

## Consideraciones importantes para su publicidad en La Nación y Al Día

**E**l presente tarifario rige a partir del 1° de octubre del 2003. A los precios se les debe aplicar el Impuesto de Ventas y el 1% del timbre del Colegio de Periodistas, que por ley debe pagar toda la publicidad en medios impresos. Estos precios son válidos por el espacio publicitario contratado. Si el cliente necesita elaborar o modificar los materiales gráficos en nuestra empresa, la tarifa de publicación no cubrirá este costo adicional.

Grupo Nación se reserva el derecho de variar algunos o todos los precios incluidos en este tarifario en cualquier momento, comunicándolo oportunamente al mercado.

### Condiciones generales

Las solicitudes de publicación (órdenes de compra) serán recibidas a más tardar a las 6:00 p.m., dos días hábiles antes de la fecha de publicación del aviso (algunos suplementos tienen cierres de recepción de material con mayor antelación). Los materiales digitalizados en disquete, CD o disco removible como Syquest, Ez Drive o Zip Drive deberán ser entregados junto con la solicitud de publicación y una impresión del aviso.

Para los materiales enviados por medio de fibra óptica, Frame Relay o cualquier otro sistema de envío remoto, las solicitudes de publicación (órdenes de compra) serán recibidas a más tardar las 6:00 p.m., dos días hábiles antes de la fecha de publicación; sin embargo los materiales digitalizados podrán ser enviados hasta las 12:00 medianoche de ese mismo día.

En el caso de las publicaciones para los días lunes y martes, las órdenes de compra y materiales respectivos se recibirán hasta el viernes anterior a las 6:00 p.m.

### Retiro de anuncios

Cualquier anuncio pautado o reservado podrá retirarse a más tardar dos días antes de su fecha de publicación a las 6:00 p.m., de lo contrario se cobrará el 100% del valor del espacio. Toda orden de retiro debe hacerse por escrito.

Los anuncios pautados o reservados en páginas o espacios preferenciales, podrán ser retirados con un mínimo de 4 días hábiles antes de la fecha de su publicación sin ningún costo

para el anunciante. Si el retiro se hace 3 días hábiles antes de la fecha de publicación se hará un cargo al anunciante por el 10% del valor del anuncio. Si el aviso es retirado 2 días hábiles antes de la fecha de publicación, será facturado al 100% del costo del espacio publicitario.

### Contenido de los anuncios

El contenido de un anuncio debe responder estrictamente a la verdad. Deberá estar libre de calumnias, conceptos o giros lingüísticos que impliquen falsedad para consumidores o usuarios, así como de ofensas, demérito o desprestigio que pudieran calificarse de propaganda desleal.

Las ilustraciones de los anuncios no deben reñir con la moral, el decoro o las buenas costumbres.

Grupo Nación se reserva el derecho de no cursar anuncios que, a su juicio, contravengan estos principios.

### Ubicación de anuncios en el diario

Grupo Nación procurará complacer a sus anunciantes en cuanto a la posición o ubicación solicitada para los anuncios, pero sin compromiso alguno de su parte.

Si por razones de espacio, fuerza mayor o necesidades informativas no fuese posible publicar el anuncio en la fecha solicitada por el cliente, Grupo Nación limita su responsabilidad pecuniaria a la devolución del valor del espacio.

Cuando se desee pautar ANUNCIOS CONSECUTIVOS, estos tendrán un 10% de recargo sobre el valor normal de la publicación. Asimismo, los anuncios consecutivos deben ser mayores de media página (760 líneas ágata) y debe coordinarse su ubicación por escrito con al menos 4 días hábiles de anticipación, a través de su agencia de publicidad o de su asesor directo.

Cualquier anuncio menor de 760 líneas ágata debe ser modulado. Los anuncios no modulados se cobran usando el precio por línea ágata.

### Módulos de espera

Cualquier anuncio ordenado bajo esta modalidad tendrá un lapso de 7 días para ser publicado y recibirá un 25% de descuento sobre el valor normal de la tarifa de Viva, de lunes a sábado; si no sale en este tiempo, se

lo publicamos gratis. Los anuncios podrán ser pautados tanto en la Sección A como en la revista diaria de Viva.

#### Servicio Social

Los módulos para Servicio Social tienen un 20% de descuento sobre el valor normal de la tarifa de Viva. Entiéndase por módulos de Servicio Social: nacimientos, aniversarios, despedidas, graduaciones, matrimonios y esquelas. Las esquelas sólo podrán tener un ancho de 4 u 8 columnas.

Las tarifas de Servicio Social aplican sólo para espacios sin logotipos comerciales. Las esquelas sólo se ubicarán en la sección de Obituarios.

#### Anuncios invertidos

Cualquier anuncio que tenga más de un 50% de su área con fondo negro o con una trama igual o mayor al 50% será considerado un INVERTIDO y tendrá un 10% de recargo sobre el valor normal del aviso, en cualquier sección del diario.

Los anuncios invertidos no se pueden ubicar en la contraportada del diario.

#### Características y técnicas de los anuncios

##### Departamento de Producción

Dentro de los estándares de la industria periodística, las máquinas rotativas toleran una oscilación de 1,6 milímetros (1/16 de pulgada) en el registro de las impresiones, permitiendo que estas sean legibles. Grupo Nación sólo se responsabiliza por la falta de legibilidad de los textos ocasionada por oscilación que excedan ese margen.

Grupo Nación no se hará responsable por la publicación defectuosa de anuncios que tengan textos con tipografías muy delgadas y/o de menos de 12 puntos, que sean formadas por 2 o más colores o que sean vaciadas sobre fondos formados por 2 o más colores.

Para nuestras prensas los anuncios deben ser elaborados tomando en cuenta que la variación de color es de + -0.06, a partir de su carga de tintado ideal; asimismo la ganancia de punto impresa en papel periódico es de un 34%. Los anuncios deben venir con una lineatura de 90 lpi y 150 dpi.

#### Control Corporativo

Nuestro Departamento de Control Corporativo verificará únicamente los siguientes aspectos de los anuncios.

#### Tamaño de anuncios

Que sean los correctos según las indicaciones en las órdenes de compra.

#### Respaldos

Se verificará que todos los elementos incorporados en el documento de QuarkXPress estén presentes en el medio de transporte, de forma que se garantice su correcta impresión. Los formatos de estos elementos deberán ser EPS o TIFF.

#### Actualización de los respaldos

Se verificará que todos los elementos incorporados en el documento de QuarkXPress se encuentren en estado óptimo (ok). Dicho estado garantiza que el elemento no sufrió ninguna modificación posterior a su última actualización.

#### Justificación y separación silábica

Control verificará que la opción de separación silábica de QuarkXpress se encuentre desactivada y que los parámetros de justificación sean estándar.

#### Modo de fotografías

Se verificará que las fotografías a color sean guardadas como modo CMYK, y que la opción DCS esté activada, revisando que estén presentes los cinco archivos que contienen la información de la separación de color de cada foto.

#### Tipografías

Se verificará que las tipografías coincidan con las que tiene El Grupo Nación o que las tipografías usadas se conviertan a curvas en algún programa como Adobe Ilustrador.

#### Anuncios regulares por ley

Las leyes que regulan la publicidad nos exigen que verifiquemos ciertos permisos que deben tener algunos anuncios antes de ser publicados. Grupo Nación no publicará aquellos que incumplan con las siguientes condiciones:

Según el artículo número 45 de la Ley sobre Venta de Licores No. 10, del 7 de octubre de 1936, cualquier anuncio de o con alusiones a bebidas alcohólicas, incluidos logotipos de patrocinio, debe contar con el permiso previo (CP) del Instituto sobre Alcoholismo y Farmacodependencia (IAFA). Asimismo, no se podrán publicar los días domingos o feriados ni en las secciones con información deportiva o dirigida a niños.

Según la Ley Reguladora de la Publicidad de la Oferta Pública de Valores No. 7091 del 10 de febrero de 1988, sólo las empresas debidamente inscritas y registradas ante la Comisión Nacional de Valores pueden anunciar o hacer una oferta pública de valores.

#### Gacetilla o mensaje publicitario

Por gacetilla o mensaje publicitario se entiende “todo material publicitario que, en su tipografía y diseño, pretenda imitar o parecerse a contenidos periodísticos o editoriales del diario”.

#### Presentación del material

a. Las gacetillas no deben ser presentadas con los mismos tipos de letras (o tipografías) que utilizan los diarios de Grupo Nación en su contenido periodístico. Estas son: Rockwell, FranklinGothic, Caslon, Nimrod, Times y Helvética.

b. El texto debe venir encerrado por un marco cuyo grosor de línea sea igual o superior a 2 puntos.

c. Centrado en la parte superior del material deberá colocarse la frase “Mensaje Publicitario”, en tipografía Helvética y en Small Caps, con un mínimo de 14 puntos.

d. La gacetilla debe venir calzada con una “firma responsable” y el número de cédula en la parte inferior a la derecha, en tipografía no menor a 8 puntos o con el logotipo de la razón social de la compañía o institución que la publica, cuyo tamaño sea mayor a 10 líneas ágata de alto por 10 líneas ágata de ancho.

#### Campos pagados

El hecho de que un anuncio incluya la leyenda de “ Campo Pagado”, se debe a que pretende diferenciar el contenido de ese espacio, cuando no sea típicamente publicidad comercial o afín, distanciándolo de la información editorial o periodística y haciendo ver a los lectores que dicho contenido es independiente del preparado por nuestra Redacción.

Las opiniones que deben expresarse en los campos pagados son aquellas sujetas a puntos de vista distintos, en los cuales el periódico mantiene su independencia de criterio respecto a la opinión de quien paga el espacio.

Así, optamos por considerar como un “Campo Pagado” todo lo que pauten los partidos políticos o los anuncios que se refieran a estos, sus candidatos y representantes (sin excepción) y las opiniones sobre asuntos religiosos, morales, éticos, culturales, de género, legales,

de justicia, laborales, sindicales, ambientales, de nacionalidad, de equipos de fútbol y sus dirigencias, entre otros.

En principio, cualquier anuncio en el que se haga referencia a una persona, empresa o institución debe ser entregado a la Oficina del Departamento de Control de Grupo Nación para ser valorado antes de su publicación, verificando que, a nuestro criterio, no contenga injurias ni calumnias y, dependiendo de eso, será publicado o no.

Además de las especificaciones anteriores, los Campos Pagados deben cumplir con los siguientes requisitos:

En la parte superior se colocará la frase “CAMPO PAGADO”, al centro del espacio correspondiente, en tamaño mínimo de 14 puntos, en tipografía Helvética y “ALL CAPS”.

El texto debe venir como arte final y debe adjuntarse una copia con la firma y número de cédula de la persona responsable en la parte inferior derecha, en tipografía no menor de 8 puntos. Si el CAMPO PAGADO incluye a personas que lo avalen, la copia deberá contener la firma y número de cédula de todos y cada uno de los firmantes.

Debe presentarse una fotocopia por los dos lados de la cédula de identidad de la persona que aparece como “firma responsable”.

Todo CAMPO PAGADO tiene una tarifa con un 10% de recargo sobre el valor normal de la publicación. El texto no debe contener injurias ni calumnias, no debe ser difamatorio, ni contener vocabulario impropio. Además, deberá tener antes de su pauta el visto bueno del Departamento de Redacción; por lo tanto, la hora límite de entrega de este material es a las 5:00 p.m., dos días antes de su publicación.

El horario de los días sábados para entregar un CAMPO PAGADO en la Oficina de Control es hasta las 9 a.m. y es importante que se adjunte un número de teléfono que nos permita localizar y avisarle al cliente si su anuncio quedó habilitado para su publicación.

Adicionalmente, toda publicación que informe que un empleado de una empresa ha dejado de laborar para esta, será considerada como CAMPO PAGADO. Para este tipo de publicaciones, además de los requisitos antes mencionados, sólo es permitido el siguiente texto: (Nombre de la empresa) avisa al público en general que (nombre del ex empleado) ha dejado de laborar para esta empresa a partir del día (fecha).

**Reproducciones Solicitadas**

Cuando los anuncios reproduzcan artículos aparecidos en otras publicaciones, también deberá incluirse (en tipografía no menor a 14 puntos) el siguiente texto: "Reproducción solicitada de..." (aquí irán los datos de la procedencia). Esta leyenda deberá ir inmediatamente después de la que dice "CAMPO PAGADO", centrada en la parte superior del espacio correspondiente.

Quien solicite la reproducción deberá proporcionar, como referencia, una copia completa del texto que desea reproducir, tal como apareció en la publicación original. Si lo que desea reproducir estuviera seleccionado de manera que distorsione el sentido de la publicación original, no aceptaremos el material para su reproducción.

Grupo Nación es el único propietario intelectual de todo el contenido periodístico que publica. Por lo tanto, cualquier anunciante, ya sea representado por una agencia de publicidad o directo, que desee incluir en su anuncio algún texto, artículo, gráfico, etc., que haya sido publicado en alguno de los diarios de Grupo Nación como contenido editorial, deberá solicitar permiso a la empresa por escrito. En todo caso, si se pretende reproducir algún material editorial de alguno de los diarios, deberá ser completo y tal cual se publicó, no editado, cortado o modificado. Debe, por lo tanto, presentarse un original recortado del diario.

**Obituarios**

Debido a las limitaciones de espacio con que contamos diariamente en la sección de obituarios, y que nos impide, en ocasiones, satisfacer oportunamente todas las solicitudes de publicación que recibimos, comunicamos cual es el tratamiento que se les da en cuanto al orden de prioridad que se asigna a este tipo de avisos.

Aunque, tradicionalmente, se considera como un aviso de defunción cualquier anuncio relacionado con el fallecimiento de una persona, vamos a diferenciar cuatro tipos distintos a los que, en el siguiente orden, se les dará prioridad para su publicación:

- a. Esquela: Aviso de la muerte de una persona. Indica la fecha, hora y lugar del funeral y entierro.
- b. Conmemoración (misas): Aviso en el que se comunica la fecha, hora y lugar de la celebración de un oficio religioso en sufragio del difunto.
- c. Condolencia o pésame: Anuncio de una persona, empresa u organización, distinta a

la familia doliente, en el que se participa, se compadece o se lamenta por el pesar de la familia del difunto.

d. Agradecimiento: Anuncio en el que la familia del fallecido, u otro grupo al cual este perteneciera, expresa su agradecimiento a todos aquellos que les dieron muestras de cariño y solidaridad a raíz del fallecimiento de uno de sus miembros.

Si una esquela, por razón de espacio y prioridad, no saliese publicada el día solicitado, será pautaada automáticamente por el Departamento de Control Corporativo para el día siguiente. Esto siempre y cuando no exista una solicitud expresa en contra de ello, del cliente o la agencia de publicidad.

**Reclamos por publicaciones**

Para reclamos por publicaciones realizadas en alguno de los diarios de Grupo Nación, el cliente o la agencia debe dirigirse por escrito a su ejecutivo publicitario indicando las razones por las cuales considera que su anuncio fue afectado, adjuntando la página donde se publicó el aviso en cuestión.

El cliente o la agencia tendrá tres días hábiles después de publicado el anuncio para hacer efectivo su reclamo. El material en el cual fue enviada la publicación, debe estar en poder de Grupo Nación. Si la agencia o el cliente han retirado este antes de realizar el reclamo, el mismo no procederá.

Grupo Nación tendrá dos días hábiles después de presentado el reclamo para resolver, lo cual será comunicado por escrito a todas las partes involucradas; indicando el origen del problema, de quién es la responsabilidad, la compensación que se dará si hubiese responsabilidad por parte del medio y las recomendaciones para que el problema no se vuelva a presentar.

## PROGRAMA DE NACIONALES

Los Nacionales son un porcentaje de bonificación mensual que se le da a los anunciantes del Grupo Nación inscritos en el Programa, de acuerdo con el rango en que caiga el promedio de la inversión nacionalizada del último trimestre.

Aspectos generales del Programa de Nacionales:

- Para ganar Nacionales, el anunciante debe estar inscrito en el Programa.
- Las inscripciones en el Programa de Nacionales se ingresan el día 20 de cada mes.
- Los anunciantes inscritos, ganan Nacionales, si a fin de mes, tienen sus cuentas de crédito al día con las empresas del Grupo Nación.
- Se debe especificar en la Orden de Compra la cantidad de Nacionales a utilizar.
- El máximo de Nacionales a utilizar en una compra será el 50% del valor de la factura antes de timbres e impuestos.
- Se podrá utilizar hasta el 100% de los Nacionales siempre y cuando se respete el punto anterior.
- Cada Nacional equivale a un colón.
- Solo las compras pagadas en colones generan Nacionales; los Nacionales, impuestos y timbres no generan Nacionales.
- No son transferibles, solo el acreedor los puede utilizar.
- Los anunciantes que realizan sus pagos de contado o con plazo de crédito menor o igual a 30 días podrán inscribirse en el programa.
- Si los Nacionales no se utilizan en un periodo de 24 meses, se perderán y será eliminado el contrato.
- Mensualmente se emitirá un estado de cuenta de Nacionales para cada anunciante inscrito.

## Rangos de inversión

RANGO		PORCENTAJE	
¢ 416.000	a	¢ 859.999	1.5
860.000	a	1.669.999	2.0
1.670.000	a	3.099.999	4.0
3.100.000	a	5.949.999	5.5
5.950.000	a	9.299.999	7.5
9.300.000	a	13.599.999	9.0
13.600.000	a	18.549.999	13.0
18.550.000	a	más	15.5