

Análisis de la información Revistas al Consumidor y Especializadas

En su política de servicio al Comprador de Medios, el sistema MPM requiere que toda la información proporcionada por los Editores se ajuste, para su mayor claridad, a la clasificación siguiente:

NOMBRE DE LA REVISTA

Periodicidad. Fecha de Fundación. Razón Social de la Empresa Editora. RFC-Registro Federal de Contribuyentes. Símbolo de Auditoría de Circulación.

1. Personal / Personnel

Títulos y nombres de los ejecutivos relacionados directamente con la compra de espacio publicitario (Director, Gerente y Jefe de Anuncios).

2. Dirección / Address

Calle, número, colonia, código postal, Ciudad y Estado, teléfonos, fax, e-mail, internet.

3. Representantes / Representatives

Representante Nacional.
Representante Internacional.
Oficinas foráneas o Sucursales: Dirección y Teléfonos.

4. Comisiones / Commission

Comisión por servicios de Agencia (Sólo cuando sea distinta del 15% generalmente aceptado) y/o descuentos de Pronto Pago.

5. Tarifa general / Advertising rates

(A los precios que se reportan deberá agregarse el 16% correspondiente al IVA). Número de Tarifa - Fecha en que entró en vigor. Precios en Blanco y Negro. Por página o fracciones de página. Sin Lugar Fijo (SLF) o por página par e impar.

6. Forros y especialidades / Covers and specialties

Tarifas en Blanco y Negro y/o Color de Forros y aditamentos o partes especiales dentro de la publicación.

7. Color en interiores / Color rates

Disponibilidad de color. Tarifa por página o fracciones. Cargo por entrada adicional de color estándar o colores especiales, sobre el precio de anuncios en Blanco y Negro.

8. Recargos y/o descuentos / Extra charges and/or discounts

Recargos por posición especial o lugar fijo.
Descuentos por compra de volumen o frecuencia.

9. Tarifa por compra combinada / Group combination rates

Precios por paquete o por compra simultánea con otro Medio.

10. Suplementos y encartes / Supplements and inserts

Precios por inserción en suplementos o magazines editados por la Revista y/o por encartes proporcionados por el anunciante.

11. Reglamentos y normas especiales/Ediciones especiales / Policy and special regulations/Special editions

Anuncios que no se aceptan. Cancelaciones y disposiciones administrativas. Ediciones de aniversario o con motivo de alguna festividad.

12. Cierre / Closing time

Fecha de aparición. Fecha de Cierre.

13. Datos técnicos / Printing data

Tamaño de página de tipo: Alto y Ancho. Número de columnas. Ancho de columna. Sistema de reproducción.

14. Tiraje manifestado / Press-run (Not verified)

Cifra promedio manifestada por el editor. Precio de ejemplar y de suscripción. (Sólo se usa el término "CIRCULACION" cuando la Revista presenta un reporte de Auditoría realizada en un periodo con no más de cuatro años de antigüedad). Perfil: Porcentaje de hombres y mujeres, cuatro rangos de edades y cuatro niveles socioeconómicos.

La publicación de la información básica, condensada, es gratuita para las revistas que cumplen con las normas establecidas por MPM.

Las revistas pueden publicar anuncios con sus argumentos de venta, que ayuden a la evaluación del Comprador de Medios, a los precios de la tarifa en vigor del Directorio MPM. Las listas se clasifican alfabéticamente por el nombre de la revista sin considerar los artículos "El" o "La".

Analysis of editorial in Consumer Magazine and Business Publication

MPM policy requires that all information supplied by the publisher be clarified and organized in accordance with these numbered title segments. The uniform listing format is as follows:

PUBLICATION TITLE

Frequency of issue. Year established. Publishing company. Tax Identification Number. Symbol of audit circulation.

1. Personnel

Titles and names of those executives with responsibilities directly related to the media-buying functions for national advertising.

2. Address

Street, number, zone, P.O. box, postal zone, City and State, telephone, fax, e-mail, web.

3. Representatives

National Representative.
International Representative.
Branch offices: Addresses and Telephone numbers.

4. Commission

Amount of commission allowed to agencies (only when different to 15% generally accepted) and/or cash discount.

5. Advertising rates

(In addition 16% sales tax on rates listed)
Number of rate card - Effective date. Open rates Black and White. Per page or fractions of page. Run-of-paper (ROP) or per even and odd page.

6. Covers and specialties

Availability. Rates Black and White or Color.

7. Color rates

Color availability. Rates per page or fractions. Charge for additional ink: Standard and special color.

8. Extra charges and/or discounts

Rates for special position or fix place.
Discount applicable to volume or frequency.

9. Group combination rates

Rates for optional combination with another listed publication.

10. Supplements and inserts

Rates for space in special sections published by the magazine and/or inserts provided by the advertiser.

11. Policy and special regulations / Special editions

Non acceptance of alcoholic beverage and tobacco advertising. Cancellation clauses, essential advertising policies and/or restrictions. Special editions to anniversary.

12. Closing time

Issue and Closing Dates.

13. Printing data

Size of print page: Height and width. Columns to page. Column width. Printing method.

14. Declared Press-run (Not verified)

Average press-run declared by the publisher, Single copy and subscription price.

(The term "CIRCULATION" is used only when the publication presents an Audit Report of Circulation for a period not older than four years).

Target Audience: Percentage of male and female readers, four age ranges and four socioeconomic levels.

The basic editorial information is published, free of charge, to magazines who meet MPM minimal criteria.

Magazines may publish advertisements with their selling points, to help the evaluation of media buyers, at the current rates of the MPM Directory. The listings are alphabetically classified by the title of publications omitting "El" o "La".