



Régimen de tarifas las hojas de horarios editados por el CTM

Objeto

El objeto del presente documento es definir el régimen tarifario de aplicación a los espacios publicitarios de las hojas de horarios editados por el CTM.

1. Tarifas de aplicación

Para un espacio publicitario de 2.000 mm², la tarifa general de aplicación es de 200 euros/mes. Específicamente para agencias de publicidad *, esta tarifa se reduce a 160 euros mes.

* Agencia de publicidad: Categoría empresarial definida en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. Epígrafe IAE: 844 (servicios de publicidad, relaciones públicas y similares); CNAE: 7440 (publicidad).

2. Descuentos

Se aplicarán descuentos en función del número de espacios publicitarios contratados (EC) en un periodo de 12 meses naturales, de acuerdo con las siguientes reglas:

- a) Si $EC < 4$, no se aplica descuento.
- b) Si $4 \leq EC \leq 60$ \gg % descuento = $0,625 \cdot EC + 2,5$
- c) Si $EC > 60$, se aplica un descuento del 40%.

Explica con un ejemplo: entre 01/11/2015 y 10/31/2016 (12 meses naturales), la empresa X contrata el siguiente:

- 01/11/2015 a 28/02/2016: inserción de anuncio en una hoja horario \gg 4 meses x 1 anuncio / mes = 4 espacios contratados (EC).
- 01/05/2016 a 31/10/2016: inserción de anuncio en 2 hojas de horarios \gg 6 meses x 2 anuncios / mes = 12 espacios contratados (EC).
- Total contratado: $4 + 12 = 16$ EC \gg regla b) \gg % descuento = 12,5%.

3. Condiciones de contratación

- Se establece un periodo mínimo de contratación de un (1) mes.
- El CTM se reserva el derecho a no contratar determinadas inserciones publicitarias, tales como, por ejemplo, anuncios de bebidas alcohólicas o de contenido sexual, o, en general, anuncios de productos o servicios que se considere que puedan atentar contra el decoro.



- Las tarifas únicamente cubren el derecho de explotación publicitaria del espacio contratado; por tanto, no incluyen ningún otro servicio, como el diseño del anuncio.