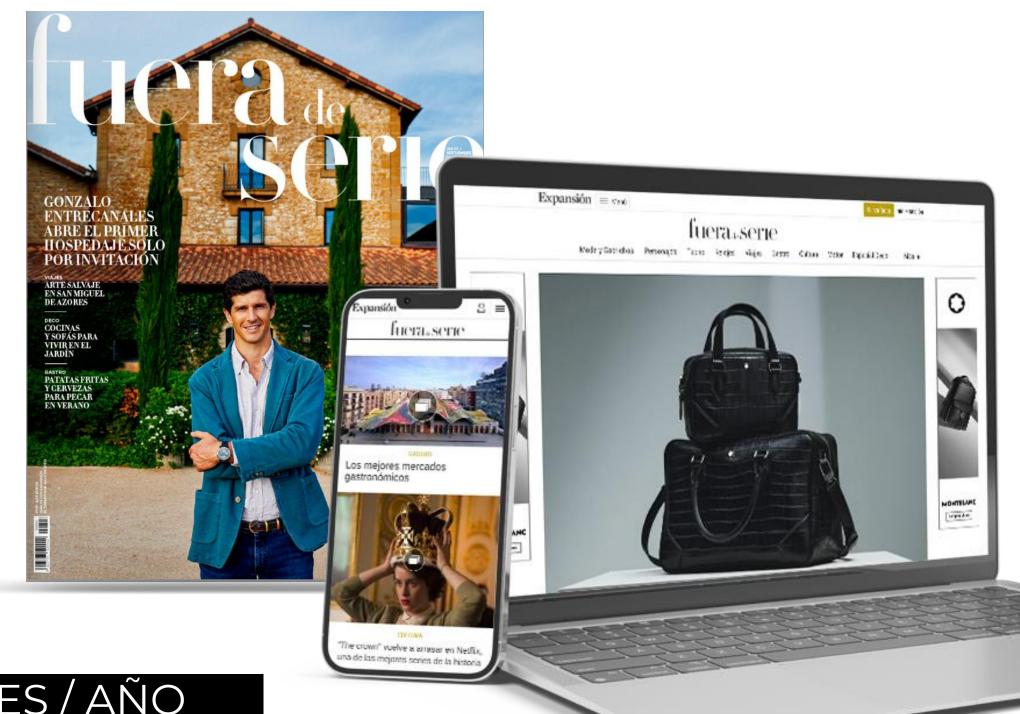


fuera de Serie

EXCLUSIVIDAD EN ESTADO PURO

La información más exclusiva para los amantes del lujo y la buena vida.



10 PUBLICACIONES / AÑO

Usuarios Únicos Mensuales

Páginas Vistas Mensuales

15,4M 155,2K 17,2K

Seguidores RRSS

Ejemplares

TUCE de Serie EDICIÓN DIGITAL

El site para aquellos que buscan el contenido más exclusivo..

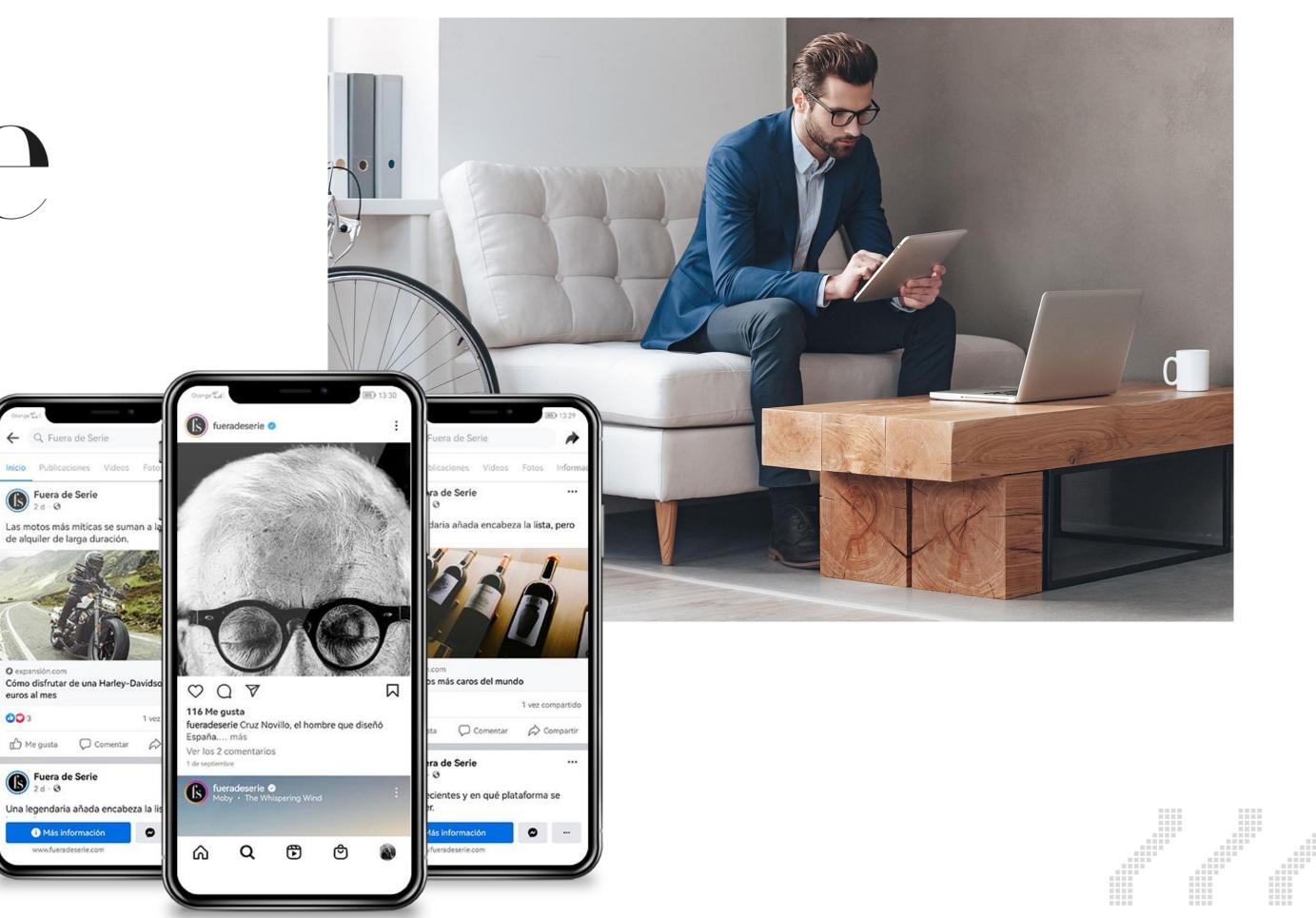
2M

Usuarios Únicos Mensuales

15,4M

Páginas Vistas

Mensuales



TUCTA de EDICIÓN PAPEL SCITC

EL SUPLEMENTO DE LUJO, que acompaña cada temporada a Expansión.

17,2k

Números / Año

Ejemplares

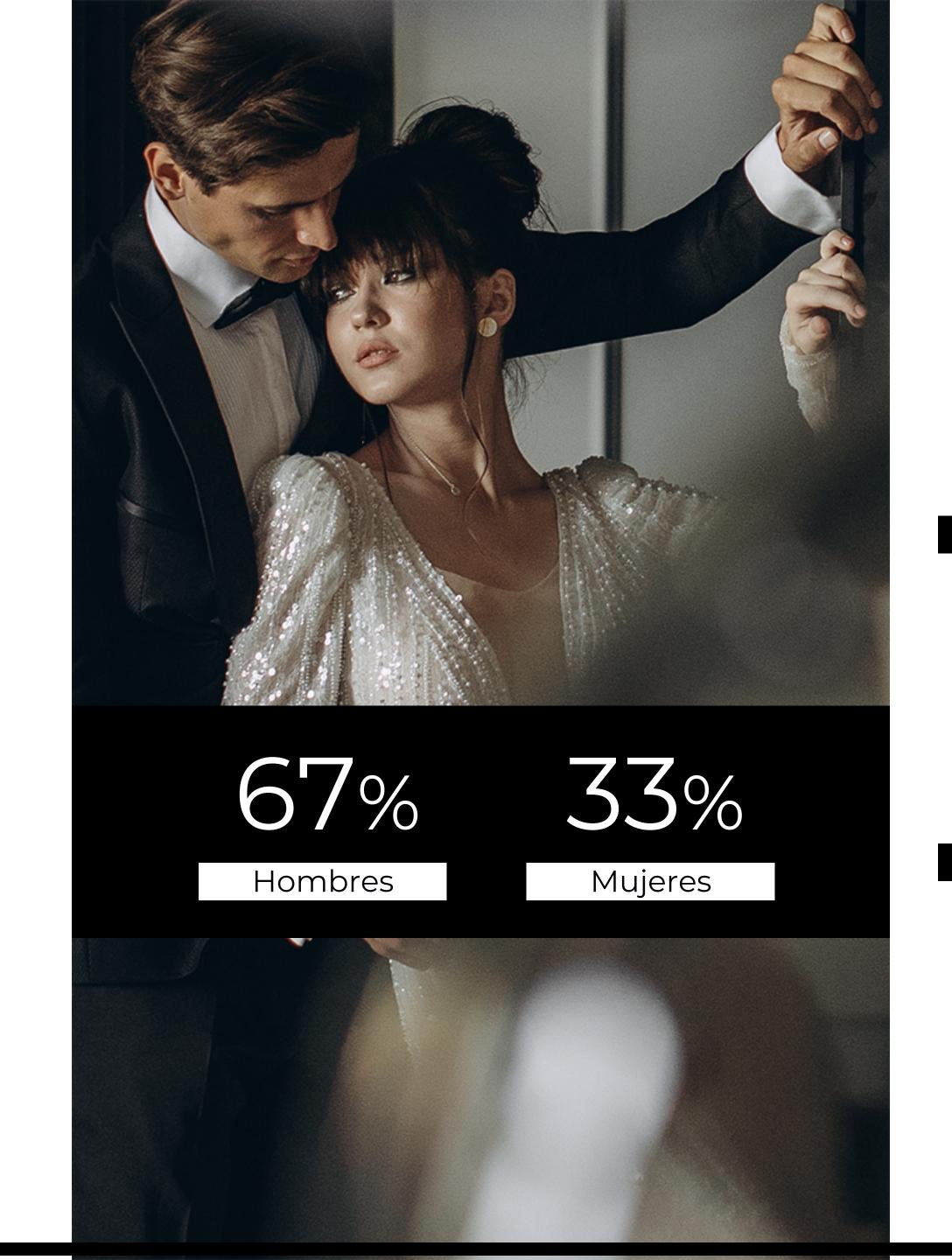


fuerade Serie

EL PERFIL MÁS CUALIFICADO

Los lectores de Fuera de Serie cuentan con un perfil muy comercial y atractivo para las marcas.

Destacando especialmente entre los hombres de clases altas.



80%

Entre 25 y 64 Años

69%

Clases Altas y Media Altas

TUCTA de LUJO Y SCITC EXCLUSIVIDAD

Arte, gastronomía, moda, diseño, viajes, cultura, belleza y mucho más.















fuera de Serie Serie De Comunicación

Fuera de Serie pone a disposición de sus clientes, multitud de posibilidades de comunicación comercial, dentro de un entorno seguro e innovador.

El principal objetivo es que las marcas puedan **conectar** con sus usuarios de la forma más eficiente posible, generando relaciones a largo plazo con su audiencia.





EVENTOS 2024

MAYO

OCTUBRE

NOVIEMBRE

Premios Diseño e Innovación

Premios Gourmet

Premios Personajes del Año

PUBLICACIONES 2024

10 PUBLICACIONES AL AÑO

10 FEB.

09 MAR.

11 MAY.

08 JUN.

13 JUL.

14 SEPT.

12 OCT.

09 NOV.

14 DIC.

Especial Moda

Especial Decoración

Outdoor

13 ABR. Especial

Deco Viajes y Hoteles Lujo Salón del Mueble & Focus Deco Baño & Especial Relojes Focus Cocina

Especial Copa América Especial Moda

Especial Decoración

Especial Gastro & Vinos

Especial Regalos de Lujo

fuerade SECCIONES SCIL



Una sección destinada a CEO`S en la que se diseñará junto a ellos una jornada con las actividades que representan su día a día laboral: deportes, reuniones, desplazamientos, almuerzos, afterwork...



EL HOMBRE QUE

DIRECTIVOS

reé tanto que cambié de idea", explica.

el IESE en el que su plan de negocio (en logística) nectar bien, impulsar bien, gobernar bien, reforzar su sector. "La vida tiene una cosa curiosa", comenarios Escario es un "sanador" de didécada. Creé la empresa con 30, la vendí a los 40, me hincapié en la importancia de cuidar al equipo: "La rectivos y empresas. Un mentor, un salí del sector a los 50, y desde entonces – hoy ten-felicidad de tus clientes nunca puede ser mayor que coach y lo más cercano al "hombre 💮 go 61— me dedico a la asesoría de empresas y eje- la de tus empleados. La segunda es el techo de la virtuoso" de Confucio, un ser de cutivos". Aunque su experiencia como alto direcinteligencia (emocional y empretivo y el conocimiento de los entornos y situaciones res se refleja en tus clientes y en el resultado final sarial) que cultiva los valores en su relación consigo mismo y con los otros y busca elientes, las cualidades más importantes según él son de la empresa*, asegura. € dejar huella en el mundo que le rodea. Una vo-saber escuchar ("lo que se dice y también las omisiocación que le nació de muy pequeño, cuando so- nes"), la capacidad de suspender el juicio ("la ge-

BUSCAR UN MENTOR

para encontrar el problema y saber Escario cree tanto en su trabajo ría de los casos, maestros en su vida personal y nay uno implícito profesional. "Tengo tres detrás del explici- mentores y dos coaches. Si surg to". Unas herra- un problema de negocio (es Co-Fundador y CEO de Tacha en el coaching Beauty and Welness] voy a ver tradicional que uno de ellos, si es de indole Escario -certifica- personal voy a ver a otro". do desde hace 30 Incluso recomienda a los jóvene años- ha sabido elegir a veteranos dentro de su trasladar a la em- propio sector y pedirles que les presa con mucho mentoricen, "Para subir el raleza de las situa- vayas en zapatillas, que haga ciones tiene siem- una parada en el primer campo pre un trasfondo base, que busques un sherpa... humano, en el Una do sus rutinas diarias problema o en su solución. Cuando tas un lápiz (un Montblanc de actúas sobre orga-hace 25 años), una libreta y sobre individuos. reflexionar sobre un sinfin de Yo puedo ayudar temas. "Escribo, diagramo, desarrollarse al reflexiono, profundizo... Dedico director de ventas esto unas dos horas al día. Si tu o a Luis, pero es vida meroco la pena viviria, que Luis es el di-merece la pena escribirla. Ayer rector de ventas". caí en un vídeo de Yuval Noah trabajo es siem- y me dio mucho que pensar. Me pre la misma: gusta ser capaz de imaginar el

personas a llegar a la verdad de una manera sutil, elegante, conducida, amable, cuidadosa... La verdad puede ser dolorosa y ellos deben encontrarla en el proceso. No puedo dársela yo". Y asegura que no siempre le hacen caso: "En ocasiones, la verdad entra en conflicto con la identidad de la persona y su objetivo pasa por aceptarse reconociendo las consecuencia

que tendrá en su equipo y sus clientes*, dice. Uno de los primeros pasos en su acompaña-miento es ayudar a los directivos a abrirse a explorar lo emocional y conectar con su vulnerabili ñaba con ser médico. "Mis abuelos me regalaron un kit de disección y practicaba con ranas, pero un En puestos directivos, un 75% de que te vaya bien día me hicieron un análisis de sangre y me ma- depende de la inteligencia emocional. Y solo un 25% de la competencia técnica que tengas sobre la Su camino profesional se inició en el CEU, don-materia. Los resultados se consiguen, la mayoría de de estudió empresariales antes de cursar un MBA en las veces, cuando logras autogestionarte bien, cota. "Cada siete años hay ciclos: cambiamos de tra- nas incorporen técnicas emocionales a las herrabajo, de amigos, de ciudad... Para mí sucede cada — mientas tradicionales de negocio". También hace

Fundadores de empresas nos contarán los retos y dificultades a los que se han enfrentado en sus empresas y darán a conocer uno de sus productos.

fuerade Seciones Series



Las historias que esconden las grandes marcas, su creación y evolución hasta la actualidad. las claves que transforman una marca en una de éxito.

TUETA de EVENTOS CON SCITO NOTORIEDAD







FUETA de PUBLICIDAD SCITE INTEGRADA





Pincha en la imagen para acceder al contenido



