

Estudio de Costos e Ingresos 2010

(Año Fiscal 2009)

Panorama del estudio

Contactos

Por favor enviar todas las comunicaciones relacionadas con el estudio a María Clara Kohn, la coordinadora, a la dirección mariaclarakohn@yahoo.com.

Acerca de la miniencuesta

La miniencuesta del 2010 contiene preguntas respecto a datos financieros limitados y datos no financieros. Se abarcan cambios en la circulación, distribución y la cantidad de empleados entre diciembre del 2007 y diciembre del 2009, la composición de los ingresos por publicidad de tiraje interno (ROP) a color, las actividades y el volumen de impresión por proveedores externos, y las operaciones de medios electrónicos (digitales). La mayoría de los resultados se reportarán como un porcentaje del total de respuestas o como promedio y mediana de las respuestas.

Panorama general

Omisión de datos

El estudio de Costos e Ingresos resulta mejor para todos los participantes cuando cada uno aporta todos los datos de la forma más correcta posible. Omitir los centímetros de publicidad, por ejemplo, defrauda a aquellos participantes interesados en comparar centimetraje y tarifas. Se pueden utilizar estimados razonables de gastos como por ejemplo depreciación y gastos administrativos en el caso en que se calculen los gastos después de la fecha de entrega del formulario.

Organización del estudio...

Los datos requeridos se clasifican en cuatro grandes categorías:

- **Perfil** – Los datos de esta sección aparecen resumidos sólo en su perfil individual. Verá el desglose de los periódicos de su grupo de circulación o ingresos como un porcentaje en cada categoría.
- **Datos esenciales para los cálculos** – Los datos de esta sección se utilizan en numerosos cálculos del estudio. Es fundamental que se rellene la sección al máximo posible y con la mayor exactitud.
- **Gastos** – Esta sección también incluye un área para las horas de producción, el desperdicio de papel periódico y el personal de trabajo. Los datos de gastos se clasifican por departamento y por cuenta, según se describe a partir de la página 5.
- **Ingresos** – Los datos de estas secciones abarcan la publicidad paga de tiraje interno (ROP), los preimpresos (volumen e ingresos), la circulación, los medios electrónicos, los ingresos no relacionados

con el periódico, la publicidad no pagada, y porcentajes de páginas. Cada subcategoría de ingresos tiene su propio número de sección y cada punto está numerado.

El estudio separa las operaciones del periódico de las operaciones ajenas o no relacionadas con el periódico. A los efectos del estudio, las operaciones no relacionadas con el periódico consisten en los medios electrónicos (digitales), las guías de compras y productos CMT, la impresión comercial, y otras actividades no relacionadas con el periódico. En la mayoría de los casos, se espera que si reporta algunos ingresos no relacionados con el periódico, también desglosará los gastos correspondientes.

Cálculos importantes...

- **Nuevo formulario** – El nuevo formulario está previamente configurado para su uso e impresión, y por uniformidad no debe ser modificada esta configuración. Si su periódico utiliza un proceso automático para alimentar el formulario empleado hasta el estudio elaborado en 2009, le pedimos encarecidamente efectuar los cambios necesarios para ajustarse a este nuevo formato 2010. Los cambios son básicamente ubicaciones de celdas, y nuevos datos.
- **Conversión a dólares de Estados Unidos** – Consulte www.oanda.com para informarse sobre las tasas de cambio monetario. Utilice la tasa de cambio interbancaria anual promedio.
- **Página de tabloide** – A los efectos del estudio, divida el número de páginas de tabloide entre 2 para que sea equivalente a 1 página de papel periódico formato estándar (sábana).
- **Conversión a cm / columna** – A los efectos del estudio, por favor NO efectúe de forma manual la conversión de cm / columna al equivalente estándar de 6 columnas. El software efectuará la conversión por usted. Es importante saber si sus sistemas ya realizan la conversión. En caso afirmativo, cuando se le pide que reporte el formato de columna, ingrese 6 en lugar del número real de columnas en que se imprime el periódico.
- **Conversión de empleados a tiempo parcial al equivalente a tiempo completo** – Determine el número de horas trabajadas por los empleados a tiempo parcial en una semana promedio y divida ese número por el número estándar de horas a tiempo completo para una semana. (Por lo general, se utiliza la semana de 40 horas como la semana laboral estándar, pero pudiera ser de un número inferior de horas). Multiplique el número de empleados a tiempo parcial por este porcentaje para

llegar al equivalente de empleados a tiempo completo. Redondee el resultado al $\frac{1}{4}$ de persona más cercano (ej. 0.25, 1.5, 2.75, etc.)

Novedades para el 2010 y aclaraciones importantes

- **Ediciones de fin de semana** – Si en lugar de una edición dominical publica una edición de fin de semana que se distribuye el sábado pero que se cuenta por separado y por lo general tiene mayor circulación que otras ediciones entre semana o se vende a un precio superior, trátela como una edición dominical.
- **Personal** – debe reportarse como promedio anual. No reporte la cantidad de personal según la cantidad que tenga a finales de año.
- **Paga por cesantía** – debe reportarse como gasto misceláneo en el departamento General y de administración.

Asignación de gastos y definiciones

Asignación de gastos entre las operaciones del periódico y las operaciones ajenas o no relacionadas con el periódico

No se recomienda que los costos fijos tales como servicios públicos, arreglos al edificio, mantenimiento, etc., se prorroguen a los departamentos de impresión comercial, guías de compras/productos CMT o medios electrónicos en los casos en que el periódico sea el producto principal. Además, los costos indirectos tales como las prestaciones, los impuestos a la nómina y los costos de administración pueden reportarse como costos del periódico. No obstante, los costos variables tales como el gasto de papel periódico y tinta, y los salarios deben separarse y reportarse en sus respectivos departamentos.

Pre-prensa y prensa – Los suministros de Pre-prensa y Prensa deben asignarse según la siguiente fórmula: el total anual de páginas de tiraje interno (ROP) del periódico producidas dividido por el total de páginas producidas es igual al porcentaje del total que debe asignarse al periódico. Este porcentaje luego debe multiplicarse por el valor de los suministros de pre-prensa o prensa para obtener el monto de la asignación. El monto restante luego puede asignarse a los departamentos de guías de compras/productos CMT o impresión comercial.

Papel periódico y tinta – El gasto de papel periódico y tinta debe asignarse según la siguiente fórmula: total anual de impresiones de página del periódico dividido por el total de impresiones de página multiplicado por el gasto total de papel periódico es igual al gasto de papel periódico del periódico. Se debe utilizar esta misma fórmula para asignar el gasto de papel periódico a las guías de compras/productos CMT a los productos de impresión comercial.

Definiciones

- **Periódicos en combinación** – Un periódico que publica una edición matutina y una vespertina. (Encontrará instrucciones especiales para reportar las cifras de circulación, el centimetraje de publicidad de tiraje interno ROP vendido, y el centimetraje de publicidad no pagada.)
- **Tiraje interno (ROP, run of paper)** – Páginas de noticias y publicidad producidas internamente en la rotativa de su periódico para distribución a sus lectores.
- **Guía de compras u otro producto de cubrimiento total del mercado (CMT)** – Producto que cubre completamente el mercado (ej., guías de compras) y que se entrega gratuitamente.
- **Suplementos comprados** – Revista dominical, guía de TV, tiras cómicas a color y cualquier otro material especial que compra ya impreso.
- **Preimpreso** – Un suplemento de publicidad que le llega ya impreso.
- **Circulación/distribución** – Toda actividad fuera de la planta dedicada a la entrega del producto al lector.
- **Expedición/Sala de correo** – Se refiere a la preparación del producto después de la impresión para su posterior entrega.
- **Pre-prensa** – Se refiere al trabajo de producción para preparar la impresión (excepto la impresión comercial y las guías de compras/productos CMT); incluye la cámara, composición y diseño creativo del periódico. También se puede realizar en los Departamentos de Redacción-editorial o de Publicidad.
- **Prensa** – Se refiere a la impresión del periódico en sí (excepto la impresión comercial y las guías de compras/productos CMT); incluye la preparación de las planchas y toda actividad relacionada con las rotativas y el cuarto de carretes.

Instrucciones para el ingreso de datos

Sección 1 – Perfil

Los datos de esta sección se reúnen y reportan en el perfil individual de su periódico.

Propiedad – Seleccione la categoría de propiedad que sea más representativa de su periódico.

Tipo de mercado – Seleccione el tipo de mercado que sea más representativo de su periódico.

Competencia – Indique si en su mercado existe otro periódico diario con circulación significativa.

Sindicato – Ingrese el porcentaje de nómina total bajo un contrato colectivo.

Sección 2 – Datos esenciales para los cálculos

Los datos de esta sección se utilizan para realizar diversos cálculos y son esenciales para el estudio.

Línea 1, Circulación pagada neta – Estas cifras deben reflejar el promedio anual de compradores (suscriptores, voceadores y expendios) de su periódico en un día determinado.

Línea 2, Número de días publicado – La suma no debe sobrepasar los 365 si su periódico no es un periódico en combinación.

Los periódicos en combinación pueden reportar un máximo de 313 días en las columnas de matutino y vespertino, además de 52 domingos.

Línea 3, Tiraje interno (ROP) de páginas de noticias y publicidad – Reporte el total anual de páginas de noticias y publicidad de tiraje interno (ROP) que entregó a diario al suscriptor durante el año. Si publica varias ediciones al día, reporte el total de páginas de la mayor edición del día.

Incluya las páginas de las secciones y ediciones especiales que tuvieron el mismo tamaño que la edición regular. Si sus secciones y ediciones especiales son en formato tabloide, recuerde dividir el número de páginas de tabloide por 2 para calcular el número de páginas normales. No incluya las páginas de reposición o las páginas producidas para una guía de compras o un producto CMT.

Periódicos en combinación: Si normalmente publica varias ediciones al día, pero las combina en una sola edición los sábados o feriados, utilice la columna sombreada para reportar los datos correspondientes a estas ediciones en combinación.

Línea 4, toneladas de papel periódico – No incluya el papel usado para la impresión comercial ni para las guías de compras o los productos CMT. Indique también el peso del papel periódico que se usa, ej., 48.8 g/m².

Línea 5. Tamaño de página impresa. Número de columnas en las páginas de noticias. Para la altura, no incluya los márgenes blancos.

Línea 6 – Indique si **NO** imprime su propio periódico.

(Remítase a la miniencuesta para responder algunas preguntas adicionales concernientes a la impresión de su periódico).

Advierta: Si utiliza los servicios de un tercero afiliado para la impresión de su periódico o puede obtener los datos de su proveedor externo, ingrese la mayor cantidad de información posible con relación a las toneladas de papel periódico (Línea 4 arriba), el porcentaje de desperdicio de papel periódico (Sección 3d), el gasto de papel periódico y tinta (Sección 3, cuentas 721 y 722) y cualquier otro gasto identificable como "Servicios prestados por terceros" (cuenta 06), en el departamento de producción correspondiente o, si no están disponibles por separado, en el departamento de Prensa (600).

Línea 7 – Indique si publica una guía de compras.

Línea 8 – Indique los días de la semana en que su periódico **no** sale publicado (no incluya los feriados). Si publica una edición de fin de semana, indique que no publica un periódico el sábado.

Sección 3 – Gastos

A, B y C) Horas de producción trabajadas en la producción del periódico.

- Sírvase indicar todas las horas productivas trabajadas durante el año en pre-prensa, prensa y expedición/sala de correo, inclusive las del personal de supervisión, según estas instrucciones:
 - Indique todas las horas trabajadas por los empleados de los departamentos de producción, e incluya las horas de "producción" de aquellos empleados que normalmente no pertenecen al departamento de producción en cuestión.
 - No incluya las horas trabajadas en impresión comercial, guías de compras o productos CMT.
 - No incluya las horas por tiempo que se pagó pero no se trabajó (ej., primas por tiempo extra, vacaciones, licencia por enfermedad y feriados.)

D) Desperdicio de papel – Reporte el desperdicio sufrido en cada fase (preparación, tiraje) del manejo del papel.

- Los periódicos pequeños pueden calcular un porcentaje satisfactorio almacenando todo el desperdicio y los desechos del empaquetado en un cajón o tacho móvil que pueda pesarse al final de cada tiraje.

E y F) Número de empleados – Reporte el número de empleados a tiempo completo y los equivalentes a tiempo completo que trabajan normalmente en cada departamento del periódico. Los empleados deben ser reportados en el departamento donde realizan sus actividades principales. Si tiene como práctica asignar los costos de mano de obra de un empleado entre varios departamentos funcionales, debe asignar la cantidad de empleados de modo similar. Ello es muy importante cuando se realiza la asignación entre un departamento del periódico y un departamento no relacionado con el periódico.

Vea la sección de “Cálculos importantes” para informarse sobre el modo de determinar el equivalente a tiempo completo de los empleados a tiempo parcial.

Gastos de periódico por departamento

La sección de gastos se reporta por departamento y cuenta, y cada uno tiene un número que lo identifica. Las referencias a las cuentas reflejan el cruce del número de departamento y el número de cuenta.

Por ejemplo, la columna del departamento Redacción-editorial es la 100 y la fila de la cuenta Compensación directa es 01, por lo que la referencia a la compensación directa del personal de Redacción-editorial es 101.

Advierta que los periódicos pequeños pueden agrupar los gastos de circulación-distribución y expedición/sala de correo en el departamento de circulación-distribución. De igual modo, los gastos de pre-prensa y prensa se pueden agrupar en pre-prensa.

En general, si se incurrió en un gasto para el beneficio exclusivo de un solo departamento, se debe clasificar como parte de ese departamento.

Departamentos del periódico

100 Redacción y editorial – Se refiere a todos los departamentos dedicados a la cobertura de las noticias, entre ellos el de fotografía y arte. También se refiere a los columnistas y articulistas de las páginas editoriales.

200 Publicidad – Se refiere a todas las áreas de venta de publicidad, composición, departamentos de servicios, correctores de publicidad y área de anotación de pedidos.

300 Circulación-distribución – Se refiere a todos los departamentos involucrados en la distribución del periódico, inclusive los choferes, los repartidores que son empleados o los repartidores independientes que NO compran los periódicos que reparten, y las comisiones que reciben.

400 Expedición/sala de correo – Se refiere a todas las actividades de posprensa involucrados en la preparación de los bultos y en la colocación de los insertos del periódico.

500 Pre-prensa – *Si ha trasladado a empleados de pre-prensa a otros departamentos, reporte estos empleados en los otros departamentos.*

600 Prensa – Se refiere a los departamentos de la sala de rotativas, así como a los de preparación de planchas y mantenimiento de las rotativas.

700 Papel periódico y tinta – se refiere a todos los costos vinculados con el papel periódico y la tinta, la manipulación y la descarga, almacenamiento y transporte.

800 Edificio – Departamentos vinculados con el mantenimiento y la reparación de la propiedad inmobiliaria. Incluye el personal de seguridad, limpieza, jardines y mantenimiento.

900 General y administrativo – Se refiere a la alta gerencia y a los departamentos de compra, contabilidad, informática, recursos humanos, mercadeo, investigaciones, crédito y demás departamentos administrativos.

Departamentos no relacionados con el periódico

1000 Medios electrónicos (digitales) – Se refiere a todas las actividades de medios electrónicos, sitio web, directorios, redes sociales y plataforma móvil.

1100 Guía de compras/productos CMT (cobertura total del mercado) – A los efectos del estudio, la definición de guía de compras es “producto publicado que se produce junto con el periódico y se distribuye en la misma zona de servicio general”. Los ingresos y gastos por guías de compras deben separarse de otros rubros del periódico.

1200 Impresión comercial

1300 Otros no relacionados con el periódico

Cuentas en detalle

Operaciones no del periódico: Siempre y cuando el personal del periódico esté involucrado en operaciones específicas no relacionadas con el periódico, los gastos incurridos en apoyo de las operaciones no relacionadas con el periódico deben acreditarse al departamento “otros no relacionados con el periódico”.

Cómo manipular las celdas de color azul/gris: En aras de la uniformidad, he prohibido el acceso a estas celdas y le pedimos que coloque los datos relacionados con estas cuentas en los departamentos en específico tal como se indica.

Cada cuenta tendrá una descripción general seguida de información más específica por departamento, según sea necesario.

Cuentas de gastos

- 01 Compensación directa** - Sueldos, salarios, bonificaciones y remuneración de otra índole (paga de vacaciones, feriados y días de enfermedad) pagados a los empleados.
- | | | |
|------|--------------------------|--|
| 101 | Redacción-editorial | Editores, reporteros, fotógrafos, editores de arte y bibliotecarios. |
| 201 | Publicidad | Todo el personal de publicidad, inclusive gerentes, trabajadores de despachos, quienes entregan las pruebas y los desprendibles, y personal de composición de publicidad. |
| 301 | Circulación-Distribución | Gerente de circulación, coordinador del programa Prensa-Escuela, vendedores, asistentes, contables, choferes, comisiones a los supervisores zonales, y a los repartidores que son empleados del periódico (Vea cuenta No. 14 para mayor información sobre repartidores independientes). |
| 401 | Expedición-s. de correo | Personal de expedición/sala de correos y de mantenimiento asignado a esta sala. |
| 501 | Pre-prensa | Levantadores de texto, personal del cuarto de cámaras, mantenimiento técnico, montaje creativo del periódico y demás personal de pre-prensa. (Si el personal de pre-prensa se ha trasladado al departamento de Redacción-editorial o al de Publicidad a causa de la paginación electrónica, deje a ese personal en sus respectivos departamentos). |
| 601 | Prensa | Todo el personal de las rotativas, cuarto de carretes, preparación de planchas, y el personal de mantenimiento asignado. |
| 701 | Papel periódico y tinta | Normalmente este departamento no incluye personal, a menos que se le asigne. |
| 801 | Edificio | Guardias de seguridad y personal de limpieza, mantenimiento y jardines. |
| 901 | General y admin. | Presidente, vicepresidente, gerente general, gerente de producción. Además, personal de Recursos Humanos, informática, finanzas y contabilidad, mercadeo o cualquier otro empleado no vinculado a un departamento en específico. |
| 1001 | Medios electrónicos | Empleados dedicados exclusivamente a las operaciones de medios electrónicos (digitales), inclusive internet, medios sociales, plataforma móvil, foros de discusión, etc. |
| 1101 | Guía de compras/CMT | Empleados dedicados exclusivamente a las operaciones de guías de compras, y otros que dividen su tiempo entre el periódico y las guía de compras, por el tiempo utilizado exclusivamente en la producción, distribución u otras actividades vinculadas a las guías de compras. |
| 1201 | Impresión comercial | Empleados dedicados exclusivamente a la impresión comercial y otros que dividen el tiempo entre el periódico y la impresión comercial, por el tiempo utilizado exclusivamente en la operación de impresión comercial. |
- 02 Vehículos, viáticos y entretenimiento** – Reembolsos por kilometraje para viajes locales, o para viajes fuera de la ciudad, incluyendo el boleto aéreo, comidas, alojamiento, etc., y entretenimiento del personal de cada departamento.

Advierta: Colocar el costo de los vehículos alquilados o arrendados en la cuenta No. 915.
Colocar la depreciación de los vehículos propiedad de la empresa en la cuenta No. 917.

- 1002 Medios electrónicos Gastos de viaje autorizados o asignación de kilometraje a empleados del periódico cuando están dedicados a las operaciones de medios electrónicos (digitales).
- 1102 Guías de compra/CMT Gastos de viaje autorizados o asignación de kilometraje a empleados del periódico cuando están dedicados a operaciones de guías de compras/productos CMT.
- 1202 Impresión comercial Gastos de viaje autorizados o asignación de kilometraje a empleados del periódico cuando están dedicados a operaciones de impresión comercial.

03 Servicios sindicados, de arte y de noticias

- 103 Redacción-editorial Servicios sindicados, servicios de agencias (AP, UPI); incluya el franqueo postal y las tarifas pagadas por fotos y crónicas.
- 203 Publicidad Todos los servicios de arte utilizados en la publicidad desglosada o de clasificados.

04 Telefonía – Costos de telefonía local, a larga distancia y por servicio V.O.I.P.

05 Gastos de reclutamiento – Incluye los gastos de viaje, reubicación, subsidio a vivienda de un candidato a ser reclutado, así como los honorarios y comisiones de reclutamiento.

06 Servicios prestados por terceros – Honorarios pagados por el trabajo realizado por personas que no son empleados del periódico.

- 106 Redacción-editorial Colaboradores, corresponsales y mano de obra ocasional, como por ejemplo anotadores de resultados deportivos y fotógrafos independientes.
- 406, 506 y 606 Incluya costos de producción por servicios prestados por terceros. Los costos deben ser identificados por separado. Si no pueden ser identificados por separado por actividad productiva, incluya el costo total en el departamento de Prensa, cuenta 606.

Advierta: En el caso de los costos de producción compartidos con una empresa asociada, asigne estos costos según su método de asignación normal. Si normalmente no se asignan los costos de producción compartidos con una empresa asociada, estime el costo total e inclúyalo en el departamento de Prensa, cuenta 606.

- 806 Edificio Pagos a contratistas independientes que se ocupan de los servicios regulares de seguridad, limpieza y mantenimiento de áreas verdes.
- 906 General y admin. Incluya los costos relacionados con los servicios jurídicos, consultores, auditores, investigadores de mercado, asistencia temporal y otros servicios profesionales prestados por terceros que no se acreditan a la cuenta de un departamento en específico.
- 106 Guías de compras/CMT Pagos a contratistas independientes por el trabajo y manipulación de guías de compras y productos CMT (cobertura del mercado total).

07 Mercadeo y promoción – Incluya publicidad en medios, materiales de mercadeo impresos, costos de producción de medios, y auspicios.

- 107 Redacción-editorial Todo gasto para promocionar sugerencias de noticias para el departamento de Redacción-editorial, concursos de la foto de la semana, la mejor receta, etc.
- 307 Circulación-distribución Concursos de circulación y gastos promocionales de los repartidores.
- 907 General y admin. Materiales promocionales producidos por la empresa y que no se pueden atribuir a los departamentos de Redacción-editorial, Publicidad o Circulación.

08 Misceláneos – Incluya los costos por cesantía de TODOS los departamentos en la cuenta 908.

- 708 Papel periódico y tinta Ingrese en esta línea el costo de manipulación, almacenamiento, transporte o descarga, almacenamiento externo u otros costos de manipulación del papel periódico.
- 908 General y admin. Los honorarios de los directores, cargos entre departamentos de la empresa no incluidos en la cuenta 930, cargos bancarios, y gastos extras o incidentales acreditados a la cuenta de este departamento. Si su empresa NO les cobra a los departamentos por separado, incluya todo el gasto en esta línea.

Advierta: Incluya los costos por cesantía de TODOS los departamentos en la cuenta 908.

1308 Otros gastos ajenos al periódico Gastos misceláneos no cubiertos por otros departamentos o cuentas. (por ejemplo, interés pagado o pérdidas de capital)

09 Suministros y materiales

109 Redacción-editorial Suministros de oficina y computadora, formularios impresos de uso exclusivo del departamento; películas y suministros de fotografía y cuarto oscuro.

309 Circulación-distribución Avisos de renovación de la suscripción, formularios impresos, suministros de oficina, cuotas del Instituto de Verificación de la Circulación, etc.

409 Expedición/s. de correo Máquinas roturadoras, planchas, alambre, cordel, papel de envolver, y demás suministros utilizados exclusivamente para preparar el producto para la entrega.

509 Pre-prensa Películas, CD, cinta adhesiva, líquidos para limpieza, trapos; no incluya piezas de repuesto.

609 Prensa Todos los suministros del departamento de prensa, incluyendo las planchas; no incluya las piezas de repuesto.

809 Edificio Jabones, cera de pisos, bombillas, y demás suministros de limpieza y mantenimiento del edificio.

909 General y admin. Suministros de oficina y computadora, utilizados en la oficina de negocios, suministros misceláneos no cobrables a un departamento en específico.

10 Vendedores externos – Comisiones pagadas a empresas y agencias externas que representan al periódico en la venta de sus productos y servicios.

310 Circulación-distribución Comisiones pagadas a agencias/personas externas para mejorar la circulación; si su periódico no desglosa este gasto, debe ser incluido en la cuenta 306 (Servicios prestados por terceros).

11 Comisiones de representantes (nacionales)

211 Publicidad Comisiones y gastos pagados a representantes, promotores externos o agencias de publicidad **nacionales**, pero no a empleados incluidos en la cuenta 201.

1211 Impresión comercial Comisiones por las ventas de contratistas externos.

12 Franqueo

312 Circulación-distribución Todo el franqueo utilizado por el departamento, incluyendo el franqueo clase estándar.

412 Expedición/s. de correo Todo el franqueo utilizado por el departamento, menos el franqueo clase estándar.

912 General y admin. Todo el franqueo no cobrado a los departamentos de Circulación-distribución y Sala de correo. Incluye los cargos de prestadores de servicios en entrega como UPS y FedEx.

1106 Guías de compras/CMT Todo el franqueo utilizado por este departamento, incluyendo el franqueo de segunda clase utilizado para los productos CMT.

13 Reparaciones y mantenim. – Incluye reparaciones, mano de obra y piezas de empresas externas y convenios de mantenimiento.

413 Expedición/s. de correo Todos los gastos de reparación y mantenimiento del equipo de la sala de correo.

513 Pre-prensa Todos los gastos de reparación y mantenimiento del equipo de pre-prensa.

613 Prensa Todos los gastos de reparación y mantenimiento del equipo de prensa.

813 Edificio Plomería, equipo de calefacción y aire acondicionado, y reparaciones del edificio, incluyendo el pintado y la decoración.

913 General y admin. Contratos de mantenimiento y reparación del equipo de oficina, los muebles y los accesorios, y el equipo de procesamiento de datos de todos los departamentos que no sean de producción.

14 Gastos de entrega de repartidores y agentes

314 Circulación-distribución Comisiones o subsidios pagados a repartidores o agentes para la entrega al lector.

Advierta: Si utiliza empleados como repartidores, su salario (típicamente por hora) debe incluirse en la cuenta 301, no aquí.

Advierta: Tiene tres formas de reportar los costos vinculados con los agentes independientes.

- Si utiliza agentes independientes que NO compran los periódicos que reparten, incluya el monto que se les paga en esta cuenta. (El pago puede ser un monto por periódico, una tarifa fija por el trabajo, centavos/km o cualquier otro método menos salario.)
- Si utiliza agentes independientes que compran los periódicos que reparten, y la empresa les cobra a los clientes (y por tanto recibe un pago doble por el mismo periódico), ingrese el monto pagado a los repartidores independientes como contrapartida de los ingresos brutos por circulación en la sección de Ingresos, Línea 17b.
- Si utiliza agentes independientes que compran al por mayor los periódicos que reparten, y ellos están encargados de cobrarles a los clientes, no hay que reportar ningún gasto. El precio al por mayor pagado debe estar incluido en los ingresos por circulación.

15 Alquiler de propiedad y equipos – Los costos de alquilar o arrendar equipos, incluyendo computadoras.

- 815 Edificio Utilice esta cuenta si se alquila un edificio en lugar de ser propietario de él.
- 915 General y admin. El uso de un almacén externo o equipo arrendado, incluyendo vehículos, no cobrados a otro departamento.

16 Transporte de bultos

- 316 Circulación-distribución Los costos vinculados con el transporte y distribución de bultos de periódicos.

17 Depreciación

- 817 Edificio Incluya el equipo de calefacción, ventilación y aire acondicionado, así como todo otro equipo que esté permanentemente conectado al edificio.
- 917 General y admin. Toda depreciación, incluyendo vehículos comprados, y amortización, salvo los artículos incluidos como depreciación del edificio.
- 1217 Impresión comercial Depreciación del equipo utilizado exclusivamente en este departamento, si normalmente se lleva este dato por separado de otros artículos depreciables.

18 Seguro – Solo puede ingresarse en los departamentos 800 y 900, no lo asigne a departamentos ajenos al periódico.

- 818 Edificio Incluya únicamente el costo del seguro del edificio (el inmueble propiamente dicho).
- 918 General y admin. Incluya el costo de los seguros por responsabilidad de terceros, contra incendio del contenido, por interrupción del negocio, contra robos, indemnización laboral, así como el costo de asegurar los vehículos propiedad de la compañía.

19 Impuestos – Solo puede ingresarse en los departamentos 800 y 900, no lo asigne a departamentos ajenos al periódico.

- 819 Edificio Incluya únicamente los impuestos al edificio e impuestos *ad valorem* a la propiedad inmobiliaria.
- 919 General y admin. Todos los demás impuestos, incluyendo los impuestos a la renta locales y nacionales, impuestos a la nómina e impuestos a cuotas por franquicia.

20 Servicios públicos – A los efectos del estudio, TODOS los costos por servicios públicos se consideran gastos del departamento de Edificio.

- 820 Edificio Incluya todos los costos de la electricidad, gas natural, aceite combustible, agua, alcantarillado, y recogida de desechos. NO asigne estos costos por departamento.

21 Papel periódico y manejo – Sólo puede ingresarse en el departamento 700 del periódico y en departamentos ajenos al periódico.

- 721 Papel periódico y tinta Incluya el costo del papel periódico consumido, incluyendo el flete y neto de cualquier descuento. Incluya el costo de manipulación, almacenamiento, transporte o descarga, almacenamiento externo y otros costos de manipulación en la cuenta 708.

22 Tinta - Sólo puede ingresarse en el departamento 700 del periódico y en departamentos ajenos al periódico.

- 722 Papel periódico y tinta Incluya el costo de la tinta consumida, incluyendo el flete y neto de cualquier descuento.

- 23 Cuotas y membresías** – Sólo puede ingresarse en el departamento 900 del periódico. Si se pagan a nombre de personal utilizado exclusivamente en un departamento ajeno al periódico, el gasto se puede asignar a ese departamento.
- 923 General y admin. Incluye los costos de publicaciones especializadas y cuotas de asociación, membresías en country club, y otras membresías vinculadas con el negocio.
- 24 Contribuciones a entidades benéficas** – Sólo puede ingresarse en el departamento 900, no lo asigne a departamentos ajenos al periódico.
- 924 General y admin. Donaciones y aportes efectuados a fundaciones y entidades benéficas.
- 25 Suplementos comprados** – A los efectos del estudio, todos los suplementos comprados se consideran publicidad y deben reportarse en el departamento 200.
- 225 Publicidad Guías de TV, tiras cómicas a color, revistas dominicales, etc., que NO son imprimidos en su rotativa. Si se imprimen en su rotativa, coloque en esta cuenta las cuotas por sindicación de guías de TV y tiras cómicas a color.
- 26 Capacitación y desarrollo profesional** – Sólo puede ingresarse en el departamento 900 del periódico. Si se pagó a nombre de personal utilizado exclusivamente en un departamento ajeno al periódico, el gasto se puede asignar a ese departamento.
- 926 General y admin. Cuotas pagadas por capacitación y seminarios.
- 27 Prestaciones de los empleados** – Sólo puede ingresarse en el departamento 900 del periódico. Si se pagaron a nombre de personal utilizado exclusivamente en un departamento ajeno al periódico, el gasto se puede asignar a ese departamento.
- 927 General y admin. Incluya los montos del seguro médico, seguro de vida, pensiones, y todas las demás prestaciones de los empleados.
- 28 Impuestos a la nómina** – Sólo puede ingresarse en el departamento 900 del periódico. Si se pagó a nombre de personal utilizado exclusivamente en un departamento ajeno al periódico, el gasto se puede asignar a ese departamento.
- 928 General y admin. Incluya todos los pagos de impuestos a la Seguridad Social, impuestos al desempleo, y todos los demás impuestos relacionados con los empleados.
- 29 Deudas incobrables** – Se permite la asignación específica a un departamento ajeno al periódico.
- 229 Publicidad Todas las cuentas por cobrar de publicidad que se han clasificado como incobrables; o si se tiene una reserva, la previsión por cuentas con poca posibilidad de pago.
- 329 Circulación-distribución Todas las cuentas por cobrar de circulación que se han clasificado como incobrables; o si se tiene una reserva, la previsión por cuentas con poca posibilidad de pago.
- 929 General y admin. Todas las cuentas por cobrar, no incluidas en circulación ni en publicidad, que se han clasificado como incobrables; o si se tiene una reserva, la previsión por cuentas con poca posibilidad de pago.
- 30 Servicio externo de procesamiento de datos**
- 930 General y admin. Los honorarios pagados a empresas externas o cargos entre los departamentos de la empresa por el procesamiento de datos de la nómina, facturación de publicidad, facturación de circulación, contabilidad y otros servicios financieros.

Sección 4 - Ingresos

Advierta: Reste los descuentos y reembolsos, incluyendo los descuentos por pago con prontitud, de la cuenta de ingresos correspondiente y reporte el monto neto.

4a – Ingresos por publicidad paga ROP – tiraje interno

Reporte el número anual de cm/columna vendidos, el formato de columna y los ingresos recibidos por cada categoría. La categoría “diarios” incluye todos los periódicos publicados de lunes a sábado, a menos que su periódico publique una edición de fin de semana. Las ediciones de fin de semana pueden tratarse como un periódico dominical. (Remítase a la sección “Novedades para el 2010 y aclaraciones importantes” para mayor información sobre las ediciones de fin de semana).

Información relacionada con cada columna...

- **Cm/columna vendidos diariamente** – Ingrese el total anual de cm de publicidad vendidos para las ediciones diarias (lunes a sábado).
- **Cm/columna vendidos los domingos** – Ingrese el total anual de cm de publicidad vendidos para las ediciones dominicales o de fin de semana, si lleva una tarifa diferente a la de entre semana.
- **Cm/columna vendidos en combinación** – Esta columna es para uso exclusivo de los periódicos en combinación (matutinos y vespertinos). (Remítase a la sección de “Definiciones” en caso de duda sobre el significado de “periódicos en combinación”). Reporte el total anual de cm de publicidad vendidos en combinación. Para evitar la duplicación de los cm en combinación, los periódicos en combinación deben reportar todos los cm en esta columna. **NO** utilice la columna de ediciones diarias ni la de ediciones dominicales.

Advierta: Un cm vendido en combinación se trata como un cm vendido, no dos cm vendidos.

Cómo calcular cm vendidos en combinación:

Publicidad vendida para el matutino y el vespertino (en combinación): 100,000.

Publicidad vendida para el matutino y el dominical (en combinación): 10,000.

Total de cm en combinación: 110,000.

- **Columnas por página** – Reporte el número de columnas por página en el que se han reportado los cm (ej. 5, 6, 7, 8, etc).

Advierta: Muchos sistemas están diseñados para convertir los cm al estándar de la industria, 126 SAU (6 columnas).

Si su sistema efectúa la conversión – Reporte el número de columnas como 6, inclusive si el periódico o la sección en realidad se imprime utilizando un número diferente de columnas.

Si su sistema NO efectúa la conversión – Reporte el número real de columnas en que se publica el periódico o la sección. **No haga la conversión de cm/columna de forma manual;** el software de Inland hará este cálculo por usted.

- **Dólares** – Reporte los ingresos de cada clasificación en montos enteros, redondeados. Omite los centavos.

Información relacionada con cada fila...

1. **Venta al detal, tiraje interno (ROP).** Omite su propia publicidad promocional. La publicidad promocional debe reportarse en la sección “Publicidad no pagada”. Ingrese el centimetraje de publicidad vendida por su periódico y los ingresos correspondientes.
2. **Nacional ROP.** Ingrese el centimetraje de publicidad Nacional vendida por su periódico y los ingresos correspondientes. Las comisiones pagadas a agencias o representantes debe incluirse como gasto del departamento de Publicidad en la cuenta 211.
3. **Clasificados ROP.** La publicidad de Clasificados debe ingresarse con tanto detalle como sea posible. Si los datos correspondientes a subcategorías específicas NO están disponibles, reporte la diferencia entre las subcategorías reportadas y el total ya sea en “Avisos, otros” u “Otros clasificados por palabra”, según corresponda.

Advierta: Es importante que reporte aparte los avisos judiciales. Es beneficioso para su análisis y de los periódicos de su grupo. Si los avisos judiciales por palabra no están disponibles por separado, incluya el centimetraje y los ingresos en “Otros clasificados por palabra” y marque la casilla para indicarlo.

4. **Avisos judiciales.** Por favor remítase al recuadro del punto 3 (Clasificados ROP) arriba.
5. **Total ROP** - Sumatoria de toda la publicidad ROP pagada.

Advierta: Se ha añadido una columna que calcula los ingresos/cm ROP. Revise los cálculos para determinar si los datos obtenidos son razonables.

4b – Volumen e ingresos por avisos preimpresos

Líneas 6 y 11, Suplementos comprados lunes a sábado y los domingos – Si su periódico vende publicidad en suplementos no imprimidos en su rotativa (guías de TV, revistas dominicales o tiras cómicas a color), reporte todos los ingresos de estos suplementos. También reporte el total anual de cm / columna vendidos.

Líneas 7 y 12, Preimpresos al detal lunes a sábado y los domingos (total y parcial) – Ingresos derivados de los preimpresos al detal. Reporte el total anual de secciones vendidas y la cantidad distribuida.

Líneas 8 y 13, Preimpresos nacionales lunes a sábado y los domingos (total y parcial) - Ingresos derivados de los preimpresos nacionales. Reporte el total anual de secciones vendidas y la cantidad distribuida.

Líneas 9 y 14, Preimpresos clasificados (total y parcial) – Ingresos derivados de los preimpresos clasificados. Reporte el total anual de secciones vendidas y la cantidad distribuida.

Advierta: Si no desglosa la actividad preimpresa en “lunes a sábado” y “domingos”, ingrese los datos en los campos de “lunes a sábado”.

Si no desglosa la actividad preimpresa en “al detal”, “nacionales” y “clasificados”, ingrese toda la actividad como “al detal”.

4c – Ingresos por circulación y otros ingresos del periódico

Línea 17a, Ingresos brutos por circulación – todos los ingresos derivados de la venta de ejemplares individuales, pedidos, y ventas al por mayor o en bloque, o suscripciones netos de devoluciones, descuentos y ajustes.

Línea 17b, Sustraer pagos estimados a agentes y repartidores, etc. – Tiene tres formas de reportar los costos vinculados con los agentes independientes.

- Si utiliza agentes independientes que compran los periódicos que reparten, y la empresa les cobra a los clientes (y por tanto recibe un pago doble por el mismo periódico), ingrese aquí el monto pagado a los repartidores independientes como contrapartida de los ingresos brutos por circulación. (Esta es la única situación que causará una diferencia entre ingresos brutos y netos por circulación).
- Si utiliza agentes independientes que compran al por mayor los periódicos que reparten, y ellos están encargados de cobrarles a los clientes, no hay que reportar ningún gasto. El precio al por mayor que se pagó debe estar incluido en los ingresos por circulación. (Los ingresos brutos y netos seguirán iguales).
- Si utiliza agentes independientes que NO compran los periódicos que reparten, incluya como gasto en la cuenta 314 el monto que se les paga. (El pago puede ser un monto por periódico, una tarifa fija por el trabajo, centavos/km o cualquier otro método menos salario).

Línea 18, Otros ingresos del periódico – Reporte los ingresos por la venta de fotografías, reimpressiones de artículos y papel desperdicio reciclable.

4d – Ingresos provenientes de medios electrónicos

Los medios electrónicos pueden llamarse medios digitales o interactivos o nuevos medios, pero nunca incluya los ingresos de las operaciones televisivas de empresas de comunicaciones o de interés diversificado.

Por favor complete la miniencuesta, la cual incluye varias preguntas adicionales relacionadas con las operaciones de medios electrónicos. ¡Verá que los resultados de estas preguntas son sumamente valiosos!

Líneas 19-22, Ingresos de medios electrónicos – reporte la información de ingresos ampliada correspondiente a los ingresos de medios electrónicos tal como se muestra.

4e – Ingresos no relacionados con el periódico

Línea 23, Ingresos por guías de compras o productos CMT – Ingresos derivados de cualquier producto que cubra complementariamente su zona de servicio, tal como una guía de compras, periódico gratuito, distribución de suplemento extra o producto CMT (cobertura del mercado total).

Línea 24, Impresión comercial – Ingresos derivados de actividades no relacionadas con el periódico, tales como encargos o contratos para la impresión de publicaciones y circulares de terceros.

Línea 25, Otros ingresos no relacionados con el periódico – Ingresos derivados del interés, dividendos, ganancias de capital y cualquier otra publicación de nicho.

Línea 26, Total de ingresos – La sumatoria de todos los ingresos: por publicidad paga ROP, publicidad preimpresa paga, ingresos netos por circulación, otros ingresos del periódico, e ingresos no relacionados con el periódico. (Es una cifra calculada, pero verifique que se aproxime a la cifra de su estado financiero real).

4f – Publicidad no pagada

Las instrucciones siguientes corresponden a las líneas 27, 28 y 29.

- La publicidad no pagada incluye las reposiciones, los avisos para autopromoción y los avisos pequeños tipo “anuncie en este espacio”.
- Reporte los cm en el formato de columna en que se publica el periódico o si el sistema efectuó la conversión, reporte todos los cm no pagados en formato de 6 columnas.

<p>Periódicos en combinación: A los efectos de reportar la publicidad no pagada, los periódicos en combinación (matutino y vespertino) deben contar cada anuncio de 1 cm publicado en dos ediciones como 2 cm.</p>

Sección 5 – Porcentajes de páginas

Reporte el porcentaje promedio páginas de noticias, publicidad y publicidad no pagada de su periódico. Asegúrese de que los porcentajes coincidan aproximadamente con el tiraje interno (ROP) de páginas de noticias y publicidad reportado en la sección 2 – Datos esenciales para los cálculos, línea 3.