

Plan de Medios para contrataciones de publicaciones informativas del Poder Judicial en medios de comunicación nacionales

Elaborado por:
Departamento de Prensa y Comunicación Organizacional del
Poder Judicial



Poder Judicial: fortaleza de nuestra Democracia

Marzo, 2023

Justificación

Anualmente el Departamento de Proveeduría del Poder Judicial gestiona la contratación de difusión en medios de comunicación de mensajes relacionados de la gestión institucional, así como las suscripciones correspondientes de medios impresos. Esto se realiza cada vez que las oficinas, departamentos, direcciones o cualquier otra instancia judicial lo requieran.

Por lo anterior, de acuerdo con los servicios que brinda el Poder Judicial y el público meta, se elabora el presente documento enfocado en medios de comunicación impresos, tomando en cuenta factores tales como alcance, lectoría, aspectos sociodemográficos del medios, precio, formato y públicos meta. Además, se dan recomendaciones en caso que la contratación se tenga que hacer en otro tipo de medio de comunicación como radio y televisión.

El Plan muestra una guía de los aspectos que debe tomar considerar cuando se necesite realizar una publicación por un medio social, tomando como base la necesidad institucional de informar a las personas usuarias sobre trámites, servicios o programas que ofrece el Poder Judicial.

Se toma como base también para la elaboración del presente documento el artículo 9 de Reglamento de la Ley General de Contratación Pública, el cual indica lo siguiente:

“Medios de comunicación social. Se exceptúa de los procedimientos ordinarios la contratación de medios de comunicación social. Esta excepción aplicará únicamente para la difusión de mensajes relacionados con la gestión institucional, directamente vinculados con avisos públicos en relación con el servicio que presta la entidad. En esos casos, se deberá realizar un plan en el cual definan las pautas generales a seguir para la selección de los medios, a tendiendo al público meta, necesidades institucionales y costos.

La contratación de agencias de publicidad deberá realizarse mediante los procedimientos ordinarios previstos en la Ley General de Contratación Pública y observando los parámetros de racionalidad y equidad.”

Objetivos

Objetivo general

- Diseñar un plan de medios con pautas generales para divulgar mensajes frecuentes de la gestión del Poder Judicial vinculados directamente con avisos públicos en medios de comunicación según el público meta y objetivo informativo.

Objetivos específicos

- Definir cuáles medios de comunicación impresos son aptos para la divulgación de avisos del Poder Judicial según el público meta, así como la suscripción de medios impresos.
- Dar recomendaciones en caso de pautar en medios televisivos y radiales.
- Informar sobre los costos de pauta en impresos según el medio de comunicación seleccionado.
- Realizar una inversión en medios conveniente para la institución

Medios de comunicación escrita

Son los medios de comunicación impresos tales como periódicos nacionales, regionales, revistas suplementos, boletines, entre otros. Dentro de los beneficios que tiene es que el medio impreso permite que la persona pueda elegir el momento más oportuno para leer la publicación y puede compartirla, por lo que tiene gran alcance. Además, es un elemento de recordación de mensaje, ya que el lector puede guardar el enunciado y observarlo en el momento de su interés.

Además se destaca el beneficio de mantener suscripciones con medios de comunicación impresos tales como: Grupo Nación (Nación, Teja, El Financiero), Diario Extra, La República y el Semanario Universidad.

Tipo de avisos que publica el Poder Judicial

El Poder Judicial realiza publicaciones referente a la gestión pública. Tales como:

- Publicación de esquelos.
- Anuncios concursales: concursos de judicatura o altos jerarcas de la institución.
- Cierre de fin y principio de año.
- Cierre de Semana Santa.
- Cierres de oficina.
- Asuetos.
- Lisa de cadáveres sin reconocer en la Morgue Judicial
- Cualquier otro tipo de aviso de la agestión judicial



CORTE SUPREMA DE JUSTICIA A LAS INSTITUCIONES, ABOGADAS, ABOGADOS, SERVIDORAS, SERVIDORES JUDICIALES Y PÚBLICO EN GENERAL SE LES COMUNICA :

El Consejo Superior del Poder Judicial en sesión No. 72-2022 celebrada el 25 de agosto de 2022, artículo XXXVI, acordó establecer el cierre colectivo de fin y principio de año, que inicia el lunes 26 de diciembre de 2022, registrando a laborar el lunes 9 de enero de 2023.

X. Asimismo, el Consejo Superior del Poder Judicial en sesiones celebradas No. 105-2022 el 29 de noviembre de 2022, artículo XXXII, No. 94-2022 del 1 de noviembre de 2022, artículos XXV y L y No. 94-22 el 08 de noviembre de 2022, artículo LXI, aprobó los lineamientos para la prestación del servicio en la modalidad de apertura efectiva para el cierre colectivo de fin y principio de año.

El detalle de las oficinas que permanecerán abiertas, de las 8:00 a las 12:00 horas y de las 13:00 a las 16:00 horas, durante los días hábiles del periodo de cierre colectivo, podrá ser consultado en la página Web del Poder Judicial, a la dirección:

<https://www.poderjudicial.gub.ve/index.php/documentos/download/5284/oficinas-que-atenderan-en-el-cierre-colectivo-de-fin-y-principio-de-año-2022-2023>

I. La Sala Constitucional mantendrá el servicio de turno que se registró con las siguientes disposiciones:

1. Habrá un magistrado o magistrada de turno y personal de apoyo.
2. Durante el citado periodo, ÚNICAMENTE SE TRAMITARÁN LOS ASUNTOS URGENTES.
3. La recepción de asuntos se realizará durante horario ordinario (8:00 a 12:00 y de 13:00 a 16:00 horas), únicamente en el edificio de la Sala Constitucional en Sabana Sur, sin distinción.
4. Durante horario no hábil, la recepción de asuntos estará a cargo de personal de seguridad y se realizará de forma exclusiva, en el Edificio de la Sala Constitucional en Sabana Sur.
5. El ingreso de asuntos a través del servicio de fax, se mantendrá habilitado las veinticuatro horas.

II. Las Administraciones Regionales permanecerán abiertas con un horario de las 8:00 a las 12:00 y de las 13:00 a las 16:00 horas.

III. Las oficinas del Organismo de Investigación Judicial mantendrán la atención correspondiente durante ese periodo.

IV. En materia penal, los tribunales y sedes que realizarán apertura efectiva son aquellos despachos que estén conformados con personal juzgador permanente con al menos 3 jueces o juezas y el personal técnico judicial requerido.

V. Tendrán apertura efectiva los Tribunales Penales del Primero, Segundo y Tercer Circuito Judicial de San José, sede Sueste (incluye la zona de Puriscal). En cuanto a los demás tribunales penales del país que les correspondiera realizar la labor de apertura efectiva y el detalle de las funciones a realizar, se indican en el Informe No. 1008-PLA-OI-2022 del 21 de octubre de 2022, aprobado por el Consejo Superior en sesión No. 94-2022 del 1 de noviembre de 2022, artículo L.

VI. En cuanto a los Tribunales y/o Secciones de Flagrancia, tendrán apertura efectiva los siguientes despachos: Primer y Segundo Circuito Judicial de San José, Segundo Circuito Judicial de la Zona Sur, Primer, Segundo y Tercer Circuito Judicial de Aragua, Circuito Judicial de Heredia, Primer Circuito Judicial de Guacacaste, Primer y Segundo Circuito Judicial de la Zona Atlántica.

VII. Los Juzgados Penales del país atenderán apertura efectiva; en San José, atenderán los juzgados penales del Primer, Segundo y Tercer Circuito Judicial de San José, este último correspondiente a los Juzgados Penales de Hatillo, Pavas y Desamparados.

VIII. El Tribunal de Apelación de Sentencia Penal Juvenil del Segundo Circuito Judicial de San José, el Juzgado Penal Juvenil del Primer Circuito Judicial de San José, el de la Zona Atlántica y el Juzgado de Ejecución de las Sanciones Penales Juveniles, atenderán apertura efectiva.

IX. Los Juzgados de Violencia Doméstica del Primer, Segundo y Tercer Circuito Judicial de San José, atenderán apertura efectiva. En cuanto a los demás juzgados del país que les correspondiera realizar la labor de apertura efectiva y el detalle de las funciones a realizar, se indican en el Informe No. 1008-PLA-OI-2022 del 21 de octubre de 2022, aprobado por el Consejo Superior en sesión No. 94-2022 del 1 de noviembre de 2022, artículo L.

X. Los Juzgados de Pensiones y Violencia Doméstica de Escalón, Pavas, Mora, Santa Ana, Turruabares, si bien estos despachos conocen diversas materias, solo atenderán los asuntos generados por las materias de Violencia Doméstica y Pensiones Alimentarias conforme lo dispuesto por el Consejo Superior en sesión 28-09, artículo LXI. Los demás juzgados del país que les correspondiera realizar la labor de apertura efectiva y el detalle de las funciones a realizar, se indican en el Informe No. 1008-PLA-OI-2022 del 21 de octubre de 2022, aprobado por el Consejo Superior en sesión No. 94-2022 del 1 de noviembre de 2022, artículo L.

XI. Despachos especializados que concen la materia de Pensiones Alimentarias como los Juzgados de Pensiones Alimentarias del Primer, Segundo y Tercer Circuito Judicial de San José, solo atenderán los asuntos generados conforme lo dispuesto por el Consejo Superior en sesión 28-09, artículo LXI. En cuanto a los demás juzgados del país que les correspondiera realizar la labor de apertura efectiva y el detalle de las funciones a realizar, se indican en el Informe No. 1008-PLA-OI-2022 del 21 de octubre de 2022, aprobado por el Consejo Superior en sesión No. 94-2022 del 1 de noviembre de 2022, artículo L.

XII. Las Fiscalías Adjuntas del país, deberán asignar personal fiscal y técnico judicial suficiente para atender -mediante apertura efectiva parcial durante el cierre colectivo- a las personas usuarias que se presenten a las fiscalías a denunciar, a personas identificadas, así como la recepción de denuncias de violencia de género y o carácter sexual.

XIII. La Defensa Pública del Primer, Segundo y Tercer Circuito Judicial de San José, tendrán apertura efectiva.

XIV. Las Plataformas Integradas de Servicios de Atención a la Víctima (PISAV), tendrán apertura efectiva. El Tribunal Contencioso Administrativo permanecerá cerrado durante los días de cierre colectivo, laborarán bajo la modalidad de disponibilidad (ya existente).

XV. Los Tribunales de Apelaciones de Sentencia Penal, permanecerán cerrados durante los días de cierre colectivo, laborarán bajo la modalidad de disponibilidad (ya existente), a excepción del Tribunal de Apelación de Sentencia del Segundo Circuito Judicial de San José, que laborará bajo apertura efectiva.

XVI. La Contraloría de Servicios de San José, mantendrá la atención de la línea 800-800-3000, con el fin de evacuar consultas de las usuarias y los usuarios, según el periodo y horario de apertura establecido por el Consejo Superior.

XVII. **Despachos de Turno Extraordinario:** Con respecto a la atención de las materias Penal y Contenciosas de los Circuitos Judiciales Primero, Segundo y Tercero de San José y la Periferia, debe indicarse que tanto el Juzgado Penal, como la Fiscalía y la Defensa Pública, todos de Turno Extraordinario, ubicados en el Primer y Segundo Circuito Judicial de San José, mantendrán su atención normal, conforme los horarios y los lineamientos establecidos para los diferentes grupos que prestan servicio en este tipo de despachos, para la atención en horas y días inhábiles entre semana, fines de semana, días feriados, de asueto, periodos largos y garantizar la atención rápida y oportuna de los casos que se presenten, de forma que se cumpla con el plazo constitucional para dirimir la situación de las personas que se presenten en esos periodos.

XVIII. Las oficinas y despachos judiciales que deban atender apertura efectiva deberán velar por el cumplimiento de los lineamientos establecidos en la Circular 35-2020 "Lineamientos institucionales que deben ser aplicados ante la llegada del CORONAVIRUS (COVID-19) al país" de la Secretaría General de la Corte, así como cualquier otra directriz institucional emitida con posterioridad por las instancias superiores, relacionada con el tema, sea general o específica de la materia que se atiende, con la finalidad de resguardar la seguridad del personal del Poder Judicial y de las personas usuarias que requieren de los servicios institucionales.

XIX. Los Juzgados de Violencia Doméstica del Primer, Segundo y Tercer Circuito Judicial de San José, atenderán apertura efectiva. Se cerrará del 26 al 30 de diciembre de 2022. Lo anterior, según lo dispuesto por el Consejo Superior en sesión No. 94-2022 celebrada el 01 de noviembre de 2022, artículo XXIV.

XX. Las oficinas que deben abrir de las 8:00 a las 12:00 y de las 13:00 a las 16:00 horas, se registrarán por las disposiciones aprobadas para el cierre colectivo 2022-2023.

XXI. Las oficinas que deben abrir de las 8:00 a las 12:00 y de las 13:00 a las 16:00 horas, se registrarán por las disposiciones aprobadas para el cierre colectivo 2022-2023.

San José, 16 de diciembre de 2022.

Licda, Silvia Navarro Romanini
Secretaría General
Corte Suprema de Justicia

Ejemplos de avisos

Esquela



**LA CORTE SUPREMA DE JUSTICIA
Y LA CONTRALORÍA DE SERVICIOS REGIONAL
DE PÉREZ ZELEDÓN**

Lamenta profundamente el fallecimiento del servidor

CARLOS ROMERO RIVERA

Contralor de Servicios Regional de Pérez Zeledón;
y expresan su más sincera condolencia a su estimable familia.

San José, 24 de noviembre de 2022

Anuncio concurzal

 **PODER JUDICIAL
REPÚBLICA DE COSTA RICA**

 **DIRECCIÓN
DE GESTIÓN
HUMANA**
DIRECCIÓN DE GESTIÓN HUMANA
SUBPROCESO CARRERA JUDICIAL

EL CONSEJO DE LA JUDICATURA Y LA DIRECCIÓN DE GESTIÓN HUMANA DEL PODER JUDICIAL ABREN CONCURSOS PARA INTEGRAR LISTAS DE JUECES Y JUEZAS SUPLENTES EN LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS Y DESPACHOS

CONCURSO	CATEGORÍA	MODALIDAD
CJS-0001-2021	JUEZ Y JUEZA 1	• Estar incorporado o incorporada al Colegio de Abogados y Abogadas de Costa Rica. • Elegibilidad en Carrera Judicial.
CJS-0002-2021	JUEZ Y JUEZA 2	
CJS-0003-2021	JUEZ Y JUEZA 3	
CJS-0004-2021	JUEZ Y JUEZA 4	• Estar incorporado o incorporada al Colegio de Abogados y Abogadas de Costa Rica. • Mínimo 30 años. • Elegibilidad en Carrera Judicial
CJS-0005-2021	JUEZ Y JUEZA 5	• Estar incorporado o incorporada al Colegio de Abogados y Abogadas de Costa Rica. • Mínimo 35 años. • Haber ejercido la profesión durante diez años, salvo en los casos en que se trate de funcionarios judiciales con experiencia en la tramitación y resolución de asuntos jurisdiccionales. • Elegibilidad en Carrera Judicial.

Los detalles acerca de la inscripción y la información completa concerniente a este concurso se publicarán en el Boletín Judicial, los días 12, 13 y 14 de setiembre del 2022.
También se podrá visualizar en la dirección
<https://pjenlinea2.poder-judicial.go.cr/ghenlinea/>
Consultas a los teléfonos 2295-3781 y 2295-3940, al correo carrera-jud@poder-judicial.go.cr y TEAMS kalfaroa@poder-judicial.go.cr
**ESTOS CONCURSOS VENCEN EL 18 DE SETIEMBRE DE 2022.
PARA LA INSCRIPCIÓN ELECTRÓNICA, SE HABILITAN LAS 24 HORAS DE LA FECHA INDICADA.**

Recomendación para publicar avisos impresos del Poder Judicial

En Costa Rica hay diversos medios de comunicación impresa sin embargo en el presente documento y tomando en cuenta el objetivo del tipo de anuncios que publica el Poder Judicial se recomienda realizar las publicaciones en el periódico La Nación y el periódico La Extra.

Lo anterior debido a que estos dos periódicos tiene un alto tiraje, son de alcance nacional, cumplen con el público meta del Poder Judicial y la afinidad del medio se dirige a dos segmentos de público diferentes en cuanto aspectos sociodemográficos.

Seguidamente se detallará una descripción de cada uno de los medios sugeridos.

LA NACIÓN

DIARIO
Extra

Periódico La Nación

Periódico La Nación cuenta actualmente con un alcance de 32 877, de los cuales un 50,4% son hombres y un 49,6% son mujeres, con un nivel socioeconómico de clase media-media.

La edad de sus lectores abarca de los 25 años a los 65 años.

Tiraje diario: 25 934

Día mayor lectoría: domingo y lunes

Nombre en Sicop: Grupo Nación, GN, S.A.

Cédula jurídica: Grupo Nación, GN, S.A.

LA NACIÓN

LA NACIÓN AUDIENCIAS

Es un medio de segmento de con un NSE media-media.
Rango de edad desde 25 años a 65 años.



Costo

Comercial 

Pág. 7

La Nación | Impreso | Precio por módulo

LA NACIÓN DESCRIPCIÓN	LUNES - SÁBADO		DOMINGO	
	B/N	F/C	B/N	F/C
1 - 19 módulos	\$75	\$120	\$85	\$140
20 -49 módulos	\$70	\$110	\$80	\$130
50 módulos o más	\$55	\$90	\$65	\$105
100 módulos o más	\$50	\$85	\$60	\$100
Preferencial 3 A		\$110		\$130
Otras Preferenciales / Módulos Creativos		\$100		\$115
Brand Voice (Incluye reporte, edición, diseño, entrevista)		\$90		\$125
OBITUARIOS/ LUNES A DOMINGO		\$45		
LA NACIÓN EMPLEOS/ LUNES A DOMINGO B/N		\$45		



Consulte
por nuestros
Paquetes de



Conozca
nuestros
patrocinios
especiales
en portada



- **Tarifa por módulo.** Para elegir el tamaño que desea publicar refiérase a la tabla de conversión, [página 6](#).
- **Tarifas expresadas.** En dólares (moneda de curso legal de los Estados Unidos de América), sujetas a cambios, no incluyen impuestos ni el 1% del TCP (Timbre Colegio de Periodistas).

Arte de publicación-periodico La Nación

Formato requerido para publicar anuncios:

- Formato PDF
- Si es en blanco y negro: a escala de grises.
- Si el arte es a Color: se entrega en CMYK y PDF
- Arte final: se debe entregar con dos días hábiles a la fecha de publicación.
- El diseño a publicar se puede entregar al medio o también se puede solicitar el diseño a la empresa, este tiene un costo adicional.
- En el caso que se aporte el diseño, el arte se debe de entregar con dos días hábiles de antelación a la fecha de publicación.
- Si la oficina o despacho interesado contrata el diseño debe coordinarlo con el medio para remitir el contenido base y dar el visto bueno del arte final.

MEDIDA AVISOS PARA PRENSA

Tamaño	En centímetros
	Base x Altura
1x1	4,97 x 3,49
1X2	4,97 x 7,37
1x3	4,97 x 11,25
1x4	4,97 x 15,13
1x5	4,97 x 19,01
1x6	4,97 x 22,90
1x7	4,97 x 26,78
1x8	4,97 x 30,66
1X9	4,97 x 33,37
1x10	4,97 x 38,42
2x1	10,37 x 3,49
2x2	10,37 x 7,37
2x3	10,37 x 11,25
2x4	10,37 x 15,13
2x5	10,37 x 19,01
2x6	10,37 x 22,90
2x7	10,37 x 26,78
2x8	10,37 x 30,66
2x9	10,37 x 33,37
2x10	10,37 x 38,42
3x1	15,76 x 3,49
3x2	15,76 x 7,37
3x3	15,76 x 11,25
3x4	15,76 x 15,13
3x5	15,76 x 19,01
3x6	15,76 x 22,90
3x7	15,76 x 26,78
3x8	15,76 x 30,66
3x9	15,76 x 33,37
3X10	15,76 x 38,42

4X1	21,17 x 3,49
4X2	21,17 x 7,37
4X3	21,17 x 11,25
4X4	21,17 x 15,13
4X5	21,17 x 19,01
4X6	21,17 x 22,90
4X7	21,17 x 26,78
4X8	21,17 x 30,66
4x9	21,17 x 33,37
4x10	21,17 x 38,42
5x1	26,56 x 3,49
5x2	26,56 x 7,37
5x3	26,56 x 11,25
5x4	26,56 x 15,13
5x5	26,56 x 19,01
5x6	26,56 x 22,90
5x7	26,56 x 26,78
5x8	26,56 x 30,66
5x9	26,56 x 33,37
5x10	26,56 x 38,42



Periódico La Extra

Periódico La Extra cuenta actualmente con 314 868 lectores diarios, de los cuales un 58% son hombres y un 42% son mujeres, con un nivel socioeconómico medio –medio, medio bajo y bajo.

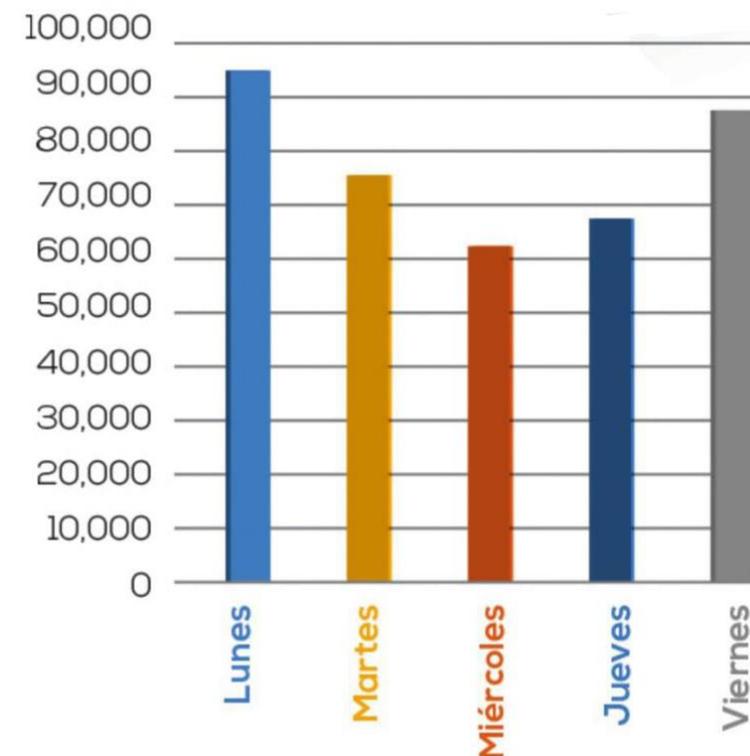
La edad de sus lectores abarca de los 18 años a los 55 años.

Día mayor lectoría: lunes, martes y viernes.

Nombre en Sicop: Sociedad periodística extra LTDA.

Cédula jurídica: 3102 038 255

Lectores por día



Datos de lectoría suministrados por periódico La Extra (fuente estudio IPSOS)

Tamaño y costo de publicación de anuncios en Diario Extra

		BLANCO Y NEGRO		FULL COLOR		
	TAMAÑO	CMS (ancho x altura	VALOR SIN IMP.	VALOR CON IMPUESTOS	VALOR SIN IMP.	VALOR CON IMPUESTOS
Tamaños pequeños	2x7cms	6.25 x 7	€60 000,00	€68 478,00	€126 500,00	€144 374,45
	2x6cms	6.25 x 6	€53 500,08	€61 059,64	€106 500,00	€121 548,45
	2X5cms	6.25 x 5	€46 500,00	€53 070,45	€86 500,00	€98 722,45
	2X1	6.25 X 3.9	€33 500,00	€38 233,55	€60 000,00	€68 478,00
1/8 PÁGINA	2X2	6.25 X 8,1	€86 500,00	€98 722,45	€166 500,00	€190 026,45
	2X3	6.25 X 12,3	€170 789,46	€194 922,01	€251 842,08	€287 427,37
	2X4	6.25 X 16,5	€217 200,00	€247 890,36	€324 000,00	€369 781,20
	2X5	6.25 X 20,8	€284 649,10	€324 870,02	€419 736,80	€479 045,61
1/4 DE PÁGINA	2X6	6.25 X 25	€341 578,92	€389 844,02	€503 684,16	€574 854,73
	2X7	6.25 X 29,2	€398 508,74	€454 818,02	€587 631,52	€670 663,85
	2X8	6.25 X 33,5	€422 300,00	€481 970,99	€637 200,00	€727 236,36
	3x2	9.6 X 8,1	€170 789,46	€194 922,01	€251 842,08	€287 427,37
1/8 PÁGINA	3X3	9.6 X 12,3	€256 184,19	€292 383,02	€377 763,12	€431 141,05
	3X4	9.6 X 16,5	€341 578,92	€389 844,02	€503 684,16	€574 854,73
	3X5	9.6 X 20,8	€426 973,65	€487 305,03	€629 605,20	€718 568,41
	3X6	9.6 X 25	€512 368,38	€584 766,03	€755 526,24	€862 282,10
1/8 PÁGINA	3X7	9.6 X 29,2	€597 763,11	€682 227,04	€1 175 263,04	€1 341 327,71
	3X8	9.6 X 33,5	€683 157,84	€779 688,04	€1 007 368,32	€1 149 709,46
	4X2	13 X 8,1	€217 200,00	€247 890,36	€324 000,00	€369 781,20
	4X3	13 X 12,3	€341 578,92	€389 844,02	€503 684,16	€574 854,73

Tamaño y costo de publicación de anuncios en Diario Extra

			BLANCO Y NEGRO		FULL COLOR	
1/4 PÁGINA	4X4	13 X 16,5	¢422 300,00	¢481 970,99	¢637 200,00	¢727 236,36
	4X5	13 X 20,8	¢569 298,20	¢649 740,04	¢839 473,60	¢958 091,22
	4X6	13 X 25 CMS	¢683 157,84	¢779 688,04	¢1 007 368,32	¢1 149 709,46
	4X7	13 X 29,2	¢797 017,48	¢909 636,05	¢1 175 263,04	¢1 341 327,71
1/2 PÁGINA	4X8	13 X 33,5	¢817 200,00	¢932 670,36	¢1 231 200,00	¢1 405 168,56
	5X2	16.3 X 8,1	¢284 649,10	¢324 870,02	¢419 736,80	¢479 045,61
	5X3	16.3 X 12,3	¢426 973,65	¢487 305,03	¢629 605,20	¢718 568,41
	5X4	16.3 X 16,5	¢569 298,20	¢649 740,04	¢839 473,60	¢958 091,22
	5X5	16.3 X 20,8	¢711 622,75	¢812 175,04	¢1 049 342,00	¢1 197 614,02
	5X6	16.3 X 25 CMS	¢853 947,30	¢974 610,05	¢1 259 210,40	¢1 437 136,83
	5X7	16.3 X 29,2	¢996 271,85	¢1 137 045,06	¢1 469 078,80	¢1 676 659,63
	5X8	16.3 X 33,5	¢1 138 596,40	¢1 299 480,07	¢1 678 947,20	¢1 916 182,44
	6X2	16.3 X 8,1	¢341 578,92	¢389 844,02	¢503 684,16	¢574 854,73
	6X3	16.3 X 12,3	¢512 368,38	¢584 766,03	¢755 526,24	¢862 282,10
	6X4	16.3 X 16,5	¢683 157,84	¢779 688,04	¢1 007 368,32	¢1 149 709,46
	6X5	16.3 X 20,8	¢853 947,30	¢974 610,05	¢1 259 210,04	¢1 437 136,42
	6X6	16.3 X 25 CMS	¢1 024 736,76	¢1 169 532,06	¢1 511 052,48	¢1 724 564,20
	6X7	16.3 X 29,2	¢1 195 526,22	¢1 364 454,07	¢1 762 894,56	¢2 011 991,56
	6X8	16.3 X 33,5	¢1 366 315,68	¢1 559 376,09	¢2 014 736,64	¢2 299 418,93
	1/8 DE PÁGINA	8X1	26,5 X 3,9	¢217 200,00	¢247 890,36	¢324 000,00
1/4 DE PÁGINA	8X2	26,5 X 8,1	¢422 300,00	¢481 970,99	¢637 200,00	¢727 236,36
	8X3	26,5 X 12,3	¢683 157,84	¢779 688,04	¢1 007 368,32	¢1 149 709,46
1/2 PÁGINA	8X4	26,5 X 16,5	¢817 200,00	¢932 670,36	¢1 231 200,00	¢1 405 168,56
	8X5	26,5 X 20,8	¢1 138 596,40	¢1 299 480,07	¢1 678 947,20	¢1 916 182,44
	8X6	26,5 X 25	¢1 366 315,68	¢1 559 376,09	¢2 014 736,64	¢2 299 418,93
	8X7	26,5 X 29,2	¢1 594 034,96	¢1 819 272,10	¢2 350 526,08	¢2 682 655,42
PÁGINA	8X8	26,5 X 33,5	¢1 481 800,00	¢1 691 178,34	¢2 224 800,00	¢2 539 164,24

Arte de publicación-periódico La Extra

Especificaciones solicitadas por el medio de comunicación para entregar el arte de publicación:

El diseño a publicar se puede entregar al medio o también se puede solicitar el diseño a la empresa, este tiene un costo adicional.

En el caso que se aporte el diseño, el arte se debe de entregar con dos días hábiles de antelación a la fecha de publicación.

Si la oficina o despacho interesado contrata el diseño debe coordinarlo con el medio para remitir el contenido base y dar el visto bueno del arte final.

Se reciben materiales en los siguientes programas



Pueden venir en los siguientes formatos



Tienen que venir los textos convertidos en curvas, NO se cargan tipografías.



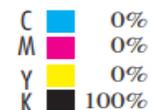
Si va a usar un texto en blanco sobre un fondo negro o de un color predominante por favor usar una tipografía bold.



El tamaño mínimo de tipografía para que resulte legible es de 6 puntos.



Si va a usar tipografía en color negro o un fondo en color negro asegure que sea 100% negro, NO MEZCLAR EL CMYK PARA CONSEGUIR EL NEGRO.



Si el material a publicar es Full Color tiene que venir en separación CMYK. No usar colores pantone. NO SE RECIBEN MATERIALES EN RGB



Aspectos generales que se deben de tomar en cuenta para contratar una publicación en medio escrito

Las oficinas y despachos judiciales interesados en estas publicaciones deberán tomar en cuenta:

- Determinar cuál es el público meta al que se dirige el mensaje, para ello tomar en cuenta: nivel educativo, situación económica, edad, preferencias, gustos, ubicación geográfica, entre otras. De acuerdo con el perfil definido se debe seleccionar el medio escrito.
- Cantidad de tirajes del medio por semana o día.
- Cantidad de lectores por día.
- Perfil del medio: entretenimiento, político, cultural, informativo, religioso, entre otros.
- Seleccionar el día de publicación de mayor tiraje.
- Con base al presupuesto disponible y cantidad información que se desee publicar, se determinará el tamaño de la publicación, por ejemplo, cintillos, media página, página completa, cuartos de página, o el tamaño del volante
- Los medios de comunicación escrita como los periódicos nacionales ofrecen dos opciones para publicar: anuncio en Blanco y Negro (BN) o anuncio Full Color (FL).
- Indicar al medios de comunicación que el aviso del Poder Judicial que se publique no sea colocado en una página del periódico que aparezca alguna nota negativa sobre el Poder Judicial.
- Monitoreo: una vez publicado el anuncio, la persona gestora del Poder Judicial debe solicitar al medio de comunicación el pdf de la publicación y revisar en el periódico impreso si el anuncio se público correctamente.

Aspectos generales a tomar en cuenta cuando se contrata una publicación en medio escrito

- La opción se selecciona de acuerdo con el monto que se tiene para invertir y el contenido del mensaje.
- La opción de anuncio Blanco y Negro es muy utilizada para publicar derechos de respuesta, esquelas, licitaciones o anuncios que no tengan un diseño gráfico que utilice diferentes tonalidades.
- La opción Full Color (FL) tiene como beneficio que capta con mayor facilidad la atención del lector por el color y el diseño del mismo.
- El costo del anuncio Full Color es mayor que el anuncio en Blanco y Negro.
- El diseño a publicar se puede entregar al medio (periódico, revista, suplemento, boletín, entre otros) o también se puede solicitar el diseño a la empresa, este tiene un costo adicional.
- En el caso de la elaboración de volantes o anuncios impresos que van insertos dentro de un medio (periódicos) la oficina o despacho interesada en publicar debe solicitar una prueba de color al medio contratado y debe tener el visto bueno de la persona responsable del proceso, para que se proceda a la impresión.
- Se debe consultar con el medio el tiempo previo necesario para entregar el mensaje se desea publicar. Ello con el fin de revisar que el formato se adapte a las especificaciones que solicita el medio escrito.

Aspectos generales a tomar en cuenta cuando se contrata suscripciones en medios escritos

Dado que el Poder Judicial es uno de los poderes del estado, es sumamente importante conocer las noticias que se divulgan en los diversos medios de comunicación impresos, para ello oficinas judiciales o departamentos requieren mantenerse a la vanguardia de las últimas noticias según el enfoque y público meta del medio de comunicación. Es por ello que es de relevancia institucional recibir diariamente el periódico impreso, tanto para el monitoreo de noticias, así como para mantener informado a los jefes institucionales.

Recomendaciones a tomar en cuenta en caso de requerir realizar pauta pagada en medios de comunicación radiales y televisión.

Radios Nacionales

Es un medio de comunicación por el cual se informa de manera directa y sencilla al público mediante cuñas publicitarias, menciones en programas de radio, entrevistas, entre otros. Sirve como medio de recordación de mensaje y tiene un gran alcance en la población.

Aspectos a tomar en cuenta en caso de realizar publicaciones en radio nacional

Las oficinas y despachos judiciales interesados en estas publicaciones deberán tomar en cuenta:

- Determinar cuál es el público meta al que se dirige el mensaje: nivel educativo, situación económica, edad, preferencias, entre otras. De acuerdo con el perfil definido se debe seleccionar la emisora de radio.
- Tiempo: el costo de la pauta de cuñas varía según el tiempo de duración de la cuña 30ss, 45ss o un minuto. Se recomienda realizar cuñas de 30 ss por el costo de inversión.
- Perfil de la emisora seleccionada: analizar el mercado meta de la emisora y el perfil (corte romántico, humor, juvenil, informativo, regional, entre otros). Esta información la pueden dar los ejecutivos de las emisoras.
- Rating o audiencia: de acuerdo con el público meta que se dirige el mensaje y la selección de las posibles emisoras se debe consultar el rating para determinar el alcance del medio y su eficacia.
- Horario de pauta: para seleccionar el horario de pauta de la cuña publicitaria, mención o entrevista por radio se debe consultar a la emisora el horario de programas de la emisora y el enfoque de cada uno de ellos. Esto con el objetivo de determinar cual es la hora más apropiada para el público meta. En este punto también se debe tomar en cuenta el monto de inversión.
- Contratación: se debe indicar el periodo de pauta, tiempo, cantidad de cuñas por día, por semana y por mes, plan de pauta, perfil de emisora, rating, público meta, formatos de producto, versiones, rotación de cuñas y el costo de inversión.

Aspectos a tomar en cuenta en caso de realizar publicaciones radiales

- La persona interesada en pautar en emisoras nacionales debe entregar las diferentes versiones de cuñas producidas para la campaña de interés.
- *Excepción: existen emisoras de radio que ofrecen por la contratación de la pauta en radio la grabación de cuñas. En este caso se debe valorar que la locución sea profesional e indicar en la contratación que los audios a producir son de uso exclusivo del Poder Judicial y se tiene la potestad de utilizar los audios de las cuñas en lo que la institución considere pertinente por ejemplo utilizarlos en otras emisoras.
- Formato de cuña: se debe solicitar las especificaciones de formato que la que la emisora solicita para entregar el producto antes de la contratación. Esto le permitirá conocer si los formatos son compatibles con los del medio y en caso de no serlo, consultar al ejecutivo de ventas para valorar su funcionalidad.
- Paquetes corporativos: la persona interesada en realizar una pauta por medios radiales debe consultar en las emisoras de su interés por paquetes corporativos o combos de pauta para que se valorar el monto de inversión unitario o por paquete. Tienen que ser ventajas aplicables a las diferentes empresas para transparencia del proceso y también debe estar dentro del objetivo, públicos y otros aspectos que se han definido en la campaña.
- Es importante mencionar que cuando se toma un paquete corporativo se analice el enfoque del programa y hora de pauta que ofrece la empresa.
- Plan de pauta: cuando se va pautar en emisoras de radio diferentes versiones de cuñas (anuncios por radio) se debe solicitar a la empresa un plan de pauta, el cual incluye un programa del tiempo contratado con las horas y días en que las versiones de cuña estarán al aire.

Televisión nacional

Es un medio de comunicación que combina el elemento visual y auditivo por lo cual la persona recibe el mensaje de manera más directa y sencilla. El costo de inversión de este medio es uno de los más altos, pero tiene gran penetración en la población, según se el perfil del canal o de los programas seleccionados.

Aspectos a tomar en cuenta en caso de realizar pauta en televisión.

Las oficinas y despachos judiciales interesados en estas publicaciones deberán tomar en cuenta:

- Determinar cuál es el público meta al que se dirige el mensaje: nivel educativo, situación económica, edad, preferencias, entre otras. De acuerdo con el perfil definido se debe seleccionar el canal a pautar.
- Tiempo de spot (anuncio): el costo de la pauta de spot varía según el tiempo de duración 30ss, 45ss o un minuto. Se recomienda realizar anuncios de 30 ss por el costo de inversión.
- Programación de canal: análisis de la programación del canal para valorar opciones de pauta.
- Horario: la persona interesada en pautar debe indicar el programa u horario en que se desea divulgar el anuncio. Si se especifica un tiempo de pauta dentro de un programa tiene un costo adicional por ejemplo: el anuncio debe salir en el primer comercial de las noticias de las siete de la noche.
- Formato de anuncio: debe cumplir con las especificaciones técnicas del medio. Se recomienda consultar al ejecutivo de ventas del medio el formato antes de la contratación.

Aspectos a tomar en cuenta en caso de realizar pauta en televisión.

- Rating: es importante que se solicite el rating del programa en el que se va pautar para determinar el alcance del mensaje.
- Entrega de productos: la persona encargada de la contratación de la pauta debe entregar las diferentes versiones de anuncios, ya sea en formato digital solicitado por el canal.
- Contratación: se debe indicar la fecha de pauta, programa, cantidad de anuncios por día, semana o mes, formato de producto, versiones de anuncio, monitoreo y costo de inversión y demás especificaciones que se consideren para dentro del objetivo de campaña.
- Se recomienda que los productos se encuentren en alta resolución y se entreguen como mínimo tres días antes de iniciar la pauta al aire.

Aspectos a tomar en cuenta en caso de realizar contrataciones con medios de comunicación regionales o de enfoques específicos

Las oficinas y despachos judiciales interesados en estas publicaciones deberán tomar en cuenta:

- Se sugiere considerar los medios de comunicación escritos regionales para promover actividades o servicios que impactan zonas específicas del país, esto como alternativa informativa adicional.
- Se sugiere que en caso de requerir llegar a un público meta con interés en temas específicos, por ejemplo financieros, podrían utilizarse otros medios que hay en el mercado que abarcan dichos temas específicos.
- Algunos de los beneficios de contratar medios de comunicación regionales es que el costo es más bajo, se llega al segmento meta específico según región y afinidad, abarca sectores de población que tienen interés en informaciones propias de la zona, contribuyendo con el aumento en la proyección institucional local.

Seguimiento y control de publicaciones

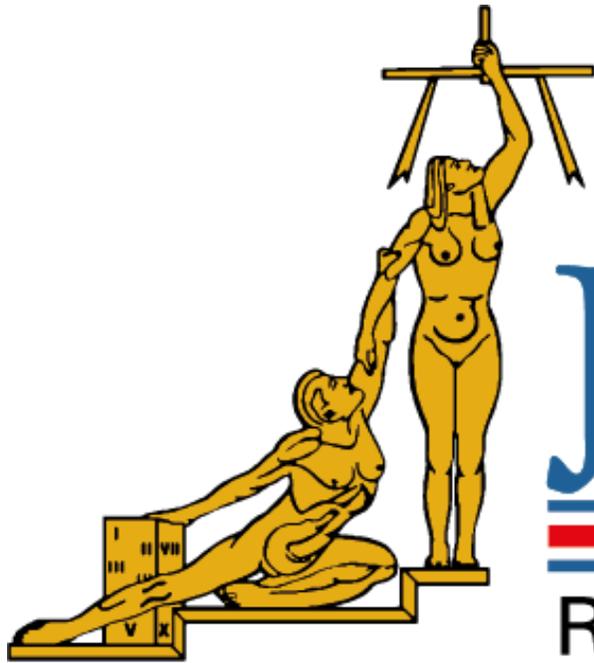
El departamento u oficina responsable de la pauta en el medio de comunicación masivo debe establecer acciones de control para conocer que la divulgación del mensaje se esté realizando de acuerdo con las especificaciones indicadas en el contrato, por ejemplo:

Verificación de la rotación de anuncios, la cantidad de mensajes pautados por día, archivo de publicaciones por medios escritos, toma de fotografías del anuncio, video de publicaciones, entre otros. Asimismo es importante mencionar que la evaluación de las campañas específicas deben ser valoradas por la oficina solicitante en coordinación con el Depto. de Prensa y Comunicación Organizacional o la oficina de Prensa del órgano correspondiente, o bien por la persona comunicadora de dicha dependencia (en los casos en que cuentan con plazas de comunicador).

Consideraciones finales

Se recomienda que la oficina o despacho judicial que requiera realizar una publicación en un medio de comunicación nacional valore el objetivo de comunicación que tiene y el público al que quiere dirigirla, para elegir el medio de mayor conveniencia, los aspectos indicados, ello con el fin de que la inversión que se haga sea la más conveniente para la institución y donde la divulgación cumpla con el objetivo de llegar la mayor cantidad de personas.

De existir alguna limitación legal o de otro tipo en la contratación de cualquiera de los medios de comunicación incluidos en este plan se recomienda redistribuir el monto que se tenía asignado, en algún otro de los medios indicados en el plan, según criterio que tengan las oficinas o despachos interesados y el Departamento de Proveduría.



PODER JUDICIAL

República de Costa Rica

Poder Judicial: fortaleza de nuestra Democracia