



RESPONSABILIDAD PRENSA LIBRE

- La tarifa de los espacios para anuncios obliga a Prensa Libre a la publicación del anuncio contratado, pero no asume ninguna responsabilidad ni se obliga a compensación alguna, si por diferentes circunstancias su efectividad no fuera la esperada.
- Prensa Libre no avala el contenido de ningún anuncio, ni asume las consecuencias de las responsabilidades legales que corresponden directamente al anunciante.
- Prensa Libre se reserva el derecho de rechazar un anuncio por alguna razón justificada, previa notificación al anunciante o intermediario.
- Prensa Libre se reserva el derecho de propiedad de todos los anuncios creados por nuestros diseñadores para el cliente y no podrán ser utilizados en ningún otro sitio fuera de los sitios de Prensa Libre, en caso solicitaran editables, la tarifa será que indica Media Kit digital.
- Todas las posiciones en las páginas web pueden sufrir ajustes o cambios, por lo que Prensa Libre no puede mantener una posición específica dentro de la página.
- La entrega de lo contratado puede variar +/- 2%, lo que no procede a reposición alguna.

RECuento DE IMPRESIONES

(Reportes de pauta)

- El recuento de impresiones, clics, leads, ctr y usuarios únicos de Prensa Libre será la única fuente de mediciones con respecto a campañas que corran en los sitios del Grupo Prensa Libre, se proporcionan mediante un ejecutivo. Únicamente no se cuenta con reporte de segmentos por separado.
- Prensa Libre no se hace responsable de la discrepancia de recuento de datos entre las herramientas de Prensa Libre con las herramientas del cliente. La discrepancia es del 20% cuando las campañas son manejadas por tags.

RECOLECCIÓN Y USO DE INFORMACION Y DATOS

- Prensa Libre se reserva el derecho de publicar anunciantes que recopilan información de usuarios o del sitio, estos pueden ser rechazados.
- Prensa Libre no se responsabiliza por el uso de cookies de terceros.
- Prensa Libre utiliza cookies propias y de terceros para mejorar sus servicios, elaborar información estadística y mostrar publicidad, contenidos o servicios personalizados a través del análisis de su navegación.

OMISIONES

- Si por omisión involuntaria, o por alguna razón de orden técnico, operativo y/o de fuerza mayor se deja de publicar un anuncio en el espacio contratado, Prensa Libre lo repondrá en la nueva fecha convenida con el cliente.

ANULACION DE ÓRDENES

- La anulación de una orden de publicación de anuncios contratados deberá hacerse por correo electrónico al departamento de Tráfico con copia a su respectivo ejecutivo de ventas y con un mínimo de 2 días hábiles antes de su publicación.
- Prensa Libre se reserva el derecho de usar dicho espacio en la forma que lo crea más conveniente.
- Si un anunciante / agencia cancela la pauta antes de que fueran entregadas la totalidad de impresiones, Prensa Libre emitirá una factura correspondiente a las impresiones generadas al día de la cancelación y se generará un recargo del 30% sobre el valor total de la pauta cancelada.

RESERVACIONES

- Las reservaciones se aceptarán únicamente por escrito y deberán ser enviadas y confirmadas al correo electrónico de su ejecutivo con copia a: newmediaordenes@prensalibre.com.gt con un mínimo de 5 días de anticipación.

ANULACIÓN DE RESERVACIONES

- El cliente que tenga espacios reservados y no vaya a utilizar alguna, deberá enviar su cancelación 5 días hábiles antes de su publicación al correo electrónico de su ejecutivo de venta con copia al correo: newmediaordenes@prensalibre.com.gt sin excepción.
- Cuando la cancelación se realice fuera de este tiempo, se emitirá una factura con base a la siguiente tabla:

5 días – sin costo
4 días – 5%
3 días – 30%
2 días – 50%
1 día – 75%

EXCLUSIVIDAD

- Prensa Libre no se compromete a dar exclusividad en sus sitios web a determinado producto o cliente. Esto significa que en un mismo espacio podrán incluirse productos competitivos cuando el espacio así lo requiera. A excepción de patrocinios (exclusivo en secciones / notas), BrandDay, BrandWeek o Prime Time.

RECLAMOS

- Los reclamos por anuncios deberán ser presentados por escrito, a más tardar un día hábil después de su primera o única publicación mediante su asesor de ventas. Esto para poder constatar si el error fue cometido en Prensa Libre, de lo contrario el reclamo no procederá. En todos los casos deberá adjuntarse un print de la publicación respectiva. Período de respuesta del reclamo: máximo 72 horas hábiles después de recibido el reclamo por escrito.
- Prensa Libre no garantiza la promesa básica de BrandDay, BrandWeek o Prime time, en caso de tener problemas técnicos de plataforma. El ejecutivo negociará con el cliente para reposición del cumplimiento de la campaña sujeto a disponibilidad de inventario.

REPOSICIONES

- Prensa Libre se compromete a la reposición de los anuncios, cuando por omisión o alteración de producto sea afectado su propósito publicitario. Si el error está contenido en el material autorizado, no habrá reposición por no ser responsabilidad de Prensa Libre.
- En ningún caso, Prensa Libre se compromete a otorgar un espacio o tiempo mayor al contratado.

POLÍTICA ENVÍO, AUTORIZACIÓN Y RECEPCIÓN DE MATERIALES

- Prensa Libre se reserva el derecho a rechazar materiales con base a criterios editoriales del Grupo Prensa Libre.
- No conservará materiales programados más allá de 7 días después de finalizada la pauta.
- La entrega de pauta con tag's de terceros está sujeta a las políticas y revisión de Prensa Libre. Se deberán entregar 7 días antes para hacer las pruebas correspondientes (cuando son nuevos clientes o cambian el formato)
- El anunciante deberá pagar el costo de producción del material elaborado y que no sea pautado en la red de páginas de Prensa Libre sin excepciones.
- El costo de cambios (no correcciones) del layout y textos originales, será facturado según tabla de costos vigente.

ENTREGA DE MATERIALES

Si no se especifica claramente en las propuestas o circulares de venta, aplica los siguientes tiempos

DISPLAY	3 días hábiles al contar con órdenes y materiales finales.
RICH MEDIA	4 días hábiles al contar con órdenes y materiales finales.
MAILING	2 días hábiles al contar con órdenes y materiales finales.
MARKETING DE CONTENIDOS	10 días hábiles al contar con órdenes y materiales de marca.
PATROCINIOS, BRAND DAY, BRANDWEEK O PRIMETIME	4 días hábiles al contar con órdenes y materiales finales.
VIDEOS	3 días hábiles al contar con órdenes y materiales finales.
REDES SOCIALES	3 días hábiles al contar con órdenes y materiales finales.

TABLA DE COSTOS DE DISEÑOS

ELABORACIÓN DE BANNERS DISPLAY	US\$ 150 + imp
ADAPTACIONES DE BANNERS DISPLAY	US\$ 50 + imp
ELABORACIÓN RICH MEDIA	US\$ 250 + imp
ADAPTACIONES DE RICH MEDIA	US\$80 + imp
DISEÑO MAILINGS (INCLUYE DOS REVISIONES/CAMBIOS)	US\$ 150 + imp
TIPO DE CAMBIO	Q8.00 -\$1

Cualquier anuncio que pueda ser confundido como una noticia, artículo o aviso no comercial, se identifican con el fondo de color gris. En el caso de los contenidos elaborados por Contenidos comerciales dentro del marco de Marketing de Contenidos (CStudio), el anuncio debe ir claramente identificado dentro de la sección CStudio.

ENTREGA DE PROPUESTAS Y MATERIALES

- Toda entrega de propuestas o materiales se realiza solamente al contar con órdenes y materiales a utilizar sin excepciones.

ÓRDENES

- Cualquier ingreso de orden con materiales editables, un viernes después de las 4pm con fechas de implementación para ese mismo fin de semana tendrá un recargo de \$50.
- Cualquier ingreso de orden sin materiales editables, un viernes después de las 4pm con fechas de implementación para ese mismo fin de semana tendrá recargo de \$30 la hora.

MAILINGS / PUSH NOTIFICATION

- Prensa Libre no se responsabiliza por errores de terceros, para un envío nuevamente, se cobrará como la tarifa normal que indique.
- Para bonificaciones no se autoriza el envío de una base mayor a lo contratado inicialmente, se bonifica de menor o igual costo.

Clientes deberán respetar el horario inicialmente contratados, si por alguna razón no se tiene el material aprobado por cliente a tiempo y deciden cambiar la hora o base de envío, está sujeto a disponibilidad con un recargo del 20% sin excepciones. No aplica si es Prensa Libre el que se atrasa en el envío de la prueba.
- Prensa Libre no se responsabiliza por el envío con error de url o arte, después de notificación de aprobado por el cliente. Por lo tanto, no procede a reposición, deberá contratar un nuevo envío con tarifa ya establecida en media kit.
- Por suscripción voluntaria, nuestras bases de datos pueden presentar un $\pm 20\%$ de variabilidad en cada entrega.

REDES SOCIALES

- Todas las publicaciones vendidas como Branded Post o Video Post, están sujetas a revisiones o cambios del departamento de Marketing de contenidos.
- Ninguna publicación pagada en redes sociales incluye el servicio de Community Manager, es decir, respuestas o seguimiento al mismo.
- Todas las publicaciones ya hechas con inversión de pauta activa, no se podrá modificar textos o imágenes. En caso se cambie, se cobrará como publicación nueva.
- Ninguna publicación con pauta contratada podrá llegar a su meta (150k a 200k) antes de los 7 días indicados, para solicitar metas con menores días, se deberá consultar y cotizar por aparte con su asesor de venta.
- Ninguna publicación en paquetes genéricos de marketing de contenido o redes sociales incluyen segmentación, para branded post o video post que requieran una segmentación y días específicos a cumplir con la meta tienen costos adicionales, se deberán cotizar por aparte con su asesor de venta.
- El reporte se enviará cinco días después de la campaña finalizada.