

POLÍTICAS TV RADIODIFUNDIDA REGIONAL (PLAN COMERCIAL 2026)

PARTE I.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE PUBLICIDAD QUE OFRECE TELEVISA EN TELEVISIÓN RADIODIFUNDIDA.

Televisa, S. de R.L. de C.V. ("Televisa" y/o Televisa Regional") evoluciona e innova ofreciendo a sus anunciantes una variedad de opciones de servicios publicitarios a efecto de permitir al anunciante diversificar sus adquisiciones de anuncios publicitarios en televisión radiodifundida y satisfacer las necesidades de su marca, producto y/o servicio.

Televisa Regional ofrece a sus anunciantes los servicios publicitarios en televisión radiodifundida consistentes en: (I) anuncios publicitarios; (II) eventos no recurrentes; (III) proyectos especiales para cada anunciante; y/o (IV) paquetes para ciertos eventos deportivos.

El anunciante podrá elegir entre los canales de televisión radiodifundida locales disponibles para los servicios de publicidad que desee adquirir.

La duración estándar del anuncio publicitario, según se indica más adelante, será de 20" y las tarifas son calculadas con base en las tarifas de referencia (ver anexos de la Parte II. Tarifas de Referencia), mismas que están expresadas en costo por spot fijo y en Moneda Nacional. Las tarifas serán ajustadas de conformidad con las variables aplicables para cada una de ellas.

Contáctanos para anunciar tu marca, producto y/o servicio en nuestros servicios de publicidad en televisión radiodifundida y llevar el impacto de tu comunicación a alturas insospechadas.

Para cualquier contratación contacte a su director comercial:

Se adjunta directorio comercial (**Anexo "1"**).

PARTE II.

TARIFAS DE REFERENCIA.

Las tarifas de referencia de los servicios de publicidad que ofrece Televisa Regional en televisión radiodifundida, a nivel regional, son las siguientes:

(Anexo “2”)

PARTE III.

VARIABLES APLICABLES A LAS TARIFAS DE REFERENCIA.

Existen criterios y variables multifactoriales para determinar las tarifas definitivas¹ para cada anunciante en servicios de publicidad en televisión radiodifundida, las cuales consisten en:

I. Factores Económicos y del Entorno.

1. Variables macroeconómicas.
2. Competencia y mercado publicitario.
3. Entorno del anunciante.

II. Forma y Tiempo de Adquisición.

1. Volumen.
2. Histórico de adquisición del anunciante respectivo.

III. Variables Cualitativas.

1. Creatividad y valores de producción.
2. Involucramiento de talento artístico.
3. Retransmisión de contenidos radiodifundidos en Canales Ancla (según dicho término se define más adelante).
4. Segmentación de campañas.
5. Capacidad de compra en la localidad o región.

¹ Para efectos de determinar el tipo de tarifa aplicable a cada anunciante con el índice, se aplicarán las variables que se describen en la presente sección.

IV. Otros Factores Comerciales.

1) Uso de Inventarios:

- a) Inventario disponible.
- b) Saturación/Ocupación en el horario deseado.
- c) Flexibilidad en el control de inventario.
- d) Canal, día y franja horaria.
- e) Posiciones Preferenciales por inversión publicitaria.
- f) Duración de la publicidad.
- g) Eventos no recurrentes.

PARTE IV.

Televisa Regional te ofrece la diversidad de opciones necesarias para que comuniques tus ideas al público específico al que diriges tus productos.

¿Qué ofrecemos?

Con nuestra oferta le ofrecemos a tu marca PENSAR GLOBAL y ACTUAR LOCAL, contamos con canales líderes en la televisión mexicana.

- Spoteo local en Canales Locales (según dicho término se define más adelante).
- Proyectos especiales para cada anunciante.
- Bloqueos.
- Cut in.

Bloqueos y Cut in:

1. Repetidoras Bloqueadoras: Bloqueos en donde exista la capacidad técnica y operativa de bloquear la señal radiodifundida de los siguientes canales: canal 2 "LAS ESTRELLAS" con distintivo de llamada XEW-TDT, canal 5 "CANAL 5" con distintivo de llamada XHGC-TDT, canal 9 "NU9VE" con distintivo de llamada XEQ-TDT y canal 4 "FORO TV" con distintivo de llamada XHTV-TDT, todas las anteriores con origen en la Ciudad de México (los "Canales Ancla").
2. Bloqueo: Consiste en la inserción de un anuncio publicitario local comercial en sustitución de los espacios disponibles en los promocionales de Televisa. Los Bloqueos tienen una duración mínima de 20" y están sujetos a disponibilidad, así como a que exista la capacidad técnica y operativa a que se hace mención en el Punto 1 anterior.

3. Cut in: Consiste en la inserción de un anuncio publicitario local comercial en sustitución de los espacios disponibles en los spots del mismo anunciante de Televisa. Los Cut in deberán tener una duración igual a la del spot nacional a utilizar en el Cut in y están sujetos a disponibilidad, así como a que exista la capacidad técnica y operativa a que se hace mención en el Punto 1 anterior. Solo se podrán bloquear los spots en señal radiodifundida que hayan sido colocados por el anunciante.

PARTE V.

TÉRMINOS Y CONDICIONES DE LA ADQUISICIÓN Y POLÍTICAS DE OPERACIÓN.

A. Términos y condiciones de la adquisición.

1. Sólo se transmitirán anuncios publicitarios cuyo importe haya sido cubierto por anticipado por el anunciante o cuando éste tenga saldo disponible.
2. El anunciante solicitará la adquisición de los anuncios publicitarios en las franjas horarias en las cuales se puede prestar el servicio de publicidad respectivo.
3. Las bebidas alcohólicas de 20° GL o mayor, así como la publicidad de alimentos altos en contenido calórico se podrán anunciar de acuerdo con la normatividad aplicable en materia de telecomunicaciones, radiodifusión y salud.
4. La duración estándar del anuncio publicitario en la contratación de spoteo local en Canales Locales será de 20". No obstante lo anterior, la duración de los anuncios publicitarios en la contratación de spoteo local en Canales Locales solo podrá ser en múltiplos de 10 segundos (por ejemplo: 10", 20", 30", etc.) y el anunciante deberá pagar la tarifa en su totalidad.
5. En la contratación de espacios publicitarios en Bloqueos, el anunciante deberá pagar la tarifa en su totalidad y la duración mínima será de 20" y, para anuncios publicitarios mayores a 20", sujeto a disponibilidad, la duración podrá ser en múltiplos de 10 segundos (por ejemplo: 30", etc.). Esta contratación está disponible para el esquema de colocación del anunciante.
6. En caso de contratación de Bloqueos y Cut in se deberá considerar el calendario de cierre de log (ver Punto 1 de la Sección Contratación de este documento).

B. Las tarifas de referencia estarán sujetas a modificaciones en los siguientes casos.

1. Las tarifas de referencia están sujetas a ajustes de conformidad a las variables aplicables a las mismas.

2. Cuando el anunciante compre más de 70 anuncios publicitarios en televisión radiodifundida al día o más de 490 por semana, de común acuerdo con el anunciante.
3. En televisión radiodifundida la separación de anuncios publicitarios, entre competencia o entre spots del mismo anunciante, se hará con al menos un anuncio de otra categoría entre ellos. En los periodos de mayor saturación, temporadas especiales, alta demanda (de manera enunciativa más no limitativa, ejemplo "*Buen Fin*", "*Temporada Navideña*", etc.) y/o dependiendo del volumen contratado por ciertas categorías, dicha separación no se podrá garantizar. De requerirse una separación mayor dentro del mismo corte o incluso separación por corte podrá solicitarse como posición preferencial pagando su respectivo incremento en la tarifa aplicable.
4. Posiciones preferentes dentro de cortes comerciales (1ra.), en un corte específico o solicitar separación por categoría o anunciante, se les podrá aplicar un incremento a la tarifa definitiva, siempre y cuando corresponda a spoteo local en Canales Locales.
5. Fútbol soccer, eventos deportivos, Megacines, películas de estreno y/o selectas y eventos no recurrentes (programas especiales) se cotizarán por separado y se determinará la tarifa con el anunciante partiendo de la tarifa de referencia ajustándola, tomando en cuenta la solicitud del anunciante y las variables de la tarifa. Se entenderá como evento no recurrente a aquel en que se sustituya temporal o permanentemente un programa considerado como regular y que involucre costos extraordinarios de producción.
6. La tarifa de los cortes únicos tendrá un incremento del 100% sobre la tarifa definitiva. Entendiéndose los mismos como un anuncio publicitario de un solo anunciante, que se radiodifundirá dentro del corte comercial del que se trate y el cual podrá tener una duración, de manera enunciativa más no limitativa, de 1 a 2 minutos.
7. Se aplicará una tarifa adicional igual a la contratada por cada marca que coexista en el mismo anuncio publicitario.
8. Los materiales que se excedan en la duración solicitada se cobrarán a la siguiente duración. Los materiales que se excedan de 20 segundos se cobrarán según su duración real de conformidad con su límite superior en múltiplos de 10", según sea el caso. Ejemplo: un material de 20" con duración real de 20" con 7 milisegundos, se cobrará en duración de 30".
9. Las tarifas de 30", 40", 60" o, según sea el caso, son calculadas con base en las tarifas de referencia y ajustadas con las variables aplicables a las mismas.
10. En la contratación de spoteo local en Canales Locales, tratándose de anuncios

publicitarios con una duración menor a 20" se aplicará un sobrecargo del 25%.

11. Las tarifas no incluyen el Impuesto al Valor Agregado ("IVA").

C. Políticas de Operación.

A continuación, detallamos los lineamientos vigentes a partir del 1 de enero de 2026 para la contratación de servicios publicitarios en los canales locales de televisión radiodifundida (los "Canales Locales").

I. Contratación.

1. El horario de contratación de los anuncios publicitarios en televisión radiodifundida será en días hábiles, de lunes a viernes, en el horario de 09:00 y con base en el calendario mostrado. En días festivos (puentes) se comunica un calendario especial. La solicitud de orden de servicio deberá ser como mínimo 2 días hábiles antes del día de transmisión del primer spot. Dichos calendarios podrán ser modificados previa notificación.

Calendario de cierre de log

Plataforma:	TV Radiodifundida Regional
Cierre del Log Comercial	Día de transmisión
Lunes 18:00 horas	Miércoles
Martes 18:00 horas	Jueves
Miércoles 18:00 horas	Viernes y Sábado
Jueves 18:00 horas	Domingo y Lunes
Viernes 14:00 horas	Martes

2. En el caso de contratar Cut in, el spot en el Canal Ancla deberá respetar el calendario descrito en el Punto 1.

3. Serán requisitos indispensables para la contratación de anuncios publicitarios en televisión radiodifundida:

- i. Contrato de Prestación de Servicios ("CPS"), debidamente firmado por los apoderados del anunciante, y con número de folio. A partir del 1º de noviembre de 2020, se implementa Adobe Acrobat Sign para firmar electrónicamente los CPS y Convenios Modificatorios. Se requerirá que el apoderado o persona facultada para firmar los contratos del anunciante proporcione su cuenta de correo electrónico corporativa.

(Anexos "3" y "3.1")

- ii. Formato de solicitud de orden de servicio:

- a. Costo por spot.

4. Cumplimiento del anunciante en tiempo y forma del Calendario de Pago(s) de la(s) Inversión(es) Publicitaria(s) de acuerdo con la(s) fecha(s) estipulada(s) en el CPS.
5. Que el anunciante tenga saldo disponible para consumos de la inversión contratada.
6. Que el anunciante no tenga adeudos en el pago del IVA.
7. Que el anunciante y/o la agencia respectiva haya(n) entregado a Televisa Regional la orden de servicio, de acuerdo al calendario de cierre de log (ver Punto 1 anterior), vía correo electrónico, a la siguiente dirección: mesacontroltrafico@televisaunivision.com.
8. Que el anunciante y/o la agencia respectiva haya(n) entregado el material, de manera electrónica, por medio del Portal de servicios publicitarios en Televisión Radiodifundida, <https://pmat2.televisa.com.mx/portalmateriales-web/>, con el tiempo de anticipación suficiente para su transmisión (ver sección de "Material Comercial").
9. Que el anunciante y/o la agencia respectiva haya(n) cumplido con la conciliación de consumos del mes inmediato anterior.
10. Todos los documentos pertinentes a la transmisión del material deben ser entregados por el anunciante y/o la agencia respectiva, de la siguiente manera:
 - i. Asignación de versiones, cancelaciones y órdenes de producción serán enviadas, por correo electrónico, a la siguiente dirección: mesacontroltrafico@televisaunivision.com.

- ii. Las órdenes de servicio o formato de solicitud de campaña para TV Radiodifundida serán enviadas a Televisa utilizando la aplicación de Televisa.
- iii. Los materiales a transmitir se deberán subir al Portal de servicios publicitarios en Televisión Radiodifundida.

II. Orden de servicio y solicitud de servicio.

(Solicitud de espacios comerciales en Canales Locales)

1. El requerimiento de transmisión de anuncios publicitarios debe ser realizado por el anunciante y/o la agencia respectiva con el formato de orden de servicio, el cual deberá entregarse, vía correo electrónico, a la dirección mesacontroltrafico@televisaunivision.com, con el formato (layout) establecido para tal efecto.
2. La recepción de las órdenes de servicio debe realizarse de acuerdo al calendario de cierre de log (ver Punto 1 de la Sección Contratación de este documento).
3. Las órdenes de servicio deben cumplir con:
 - Asignar un solo CPS por orden de servicio.
 - Asignar un solo tarifario correspondiente.
 - Asignar el subdeal correspondiente.
 - Asignar la clave de módulo correspondiente.
 - Puede solicitar todos los Canales Locales en una misma orden (las órdenes de servicio de Bloqueos y Cut in tienen que venir en órdenes separadas). No pueden solicitar en la misma orden canales de otras plataformas (TV Radiodifundida o TV de Paga).
 - Solicitar el ingreso indicando la hora de inicio y fin seleccionada (conforme a lo indicado más adelante).
 - Solicitar una marca/producto por campaña.
 - Si la orden tiene versión asignada, entonces los anuncios publicitarios en televisión radiodifundida tendrán asignada dicha versión.
 - Definir el tipo de contratación en caso de ser diferente a anuncios publicitarios en televisión radiodifundida a ser publicitados en Canales Locales (transmisión de anuncios publicitarios en televisión radiodifundida en televisión regional, etc.).
 - En cada línea de la orden de servicio se deben especificar las horas de inicio y fin en donde desea contratar en los Canales Locales; lo anterior, en el entendido de que cada línea de orden de servicio será por horas completas, es decir, por periodos de 60 minutos, en donde la hora de inicio de cada línea de orden de servicio siempre

será el inicio de la hora seleccionada y, por lo tanto, la hora de fin de cada línea de orden de servicio será siempre el fin de mencionada hora seleccionada (por ejemplo: 8:00 a 8:59 horas; 13:00 a 13:59 horas; 19:00 a 19:59 horas, etc.); por lo que, en ningún caso, las horas de inicio y fin de una línea de la orden de servicio podrán ser fracciones de una hora (por ejemplo: 8:01 horas, 8:15 horas; 8:30 horas; 8:49 horas, etc.). La transmisión spots publicitarios en cada línea de orden de servicio se encuentra sujeta a disponibilidad de inventario en cada hora seleccionada.

4. Las órdenes de servicio se enviarán sin especificar tarifa por los servicios publicitarios contratados, excepto en los casos que aplique una tarifa definitiva y acordada previamente entre Televisa y el anunciante, en cuyo caso deberá venir especificada en la orden de servicio.
5. A cada orden de servicio se le asignará un folio único por Televisa Regional. Este folio único se le notificará vía correo electrónico indicado en la orden de servicio.
6. Las órdenes de servicio de spoteo local en Canales Locales, de Bloqueos o Cut in tienen que venir en órdenes separadas.
7. Se entregan testigos de acciones especiales, máximo 20% de la pauta.

III. Material comercial.

1. El material deberá ser enviado con la duración exacta (igual a la especificada en las órdenes de servicio).
2. El material para un anunciante sólo puede tener asignado un nombre por versión. En caso de existir una versión con diferentes duraciones se tendrán que dar de alta nombres distintos para cada una de ellas. En caso de existir versiones con el mismo nombre para dos marcas del mismo anunciante, se tendrán que dar de alta dos nombres diferentes para cada una. En todos estos casos, la orden de servicio o la orden de asignación de material (a través del formato establecido por Televisa Regional) correspondiente debe coincidir con el nombre asignado para cada versión.
3. Las bajas de materiales deberán solicitarse al planificador responsable de la cuenta, vía correo electrónico.
4. Todas las bajas o cambios de material deberán realizarse de acuerdo con el calendario de cierre de log (ver Punto 1 de la Sección Contratación de este documento).
5. En caso de que Televisa Regional no reciba el material comercial con la anticipación arriba indicada, se procederá a asignar la última versión transmitida del material para

la marca/producto correspondiente, y se procederá a facturar el saldo al anunciante, del importe de los anuncios publicitarios efectivamente transmitidos en televisión radiodifundida.

6. Televisa Regional tiene la facultad de rechazar el material comercial proporcionado por el anunciante para su transmisión en los espacios publicitarios contratados, cuyo contenido, a su juicio, considere inapropiado de conformidad con la moral, las buenas costumbres, las leyes en vigor o con las políticas internas de Televisa Regional.
7. En caso de que el anunciante maneje promociones u ofertas por región, deberá incluir en el contenido del material los cintillos o súper imposiciones precautorios sobre la cobertura y la vigencia o fechas específicas que cubra dicha promoción u oferta especial.
8. Es importante especificar la categoría de producto de la versión en el campo correspondiente del Portal de Servicios en Televisión Radiodifundida.

Con el objetivo de conocer hacia qué audiencia se va a dirigir la versión a pautar es necesario que nos indiquen el target principal (una sola opción) en el Portal de Servicios en Televisión Radiodifundida.

IV. Entrega en archivo digital por medio del Portal de servicios en Televisión Radiodifundida.

Televisa cuenta con el Portal de Servicios en Televisión Radiodifundida, <https://pmat2.televisa.com.mx/portalmateriales-web/>, el cual ofrece a nuestros anunciantes una forma fácil e integrada de acceder a una serie de recursos y servicios que sirven para la administración y automatización del envío y recepción de anuncios publicitarios a través de Internet.

Con este portal se logra completar la gestión de alto nivel administrativo, que nos permite agilizar los procesos para la transmisión de anuncios publicitarios en televisión radiodifundida en las señales de los Canales Ancla, garantizando así la satisfacción de todos nuestros anunciantes.

Aprovechando el avance tecnológico de la televisión digital en el incremento en la calidad de audio y video en las transmisiones de televisión en Alta Definición (HD), el Portal de servicios en Televisión Radiodifundida ofrece a sus anunciantes la facilidad de entregar anuncios publicitarios en televisión radiodifundida en Alta Definición (HD).

A través de este portal nuestros anunciantes podrán realizar las siguientes operaciones:

- Acceso al portal a través de un confiable sistema de seguridad.
- Visualización del material comercial.
- Envío de los anuncios publicitarios en formato HD y SD a través de Internet.

- Acceso al inventario de materiales en poder de Televisa.
- Verificación del estatus de materiales (activos, inactivos, en proceso de control de calidad, etc.).
- Facilidad para cambios de estatus del material.
- Alta seguridad para mantener la integridad y confidencialidad del material.
- Notificación vía correo electrónico sobre estatus de material, desde la recepción hasta la disponibilidad para su transmisión.
- Agilizar procesos en la gestión de la reasignación de materiales.

Los anunciantes que quieran hacer uso del portal deberán contactar a su ejecutivo de cuenta. Los días y horarios para el uso y aplicación del portal son los siguientes:

- lunes a jueves de 7:00 a 01:00 horas del día siguiente.
- viernes de 7:00 a 03:30 horas del día siguiente.
- sábados de 12:00 a 01:00 horas del día siguiente.
- domingos de 8:00 a 24:00 horas.

V. Especificaciones técnicas para entrega de materiales en archivo HD Y SD.

Los archivos recibidos deberán cubrir las siguientes características para su óptima transmisión:

1. Características de Contenido.
 - El nombre del archivo no puede contener ninguno de los siguientes caracteres: \ / ; : * ¿ ? | " # \$ % & () = ¡ ! Ñ ñ > < - @ . o espacio en blanco.
 - El archivo deberá de ser entregado sin pizarras, barras, conteos, cortinillas, negros etc.
 - La duración del archivo no deberá exceder el tiempo contratado.
 - El tiempo del archivo se tomará a partir del primer al último cuadro de imagen.
2. Archivos en Alta Definición (HD).

2.1 Requerimientos de los Archivos en Alta Definición (HD).

Wrapper	Quick Time Selfcontained
Video	DV 100 HD
Estándar	NTSC
Compresor	DVCPRO HD 1080i60
Bit Rate	100 Mbps
Frame rate	29.97 Fps / Drop Frame
Field Dominance	Upper Field
Scan	Intercalado
Header	ALIS

2.2 Requerimientos Técnicos Generales.

2.2.1.Requerimientos de Video.

Todas las señales deberán cumplir con el formato SMPTE 274M: 1080i59.94 en todos los aspectos del tiempo, la frecuencia y el ancho de banda correspondientes.

La señal digital, deberá cumplir con la SMPTE 292M. ITU.BT-R 1365 y SMPTE299M.

2.2.2.Niveles de la Señal de Video y Gammas.

Relación de Aspecto	16:9
Tamaño de Cuadro	1280 X 1080 Píxeles
Máximo de líneas Sin Información	26
Luminancia	700 mV (+/- 3%)
Negro	0 mV
Crominancia	+/- 350 mV (+/- 5%)

2.3.Requerimientos y Estándares de Audio.

Los materiales deben ser entregados en formato Estéreo 2.0 o 5.1.

El audio de los materiales debe ser producido sin ruido, sin cortes y sin distorsión.

Codec de audio	PCM.
Frecuencia de muestreo	48000 Hz.
Muestras	Little Endian
Precisión	24 bits

2.3.1.Audio Estéreo 2.0.

Track de Audio	Información Contenida	Formato de la Señal
1	Canal Izquierdo (L)	Audio Estéreo
2	Canal Derecho (R)	
3	Vacío	
4	Vacío	
5	Vacío	
6	Vacío	
7	Canal Izquierdo (L)	Audio Estéreo
8	Canal Derecho (R)	
9	Audio Secundario (L)	Audio Estéreo (SAP)
10	Audio Secundario (R)	
11	Vacío	
12	Vacío	
13	Vacío	
14	Vacío	
15	Vacío	
16	Vacío	

2.3.2. Audio 5.1

Track de Audio	Información Contenida	Formato de la Señal
1	Canal Izquierdo (L)	
2	Canal Derecho (R)	
3	Canal Central (C)	
4	Canal de Bajas Frecuencias (LFE)	
5	Canal Surround Izquierdo (Ls)	
6	Canal Surround Derecho (Rs)	
7	Canal Izquierdo Total (Lt)	Audio Estéreo
8	Canal Derecho Total (Rt)	
9	Audio Secundario (L)	Audio Estéreo (SAP)
10	Audio Secundario (R)	
11	Vacío	
12	Vacío	
13	Vacío	
14	Vacío	
15	Vacío	
16	Vacío	

3. Archivos en Definición Estándar (SD)

3.1. Requerimientos de los Archivos en Definición Estándar (SD).

Wrapper	Quick Time Selfcontained
Video	DV 50
Estándar	NTSC
Compresor	DVCPRO 50
Bit Rate	50 Mbps
Frame	29.97 fps.
Field Dominance	Lower Field
Scan	Intercalado
Header	ALIS

3.2. Requerimientos Técnicos Generales.

3.2.1. Requerimientos de video.

Todas las señales deberán cumplir con el formato NTSC 525/59.94 entrelazado en todos los aspectos del tiempo, la frecuencia y el ancho de banda correspondientes.

La señal digital, deberá cumplir con la CCIR Rec. 601 o ITU-R BT601.

3.2.2. Niveles de la Señal de Videos y Gammas.

Relación de Aspecto	4:3
Tamaño de Cuadro	720 X 480 Píxeles
Máximo de líneas Sin Información	26
Luminancia	700 mV (+/- 3%)
Negro	0 mV
Crominancia	+/- 350 mV (+/- 5%)

3.3. Requerimientos y Estándares de Audio.

Los materiales deben ser entregados en formato Estéreo 2.0 o 5.1.

El audio de los materiales debe ser producido sin ruido, sin cortes y sin distorsión.

Codec de audio	PCM.
Frecuencia de muestreo	48000 Hz.
Muestras	Little Endian
Precisión	24 bits
Tipo de Audio	Mono (Un canal de audio por pista (track))
Número de canales de audio	4
Canal 1	Audio Izquierdo, español
Canal 2	Audio Derecho, español
Canal 3 y 4	Audio Español o Segundo idioma
Canales de audio estéreo	Canales 1 y 2
Audio Monoaural	Deberá estar en formato Mono Dual con audio idéntico ycoherente en los dos canales, izquierdo y derecho.
Número de pistas (tracks)	4

4. Niveles de audio, referencia y mediciones.

El nivel de audio se medirá en LOUDNESS (Nivel de Sonoridad), cuyo valor promedio debe ser de -24 LKFS +/- 2 LKFS, con picos máximos de -2 dBTP.

Los medidores que se usen para valorar los programas deben estar configurados con los estándares ITU-RBS. 1770 y ATSC A/85.

Nota importante: No es suficiente cumplir con los -24 LKFS, es necesario que el material sea consistente en sus niveles de audio de inicio a fin. No deben existir variaciones importantes de niveles, excepto los niveles picos que se aceptan hasta +/- 2LKFS. No se aceptan niveles mayores a -21 LKFS o menores a -27 LKFS por más de 4 segundos.

4.1.Fase.

En programas estereofónicos la relación de fase entre canales debe ser igual a 0 grados, es decir debe estar en fase. Para programas con audio multicanal 5.1, la relación de fase debe ser coherente, según el esquema de medición particular que use el vectorscopio empleado, es decir debe estar en fase entre pares de audio.

4.2. Sincronización de sonido (LIPSYNC).

El tiempo relativo entre sonido y visión no deberá exhibir ningún error perceptible. El sonido no deberá adelantarse o retrasarse por más de 10 ms con respecto al video.

4.3 LOUDNESS Range

Para poder cumplir con la consistencia en los niveles de audio de inicio a fin se debe considerar el LOUDNESS Range con los siguientes valores:

Tipo de Contenido	LOUDNESS Range	
	Valor Mínimo	Valor Máximo
Voz	1	5
Noticias	1	5
Eventos Deportivos	6	10
Musicales	6	10
Caricaturas	6	10
Novelas	6	10
Series	6	10
Comerciales	3	7
Infomerciales	3	7

VI. Programación.

El anunciante y/o la agencia respectiva puede(n) consultar la programación de televisión radiodifundida local con su ejecutivo(a) de cuenta.

VII. Afectaciones.

En caso de existir una afectación por falta de disponibilidad, Televisa notificará al anunciante y/o la agencia respectiva, vía telefónica o por correo electrónico.

VIII. Cancelaciones.

1. El requerimiento de cancelación de servicios solicitados debe ser realizado por el anunciante y/o la agencia respectiva, a través del formato de cancelación. Dicho formato de cancelación se recibirá por correo electrónico a la siguiente dirección: mesacontroltrafico@televisaunivision.com.
2. Las opciones de cancelación son las siguientes:
 - a. Cancelación total antes del inicio (indicar el número de orden de servicio de Televisa).
 - b. Cancelación en fechas y horarios específicos.
3. No habrá traslados al siguiente ejercicio calendario (carry over).

IX. Facturación.

1. La facturación se puede emitir con las siguientes modalidades:
 - a. Por anticipado por el total de la inversión publicitaria: en este caso el anunciante debe cubrir por anticipado la totalidad de su inversión, más el IVA correspondiente.
 - b. Por cada vencimiento de pago, más el IVA correspondiente.
 - c. Por los servicios prestados en un mes (consumos), de conformidad con el CPS respectivo, correspondientes a los consumos del mes corriente, más el IVA correspondiente.
2. La factura se generará al nombre o la razón social del anunciante que se establece en el CPS y, en ningún caso, se puede generar una factura a dos o más contratos, aun

cuando tengan el mismo nombre o la misma razón social.

3. Todos los documentos fiscales que emite Televisa Regional, sus empresas filiales, subsidiarias y relacionadas, incluyendo facturas y notas de crédito, se apegan a las disposiciones fiscales vigentes. Es decir, son generados en formato: CFDI (Comprobantes Fiscales Digitales por Internet). Derivado de estas disposiciones oficiales les serán enviadas vía correo electrónico en formato PDF y XML, para estos efectos es necesario que envíe a su ejecutivo de cuenta, vía correo electrónico, el nombre y correo electrónico del contacto al que se le enviarán las facturas y/o notas de crédito.
4. La facturación se emitirá de conformidad con lo establecido en el CPS respectivo, en el entendido de que el plazo para el pago de la factura correspondiente se computará a partir de la fecha en que Televisa Regional emita la factura, sin sujetarse a requisitos o condiciones adicionales. En caso de que el anunciante tuviera alguna observación respecto a dicha factura expedida, no obstante Televisa Regional reexpida la factura, la fecha de pago se mantendrá conforme a la expedición de la primera factura.
5. Los anunciantes que requieran y que se encuentren bajo la modalidad de compra por "Plan Anticipado", estarán sujetos a una evaluación y, en caso de aprobación, esta será bajo los términos y condiciones que determine Televisa.

X. Conciliación

1. El anunciante deberá informar por escrito a Televisa el nombre, puesto y datos generales de la(s) persona(s) a la(s) que se le(s) hará llegar la información y/o que es(son) responsable(s) de firmar lo relativo a: órdenes de servicio, facturación, reportes de movimientos, conciliación de saldos y compromisos de inversión.
2. El anunciante obtendrá el listado de consumos mensuales, dentro de los primeros diez días hábiles por medio de la liga de Servicios Comerciales - menú Saldos y Conciliaciones (SAEC) (<https://saec.com.mx/SaecWebApp-UExternos-context-root/faces/LoginSaec.jspx> - el usuario y contraseña es otorgado por Televisa), inclusive los podrá consultar de forma diaria. El anunciante solicitará a Televisa, el usuario para ingresar a la aplicación SAEC, indicando el nombre de la persona que será responsable de administrar la consulta.
3. Televisa Regional le otorgará al anunciante y/o la agencia respectiva un plazo de 10 días naturales, contados a partir de la terminación del mes natural, para recibir observaciones (aclaraciones) a los consumos que se encuentren en el estado de

cuenta que obtienen por Internet. Una vez transcurrido dicho plazo, se tendrán como válidos, aceptados y autorizados los consumos reflejados en dichos Estados de Cuenta para efectos de la conciliación de los servicios prestados al amparo del(de los) CPS celebrado(s).

4. Televisa Regional y el anunciante deberán realizar un proceso de conciliación de consumos, semanal, para las transmisiones a través de los Canales Ancla, por medio de SAEC emitiendo un documento mensual firmado por ambas partes, inclusive si se presentaran diferencias, en su caso, ambas partes se comprometerán a dar seguimiento a su aplicación.
5. El anunciante y/o la agencia respectiva tiene(n) un plazo de 5 días, a partir de la emisión del Acuerdo de Conformidad de Saldos, para devolverlo con la firma de aceptación de los saldos que se indican, toda vez que transcurrido dicho plazo, sin que Televisa, reciba comentario u observación alguna se tomaran como válidos, aceptados y autorizados para efectos de la conciliación de los servicios prestados al amparo de los mencionados CPS.

XI. Aclaraciones.

1. Cuando por error en la elaboración en la orden de servicio de servicios publicitarios, el anunciante y/o la agencia respectiva determine(n) diferencias y requiera aclaraciones a su contratación (después de haberse realizado la transmisión), deberá indicar en el módulo de conciliaciones de SAEC las diferencias que determinó, las cuales estarán sujetas a la autorización de Televisa.
2. En caso de que el anunciante y/o la agencia respectiva no esté(n) de acuerdo con algún anuncio publicitario facturado, se tendrán 5 días hábiles para su reclamo, por escrito, para su verificación; después de este tiempo no procederá la reclamación.