CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD DEL GRUPO ENTE PÚBLICO RTVC Y SUS SOCIEDADES

ÍNDICE

1. DISPOSICIONES PRELIMINARES

1.1.- Normas de Aplicación

1.2.- Reserva de derechos

1.3.- Clases de publicidad

2. PROCESO DE CONTRATACIÓN

2.1.- Partes contratantes

2.2.- Operativa

2.3.- Contrato de difusión

2.4.- Anulaciones de órdenes de difusión

2.5.- Modificación de las órdenes de difusión

3. MATERIAL DE EMISIÓN

3.1.-Formato

3.2.-Devolución del material

3.3.- Duración de los anuncios

3.4.- Marcas y/o productos por anuncio

4. INCIDENCIAS EN LA EMISIÓN

5. CONDICIONES ECONÓMICAS

5.1.-Sistemas de contratación

5.2.- Modificación de tarifas

5.3.– Facturación

5.4.– Forma de pago

5.5.-Condiciones de pago

5.6.-Descuentos y recargos

5.7.- Afianzamiento de las órdenes de publicidad

6. CONDICIONES PARA PUBLICIDAD ESPECÍFICA

6.1.-Las campañas electorales

6.2.-Campañas institucionales

6.3.- Publicidad de servicios SMS y números de tarificación adicional

6.4.-Obligaciones del servicio de Televoto

6.5.-Concursos mediante servicios de telefonía

7. CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD EN MEDIOS INTERACTIVOS

7.1. Clases de publicidad

7.2. Soporte de los anuncios (Características Técnicas)

8.-PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

9.- CIRCUNSTANCIAS NO PREVISTAS

10.- ENTRADA EN VIGOR

ANEXO I Modelo de Aval

1.- Aval de anunciante directo

2.- Aval de agencia de publicidad cursado en nombre del anunciante

3.- Aval de central de compras cursado en nombre del anunciante

CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD DEL GRUPO ENTE PÚBLICO RTVC Y SUS SOCIEDADES

1.- DISPOSICIONES PRELIMINARES

1.1.- Normas de Aplicación:

La contratación de publicidad en cualquiera de los canales o soportes publicitarios del Grupo Ente Público Radiotelevisión Canaria (RTVC) y sus sociedades: Televisión Pública de Canarias, S.A. y Radio Pública de Canarias, S.A., en adelante el Medio, se ajustará a las presentes Condiciones Generales de Contratación de Publicidad y a las tarifas y descuentos vigentes en cada momento, así como a la legislación vigente en esta materia. El contenido de los anuncios a emitir por el Medio se ajustará a las Normas Reguladoras de emisión de Publicidad en el Medio y a las demás disposiciones vigentes que le sean aplicables por razón de la materia.

1.2.- Reserva de derechos:

Sin perjuicio de lo prevenido en las normas generales y especiales reguladoras de la admisión de publicidad y demás disposiciones vigentes en materia publicitaria, el Medio podrá en cualquier momento no contratar, rechazar o suspender la emisión de una campaña o un anuncio, si considera que su contenido contraviene dichas normas o los principios contemplados en la Ley de Creación del Ente Público Radiotelevisión Canaria o en las Normas reguladoras de la emisión de Publicidad en el Medio.

Asimismo, se podrá rechazar o suspender la emisión de un anuncio o campaña si, según criterio del Medio, se considera que ocasiona detrimento de la calidad de la emisión publicitaria del Medio y puede provocar reacciones desfavorables de la audiencia, cuando no se considere su contenido adecuado a la programación de la franja en la que se solicita la emisión o cuando, de conformidad con la normativa vigente, pueda inducirse una publicidad desleal contraria a los principios rectores de la economía del mercado, así como por cualquier otra circunstancia, conforme a las exigencias jurídicas, contrarias al interés público.

Cuando la publicidad de productos, servicios o marcas esté condicionada a la autorización administrativa previa, deberá acreditarse suficientemente su obtención. El Medio podrá solicitar en cualquier momento informes de la Administración o de Organizaciones de Autorregulación Publicitaria, a fin de asegurarse que no existan circunstancias legales que desaconsejen la emisión de un anuncio. En el caso de que del informe se desprendiesen dudas acerca de su licitud, se podrá rechazar o suspender su emisión.

El Medio no será responsable, frente al contratante ni frente a terceros, cuando, en cumplimiento de resolución judicial, administrativa o de entidad de autorregulación de la que sea miembro, deba retirar un anuncio declarado ilícito o incorrecto.

1.3.- Clases de publicidad

Se distingue, por características de emisión, los siguientes tipos de publicidad:

1) Convencional: Spot o Cuña cuyo contenido es dar a conocer una marca, producto, etc., con una duración entre 15 a 60 segundos, si bien se podrán aceptar spot o cuñas de diferente duración, que se emite en bloques publicitarios fijos incluidos en el esquema normal de la programación.

2) Especial: la que se integra dentro de la programación del Medio, al margen de las pausas publicitarias, formando el Anunciante, marca o producto parte activa del programa, necesitando adaptación expresa del formato de éste, generando con ello, unos gastos adicionales al coste de difusión.

3) Sobreimpresiones: Mensajes publicitarios utilizando transparencias o cualquier otro tratamiento de la imagen, que permita la exposición en una parte de la pantalla durante la retransmisión de eventos deportivos, o acontecimientos o espectáculos de carácter similar.

4) Microespacios: Anuncios cuyo contenido es explicar un proceso de elaboración, distribución, etc., con una duración igual o mayor a 60 segundos.

5) Patrocinios: Publicidad que no apela a la venta o consumo, enriqueciendo la imagen de marca con el código de valores propios del programa patrocinado.

El Medio también podrá comercializar los demás tipos de difusión publicitaria, admitidos en Derecho, que no estuvieren contemplados en estas condiciones generales.

En relación con todas las modalidades expresadas, el Medio podrá llevar a cabo acciones comerciales con objeto de incrementar la inversión publicitaria en los distintos soportes del mismo, mediante la concesión de pases compensatorios, adecuación de precios, posiciones determinadas o acciones publicitarias especiales, sin cargo, en función del volumen de inversión, la concentración total o parcial de campañas en períodos o espacios de baja ocupación y otros factores de interés comerciales.

2.- PROCESO DE CONTRATACIÓN

2.1.- Partes contratantes

La contratación de publicidad en cualquiera de los canales o soportes publicitarios del Medio, se realizara a través de la Dirección Comercial del Medio. Son contratantes los anunciantes, agencias de publicidad, agencias de medios y distribuidoras de medios, entre otros.

Los anuncios serán emitidos bajo la exclusiva responsabilidad de quien haya cursado la orden de publicidad. La tramitación de una orden publicitaria al Medio supone, por parte del anunciante, el conocimiento y aceptación de estas condiciones de contratación.

2.2.- Operativa

Los espacios solicitados por la parte contratante se reflejarán en una orden de publicidad, en adelante orden según modelo facilitado por la Dirección Comercial, o bien, con órdenes propias de las contratantes, siempre y cuando estas se cumplimenten con los datos solicitados en el impreso modelo anteriormente citado y se consideren las tarifas y los recargos de duración, posicionamiento, montaje u otros que el Medio haya publicado en sus tarifas publicitarias vigentes.

En cualquier caso, en las órdenes se reflejará:

- Nombre, dirección, teléfono y CIF del anunciante, agencia o central de compras.

- Nº de orden, nombre de anunciante, marca y producto o servicio a anunciar.

- Detalle de cada uno de los spots o cuñas que se ordenan, fecha de emisión, bloque horario, posición, duración y clave del spot o cuña.

- Medios de emisión (TV CANARIA, TVCANARIAS.NET, CANARIAS RADIO LA AUTONÓMICA, WEB, TELETEXTO, etc).

- Observaciones, donde deberán figurar las condiciones de negociación (target, descuento, costes, etc.)

- Precio, importe total de la Orden y forma de pago.

- Firma y fecha.

Las órdenes se presentarán a la Dirección Comercial del Medio con una antelación mínima de tres días hábiles a la fecha de emisión del primer pase solicitado. El citado plazo no regirá para la publicidad en programas extraordinarios ni la de carácter especial, que se ajustará a lo previsto en sus condiciones específicas. Excepcionalmente, con una antelación inferior a la indicada en el párrafo precedente, se podrán admitir órdenes en régimen especial de urgencia, en cuyo caso se podrá aplicar un recargo del 10% sobre el valor de la orden, reservándose el Medio el derecho de aceptación a la vista de las circunstancias concurrentes.

Las peticiones que no puedan ser atendidas por ocupación anterior de los espacios, serán objeto de contraoferta, cuya aceptación se entenderá en caso de no existir respuesta a la misma en el plazo de dos días hábiles, vía fax o e-mail. La emisión de estas órdenes implica el conocimiento y aceptación expresa de las presentes condiciones generales de publicidad del Medio.

2.3.- Contrato de difusión

La orden se perfecciona como Contrato de difusión cuando se presenta el aval bancario o se realiza el ingreso que más adelante se indica y en todo caso por la aceptación de ambas partes de la orden para su emisión.

2.4.- Anulaciones de órdenes de difusión

El anunciante podrá anular órdenes de difusión, total o parcialmente, asumiendo los gastos que la citada decisión pudiera generar, comunicándolo por escrito a la Dirección Comercial del Medio con una antelación mínima de tres días hábiles a la fecha prevista de emisión.

El Medio a través de su Dirección Comercial accederá a la no emisión del anuncio, siempre que sea técnicamente factible y, con el abono del importe total por parte del Anunciante del pase o pases afectados o del 50% de tal importe si se trata de medios interactivos.

Asimismo, se entenderá anulada aquella orden de difusión cuyo soporte no haya sido entregado por el anunciante en el plazo previsto.

2.5.- Modificación de las órdenes de difusión

La modificación de las órdenes de difusión (no anulación) por parte del anunciante, deberá ser comunicada a la Dirección Comercial del Medio con una antelación mínima de tres días hábiles antes de la emisión prevista.

En caso de aumento, la nueva duración deberá ajustarse a las medidas normalizadas, quedando condicionado a la existencia de tiempos disponibles. En los supuestos de disminuciones, deberá igualmente ajustarse a las medidas normalizadas, siendo aplicables de forma proporcional a la disminución los cargos por anulación acordados.

En todo caso, no se admitirá ninguna disminución solicitada con menos de dos días hábiles de antelación a la fecha de emisión del anuncio.

3.- MATERIAL DE EMISIÓN

3.1.-Formato

El material de emisión, con las especificaciones que se indican en las Especificaciones Técnicas del Medio, se presentará con tres días hábiles de antelación a la primera inserción. Si el anuncio va a ser emitido por primera vez, deberá presentarse con una antelación de cinco días hábiles.

3.2.-Devolución del material

Todo el material de emisión será reciclado pasados 120 días desde la fecha de recepción del mismo. Los clientes que deseen recuperar su material de emisión deberán comunicarlo por escrito a la Dirección Comercial del Medio en el momento de la contratación de la campaña, haciendo constar en su solicitud el nombre de la persona solicitante y la dirección completa donde desee que se remita el material, el nombre de la campaña, anunciante y producto, así como el número de cintas con sus correspondientes claves y duraciones. El coste de envío desde Canarias correrá por cuenta del anunciante/agencia.

3.3.- Duración de los anuncios

Precio base es el correspondiente para un spot o cuña de 20''.La duración de los anuncios será como mínimo de 10", admitiéndose spots/cuñas de 5" en el caso de que vayan acompañados de spots/cuñas de superior duración y siempre dentro del mismo bloque.

Igualmente se admitirán spots o cuñas de 5" en la contratación de módulos especiales, o en casos excepcionales, siempre según criterio del Medio.

- Precio para 10" ó duración inferior se calculará multiplicando la tarifa de 20" por 0,60.

- Precio para 15" se calculará multiplicando la tarifa de 20" por 0,80.

- Precio para duraciones superiores a 20" será proporcional al precio de la tarifa de 20".

Para publicidad extraordinaria y especial, se comunicará puntualmente por la Dirección Comercial del Medio según su tipología.

3.4.- Marcas y/o productos por anuncio

Las marcas y/o productos del mismo anunciante que se podrán anunciar según la duración serán los siguientes:

Anuncios de 10 y 15 segundos: hasta dos productos o servicios distintos.

Anuncios de 20 y 25 segundos: hasta tres productos o servicios distintos.

Anuncios de 30 y 45 segundos: hasta cuatro productos o servicios distintos.

Anuncios de 45 y 55 segundos: hasta cinco productos o servicios distintos.

Anuncios de 60 segundos o más: seis o más productos o servicios distintos.

A tal efecto, se entiende por productos o servicios distintos aquellos que respondan a diferente nombre específico. Esta limitación no afecta a la presentación genérica de productos de una misma marca en campañas promocionales.

No obstante, podrán admitirse anuncios que incluyan mayor número de marcas y/o productos de los establecidos con un cargo adicional del 10 % por cada una/o de ellas/os.

En el caso de anuncios con marcas y/o productos de diferentes anunciantes, llevarán un recargo del 20% por cada marca a partir de la segunda.

4.- INCIDENCIAS EN LA EMISIÓN:

Los anuncios de publicidad se emitirán en bloque y se adecuarán a los diversos esquemas de emisión. Las operaciones de edición de los anuncios, orden de colocación y su emisión son competencia del Medio, quien cuidará de separar los anuncios de productos directamente competitivos, siempre que sea posible.

El Medio se reserva la posibilidad de variar o suprimir, previa comunicación a la empresa contratante siempre que sea posible, el día y hora del espacio, si las necesidades de programación lo justifican, en cuyo caso propondrá alternativas para recuperar los espacios no emitidos.

5.- CONDICIONES ECONÓMICAS

5.1.-Sistemas de contratación

Los sistemas de contratación, sus tarifas, descuentos y recargos, así como los diversos productos publicitarios y sus particulares condiciones económicas a aplicar en la contratación de publicidad para su emisión por el Medio serán fijados y comunicados, previa aprobación del Director General del Medio, por la Dirección Comercial. La Dirección Comercial del Medio podrá desarrollar acciones comerciales concretas (ventas a coste/grp, patrocinios y acciones especiales, módulos, posicionamientos, adecuación de descuentos y pases sin cargo) cuya finalidad sea la concentración de campañas en ciertos periodos o franjas con más o menos demanda, el volumen y porcentaje de inversión destinado al Medio u otras variables comerciales relevantes. Asimismo, en caso de que el anunciante destinara todo su presupuesto publicitario en exclusiva a los distintos soportes del Medio, se podrán otorgar condiciones comerciales favorables.

5.2.- Modificación de tarifas

Las tarifas de los diferentes soportes podrán ser modificadas por el Medio para su adaptación a la audiencia estimada, características de la programación que sucesivamente constituya el soporte de los bloques publicitarios y demás factores concurrentes. Las modificaciones que se realicen en las tarifas serán comunicadas por el Medio a los contratantes con antelación, al comienzo de su vigencia y podrán éstos, dentro del plazo que al efecto señale el Medio anular sin cargo alguno la publicidad contratada que resulte afectada por las modificaciones.

En el caso de no recibirse contestación dentro del plazo al efecto señalado, se entenderá confirmado el correspondiente contrato de difusión con arreglo a las nuevas tarifas. Se respetarán los precios de las compras realizadas con anterioridad a la fecha de entrada en vigor de las nuevas condiciones.

5.3.– Facturación

La publicidad emitida en las respectivas quincenas se facturará a la parte contratante los días últimos de cada mes o quincenalmente en función del volumen.

El vencimiento de la factura que se genere en cada caso tendrá un vencimiento de treinta (30) días desde la fecha de emisión de la misma.

5.4.– Forma de pago

El ingreso podrá materializarse mediante cheque nominativo, cheque bancario o transferencia en las cuentas bancarias establecida por el Medio. Deberá hacerse constar en el ingreso el concepto del mismo lo más detallado posible.

5.5.-Condiciones de pago

Los contratantes podrán optar por las siguientes modalidades de pago, indicándolo en la Orden:

a) Pago al contado:

Se considerará el realizado dentro de los 14 días anteriores a la fecha de emisión del primer anuncio de la publicidad contratada.

b) Pago aplazado:

Los realizados con posterioridad a la emisión y dentro de los 30 días siguientes a la misma. Para aceptar pagos aplazados se exige la presentación de AVAL de conformidad a lo establecido en la condición 5.7 siguiente.

La forma de pago elegida deberá figurar en la orden de difusión.

Vencida la obligación de pago sin que el Medio hubiese recibido el correspondiente abono, podrá adoptar, sin necesidad de previo requerimiento, las medidas legales conducentes a la efectividad del pago.

Con independencia de lo anteriormente expuesto, la demora en el abono podrá suponer un cargo proporcional al 1% mensual de la cantidad debida, para cuya efectividad la Dirección Comercial del Medio expedirá una factura complementaria.

Estos tipos se aplicarán proporcionalmente al tiempo efectivo de pago, considerándolo diariamente.

5.6.-Descuentos y recargos

En concepto de retribución o comisión por su mediación en el servicio de difusión publicitaria, el Medio podrá conceder a la agencia de publicidad, ya contrate en su propio nombre o medie en la contratación, una comisión sobre el valor de la publicidad contratada que será aplicable por temporadas o períodos que considere conveniente.

El recargo por elección de posiciones preferentes, por sistema medición Kantar Media PB3, será:

Primera posición o última: 20%

Segunda, penúltima o posición determinada: 10%

En el caso de recargos por posiciones preferentes se exigirán spots/cuñas con una duración mínima de 20 segundos. En caso de solapamiento de posiciones se dará preferencia al spot/cuña de mayor valor.

El recargo por montaje: 5% sobre el último spot/cuña de la serie que compone el montaje.

5.7.- Afianzamiento de las órdenes de publicidad

En caso de optar por la modalidad de pago aplazado, los anunciantes afianzarán las Órdenes mediante aval bancario. Para aceptar pagos aplazados se exige la presentación de AVAL mediante el modelo del ANEXO I, junto a la orden de publicidad y, en todo caso, al menos 5 días hábiles antes de la fecha de emisión de la publicidad. La no presentación del aval podrá suponer la anulación de la orden.

El aval deberá ser suficiente para cubrir el importe anterior a la deducción de la comisión de agencia, incrementado en su caso, por los impuestos correspondientes.

No será necesario el afianzamiento cuando el anunciante sea acreedor del Medio y autorice expresamente la compensación de saldos entre cuentas acreedoras y deudoras, limitándose la contratación publicitaria sin aval hasta el importe del mencionado saldo.

En el caso de anunciantes Organismos Oficiales, el afianzamiento estará constituido por documento acreditativo de la existencia de crédito suficiente y adecuado para cubrir el importe anterior a la deducción de la comisión de agencia, incrementado en su caso, por los impuestos correspondientes.

6. CONDICIONES PARA PUBLICIDAD ESPECÍFICA

6.1.-Las campañas electorales

Las campañas que se realicen con ocasión de los procesos electorales que sean convocados y la emisión de espacios gratuitos de propaganda electoral de partidos políticos y coaliciones electorales están contemplados en el artículo 30 de la Ley 8/1984, de 11 de diciembre, de Radiodifusión y Televisión en la Comunidad Autónoma de Canarias, el cual dispone: "*Durante las campañas electorales se aplicará el régimen especial que prevean las normas electorales. Su aplicación y control se refieren a la junta electoral competente quien, para cumplir su cometido podrá ordenar lo que estime oportuno al Consejo de Administración y al Director general, según proceda".*

El régimen jurídico y desarrollo de las citadas campañas y espacios de propaganda gratuitos está regido por la normativa específica que le resulta de aplicación citándose, a título ilustrativo y entre otras, la Ley 7/2003, de 20 de marzo, de elecciones al Parlamento de Canarias y la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, cuyo artículo 60, a propósito de la publicidad electoral en los medios de comunicación dispone: "*No pueden contratarse espacios de publicidad electoral en los medios de comunicación de titularidad pública...".* Y, cuyo artículo 65 declara lo siguiente: "*La Junta Electoral es la autoridad competente para distribuir los espacios gratuitos de propaganda electoral que se emiten por los medios de comunicación públicos cualquiera que sea el titular de los mismos…"*

6.2.-Campañas institucionales

La Ley 2/2007, de 9 de febrero, reguladora de las campañas institucionales realizadas por los órganos de la Administración de la Comunidad Autónoma de Canarias y por las restantes entidades comprendidas en el sector público autonómico considera publicidad institucional aquella actividad publicitaria desarrollada, por razones de interés público y en el ejercicio de competencias propias, por los órganos de la Administración autonómica, organismos autónomos, sociedades mercantiles públicas y cualquier otra entidad integrada en los Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma.

Dichas campañas institucionales se regirán por la normativa específica que le resulta de aplicación citándose, a título ilustrativo y entre otras, la referida Ley 2/2007, de 9 de febrero, reguladora de las campañas institucionales realizadas por los órganos de la Administración de la Comunidad Autónoma de Canarias y por las restantes entidades comprendidas en el sector público autonómico canario y la Ley estatal 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional.

6.3.- Publicidad de servicios SMS y números de tarificación adicional

En el Medio la publicidad y comunicación comercial que se destine a promocionar números y servicios SMS o de tarificación adicional basados en el envío de mensajes, voz y televoto se presentarán de tal forma que sea fácilmente inteligible por los consumidores.

Atenderá a las siguientes normas:

a) El cumplimiento de los requisitos establecidos en las normas que resulten de aplicación

b) Que se comunique de forma oral el número para la prestación de servicios de tarificación adicional e informándose de igual manera sobre su precio.

c) Se deberá informar al usuario del precio máximo por minuto, cuando se facture por tiempo, o del precio total de la llamada, en los demás casos, con independencia del día y de la franja horaria en la que se realice dicha llamada.

Con el fin de que el consumidor pueda apreciar el coste real del servicio, la información relativa a precios deberá presentarse comunicando el precio por SMS, por minuto o por llamada, impuestos incluidos, de modo que no requiera mayor indagación.

6.4.-Obligaciones del servicio de Televoto

Inmediatamente después de producirse el descolgado de la llamada, se deberá informar al usuario llamante, de lo siguiente:

- Nombre o denominación del prestador del servicio
- Confirmación de que el voto ha sido contabilizado, en su caso
- Precio total del servicio recibido, incluyendo impuestos

6.5.-Concursos mediante servicios de telefonía

Cuando el Medio promueva un concurso o sorteo deberá hacerlo por medio de un servicio SMS y números de tarificación adicional adscritos al código 905, por tratarse de un servicio con recepción de llamadas masivas. Además, deberán cumplirse las siguientes normas:

- Todo concurso o sorteo deberá contar con las pertinentes bases que regulen su funcionamiento.

- Las bases de los concursos o sorteos, deberán ser accesibles a los usuarios mediante su publicación o, indicación del operador de juego, en la página web de RTVC, sin perjuicio de su depósito ante Notario u organismo público competente cuando sea legalmente preceptivo.

- Todo concurso o sorteo deberá someterse a la normativa vigente de juegos de azar, y, en su caso, de verá contar con las autorizaciones pertinentes.

7. CONDICIONES GENERALES DE CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD EN MEDIOS INTERACTIVOS

La contratación publicitaria en los medios interactivos, que incluye el teletexto, el portal web de RTVC www.rtvc.es y las páginas derivadas del Medio, se ajustará a las presentes Condiciones Generales de Contratación de Publicidad y a las tarifas y descuentos vigentes en cada momento, así como a la legislación vigente en esta materia. El contenido de los anuncios a emitir por el Medio también se ajustará a las Normas Reguladoras de emisión de Publicidad en el Medio y a las demás disposiciones vigentes que le sean aplicables por razón de la materia.

La publicidad en el portal de RTVC www.rtvc.es y páginas derivadas no podrá impedir la libre navegación del usuario en Internet, permitiéndole rechazar los mensajes publicitarios, salir de los mismos o eliminarlos para volver a la página de origen.

El servicio de teletexto es otra herramienta de servicio público del Medio que constituye un instrumento interactivo dividido en bloques temáticos, que se difunde a través de la señal de Televisión Canaria y, en el cual está prohibida la publicidad de contactos sexuales y de líneas eróticas.

7.1. Clases de publicidad

Los formatos publicitarios en portales web del Medio son formatos integrados, expandibles y flotantes.

-Son formatos integrados: los que tienen posición fija en la página.

-Son formatos expandibles: los integrados que tienen capacidad de ganar pantalla mediante un segundo formato denominado panel, cuyo tamaño, dirección de expansión y ejecución vendrá determinado por el soporte.

-Son formatos de publicidad del teletexto: el branding, el patrocinio, la línea y el faldón.

El Medio podrá comercializar otros tipos de difusión publicitaria no contemplados en estas condiciones generales.

7.2. Soporte de los anuncios (Características Técnicas)

El anunciante, junto con las órdenes de difusión, estará obligado a facilitar el soporte material de sus anuncios listo para su inserción, y definitivamente admitido por el Medio, con la antelación mínima prevista de tres días hábiles.

El material se presentará en las condiciones técnicas exigidas por el Medio que, en ningún caso podrán impedir la libre navegación del usuario en Internet, permitiéndole rechazar los mensajes publicitarios, salir de los mismos o eliminarlos.

8.- PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

De acuerdo con lo establecido por la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, se informa que los datos personales se incluirán en fichero informatizado para la gestión de la emisión publicitaria, su facturación y cobro, por lo que podrán ser comunicados a las demás entidades del Grupo Audiovisual RTVC y a las entidades financieras para los estrictos fines indicados.

El destinatario de la información y responsable del tratamiento de datos es Televisión Pública de Canarias, S.A., ante quien puede ejercitar los derechos de acceso, rectificación, oposición y, en su caso, cancelación.

9.- CIRCUNSTANCIAS NO PREVISTAS

En todo lo no expresamente regulado por las presentes Condiciones Generales de Contratación de Publicidad, se aplicarán las Normas Reguladoras de la Emisión de Publicidad del Medio y la legislación que fuere aplicable por razón de la materia.

Sin perjuicio de lo anterior, y para cualquier circunstancia no prevista en estas Condiciones Generales de Contratación de Publicidad será válida la decisión de la Dirección Comercial del Medio, que permanece abierta al diálogo para cualquier tipo de sugerencia y aportación por parte de las centrales, agencias y anunciantes.

10.- ENTRADA EN VIGOR

Las presentes Condiciones Generales de Contratación de Publicidad derogan a las anteriormente publicadas y entrarán en vigor el día 1 de enero de 2015.

ANEXO I-MODELO DE AVAL

Anunciante cursa directamente

Por el presente documento, el Banco....., con domicilio social en XX y con domicilio a efectos de este aval en XX, sita en XX, y en su nombre y representación D./Dña. ……con facultades suficientes para obligarse en este acto, según poder otorgado a su favor ante el notario de....., D./Dña. ....., el día.....de.....de…..bajo el número.....de su Protocolo AVALA a la empresa……(Empresa Anunciante afianzada) por la publicidad que contrate directamente, ante Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A. hasta un importe de……Euros.

Por este aval se garantiza a Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, S.A. el total y exacto cumplimiento de todas las obligaciones, compromisos, y todas sus incidencias, contraídos como consecuencia de la utilización de tiempos y espacios publicitarios en Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A., en cualquiera de sus modalidades, con aceptación de las condiciones de contratación de publicidad objeto de dicha contratación.

El presente aval es de naturaleza mercantil y se extiende solidariamente, tan ampliamente como en derecho se requiera, con carácter incondicional, irrevocable, con renuncia expresa a los beneficios de división, exclusión y orden como a oponer frente a Televisión Pública de Canarias, S.A./ Radio Pública de Canarias, S.A. las excepciones que pudieran corresponder al deudor principal. A primer requerimiento fehaciente de Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A. la entidad avalista queda obligada a ingresar en metálico efectivo, u otorgar cheque nominativo, a elección de la Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A. por el importe total de la cantidad adeudada, incluidos los intereses y recargos que correspondan conforme a las condiciones de contratación, en el plazo de cuarenta y ocho (48) horas siguientes al requerimiento, sin que la entidad avalista pueda pedir justificación para acceder al pago. La validez de este aval se extiende a las obligaciones contraídas por……. Como consecuencia de la publicidad contratada o que se contrate en un futuro para su emisión y hasta su eventual anulación, en el período comprendido entre el XX/XX/20XX y el XX/XX/20XX y subsistirá esta validez mientras Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, S.A. no autorice la cancelación de la presente garantía.

La presente garantía ha sido inscrita en esta misma fecha en el registro especial de avales con el número.....

En……, a XX de XX de 20XX
Verificación de la representación Notario: D./Dña. …….. Fecha: XX/XX/XX Nº de Protocolo: XXXX

Agencia de Publicidad cursando en nombre de Anunciante

Por el presente documento, el Banco....., con domicilio social en XX y con domicilio a efectos de este aval en XX, sita en XX, y en su nombre y representación D./Dña. ……con facultades suficientes para obligarse en este acto, según poder otorgado a su favor ante el notario de.....,D./Dña. ....., el día..... de ..... de .....bajo el número.....de su Protocolo AVALA a la empresa…… (Empresa Anunciante afianzada) por la publicidad que la Agencia de Publicidad……contrate en nombre y por cuenta de la Empresa Anunciante afianzada, ante Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, S.A. hasta un importe de……..Euros.

Por este aval se garantiza a Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, .S.A el total y exacto cumplimiento de todas las obligaciones, compromisos, y todas sus incidencias, contraídos como consecuencia de la utilización de tiempos y espacios publicitarios en Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A. en cualquiera de sus modalidades, con aceptación de las condiciones de contratación de publicidad objeto de dicha contratación.

El presente aval es de naturaleza mercantil y se extiende solidariamente, tan ampliamente como en derecho se requiera, con carácter incondicional, irrevocable, con renuncia expresa a los beneficios de división, exclusión y orden como a oponer frente a Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, S.A. las excepciones que pudieran corresponder al deudor principal. A primer requerimiento fehaciente de Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A. la entidad avalista queda obligada a ingresar en metálico efectivo, u otorgar cheque nominativo, a elección de Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A. por el importe total de la cantidad adeudada, incluidos los intereses y recargos que correspondan conforme a las condiciones de contratación, en el plazo de cuarenta y ocho (48) horas siguientes al requerimiento, sin que la entidad avalista pueda pedir justificación para acceder al pago. La validez de este aval se extiende a las obligaciones contraídas por…….como consecuencia de la publicidad contratada o que se contrate en un futuro para su emisión y hasta su eventual anulación, en el período comprendido entre el XX/XX/20XX y el XX/XX/20XX y subsistirá esta validez mientras Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, S.A. no autorice la cancelación de la presente garantía.

La presente garantía ha sido inscrita en esta misma fecha en el registro especial de avales con el número.....

En……., a XX de XX de 20XX
Verificación de la representación
Notario: D./Dña. …….. Fecha: XX/XX/XX Nº de Protocolo: XXXX

Central de Compras cursando en nombre de Anunciante

Por el presente documento, el Banco.....con domicilio social en XX y con domicilio a efectos de este aval en XX, sita en XX, y en su nombre y representación D./Dña.……con facultades suficientes para obligarse en este acto, según poder otorgado a su favor ante el notario de.....D./Dña.....,el día.....de.....de.....bajo el número.....de su Protocolo AVALA a la empresa……(Empresa Anunciante afianzada) por la publicidad que la Central de Medio ……contrate en nombre y por cuenta de la Empresa Anunciante afianzada, ante Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, S.A. hasta un importe de……Euros.

Por este aval se garantiza a Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, S.A., el total y exacto cumplimiento de todas las obligaciones, compromisos, y todas sus incidencias, contraídos como consecuencia de la utilización de tiempos y espacios publicitarios en Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A. en cualquiera de sus modalidades, con aceptación de las condiciones de contratación de publicidad objeto de dicha contratación.

El presente aval es de naturaleza mercantil y se extiende solidariamente, tan ampliamente como en derecho se requiera, con carácter incondicional, irrevocable, con renuncia expresa a los beneficios de división, exclusión y orden, como a oponer frente a Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, S.A las excepciones que pudieran corresponder al deudor principal. A primer requerimiento fehaciente de Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A., la entidad avalista queda obligada a ingresar en metálico efectivo, u otorgar cheque nominativo, a elección de Televisión Pública de Canarias, S.A. / Radio Pública de Canarias, S.A., por el importe total de la cantidad adeudada, incluidos los intereses y recargos que correspondan conforme a las condiciones de contratación, en el plazo de cuarenta y ocho (48) horas siguientes al requerimiento, sin que la entidad avalista pueda pedir justificación para acceder al pago. La validez de este aval se extiende a las obligaciones contraídas por…….como consecuencia de la publicidad contratada o que se contrate en un futuro para su emisión y hasta su eventual anulación, en el período comprendido entre el XX/XX/20XX y el XX/XX/20XX y subsistirá esta validez mientras Televisión Pública de Canarias, S.A./Radio Pública de Canarias, S.A. no autorice la cancelación de la presente garantía.

La presente garantía ha sido inscrita en esta misma fecha en el registro especial de avales con el número.....

En……, a XX de XX de 20XX
Verificación de la representación
Notario: D./Dña. …….. Fecha: XX/XX/XX Nº de Protocolo: XXXX