

## Tarifas de publicidad 2020 de las diferentes publicaciones del COP

Este documento contiene las tarifas de publicidad de las diferentes publicaciones del Consejo General de la Psicología, aprobadas en Junta de Gobierno de 14 de diciembre de 2019. Las modalidades que se pueden contratar son:

- Publicidad en Revistas Impresas y .pdf online:
  - Infocop.
- Publicidad en pdf online:
  - Papeles del Psicólogo.
- Banners en la web [www.infocoponline.es](http://www.infocoponline.es)
- Banners en el Boletín Informativo semanal.

Nuestras publicaciones han tenido un constante crecimiento, teniendo actualmente Infocop una tirada media de 72.000 ejemplares y llegando a más de 73.000 colegiados españoles. Las revistas llegan, a través de los canales correspondientes, a más de 72.500, así como a numerosos asociados y psicólogos de todo el mundo. Estos datos nos consolidan como el principal canal de comunicación de Psicología en habla hispana.

Para cualquier consulta puede ponerse en contacto en el teléfono 91/444 90 20 con **Arantxa Sánchez**, quien le facilitará toda la información para la inserción de su publicidad en nuestras revistas. También puede dirigirse a [publicidad@cop.es](mailto:publicidad@cop.es).

## Tarifas de publicidad revistas impresas y .pdf Infocop y Papeles del Psicólogo 2020

Revista Infocop (impresa y .pdf)						
Tamaños	Medidas	1 inserción	2 inserciones	3 o 4 inserciones	5 a 7 inserciones	8 o más inserciones
Doble módulo	57 mm. x 100 mm.	391 €	313 €	301 €	285 €	274 €
2 x doble módulo	119 mm. x 100 mm.	685 €	548 €	527 €	500 €	480 €
Columna	57 mm. x 205 mm.	685 €	548 €	527 €	500 €	480 €
Media página	180 mm. x 100 mm.	921 €	737 €	709 €	672 €	645 €
Página completa Interior	180 mm. x 220 mm.	1.691 €	1.353 €	1.302 €	1.234 €	1.184 €
Cubierta Interior	210 mm. x 280 mm.	1.931 €	1.545 €	1.487 €	1.410 €	1.352 €
Cubierta Posterior	210 mm. x 280 mm.	2.229 €	1.783 €	1.716 €	1.627 €	1.560 €
Encarte central	Máximo 1 encarte de 4 caras de 210 mm. X 280 mm.	5.500€ <b>El encarte</b> será impreso por la imprenta del Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos, en cuatricromía, con un máximo de 4 caras, tamaño 210x280 mm. y en papel couché brillo 170 gramos. Su reserva se hará por orden de petición, ya que sólo se insertará un encarte en cada revista.				
Revista Papeles del Psicólogo (.pdf)						
Tamaños	Medidas	1 inserción	2 inserciones	3 o 4 inserciones	5 a 7 inserciones	8 o más inserciones
Media página**	180 mm. x 106 mm.	691 €	553 €	532 €	504 €	484 €
Página completa Interior **	180 mm. x 226 mm.	991 €	793 €	763 €	723 €	694 €
Cubierta Interior	210 mm. x 280 mm.	1.111 €	889 €	855 €	811 €	778 €
Cubierta Posterior	210 mm. x 280 mm.	1.181 €	945 €	909 €	862 €	827 €
Encarte páginas finales	Máximo 1 encarte de 4 caras de 210 mm. X 280 mm.	2.500€				

IVA no incluido

\*\* Anuncios en bicolor e irían en las últimas páginas de la revista

Los precios que se muestran son por cada una de las inserciones.

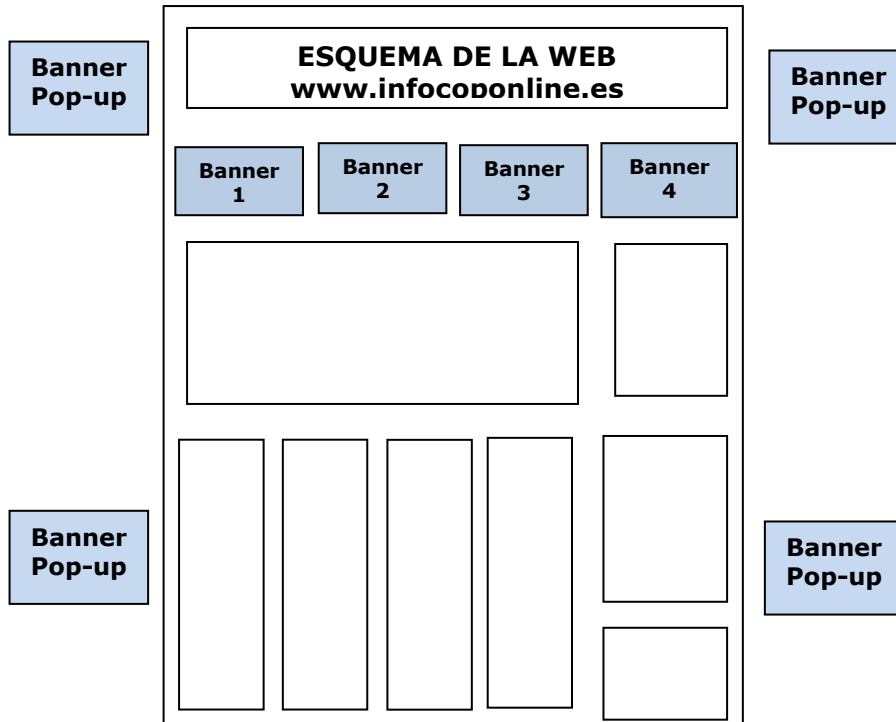
\*\* Estos precios se incrementarán en un 10% si el cliente elige que su ubicación esté en página par o impar.

\*\*\*Se entiende por "número de inserciones" la publicación sucesiva de un mismo anuncio sin modificaciones. La sustitución del anuncio por otro diferente se entiende como un anuncio distinto.

En el mes de agosto las redacciones de las revistas permanecen cerradas y no es posible contratar publicidad para esos periodos.

## Tarifas publicidad Infocop Online 2020

Disponemos de 4 espacios publicitarios, en forma de banners, que pueden ser estáticos o animados. Además, existe la posibilidad de contratar Banners Pop-up (ventana emergente) que pueden aparecer a ambos lados de la página.



TARIFAS (IVA no incluido)						
Localización del banner	Tamaño*	Precio 1a*** semana	Precio 2a*** semana	Precio*** semanas siguientes	Asesoramiento y/o diseño de banners por nuestros especialistas	
					Banners Estáticos	Banners dinámicos
Banner 1	210 x 65	350 €	250 €	100€	+250€	+320€
Banner 2						
Banner 3						
Banner 4						
Banner Pop-up	Max 300 x 200	450 €	320 €	150 €		

\* En píxeles

\*\* La duración se computa por semanas completas de lunes a domingo

\*\*\* Se entiende por 2ª semana y semanas siguientes, semanas sucesivas del **mismo anuncio**. En los casos en que se inserten banners diferentes y/o las semanas no sean consecutivas, se entiende como un nuevo anuncio y se aplicará la tarifa correspondiente a la primera semana.



## Tarifas boletín semanal de Infocop Online 2020

El **Boletín Informativo de Infocop Online** se remite semanalmente a todos los colegiados con correo electrónico y a los que desean que les llegue esa información. Cada envío se remite a más de **50.000 direcciones email**.

Su contenido está conformado por los titulares de noticias seleccionadas por su interés, que han sido publicadas en Infocop Online, en la última semana. Su propósito es conseguir que haya más personas interesadas en leer las noticias que se publican en la web de Infocop.

Este Boletín puede albergar el banner de tres patrocinadores. Su uso se contrataría periodos semanales sin máximo de semanas (*excepto mes de agosto*). El precio variaría en función del número de semanas contratadas, de acuerdo con las siguientes tarifas:

Precio por semanas contratadas	Precio por semanas
Semana 1	500€
Semana 2	300€
Semana 3	200€
Semana 5 y sucesivas	100€
Precio total 4 semanas (cada semana a partir de la cuarta sumará 100€ adicionales)	1.100€

*IVA no incluido*

\*\*\* Se entiende por 2ª semana y semanas siguientes, semanas sucesivas del **mismo anuncio**. En los casos en que se inserten banners diferentes y/o las semanas no sean consecutivas, se entiende como un nuevo anuncio y se aplicará la tarifa correspondiente a la primera semana.

### Datos técnicos del banner:

Tamaño 210 x 65 pixeles

Peso: máximo 60KB



Boletín  
**INFOCOP ONLINE**  
 Formación y actualización  
 Máster Universitario en Trastornos del Comportamiento Alimentario y Obesidad  
 Formación y actualización  
 La detección de la simulación de síntomas: de la impresión clínica al desarrollo de protocolos estandarizados  
 La simulación de síntomas de enfermedad ha sido una estrategia ampliamente utilizada por el ser humano. De hecho, la simulación aparece recogida en la Biblia, donde se narra el momento en que David, para escapar de la ira del rey de Gaba, "llenado de aceite", fingió padecer un trastorno mental. "Simulaciones se han pasado por los polígrafos y se han utilizado para pasar por alto pruebas de drogas y alcohol en el campo por sus barbas" (J. Serrano 2014). Uno de los episodios más destacados en la historia de la simulación de síntomas es la Segunda Guerra Mundial. Oculto dentro de una caja de cereales, los soldados alemanes distribuyeron entre los L-2...  
 Mitos y concepciones erróneas en torno a la evaluación de la simulación y la validez de los síntomas  
 La simulación es el intento deliberado de mentir o engañar acerca de una enfermedad o discapacidad, engañando la investigación, que el fin de obtener un beneficio personal, que generalmente suele ser de tipo económico o implica la evasión de deberes y obligaciones (Grove y Rogers, 1992). Cuando que la simulación fue incluida como problema de atención clínica en 1960, en el DSM, y en 1992, en la CIE, se produce el despegue en la investigación empírica para determinar sistemáticamente...  
 Publicada la Convocatoria FIR 2013/2014 en el BOE  
 El Boletín Oficial del Estado (BOE), de 23 de septiembre de 2013, ha publicado la Orden ministerial por la que se aprueba la convocatoria de pruebas selectivas a plazas de...

## **Normas para la publicidad en las publicaciones del Consejo General de COP**

En la reunión de 21 de junio de 2008, la Junta de Gobierno del COP ha tomado la decisión de acomodar, de forma más efectiva, el contenido de la publicidad que se inserta en sus publicaciones con los principios que respalda públicamente en torno a la defensa de la Psicología como ciencia y profesión.

La publicidad que se inserte en los medios de comunicación del COP se atenderá, en todos los casos, a los principios éticos, de decoro y de defensa de la Psicología como ciencia y profesión que son exigibles a una organización como el COP.

En este sentido, y desde hace ya bastante tiempo, la Organización Colegial ha venido manteniendo, en diversos foros tanto oficiales como profesionales, que la formación post-grado, referida explícitamente a algún ámbito de la Psicología, debería estar encaminada únicamente a psicólogos. Así mismo, el COP, en su calidad de miembro de la EFPA (Federación Europea de Asociaciones de Psicólogos), está comprometido con el desarrollo del Certificado de Acreditación para Psicólogos Especialistas en Psicoterapia, y los principios que lo sustentan, siendo uno de los más relevantes, la consideración de que la formación especializada en Psicoterapia debe estar ligada a una formación básica en Psicología, y articulada en torno a unos criterios exigentes de calidad.

En consecuencia, y con el ánimo de dar un mensaje claro y coherente a nuestros colegiados y a la sociedad en general, la publicidad de post-grado que se inserte en las publicaciones del COP deberá guardar las siguientes normas:

1. Cuando se inserte publicidad en alguna de las publicaciones del Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos (Infocop, Infocop Online, Papeles del Psicólogo, Boletines de distribución por correo electrónico) que haga referencia expresa o implícita a formación postgrado en algún campo de la Psicología, dicha formación deberá estar dirigida únicamente a psicólogos, y el texto del anuncio deberá decir expresamente que dicha formación está dirigida únicamente a psicólogos.
2. Cuando se inserte publicidad en alguna de sus publicaciones (Infocop, Infocop Online, Papeles del Psicólogo, Boletines de distribución por correo electrónico) que haga referencia expresa o implícita a formación en el campo de la Psicoterapia, dicha formación deberá estar dirigida únicamente a médicos y psicólogos, y el texto del anuncio deberá decir expresamente que dicha formación está dirigida únicamente a psicólogos o médicos.
3. En ningún caso, los anuncios insertados en cualquier publicación colegial podrán incluir referencia alguna a acreditaciones concedidas por sociedades nacionales o internacionales que no hayan suscrito los correspondientes acuerdos de reconocimiento mutuo con la EFPA (Federación Europea de Asociaciones de Psicólogos) o el Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos. Se excluyen de esta norma las acreditaciones concedidas por organismos oficiales españoles.

Toda la publicidad que se inserte en los medios de comunicación del COP deberá ser aprobada por el Director General de Publicaciones del COP o por el Presidente.