



Información sobre la revista:
ASÍ ES ESTO DEL ABARROTE.

Estimados amigos de la industria:

A continuación les enviamos una breve reseña de la revista que la ANAM edita, con el fin de enterarlos de los beneficios de participar en ella.

Fundada por la Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas, -en octubre-diciembre de 1998- la publicación se ha consolidado como un importante medio de comunicación del sector abarrotero de México.

En su Nueva Época, a partir de la edición de enero-marzo de 2004, se fue convirtiendo en lectura obligada para el sector mayorista en particular y el comerciante en general, por la investigación y selección de temas de interés para el sector, la participación de expertos y el uso de los diversos géneros periodísticos para una mayor comprensión en su lectura.

Para servir mejor a nuestros anunciantes, desde enero de 2005 la publicación, que está registrada en INDAUTOR y cuenta con la certificación de contenido y licitud de la SEGOB, se tornó bimestral.

En ella se presentan las secciones: *La opinión del proveedor*, *Abarroteros*, *Los especialistas*; las notas breves del sector se agrupan en la *Miscelánea* y las opiniones financieras y económicas las escriben Eduardo Torreblanca Jacques, director del programa El Universo Pyme, transmitido en el canal 125 de Cablevisión 234 de SKY y en 1290 de Radio Fórmula, e Isaac Luna, realizador del programa De Cifras del canal 40 y reportero del programa, Negocios en Imagen en el 90.5 de FM.

Además las prestigiadas empresas Nielsen e ISCAM, nos presentan indicadores del giro y *La historia cuenta, Algo para reflexionar y Vitrina*, proporcionan información histórica y cultural.

La revista que cuenta con un tiraje de doce mil ejemplares, los cuales se distribuyen gratuitamente en las principales localidades de la República Mexicana a través de nuestros socios, ha atendido desde 2006 la solicitud de la Universidad Nacional Autónoma de México, y otras instituciones educativas como la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, del envío de ejemplares de cada edición para su consulta en sus hemerotecas.

Recientemente ha modificado su imagen a través de un nuevo diseño y ha prestado atención a solicitudes de agencias publicitarias y empresas de monitoreo de medios de comunicación en la república, como Medialog, los cuales a su vez, han recibido peticiones de sus clientes interesados en la obtención de diversos contenidos de la revista.

Un estudio del perfil del lector de la revista efectuado por la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, señala que es leída por altos ejecutivos, mandos medios, dueños de empresas, compradores, vendedores, de igual manera indica que cada ejemplar en promedio es leído por tres personas, por lo que su penetración se incrementa de manera importante logrando una mayor influencia en el giro del abarrote.

Los invitamos a participar en este proyecto informativo y publicitario con el fin de aprovechar su amplia cobertura para llegar a los mayoristas socios de ANAM y a miles de comerciantes detallistas de todo el país.

Quedo a sus órdenes para cualquier información extra que pudiese requerir,

Fernando Montes Sam
Gerente de Atención a Socios y Comercialización
Tel. 01 (55) 5592-5155; 59; 60

Fax. 01 (55)5592-5158

fernandomontes.anam@yahoo.com fernando.montes@anam.org.mx