

GQ

GENTLEMEN'S QUARTERLY



Foto: Markus Ziegler

MEDIA KIT
2013



GENTLEMEN'S QUARTERLY



La revista masculina con más estilo en el mundo

The most stylish men's magazine around the world

Casi sin darnos cuenta, entramos en esa especie de compleja madurez que las revistas de más de un lustro de circulación en el mercado pueden decir que alcanzaron. En el caso de GQ México, hablamos de 7 años de estar informando exitosamente a nuestros lectores sobre lo que se denomina coloquialmente "estilo de vida" masculino. Me refiero a compleja madurez porque, aunque la suerte y el entusiasmo nos han premiado desde aquel primer emocionante número de 2006 con un liderazgo indiscutible, no son pocas las lecciones aprendidas. Sin embargo, no importa qué tan duro haya sido el trabajo, gracias a nuestros lectores y anunciantes hemos podido batir todo tipo de récords, en ventas de ejemplares, en publicidad y en rentabilidad. Pero quizás el logro más satisfactorio de todos ha sido el de observar la enorme capacidad de influencia, yo diría positiva, que hemos tenido en el comportamiento de nuestros lectores. Nuestra GQ, entra a 2013 con más ímpetu que nunca, no solo por esos gratificantes resultados, sino porque tenemos más herramientas que nunca para satisfacer a nuestros lectores. Además de las tradicionales ediciones impresas de México y Latinoamérica, contamos con un fulgurante sitio web que nos permite una invaluable interacción con nuestros seguidores, lanzamos nuestra edición en versión digital y, como si fuera poco, nuestra aplicación con la versión enriquecida de nuestra revista para iPad, para así llegar a un inmenso núcleo de antiguos y nuevos lectores apegados a la tecnología.

¿Que más se puede pedir? Solo nos queda agradecer a todos aquellos que se interesan y se han interesado por GQ México y Latinoamérica de esa manera tan generosa.

Almost without noticing it, we are reaching that kind of complex maturity that only the magazines with more than five years of circulation in the market can boast they have reached. In the case of GQ México, for nearly seven years we have been successfully reporting to our readers on a wide range of issues related to what is colloquially known as "male lifestyle". I call it complex maturity because, although our enthusiasm and good luck have rewarded us ever since that exciting first 2006 issue with an unquestionable leadership that keeps growing in this competitive branch of journalism, we have learned many valuable lessons. However, no matter how hard the work might have been, thanks to our readers and advertisers we have been able to break all kinds of records in sales, advertising and profitability, as well as all the other values so highly appreciated by the efficient business that give us their support. Perhaps the most rewarding experience has been to see the great positive influence that we had on the activity and behavior of our readers. Our GQ enters the year 2013 with never equaled momentum, not only due to the gratifying results achieved, but because now we have more tools than ever to satisfy our readers. In addition to the traditional printed editions in Mexico and Latin America, we have an upgraded web site that allows an invaluable interaction with our fans, we launched a digital version edition, and as if it were not enough, we offer an application with the enriched version of our magazine for iPad. All these allow us to reach a huge number of old and new technology savvy readers. What more can we ask for? We can only express our gratitude to the many readers that showed such generous interest in GQ Mexico and Latin America.

Estamos 100% conectados



Foto: Ana Lorenzana.



Director Editorial
Editor in Chief

Rafael Nobre G.

Brassiere.
Azzedine Alaïa.



Fotos: GQ México Febrero 2012/ Alan Fis/ México Junio 2012.

- * SWING *
- * ZAPPING *
- * HISTORIAS *
- * ZÓCALO *
- * MÁQUINAS *
- * BON VIVANT *
- * PULSO *
- * HUMOR *



Traje, corbata de algodón, corbata de seda y correa de tela para llaves, Givenchy.
Gafas de sol, Calvin Klein Collection.
Audífonos, Urbanears.



DEMOGRÁFICOS
DEMOGRAPHICS

EGM POBLACIÓN

SEXO / GENDER
Hombres / Male 66%
Mujeres / Female 34%

EGM EJECUTIVOS

SEXO / GENDER
Hombres / Male 89%
Mujeres / Female 11%

EGM POBLACIÓN

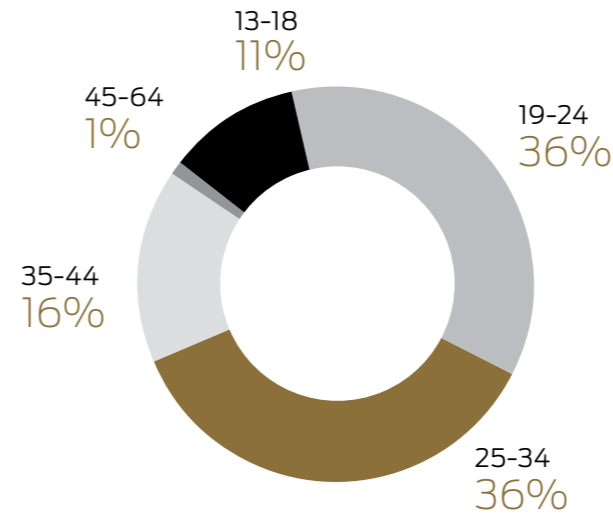
ESTADO CIVIL
MARITAL STATUS
Soltero / Single 78%
Casado / Married 22%

EGM EJECUTIVOS

ESTADO CIVIL
MARITAL STATUS
Soltero / Single 22%
Casado / Married 77%

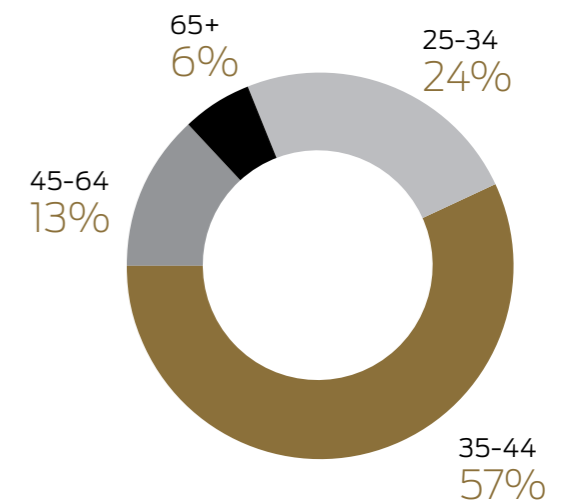
EGM POBLACIÓN

EDAD / AGE



EGM EJECUTIVOS

EDAD / AGE



EGM POBLACIÓN

NIVEL SOCIOECONÓMICO / SOCIOECONOMIC LEVEL
ABC+ 43%
C 16%

EGM EJECUTIVOS

NIVEL SOCIOECONÓMICO / SOCIOECONOMIC LEVEL
AB 91%
C+ 9%

EGM POBLACIÓN

NIVEL ACADÉMICO
EDUCATION
Licenciatura o superior / College degree or higher 53%
Otro / Other 47%

EGM EJECUTIVOS

NIVEL ACADÉMICO
EDUCATION
Posgrado o superior / Postgraduate degree or higher 27%
Licenciatura / College degree 58%

Foto: GQ México Agosto 2012.

Fuente: Estudio General de Medios Ejecutivos 2011, Ipsos México
Estudio General de Medios Población General 4to acumulado 2011-1er acumulado 2012, Ipsos México
Personas que han leído la revista en los últimos 6 meses

Source: General Media Survey Executives 2011, Ipsos Mexico
General Media Survey General Population 4th accumulated 2011-1st accumulated 2012, Ipsos Mexico
People that read the magazine in the past 6 months

MODA Y LUJO
FASHION AND LUXURY

- 100% Compra artículos de lujo:
Buys luxury products:
- 87% Perfumes
Perfume
- 71% Accesorios de lujo:
Luxury accessories:
- 41% Bolsas y portafolios
Bags and briefcases
- 73% Joyas y relojes
Fine jewelry and watches
- 31% Plumas o artículos de escritorio
Writing and desk accessories
- 49% Lentes de sol
Sunglasses
- 64% Calzado de lujo
Luxury footwear
- 90% Planea comprar o regalar artículos de lujo:
Plans to buy luxury products:
- 85% Perfumes
Perfume
- 43% Artículos electrónicos de lujo
Luxury electronic products
- 50% Accesorios de lujo:
Bolsas, portafolios, joyas, relojes, plumas,
artículos de escritorio, lentes y accesorios
de diseñador
*Luxury accessories: bags, briefcases fine
jewelry, watches, luxury writing and desk,
sunglasses and designer accessories*
- 72% Ropa de diseñador
Designer clothing
- 91% Calzado de lujo
Luxury footwear

LUGAR DE COMPRA
PLACE OF PURCHASE

- 93% Tiendas departamentales
Department stores
- 51% Boutiques en centros comerciales
Boutiques in shopping malls
- 26% Boutiques fuera de centros comerciales
Boutiques off shopping malls

BEBIDAS ALCOHÓLICAS
ALCOHOLIC BEVERAGES

- 83% Consume bebidas alcohólicas
Drinks alcoholic beverages
- 96% Consume bebidas de alta graduación:
brandy, ron, tequila, vodka, whisky y cognac
Drinks high alcohol beverages
- 63% Consume bebidas de baja graduación:
Vinos, cerveza, licor, aperitivos,
champagne, rompopo y sidra
Drinks low alcohol beverages
- 32% Vodka
Vodka
- 50% Whisky
Whiskey
- 58% Cerveza
Beer
- 80% Compra vino de marcas prestigiosas
Buys wine from prestigious brands

TECNOLOGÍA
TECHNOLOGY

- 84% Considera que tener lo último en tecnología
es vital para el éxito de su negocio
*Considers that having the latest in
technology is vital for his/her business*
- 73% Tiene home theater
Owens home theater system
- 60% Tiene consola de videojuegos
Owens a video game console
- 49% Tiene blu-ray
Owens a blu-ray player
- 100% Tiene computadora de escritorio/laptop
Owens a desktop/laptop computer
- 78% Tiene dos computadoras o más
Owens two computers or more
- 97% Tiene cámara/videocámara digital
Owens a digital camera/videocamera
- 97% Tiene pantalla de plasma/LCD
Owens a plasma/LCD screen





**AUTOS
CARS**

- 87% Tiene más de dos autos en el hogar
Has two or more cars at home
- 100% Decide la compra de los autos en el hogar
Decides the purchase of the car
- 81% Viaja en automóvil en sus viajes de placer
Travels by car when traveling for pleasure
- 42% Renta autos durante sus viajes de placer
Rents cars when traveling for pleasure

**PODER ADQUISITIVO
PURCHASING POWER**

Bienes raíces, servicios financieros y viajes/
Real estates, finance and travel

- 95% Son ejecutivos de alto nivel
They are high income executives
- 82% Toman decisiones dentro de la empresa
They make decisions within the company
- 94% Tiene casa propia
Owns his/her home
- 79% Vive en casa sola
Lives in a house
- 21% Vive en departamento
Lives in an apartment
- 68% Tiene bienes raíces adicionales
Owns additional real estate

**FINANZAS
FINANCE**

- 86% La planificación financiera es su prioridad
The financial planning his/her a priority
- 99% Utiliza servicios financieros
Uses financial services
- 97% Tiene tarjeta de crédito
Uses a credit card
- 75% Tiene tarjeta de débito/ nómina
Uses a debit/payroll card
- 26% Tiene inversiones a plazo fijo
Owns fixed-term investment
- 93% Tiene cuenta de ahorro/débito o cheque
Has a savings/ debit or checking account
- 84% Utiliza banca electrónica
Uses online banking

**SEGUROS
INSURANCE**

- 98% Tiene algún tipo de seguro pagado por ellos/ellas:
Owns some type of insurance paid by him/her:
- 92% Vida
Life
- 24% Accidentes
Accidents
- 98% Autos
Car
- 43% Hogar
Home
- 59% Médico
Medical
- 15% Escolar
Student

**VIAJES DE PLACER
LEISURE TRAVEL**

- 94% Realiza viajes de placer
Takes vacation
- 58% Va a destinos nacionales
Goes to national destinations
- 23% Va a destinos internacionales
Goes to international destinations
- 19% Va a destinos nacionales e internacionales
Goes to national and international destinations
- 95% Se hospeda en hoteles de lujo
Stays in luxury hotels
- 60% Contrata tours
Goes on tours
- 93% Va de compras
Goes shopping
- 70% Va a bares/antros
Goes to bars/clubs
- 87% Va a la playa
Goes to the beach
- 98% Va a restaurantes
Goes to restaurants

Foto: Tito Trueba



**VIAJES DE NEGOCIOS
BUSINESS TRIPS**

- 74% Realiza viajes de negocios
Makes business trips
- 88% Viaja en avión
Travels by plane
- 44% Viaja en primera clase o business class
Flies first class or business class
- 86% Va a destinos nacionales
Goes to national destinations
- 6% Va a destinos internacionales
Goes to international destinations
- 8% Va a destinos nacionales e internacionales
Goes to national and international destinations

**DEPORTES / SALUD
SPORTS / HEALTH**

- 83% Hace ejercicio o práctica algún deporte:
Exercises or plays a sport:
- 21% Practica deportes al aire libre (ciclismo, golf, deportes extremos)
Outdoor sports (cycling, golf, extreme sports)
- 82% Deportes que practica: (futbol, tenis/ squash, deportes en equipo, nadar)
Sports (soccer, tennis/squash, team sports, swimming)
- 90% Practica actividades para estar en forma (corre, va al gimnasio o club deportivo)
Fitness activities (runs, goes to the gym or sports club)
- 51% Tiene una dieta saludable
Has a healthy diet
- 80% Consume alimentos bajos en calorías
Consume low calories foods
- 59% Cuida las calorías que consume
Watches the calories in his/her meals
- 92% Toma bebidas deportivas
Drinks sports beverages

**ESTILO DE VIDA
LIFESTYLE**

Cultura y entretenimiento/
Culture and entertainment

- 98% Realiza actividades culturales
Make cultural activities
- 98% Lee libros
Reads books
- Realiza actividades de entretenimiento:
Entertainment activities:
- 78% Va a bares/antros
Goes to bars/clubs
- 45% Va al spa
Goes to spa
- 100% Va de compras
Goes shopping
- 94% Sigue eventos deportivos como:
Watches sporting events such as:
- 88% Futbol
Soccer
- 81% Box
Box
- 90% Futbol americano
Football
- 60% Otros (golf, automovilismo y tenis)
Other (golf, auto racing, tennis)

INTERNET

- 92% Usa internet
Uses internet
- Accesa a internet en:
Internet using:
- 99% Computadora de escritorio/laptop
Desktop /laptop
- 79% Smartphone, BlackBerry, iPhone o iPad
Smartphone, BlackBerry, iPhone or iPad
- 16% iPad / iPad
iPad / iPad
- 68% Busca información de autos en internet
Looks for car information online
- 39% Ha comprado algún producto por internet
Purchased a product online
- 100% Tiene cuenta en Facebook
Has a Facebook account
- 55% Tiene cuenta en Twitter
Has a Twitter account

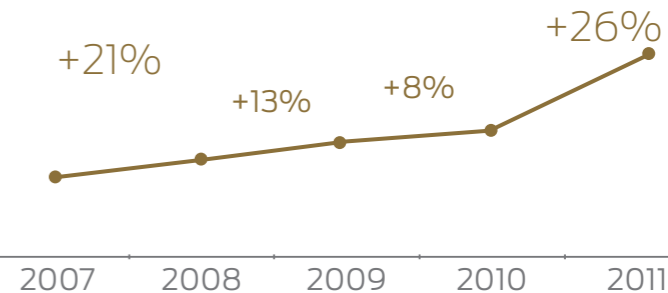
Foto: Gregory Allen.



CUIDADO PERSONAL GROOMING

- Usa productos para:
Uses products for:
- 100% Cuidado personal
Personal care
- 100% Cuidado del cabello
Hair care
- 100% Cuidado corporal
Body care
- 57% Tiene rasuradora eléctrica
Owns an electric razor

**INCREMENTO DE AUDIENCIA
AUDIENCE GROWTH**



Fuente: Estudio General de Medios Ejecutivos 2007-2011, Ipsos México.
Source: EGM Executives Ipsos, 2007-2011. General Media Survey Executives, Ipsos 2007-2011.

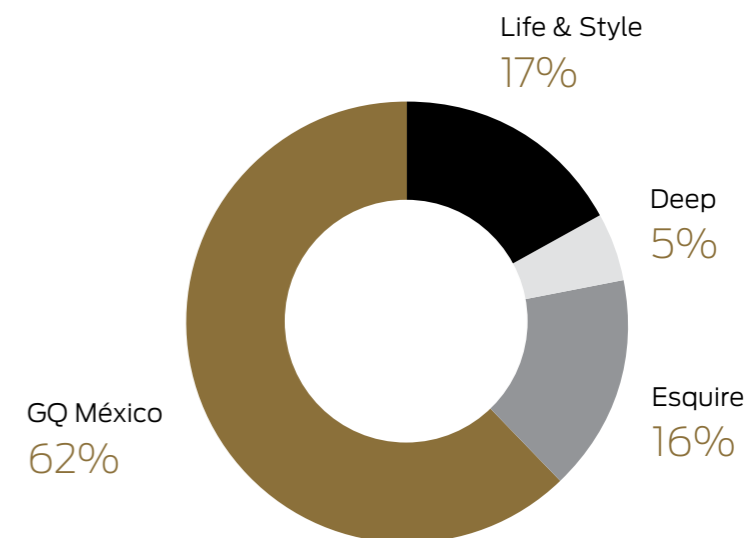
Hombres que han leído la revista en los últimos 6 meses.
Men who read the magazine in the past 6 months.

**EFFECTIVIDAD PUBLICITARIA
ADVERTISING EFFECTIVENESS**

- 82% Presta atención a los anuncios en las revistas
Pays attention to ads in magazines

ALCANCE / REACH

GQ es la revista masculina líder en su categoría
GQ is the men's magazine leader in its category

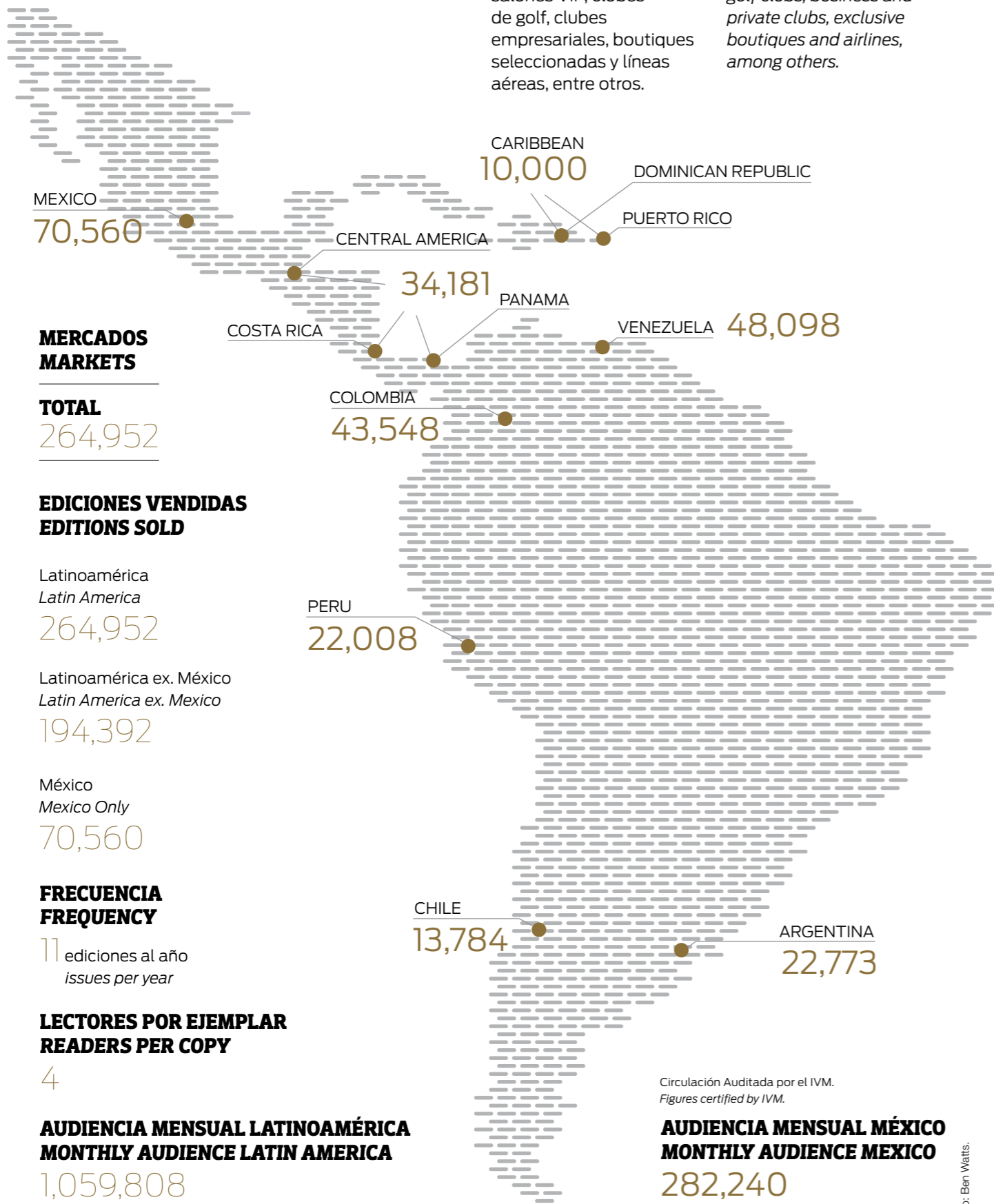


Fuente: Estudio General de Medios Ejecutivos 2010-2011, Ipsos México
Estudio General de Medios Población 1er. Acumulado 2012, Ipsos México
Target GQ: Hombres de 25 a 45 años /ABC+/Licenciatura o superior
GQ Internacional: México, España y versiones en inglés
Personas que han leído la revista en los últimos 6 meses
Hombres que han leído la revista en los últimos 6 meses

Source: General Media Survey Executives 2010-2011, Ipsos Mexico
General Media Survey, General Population 1st accumulated 2012, Ipsos Mexico
GQ Target: Men/ 25 to 45 years/ ABC+/
Bachelor degree or higher
Internacional GQ: Mexico, Spain and English editions
People that read the magazine in the past 6 months
Men that read the magazine in the past 6 months

Circulación controlada:
Tarjetahabientes
calificados, principales
salones VIP, clubes
de golf, clubes
empresariales, boutiques
seleccionadas y líneas
aéreas, entre otros.

Controlled circulation:
Qualified credit card
members, VIP lounges,
golf clubs, business and
private clubs, exclusive
boutiques and airlines,
among others.



**MERCADOS
MARKETS**

TOTAL
264,952

**EDICIONES VENDIDAS
EDITIONS SOLD**

Latinoamérica
Latin America
264,952

Latinoamérica ex. México
Latin America ex. Mexico
194,392

México
Mexico Only
70,560

**FRECUENCIA
FREQUENCY**

11 ediciones al año
issues per year

**LECTORES POR EJEMPLAR
READERS PER COPY**

4

**AUDIENCIA MENSUAL LATINOAMÉRICA
MONTHLY AUDIENCE LATIN AMERICA**

1,059,808

Circulación Auditada por el IVM.
Figures certified by IVM.

**AUDIENCIA MENSUAL MÉXICO
MONTHLY AUDIENCE MEXICO**

282,240

Foto: Ben Watts.



MÉXICO / MEXICO

EDICIÓN / ISSUE	EDICIÓN ESPECIAL SPECIAL EDITION	CIERRE CLOSING	MATERIALES MATERIAL	A LA VENTA ON-SALE DATES
Enero / January		no hay edición		
Febrero / February		Ene 4	Ene 7	Ene 30
Marzo / March		Feb 1	Feb 6	Feb 28
Abril / April	GQ Style	Mar 4	Mar 6	Mar 30
Mayo / May		Abr 3	Abr 5	Abr 30
Junio / June		May 3	May 6	May 30
Julio / July		Jun 3	Jun 6	Jun 30
Agosto / August		Jul 3	Jul 5	Jul 30
Septiembre / September	GQ Style	Ago 2	Ago 6	Ago 30
Octubre / October		Sep 2	Sep 5	Sep 30
Noviembre / November		Oct 2	Oct 4	Oct 30
Diciembre / December		Nov 4	Nov 7	Nov 30
Enero / January '14		no hay edición		

Estas fechas son tentativas y están sujetas a cambios / These dates have been tentatively set and are subject to change.

LATINOAMÉRICA / LATIN AMERICA

EDICIÓN / ISSUE	CIERRE CLOSING	MATERIALES MATERIAL	A LA VENTA ON-SALE DATES
Enero / January	no hay edición		
Febrero / February	Dic 27	Ene 3	Ene 30
Marzo / March	Ene 29	Feb 1	Feb 28
Abril / April	Feb 27	Mar 4	Mar 30
Mayo / May	Mar 27	Abr 3	Abr 30
Junio / June	Abr 29	May 3	May 30
Julio / July	May 29	Jun 3	Jun 30
Agosto / August	Jun 28	Jul 2	Jul 30
Septiembre / September	Jul 29	Ago 2	Ago 30
Octubre / October	Ago 29	Sep 2	Sep 30
Noviembre / November	Sep 27	Oct 1	Oct 30
Diciembre / December	Oct 29	Nov 4	Nov 30
Enero / January '14	no hay edición		

Estas fechas son tentativas y están sujetas a cambios / These dates have been tentatively set and are subject to change.

MÉXICO / MEXICO

TAMAÑO / SIZE	COSTO UNITARIO (MXP)	* TARIFAS MÉXICO PARA CLIENTES INTERNACIONALES (USD)
1 página / Single page	\$ 137,130	\$ 10,970
1/2 página / Half page	\$ 89,900	\$ 7,190
2/3 página / 2/3rd page	\$ 120,560	\$ 9,650
1/3 página / 1/3rd page	\$ 59,350	\$ 4,750

POSICIONES ESPECIALES / PREMIUM POSITIONING

1era doble página / 2nd cover + pag. 1, Posición preferencial / First spread of book	\$ 370,220	\$ 29,490
2da doble página / 2nd spread	\$ 366,800	\$ 29,210
3ra doble página / 3rd spread	\$ 359,940	\$ 28,670
3ra de forros / 3rd cover	\$ 177,900	\$ 14,170
4ta de forros / Backcover	\$ 270,400	\$ 21,550

LATINOAMÉRICA / LATIN AMERICA

TAMAÑO / SIZE	FULL RUN (USD)	EX MEXICO (USD)
1 página / Single page	\$ 38,150	\$ 28,400
1/2 página / Half page	\$ 25,010	\$ 18,920
2/3 página / 2/3rd page	\$ 33,580	\$ 25,050
1/3 página / 1/3rd page	\$ 17,080	\$ 12,800

POSICIONES ESPECIALES / PREMIUM POSITIONING

1era doble página / 2nd cover + pag. 1, Posición preferencial / First spread of book	\$ 102,700	\$ 76,280
2da doble página / 2nd spread	\$ 101,750	\$ 75,570
3ra doble página / 3rd spread	\$ 99,850	\$ 74,160
3ra de forros / 3rd cover	\$ 49,800	\$ 36,610
4ta de forros / Backcover	\$ 75,050	\$ 55,840

Tarifas netas + IVA. Para posiciones preferenciales se recomienda reservar con anticipación. En contratación de fracciones se deberá avisar con 30 días de anticipación al cierre. Las tarifas están sujetas a cambios sin previo aviso. Para cotizaciones especiales (gatefolds, insertos, etc.) y proyectos a la medida consultar tarifas con su representante de ventas.

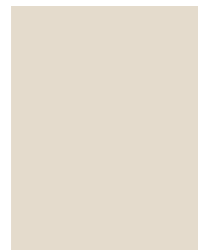
The above provided are net rates + VAT. For premium positioning please reserve in advance. Rates are subject to change without prior notice. For special unit quotations (gatefolds, inserts, etc.) and custom publishing requests, please consult with your sales representative.

*Tarifas en dólares americanos. Será aplicado el tipo de cambio interbancario al momento del pago.

*Rates in U.S. dollars. Will be applied the interbank exchange rate at the time of the payment.

Medidas de Material • Size Requirements

UNA PÁGINA / FULL PAGE

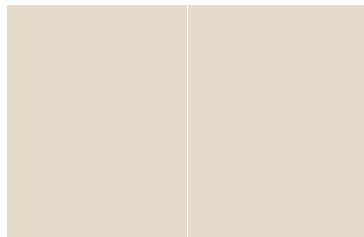


Corte / Trim
20.5 x 27.6 cm
8.1" x 10.9"

Rebase / Bleed
21.5 x 28.6 cm
8.5" x 11.3"

Caja / Live area
19.5 x 26.6 cm
7.7" x 10.5"

DOBLE PÁGINA / SPREAD



Corte / Trim
41 x 27.6 cm
16.1" x 10.9"

Rebase / Bleed
42 x 28.6 cm
16.5" x 11.3"

Caja / Live area
40 x 26.6 cm
15.7" x 10.5"

Medianil / Gutter
1 cm
.40"

1/2 PÁGINA (HORIZONTAL) / 1/2 PAGE



Corte / Trim
20.5 x 13.8 cm
8.1" x 5.4"

Rebase / Bleed
21.5 x 14.3 cm
8.5" x 5.8"

Caja / Live area
19.5 x 13.3 cm
7.7" x 5.0"

1/2 PÁGINA (VERTICAL) / 1/2 PAGE



Corte / Trim
10.3 x 27.6 cm
4.1" x 10.9"

Rebase / Bleed
11.3 x 28.6 cm
4.4" x 11.3"

Caja / Live area
9.5 x 26.6 cm
3.7" x 10.5"

1/3 PÁGINA (VERTICAL) / 1/3 PAGE



Corte / Trim
7.1 x 27.6 cm
2.7" x 10.9"

Rebase / Bleed
7.6 x 28.6 cm
3.1" x 11.3"

Caja / Live area
6.6 x 26.6 cm
2.3" x 10.5"

Z RELOJES

1

SWATCH IRONY
BIG QUARTZ
EL RELAJADO

- Caja de acero de 38 mm.
- Lo más versátil: sus colores azul y blanco, muy estilo marino.

2

CASIO G-SHOCK
GRAVITY DEFIER
EL MULTITAREAS

- Cuenta con múltiples funciones: cuenta regresiva, alarma...
- Caja de acero de 50 mm.
- Lo más versátil: tratamiento a prueba de golpes y de polvo.

3

ZODIAC ZMX-03
EL DEPORTIVO

- Caja de acero de 50 mm.
- Lo más versátil: correa de caucho en amarillo.

4

TISSOT
SAILING-TOUCH
EL TÁCTIL

- Correa táctil.
- Resistente al agua hasta una profundidad de 100 metros.
- Caja de acero de 45 mm.
- Lo más versátil: función de cuenta regresiva para regatas.

52 MAYO 2012 GQ.COM.MX



Vestido, Gucci.
Knickers, Kiki de
Montparnasse.
Zapatos, Rupert
Sanderson. Pulseras y
brazalete, Tara Agace.

Material Submission Requirements • Especificaciones de Material

Todas las fotografías / imágenes deben ser enviadas en formato: TIFF, EPS o PDF (300 dpi). Todas las fuentes utilizadas en los documentos se deben anexar (fuentes empo-tradas). Deben ser enviados via FTP o en un CD.

Los anuncios deben cumplir con las especificaciones de materiales "exactas". No se aceptan archivos PC.

Una prueba de color, con barras de calibración incluídas, debe ser enviada. De no ser así, Condé Nast no será responsable por errores de impresión y no se darán reposiciones.

Los materiales se conservarán por 6 meses, después de esta fecha serán destruídos.

All pictures must be sent either as TIFF, EPS or PDF files (300 dpi). All fonts used in the documents must also be included (fonts embedded). All documents must be sent either via FTP or on a burned CD.

Ads must meet the "exact" mechanical requirements provided. No PC files accepted.

Color proof or matchprint including color calibration breakdown must be sent. Without such matchprint, Condé Nast will not be responsible for printing errors and makegoods will not be offered.

Advertising materials will be retained up to 6 months, after this period all will be destroyed.

LOS TOP 10 POR DEBAJO DE 200 PESOS

¿Quién dijo que para tomar un buen vino debemos pagar caro? Hay una infinidad de posibilidades debajo del rango de 200 pesos que son una maravilla. Estos son los top 10 de 60 que puedes conseguir fácilmente y sin equivocarte.

1. L.A. CETTO RESERVA NEGRUNDO 2007
Este vino mexicano ha ganado en los últimos dos años más de 40 premios internacionales. Una verdadera joya con capacidad de guardar diez años, expresión frutal y elegante en boca. De la mano del ingeniero Gerardo Vázquez se elabora este Negrundo que contiene 100% de la uva Nebbiolo y pasa 12 meses en barricas de roble francés para poder ser servido, reposar cerca 24 meses en frías antes de salir al mercado. 800L.

2. FUSIONE CABERNET-SANGRESE 2008
Mezcla de crianza para italiana de suavidad, este mezcla Cabernet Sauvignon, Syrah de las viñas de la Toscana, en Italia, da mucho de que hablar por su expresión aromática y frutal elegante. En un vino de este tipo nunca se produce con vides mexicanas. El vino demuestra la gran producción de la viticultura nacional. En esta línea existe otro blend de Syrah y Merlot. 800L.

3. MONTE REAL TEMPRIANILLO 2009
Este vino de uva tempranillo de la Pasa Especial, conocido como "Duro" por sus encinas mienta de peso por barrica, expresa un estilo moderno de elaboración debido a su frutalidad y variedad del terreno propio. La bondad viene más de un lado de intensidad y el bagaje más de 20,000 barricas a la vez que produce 4.5 millones de litros: un ejemplo de calidad a pesar de su tamaño. 800L.

LIBACIONES EXQUISITAS

Estos son algunos de los licores excepcionales que rondan en el mercado y con los que podrias celebrar a tu padre con prodigalidad.

FOR ISIDORO SCHILLER

Fotos: GQ México Agosto 2011 / México Abril 2012 / México Junio 2012.

MÉXICO Y LATINOAMÉRICA / MEXICO AND LATIN AMERICA

FTP SITE: 200.57.68.245
Usuario: ventas
Password: comer0508

FTP Information • Información FTP



Abril y Septiembre
April & September

GQ Style, es la referencia masculina obligada en cada temporada. Este suplemento especial ha sido creado para el hombre que quiere estar al día en las últimas tendencias en moda, accesorios, zapatos y los mejores complementos.

En él nuestros lectores conocen las más importantes colecciones de cada temporada, la más amplia propuesta de looks en moda casual y formal. Las mejores recomendaciones en moda y estilo de vida masculina, desde el punto de vista experto que sólo GQ sabe ofrecer, se encontrarán en cada edición de GQ Style que se publica 2 veces al año como suplemento de nuestras ediciones regulares de los meses de abril y septiembre.

GQ Style is the masculine reference that is a must-have every season. This special supplement has been created for the man who wants to keep up with the latest trends in fashion, accessories, shoes and the best complements.

Our readers learn more about the season's most important collections, and the wider proposal in terms of casual and formal looks. The best recommendations for masculine fashion and lifestyle, from an ex-pert's point of view that only GQ can offer, will be found in every edition of GQ Style published twice a year as a supplement to our regular issues of april and september.



Fotos: GQ Style México Abril 2012.

GQ Motors

Noviembre / November

GQ en su edición de noviembre presenta GQ Motors. La información más exclusiva de autos, motos, yates, aviones, gadgets y estilo de vida. Con el punto de vista único de GQ, este suplemento es creado para el hombre moderno de alto poder adquisitivo que le gusta estar a la vanguardia en todo sobre motores y tecnología.

With the November issue, GQ presents GQ Motors, the most exclusive information of cars, motorcycles, yachts, airplanes, gadgets and lifestyle. With GQ's unique point of view, this supplement has been created for the modern man with high purchasing power, the man who likes to be at the forefront of all that is related to engines and technology.



Máquinas (AVIONES)

Desde el año 2008 México cuenta con la segunda mayor flota de aviones ejecutivos del mundo.

Y aunque la gente de negocios siempre busca el lujo, los aviones ejecutivos de la actualidad están inspirados en los modelos diseñados por ellos. El tener un avión ha quedado en el nivel de lujo sólo que lo logro a un precio de mercado ligeramente menor, algo que no se gana sólo en una industria donde se asegura que si no se vende se destruye, primero hay que ser millonario y después comprar aviones. Claro que no está mal estar hoy a quienes les sobra el dinero, por lo que hay quienes que han adquirido que todos los países de mundo vuelven en los aviones del avión son de oro o, por lo menos...

PHENOM 300
13,81 metros de largo.
13,81 metros de envergadura.
TRIPULACION un piloto y uno cobipiloto.
CAPACIDAD seis pasajeros, ocho en modalidad máxima.
Este avión con acabitado de lujo formal es un avión cómodo y con zonas privadas. El peso puede llegar a 10 toneladas o el acabitado de lujo.
Rango de autonomía 3.670 km.

CHALLENGER 300
20,7 metros de largo.
18,8 metros de envergadura.
TRIPULACION un piloto y uno cobipiloto.
CAPACIDAD ocho pasajeros, diez en modalidad máxima.
Este avión con acabitado de lujo formal es un avión cómodo y con zonas privadas. El peso puede llegar a 10 toneladas o el acabitado de lujo.
Rango de autonomía 3.670 km.

los, entre otros, el control de los elementos, algo técnicamente complejo ya que la densidad de datos de vuelo aumenta en función del peso de la aeronave al punto de poner en riesgo su integridad. Así que una mezcla de aviones de lujo, tales como el Phenom 300 de Bombardier o el Challenger 300 de Embraer son tipos de aviones y experimentos tecnológicos que...

Fotos: GQ México Agosto 2011, México Noviembre 2011, Diciembre 2011

Máquinas (AUTOS)

PORSCHE 911 GT2 RS
Cuando los otros de tu vehículo están en el taller, el Porsche 911 GT2 RS puede estar en la carretera. Este supercarro de la gama de Porsche más impresionante de la historia. La casa de Stuttgart está de nuevo en el aire con el nuevo Porsche 911 GT2 RS, una edición limitada de 500 unidades. Los elementos de fibra de carbono, aerodinámica de competición y un chasis de aluminio para aligerar el modelo, lo convierten una relación peso-potencia de 2,21 kilogramos por caballo de fuerza. Los interiores combinan cuero negro, aluminio al primer castor para las aplicaciones de Alcantara en el volante, paltre de velocidades, aplicaciones y otros elementos, y el segundo piso aluminio de plástico y aluminio de piel. Los sellos del taller combinan cuero negro con aluminio y aluminio y aluminio. México, para permitir una fábrica, así como colaboración con 200 kilómetros por hora.

CORVETTE ZR1
¿Quién dice que el año largo del mundo no se fabrican vehículos, capaces de pagar nuestro entusiasmo a la máxima velocidad? También como base el propietario Corvette, los ingenieros de General Motors desarrollaron un auténtico arte de la carretera para la calle (asfalto) a México, el prototipo más que se le dará en tráfico cuando venga el track day y otros a algún Porsche.

Ferrari o Lamborghini. Al menos, fibra de carbono y un poderoso motor V8 de 630 caballos de fuerza. Se ponen en el Olimpo de los super deportivos mundiales. Desde luego, todo esto puede no poder tener menos que un paquete de buena construcción, precisión, que mantenga su capacidad de dirección hasta una temperatura de 1.000 grados centígrados.

Lujo, potencia y diseño para la carretera y la ciudad.

CONDÉ NAST DIGITAL

www.GQ.com.mx

La nueva forma de navegar con estilo

The new way to surf with style

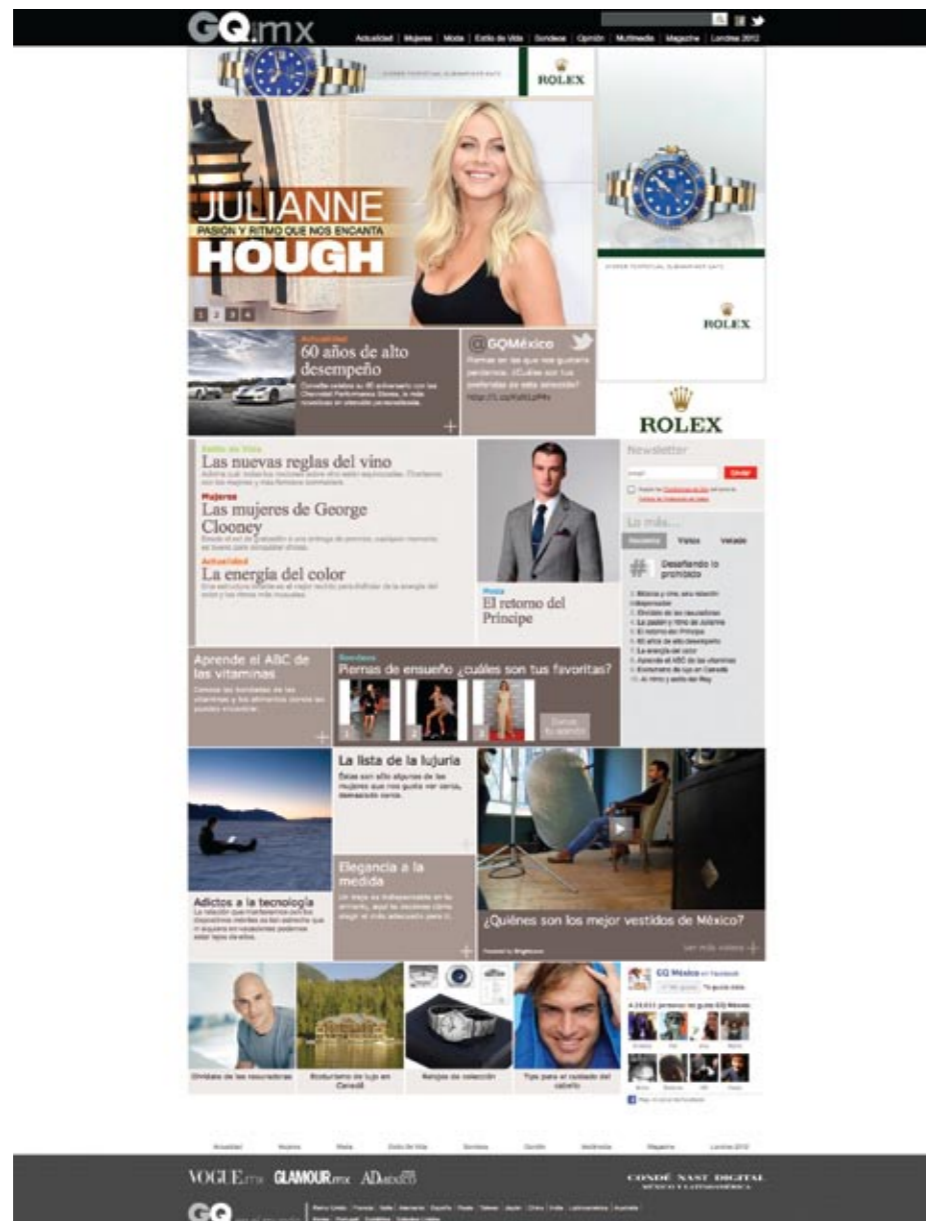


Foto: GQ México Enero 2012.



Abrijo y camisa,
Emporio Armani.
Corbatín, Charvet.
Pantalón, Fred
Perry. Cinturón, Z
Zegna.

**PERFIL DEL USUARIO
USER PROFILE**

Hombres / Male	74%	Mujeres / Female	26%
18-34	55%	18-34	19%
35+	15%	35+	4%

Perfiles demográficos fans de Facebook
Demographics profile: fans at Facebook

MODA Y LUJO / FASHION AND LUXURY

- 98% Compra artículos de lujo:
Buys luxury products:
- 82% Perfumes
Perfume
- 20% Joyas y relojes
Jewelry and watches
- 38% Ropa de diseñador
Designer clothing
- 16% Productos para el cuidado de la piel
Skincare products
- 86% Planea comprar o regalar artículos de lujo
Plans to buy luxury products

Bebidas alcohólicas / Alcoholic beverages

- 74% Consume bebidas alcohólicas
Drinks alcoholic beverages

Tecnología / Technology

- 97% Tiene pantalla de plasma/LCD
Owens a plasma/LCD screen

Finanzas / Finance

- 94% Tiene tarjeta de crédito
Uses a credit card

Viajes / Travel

- 77% Viaja de placer y de negocios
Travels for pleasure and business
- 69% Viaja en avión
Travels by plane
- 44% Compra boletos de avión por internet
Buys airline tickets online

INTERNET

- Accesa a internet en:
Uses the Internet at:
- 76% Laptop
Laptop
- 49% Smartphone (BlackBerry o iPhone)
Smartphone (BlackBerry or iPhone)
- 45% Busca en internet informacion sobre viajes
Looks for travel information online
- 45% Compra por internet
Buys online
- 87% Tiene cuenta en Facebook
Has a Facebook account
- 46% Tiene cuenta en Twitter
Has a Twitter account

**Estilo de vida / Cultura y entretenimiento
Lifestyle / Culture and entertainment**

- 87% Hace ejercicio o práctica algún deporte
Exercises or plays a sport
- 93% Va a centros comerciales
Goes to malls

**Comportamiento de compra
Purchasing behavior**

- 40% Le gusta adquirir las últimas tendencias en moda
Likes to follow the latest fashion trends
- 51% Esta dispuesto a pagar más por ropa de marca
Is willing to pay more for designer clothing
- 50% Se considera fiel a las marcas
Is loyal to brands

Estudio General de Medios Ejecutivos 2011, Ipsos México
Target GQ: Hombres/ 25 a 34 años/AB
General Media Survey Executives 2011, Ipsos Mexico
GQ Target: Men/ 25 to 34 years/AB

Afinidad

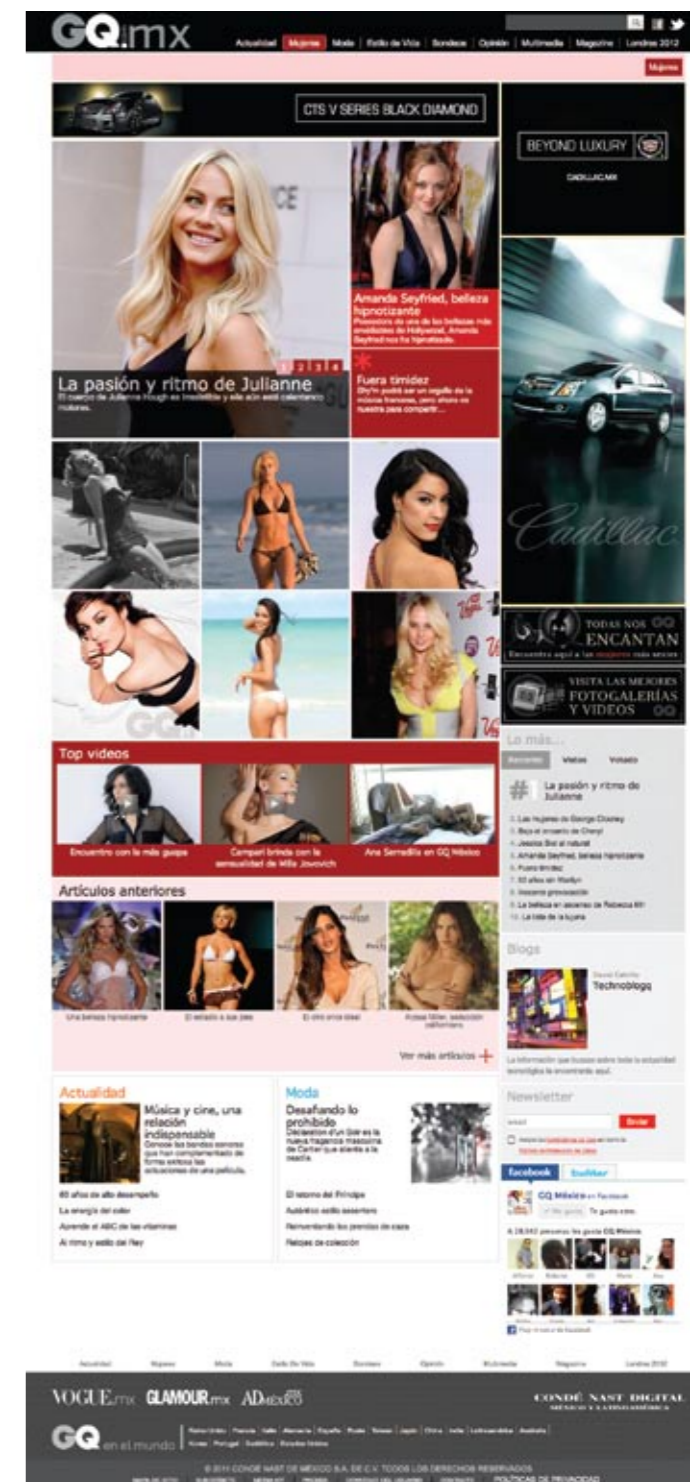
De acuerdo al índice de afinidad de ComScore, el sitio de GQ se mantiene como líder en las siguientes categorías:
According to ComScore affinity index, GQ is leader in the following categories:

Categoría Category	% Arriba del promedio % Above average
Estilo de vida Lifestyle	100%
Belleza, moda y estilo Beauty, fashion and style	257%
Automóviles Automotive	175%
Telecomunicaciones Telecommunications	165%

Y muy por arriba de la media en:
And even higher in:

Categoría Category	% Arriba del promedio % Above average
Servicios financieros Financial services	529%
Deportes Sports	479%
Cuidado personal Personal care	1097%

Esto quiere decir que la calidad de nuestros usuarios es altamente interesante para marcas y servicios relacionados con estos temas. This means that the quality of our users is highly appealing for brands and services related to these topics.





TARIFAS / RATES

FORMATOS / FORMATS	USD
Leaderboard Banner 728x90	\$ 17
Box Banner 300x250	\$ 15
Skyscraper Banner 300x600	\$ 20
Leaderboard Banner expandible / <i>Expandable leaderboard banner</i>	\$ 20
Box Banner expandible / <i>Expandable box banner</i>	\$ 18
Skyscraper Banner expandible / <i>Expandable skyscraper banner</i>	\$ 24
Doble formato / <i>Double Format banners</i>	\$ 30
Pre-roll video	\$ 30

EMAIL MARKETING	POR ENVIO / FOR SENDING
HTML	\$ 1,200
Newsletter (Box Banner)	\$ 1,000

PATROCINIO / SPONSORSHIP	TIEMPO / TIME	USD
Home Page	Por día / <i>Daily</i>	\$ 2,500
Sección / <i>Section</i>	Mensual / <i>Monthly</i>	\$ 10,000
Promo GQ	Mensual / <i>Monthly</i>	\$ 6,500
GQ App	Mensual / <i>Monthly</i>	Tarifa personalizada/ <i>custom fee*</i>

CUSTOM SOLUTIONS	TIEMPO / TIME	USD
Custom Solution Bronze	Mensual / <i>Monthly</i>	\$ 12,000
Custom Solution Gold	Mensual / <i>Monthly</i>	\$ 14,000

ESPECIALES EDITORIALES PUBLISHING SPECIAL	MESES / MONTH	USD
GQ Style	Abr / Sep	\$ 16,000
GQ Motors	Nov	\$ 10,000
Hombres del Año	Nov	Tarifa personalizada/ <i>custom fee*</i>
Relojes / <i>Watches</i>	Abr / Sep	\$ 10,000
Navidad / <i>Christmas</i>	Nov / Dic	\$ 10,000

*La tarifa dependerá del paquete que se contrate / *La tarifa dependerá del paquete que se contrate*

Tarifas en dólares americanos. Será aplicado el tipo de cambio interbancario al momento del pago.
Rates in U.S. dollars. Will be applied the interbank exchange rate at the time of the payment.

Foto: GQ México Septiembre 2011.

El líder mundial en moda y estilo ahora en iPad RÉPLICA ENRIQUECIDA

GQ México es el referente obligado para el hombre actual

A lo largo de más de 5 años de existencia, el título ha brindado a sus lectores lo mejor en el mundo de la moda masculina, lo último en tecnología, los relojes más sorprendentes, los lugares más exóticos, los restaurantes más exquisitos, los bares más divertidos y los autos más veloces.

Con el lanzamiento de esta nueva versión, GQ México estará aún más cerca de los consumidores. Su indiscutible y distintiva calidad editorial, aunada a las nuevas tecnologías interactivas que tendrán como resultado el desarrollo de contenidos sorprendentes que transportarán a sus lectores a nuevas y enriquecedoras experiencias.

GQ México is a required reading for the modern man

For more than five years, GQ has brought to its readers the best in masculine fashion, the latest in technology, the most incredible watches, the most exotic locations, the most fun bars and the fastest cars.

With the launch of this new version, GQ México will come even closer to our customers. Its undeniable and distinctive editorial quality, together with new interactive technologies, will allow us to offer amazing articles that will bring new and enriching experiences to our readers.

A partir de diciembre 2012



Disponible en el **App Store**

App Store is a service mark of Apple Inc.

Foto: GQ México Mayo 2012.



Vestido: Giorgio Armani

Términos y condiciones contractuales y de reproducción en sitios digitales • Contract terms and conditions websites

Condé Nast (en su conjunto, **Condé Nast de México S.A. de C.V.** y **Condé Nast Americas L.C.**) se reserva el derecho, a su absoluta discreción y en cualquier fecha, de cancelar cualquier orden de publicidad digital o a rechazar la reproducción de cualquier anuncio, sin importar que ya haya sido aprobado y/o previamente publicado, en caso de que su contenido sea contrario a sus intereses, o pudiera llegar a ser ofensivo para sus lectores en cualquiera de los sitios de Internet de **Condé Nast**. **Condé Nast** podrá dar por terminada, sin responsabilidad alguna, su relación con el Anunciante y/o Agencia por incumplimiento de los términos y condiciones del presente documento, incluyendo incumplimiento derivado de la falta de pago de facturas a su vencimiento.

CANCELACIÓN- Las órdenes de inserción para los sitios digitales no podrán cancelarse 15 días antes de la fecha de cierre. Las órdenes de insertos para los sitios digitales proporcionadas por el anunciante no podrán ser canceladas dentro del primer cuatrimestre anterior a la fecha de publicación. Las órdenes para todos los insertos de los sitios digitales, producidos por **Condé Nast** no podrán ser cancelados sin el acuerdo por escrito de **Condé Nast**. Si **Condé Nast** conviene en cancelar una orden de inserción existente, el Anunciante y/o la Agencia serán responsables del costo de cualquier trabajo realizado o material comprado en su nombre, incluido el costo de servicios, papel o impresión.

ETIQUETADO DE ANUNCIOS- Los anuncios digitales que simulen contenido editorial deberán definirse y etiquetarse claramente como "PUBLICIDAD" o "SECCIÓN PUBLICITARIA ESPECIAL" en el cuerpo del mismo del anuncio y **Condé Nast** podrá, a su discreción, etiquetar dicha copia en tal forma.

INSERTOS- Antes de la publicación del inserto publicitario en cualquiera que fuera de los sitios digitales de **Condé Nast**, deberá presentarse previamente a **Condé Nast** para su revisión previa a la carga en los sitios digitales de éste, una prueba exacta del mismo. **Condé Nast** no será responsable de errores u omisiones o de la calidad de producción de los insertos suministrados. El Anunciante y/o la Agencia serán responsables de los cargos adicionales incurridos por **Condé Nast** si los insertos que entreguen no cumplen con las especificaciones de **Condé Nast**. Además, si **Condé Nast** no puede publicar un inserto debido a la falta de cumplimiento con sus especificaciones, el Anunciante y/o Agencia seguirán siendo responsables del costo del espacio de dicho inserto en los sitios digitales de **Condé Nast**.

ERRORES EN ANUNCIOS- En caso de errores u omisiones de **Condé Nast** en un anuncio digital, incluidos errores u omisiones por causa de fuerza mayor, y siempre y cuando los anuncios cumplan con las especificaciones establecidas en el tarifario 2011, **Condé Nast** no será responsable de errores en cifras importantes, así como por materiales que no cumplan con las especificaciones del "Tarifario 2011" que se acompaña.

RESPONSABILIDAD DE LA PUBLICIDAD- Los Anunciantes y/o la Agencias se comprometen a reunir todas las autorizaciones requeridas por la ley para que las pautas de publicidad que deseen sean publicadas en las revistas y/o sitios digitales de **Condé Nast** estén libres de riesgos legales. **Condé Nast** no se hará responsable del contenido de la publicidad que le sea entregado por sus Anunciantes y/o la Agencias, mismos que se comprometen irrestrictamente a mantener en paz y salvo a **Condé Nast** en caso de alguna reclamación derivada de la publicación de alguna pauta de publicidad, así como hacerse responsable de los gastos que se deriven de la solución de este tipo de conflictos legales.

TÉRMINOS DE VENTA- Se concederá una comisión de 15% a agencias reconocidas. El pago vencerá 30 días después de la fecha de factura. Se cargarán intereses a la tasa de 2% mensual sobre saldos vencidos. La comisión de agencia puede especificarse en la factura si es solicitado por la agencia para fines de referencia de la comisión por la compra de publicidad. Sin embargo, **Condé Nast** no es responsable por el pago de dicha comisión a la agencia. Sólo la cantidad neta por la reservación del espacio publicitario pertenece a **Condé Nast**.

Términos y condiciones contractuales y de reproducción • Contract terms and conditions

Condé Nast se reserva el derecho, a su absoluta discreción y en cualquier fecha, de cancelar cualquier orden de publicidad o a rechazar la reproducción de cualquier anuncio, sin importar que ya haya sido aprobado y/o previamente publicado, en caso de que su contenido sea contrario a sus intereses, o pudiera llegar a ser ofensivo para sus lectores. **Condé Nast** podrá dar por terminada, sin responsabilidad alguna, su relación con el Anunciante y/o Agencia por incumplimiento de los términos y condiciones del presente documento, incluyendo incumplimiento derivado de la falta de pago de facturas a su vencimiento.

CANCELACIÓN- Las órdenes de inserción para foros no podrán cancelarse. Las órdenes para todas las inserciones de interiores no podrán cancelarse 15 días antes de la fecha de cierre. Las órdenes de insertos proporcionadas por el anunciante no podrán ser canceladas dentro del primer cuatrimestre anterior a la fecha de publicación. Las órdenes para todos los insertos producidos por **Condé Nast** no podrán ser cancelados sin el acuerdo por escrito de **Condé Nast**. Si **Condé Nast** conviene en cancelar una orden de inserción existente, el Anunciante y/o la Agencia serán responsables del costo de cualquier trabajo realizado o material comprado en su nombre, incluido el costo de servicios, papel o impresión.

ETIQUETADO DE ANUNCIOS- Los anuncios que simulen contenido editorial deberán definirse y etiquetarse claramente como "PUBLICIDAD" o "SECCIÓN PUBLICITARIA ESPECIAL" en la parte superior del anuncio y **Condé Nast** podrá, a su discreción, etiquetar dicha copia en tal forma.

INSERTOS- Antes de la impresión de cualquier inserto, deberá presentarse a **Condé Nast** para su revisión previa a la impresión de éste, una prueba exacta del mismo. **Condé Nast** no será responsable de errores u omisiones o de la calidad de producción de los insertos suministrados. El Anunciante y/o la Agencia serán responsables de los cargos adicionales incurridos por **Condé Nast** si los insertos que entreguen no cumplen con las especificaciones de **Condé Nast**. Además, si **Condé Nast** no puede publicar un inserto debido a la falta de cumplimiento con sus especificaciones, el Anunciante y/o Agencia seguirán siendo responsables del costo del espacio de dicho inserto.

ERRORES EN ANUNCIOS- En caso de errores u omisiones de **Condé Nast** en un anuncio, incluidos errores u omisiones por causa de fuerza mayor, y siempre y cuando los anuncios cumplan con las especificaciones establecidas en el tarifario 2010, **Condé Nast** no será responsable de errores en cifras importantes, así como por materiales que no cumplan con las especificaciones del "Tarifario 2010" que se acompaña.

RESPONSABILIDAD DE LA PUBLICIDAD- Los Anunciantes y/o la Agencias se comprometen a reunir todas las autorizaciones requeridas por la ley para que las pautas de publicidad que deseen sean publicadas en las revistas y/o sitios digitales de **Condé Nast** estén libres de riesgos legales. **Condé Nast** no se hará responsable del contenido de la publicidad que le sea entregado por sus Anunciantes y/o la Agencias, mismos que se comprometen irrestrictamente a mantener en paz y salvo a **Condé Nast** en caso de alguna reclamación derivada de la publicación de alguna pauta de publicidad, así como hacerse responsable de los gastos que se deriven de la solución de este tipo de conflictos legales.

TÉRMINOS DE VENTA- Se concederá una comisión de 15% a agencias reconocidas. El pago vencerá 30 días después de la fecha de factura. Se cargarán intereses a la tasa de 2% mensual sobre saldos vencidos. La comisión de agencia puede especificarse en la factura si es solicitado por la agencia para fines de referencia de la comisión por la compra de publicidad. Sin embargo, **Condé Nast** no es responsable por el pago de dicha comisión a la agencia. Sólo la cantidad neta por at reservación del espacio publicitario pertenece a **Condé Nast**.

Condé Nast (as a whole **Condé Nast de México S.A. de C.V.** and **Condé Nast Americas L.C.**), reserves the right at its absolute discretion, and at any time, to cancel any digital advertising order or reject any digital advertising copy, whether or not the same has already been acknowledged and/or previously published at Condé Nast Digital sites. In addition, PUBLISHER reserves the right to remove from selected copies of the publication digital advertisements containing matter that subscribers have deemed objectionable, or differing to the company's interests.

Condé Nast, at its absolute discretion, may terminate its relationship with Advertiser and/or Agency for the breach of any of the terms hereof, including, without limitation a breach based on the failure on the part of either Advertiser or Agency to pay each bill by its due date.

RESTRICTIONS ON ADVERTISER'S CANCELLATION OF ADVERTISING ORDERS: Orders are non-cancellable. Options on positions at Condé Nast's digital site must be exercised at least 30 days prior to closing date. If an order is not received by such date, the position option automatically lapses. Orders for digital advertising units are non-cancellable 15 days prior to closing date. Orders for supplied digital inserts are non-cancellable the first of the fourth month preceding the date of up load at the Condé Nast's Digital sites.

Orders for all **Condé Nast** produced digital inserts are non-cancellable without a written agreement. **Condé Nast** should agree to cancel an existing order, Advertiser will be responsible for the cost of any work performed or materials purchased on behalf of Advertiser, including the cost of any service.

LABELLING OF ADVERTISEMENTS - Digital Advertisements that simulate editorial content must be clearly defined and labeled "ADVERTISEMENT" or "SPECIAL ADVERTISING SECTION" at the top of the advertisement, and **Condé Nast** may, in its discretion, so label such copy.

INSERTS - An accurate dummy of any furnished insert must be submitted to **Condé Nast** for review prior to the up loading of the insert at any Condé Nast Digital Site. **Condé Nast** is not responsible for errors or omissions in, or the production quality of, furnished digital inserts. Advertiser and/or Agency shall be responsible for any additional charges incurred by Condé Nast Americas L.C. arising out of Advertiser and/or Agency's failure to deliver furnished digital inserts pursuant to **Condé Nast** specifications. In the event **Condé Nast** is unable to publish the furnished digital insert as a result of such failure to comply, Advertiser and/or Agency shall remain liable for the space cost of such insert.

ERRORS IN ADVERTISEMENTS - In the event Condé Nast's errors in or omissions of any digital advertisement(s), including but not limited to those caused by force majeure, Condé Nast's liability shall be limited to the amount paid attributable to the space of the error and in no event shall exceed the total amount paid to **Condé Nast** for the advertisement.

LIABILITY ON ADVERTISING - The Advertisers and/or the Agencies undertake to gather all the authorizations required by law, before requesting the publication of their advertising in the magazines and/or Condé Nast Digital sites. **Condé Nast** shall not be responsible for the content of advertising that is delivered by their advertisers and/or the agencies, who commit themselves unreservedly to maintain **Condé Nast**, their magazines and their digital sites, legal risk judgement or claims-free, in the event of any claim arising from the publication of any advertising, as well as be responsible for expenses arising from the solution of this type of conflicts of law.

TERMS OF SALE - An agency commission of 15% will be allowed for recognized agencies. Agency commission can be specified on invoice if requested by agency for purpose of reference of commission owed to agency on purchase of advertising placements; however **Condé Nast** is not responsible for the payment of such commission to agency. Only the net amount for the booked digital advertisement is owed to **Condé Nast** payment is due 30 days from the date of invoice. Interest will be charged at rate of 1.5% per month on past due balances.

Condé Nast Americas L.C. reserves the right at its absolute discretion, and at any time, to cancel any advertising order or reject any advertising copy, whether or not the same has already been acknowledged and/or previously published. In addition, PUBLISHER reserves the right to remove from selected copies of the publication advertisements containing matter that subscribers have deemed objectionable, or differing to the company's interests.

Condé Nast Americas L.C., at its absolute discretion, may terminate its relationship with Advertiser and/or Agency for the breach of any of the terms hereof, including, without limitation a breach based on the failure on the part of either Advertiser or Agency to pay each bill by its due date.

RESTRICTIONS ON ADVERTISER'S CANCELLATION OF ADVERTISING ORDERS: Orders for inside or outside cover pages are non-cancellable. Options on cover positions must be exercised at least 30 days prior to four color closing date. If an order is not received by such date, the cover option automatically lapses. Orders for all inside advertising units are non-cancellable 15 days prior to closing date. Orders for supplied inserts are non-cancellable the first of the fourth month preceding the date of issue. Orders for all **Condé Nast Americas L.C.** - produced inserts are non-cancellable without the written agreement of **Condé Nast Americas L.C.** Should **Condé Nast Americas L.C.** agree to cancel an existing order, Advertiser will be responsible for the cost of any work performed or materials purchased on behalf of Advertiser, including the cost of services, paper and/or printing.

LABELLING OF ADVERTISEMENTS - Advertisements that simulate editorial content must be clearly defined and labeled "ADVERTISEMENT" or "SPECIAL ADVERTISING SECTION" at the top of the advertisement, and **Condé Nast Americas L.C.** may, in its discretion, so label such copy.

INSERTS - An accurate dummy of any furnished insert must be submitted to **Condé Nast Americas L.C.** for review prior to the printing of the insert. **Condé Nast Americas L.C.** is not responsible for errors or omissions in, or the production quality of, furnished inserts. Advertiser and/or Agency shall be responsible for any additional charges incurred by **Condé Nast Americas L.C.** arising out of Advertiser and/or Agency's failure to deliver furnished inserts pursuant to **Condé Nast Americas L.C.** specifications. In the event **Condé Nast Americas L.C.** is unable to publish the furnished insert as a result of such failure to comply, Advertiser and/or Agency shall remain liable for the space cost of such insert.

ERRORS IN ADVERTISEMENTS - In the event **Condé Nast Americas L.C.'s** errors in or omissions of any advertisement(s), including but not limited to those caused by force majeure, **Condé Nast Americas L.C.'s** liability shall be limited to the amount paid attributable to the space of the error and in no event shall exceed the total amount paid to **Condé Nast Americas L.C.** for the advertisement.

LIABILITY ON ADVERTISING - The Advertisers and/or the Agencies undertake to gather all the authorizations required by law, before requesting the publication of their advertising in the magazines and/or Condé Nast Digital sites. **Condé Nast** shall not be responsible for the content of advertising that is delivered by their advertisers and/or the agencies, who commit themselves unreservedly to maintain **Condé Nast**, their magazines and their digital sites, legal risk judgement or claims-free, in the event of any claim arising from the publication of any advertising, as well as be responsible for expenses arising from the solution of this type of conflicts of law.

TERMS OF SALE - An agency commission of 15% will be allowed for recognized agencies. Agency commission can be specified on invoice if requested by agency for purpose of reference of commission owed to agency on purchase of advertising placements; however **Condé Nast Americas L.C.** is not responsible for the payment of such commission to agency. Only the net amount for the booked advertisement is owed to **Condé Nast Americas L.C.** payment is due 30 days from the date of invoice. Interest will be charged at rate of 1.5% per month on past due balances.



MÁS DE 100 AÑOS DE INFLUENCIA, INSPIRACIÓN E INNOVACIÓN EDITORIAL

Condé Nast Int. es el brazo internacional de la editorial basada en Nueva York que produce muchas de las marcas de revistas más conocidas en el mundo, incluyendo Vogue, Glamour, Gentleman’s Quarterly, Architectural Digest, Wired, House & Garden, Condé Nast Traveller, Tatler y Vanity Fair. Con sede en Londres, Condé Nast publica más de 120 títulos fuera de Estados Unidos al igual que 80 sitios web y numerosas aplicaciones para tablet y smarthphones, en 24 mercados a través de 6 continentes.

Condé Nast es conocida como la editorial líder para el mercado de lujo, trabajando con los mejores talentos creativos en todos los sectores de la industria, desde moda hasta diseño de interiores y decoración, sociedad y celebridades, novias, viajes y tecnología.

La reputación de Condé Nast Internacional se basa en crear contenido excelente y relevante, visualmente deslumbrante e innovador, el cual está disponible ahora para una audiencia más amplia a través de múltiples plataformas.

OVER 100 YEARS OF INFLUENTIAL, INSPIRING & INNOVATIVE PUBLISHING

Condé Nast Int. is the international arm of the New-York based publishing company which produces many of the world’s best known magazine brands, including Vogue, Glamour, Gentleman’s Quarterly, Architectural Digest, Wired, House & Garden, Condé Nast Traveller, Tatler and Vanity Fair. With headquarters located in London, Condé Nast International publishes over 120 magazines outside the United States, as well as 80 websites and numerous tablet and smartphone apps, in 24 markets across six continents.

Condé Nast is regarded as the dominant upmarket publisher in the industry, working with the significant creative talents in all the sectors it serves, from fashion to interior design and decoration, society and celebrity, bridal, travel and technology.

Condé Nast International’s reputation is rooted in creating excellent, exciting content that is engaging, visually arresting and often groundbreaking, and which is now available to an ever wider audience across multiple media channels.

CONDÉ NAST
MÉXICO Y LATINOAMÉRICA

PASIÓN POR LA EXCELENCIA

Montes Urales No. 415 Piso 4, Lomas de Chapultepec, C.P. 11000, México, D.F., Tel.: (55) 5062 3710
800 Brickell Avenue, Suite 530, Miami, Florida, 33131 USA, Tel.: (303) 371 9393

www.condenast.com.mx