

Análisis de la información tarifas y datos de Televisoras

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

LETRAS DE IDENTIFICACIÓN

Lema Comercial. Fecha de Fundación. Concesionario y/o Razón Social de la Empresa Televisora RFC - Registro Federal de Contribuyentes

1. Personal/Personnel

Títulos y nombres de los ejecutivos relacionados directamente con la compra de tiempo publicitario máximo 4 nombres (Director, Gerente, Jefe de Anuncios y Jefe de Continuidad).

2. Dirección/Address

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

3. Representantes/Representatives

Representante Nacional (Sólo el nombre).
Representante Internacional (Sólo el nombre).
(En la primera página de la Sección Televisoras, aparecen los datos completos de todos los Representantes).
Oficinas foráneas o Sucursales Dirección y teléfonos.
(c) Carta de Representación en Exclusiva

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

Número de Tarifa - Fecha en que entró en vigor.
(A las tarifas que se reportan deberá agregarse el 16% correspondiente al IVA)
Precios de Programas, por minutos. Precios de Anuncios Cortos por segundo. Descripción de clasificaciones especiales de tiempo o de compra en determinado número de días a la semana, si las hubiere.

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

Recargos por colocación especial en el corte de anuncios o en horario fijo junto a transmisiones especiales.
Descuento por compra de volumen, de frecuencia, de tiempo nocturno o por duración del contrato.

7. Tarifas por compra combinada/Group combination rates

Precios por paquete o por compra simultánea en otro Medio

8. Reglamentos y normas especiales/Policy and special regulations

Anuncios que no se aceptan. Cancelaciones y disposiciones administrativas que difieren de los Reglamentos Generales de Contrato.

9. Frecuencia, potencia/Frequency, power

Frecuencia en Khz. o Mhz. Potencia en Watts (Diurna y/o Nocturna).

10. Datos de transmisión/Broadcasting data

Horario de transmisiones. Tipo de programación.

La publicación de la información básica, condensada, es gratuita para la Televisora.

La Televisora puede publicar anuncios, a los precios de la tarifa en vigor del Directorio MPM, con sus argumentos de venta, que ayuden al Comprador de Medios a evaluarla y seleccionarla.

La colocación de los datos de la Televisora, se determina por el orden numérico del canal. Los datos aparecen en la Ciudad en que se origina la transmisión, misma que se clasifica alfabéticamente en el Estado al que pertenece. A su vez, los Estados se presentan en orden alfabético, de Aguascalientes a Zacatecas.

Analysis of editorial in TV Stations rates and data

MPM policy requires that all information supplied by the TV stations be clarified and organized in accordance with these numbered title segments.

The uniform listing format is as follows:

CALL LETTERS

Identification slogan. Established date. Concesionario or firm name. Tax Identification Number

1. Personnel

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

2. Address

Street, number, district, postal zone, City and State, telephone, fax, e-mail, web.

3. Representatives

National Representative (name only)
International Representative (name only)
(Complete data of Representative are shown at first page of TV Stations Section).
Branch offices: Addresses and Telephone numbers.
(c) Representatives Exclusive Agreement

4. Commission

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

5. Advertising rates

Number of rate card - Effective date.
(In addition 16% sales tax on rates listed)
Program time rates per minutes. Spot announcements per seconds Special time classifications or by days of the week.

6. Extra charges and/or discounts

Rates for special position or fix time to spot announcements. Discounts applicable to volume, frequency, night time or contract duration.

7. Group combination rates

Rates for optional combination with another listed radio station.

8. Policy and special regulations

Non acceptance of alcoholic beverage and tobacco advertising. Cancellation clauses, essential advertising policies and/or restrictions not presented under the "Reglamentos Generales de Contrato".

9. Frequency, power

Frequency: Khz. or Mhz. Power: Watts (Day and/or night).

10. Broadcasting data

Operation schedule.

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

Stations may publish advertisements with their selling points at the current rates of the MPM Directory to help the evaluation and selection of media buyers.

The listings are numerically classified by channel of the station. The cities of broadcasting are also alphabetical under the States, from Aguascalientes to Zacatecas.