



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

ÍNDICE GENERAL

Glosario.....	5
Antecedentes.....	8
Introducción.....	9
Misión, objetivo y visión de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.....	11
Objetivo de comercialización.....	12
Objetivos de las políticas generales de comercialización.....	13
Fundamentos legales.....	14
De acuerdo a la Ley Federal de Entidades Paraestatales.....	14
De acuerdo al Reglamento de la Ley Federal de Entidades Paraestatales.....	15
De acuerdo al Título de Referendo de Concesión.....	16
De acuerdo a la Ley Federal del Derecho de Autor.....	18
Ámbito de aplicación.....	19
Políticas comerciales.....	20
I. Política de tarifas.....	20
II. Política de pago.....	22
a) Pago anticipado.....	22
b) Pago al contado.....	22
c) Pago aplazado.....	22
1. Para efecto de los pagos.....	23
a) Depósito bancario/transferencia en línea.....	23
b) Con cheque directo en sucursales.....	23
2. Facturación.....	24
III. Política de servicio.....	25
IV. Política de incentivos.....	26
a) Bonificación como incentivo de compra.....	26



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

b)	Bonificaciones en tiempo por monto de contraprestación.....	26
c)	Descuentos anticipados.....	26
d)	Pruebas de mercado.....	26
e)	Bonificación a clientes con contraprestación de \$1,000,000 \$1,000,000.00 en adelante.....	26
f)	Compras por volumen.....	27
g)	Clientes asociados a la cultura.....	28
h)	Compra multimedia.....	28
V.	Política de operación.....	29
VI.	Política de venta de tiempo en pantalla.....	32
VII.	Política de intercambios comerciales y de servicios.....	34
VIII.	Política de cortesías.....	36
IX.	Política de venta de tiempo en pantalla de canal internacional.....	38
X.	Política para la producción comercial de spots, cápsulas o - programas comerciales que realice la televisora.....	39
XI.	Política de infomerciales.....	41
XII.	Política de venta de copiados, transfer y retake de spots comerciales...	42
XIII.	Política de venta de tiempo aire para transmitir programas de - acuerdo al perfil con canal 22 con duración de 30 ó 60 minutos.....	43
XIV.	Política de convenios de colaboración.....	44
XV.	Política de venta de servicios de producción.....	45
XVI.	Política de licenciamiento de programas de canal 22 con cobertura - nacional e internacional.....	46
i.	Objetivo.....	46
ii.	Condicionante.....	46
XVII.	Política de comercialización de derechos de exhibición y/o distribución - de obras audiovisuales de canal 22 y control de ingresos por regalías.....	48
i.	Condicionante.....	48



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

XVIII. Política de comisión mercantil.....	50
XIX. Política de Patrocinio.....	51
XX. Política de Comisionista de venta de licenciamiento de programas.....	54
XXI. Política para otras fuentes de ingreso.....	55
XXII. Política para las modalidades de comercialización no descritas en este documento.	56
Generales	57
Responsables de la información.....	58
Fundamento Legal.- Ley Federal de las Entidades Paraestatales.....	59
Anexos	
Anexo 1.- Tarifas publicadas.....	60
Anexo 2.- Tarifas preferenciales.....	61
Anexo 3.- Tarifas de intercambio.....	62
Anexo 4.- Tarifas internacionales.....	63
Anexo 5.- Tarifa de venta de tiempo aire para transmitir programas.....	64
Anexo 6.- Tarifa de infomerciales.....	65
Anexo 7.- Tarifa de cortesías.....	66
Anexo 8.- Bonificaciones en tiempo por monto de contraprestación.....	67
Anexo 9.- Bonificación a clientes con contraprestación de - \$1,000,000.00 en adelante.....	68
Anexo 10.- Orden de compra.....	69
Anexo 11.- Tabla de comisiones para personas físicas.....	71
Tabla de comisiones para personas morales.....	72
Anexo 12.- Especificaciones técnicas de los materiales a transmitir.....	73
Anexo 13.- Solicitud para la transmisión de spots por cortesía.....	74
Anexo 14.- Bonificaciones para las tarifas del la señal de - Canal 22 Internacional.....	78



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

GLOSARIO

Agente de Ventas: Persona física o moral, externa a Canal 22, que firma un contrato con la institución para la venta de contenidos a cambio una comisión mercantil en particular.

Bonificación: Es un incentivo que se da a los clientes por la compra de tiempo en pantalla y que se rige por el monto de contraprestación de acuerdo a la tabla de bonificaciones autorizada y que puede ser aplicada a la tarifa o en tiempo en pantalla.

Clientes: Los clientes son todas aquellas personas físicas o morales cuyo producto a publicitar sea afín a la audiencia de Canal 22 o requiera un servicio de Canal 22.

Clientes Asociados a la Cultura: Son los clientes o medios relacionados con la cultura y que recibirán un trato preferencial por parte de Canal 22, a partir del compromiso público y social de esta Televisora. Los clientes son todas aquellas empresas cuyo producto o servicio a publicitar sea a fin a la audiencia de Canal 22.

Coproductores: Se refiere a la búsqueda de Instituciones afines a Canal 22 con el que se logrará realizar producciones con mejores niveles y alcanzar a nichos de público específicos.

Coproducciones: Se refiere a producciones realizadas en conjunto con instituciones públicas o privadas.

Comisionista: Persona física o moral, externa a Canal 22, que firma un contrato con la institución para la venta en efectivo de tiempo aire o servicios de la televisora a cambio de comisiones mercantiles.

Copiados: Realizar una copia fiel de un máster o material original a un formato idéntico.

Descuento: Es un incentivo que se da a los clientes por pagos anticipados o pertenecer al sector cultural.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Incentivos: Acciones adicionales a la propuesta comercial con el objetivo de generar acción o motivación de compra de spots y/o acciones comerciales. Pueden ser dos modalidades: bonificaciones y/o descuentos.

Infomerciales: Es la transmisión comercial de anuncios largos en cualquier señal de Canal 22, en los cuales se describe el uso de un producto, las bondades del mismo o del desarrollo de un tema relacionado con el mismo. Generalmente tiene una duración de 30 a 60 minutos, es la unión del tele marketing y la publicidad masiva en televisión para lograr ventas espectaculares de productos masivos exitosos.

Intercambio comercial de servicios: Se refiere a la negociación con empresas que ofrecen sus servicios como hospedaje, capacitación, alimentos, medios impresos etc. a cambio de tiempo aire que ofrece Canal 22.

Patrocinios: El acto de patrocinar implica mantener un evento, actividad, persona u organización suministrando dinero u otros recursos a cambio de su presencia de marca o tiempo en pantalla que se vinculará al evento, actividad, persona u organización. Por medio de la misma, se relaciona la marca de una compañía o producto con un espacio televisivo o acontecimiento cultural. El patrocinador relaciona su marca o logotipo a una propiedad del canal.

Retakes: Retracción en cualquier formato de almacenamiento, del material transmitido en cualquiera de nuestras señales.

Scouting: Revisión del área para factibilidad técnica de grabación o transmisión.

Spots Comerciales: Se refiere a la transmisión de spots en los cortes a comerciales de los programas que se transmiten en la señal de Canal 22, pueden tener duración de 10", 20", 30" ó 60" segundos.

Spots de Cortesía: Es el tiempo aire disponible para organismos culturales y sociales que se ofrece de forma gratuita, con el propósito de recibir y evaluar las solicitudes de transmisión televisiva de empresas sin fines de lucro, con carácter de cortesía o a título gratuito, de materiales para la promoción, divulgación o difusión de información educativa, cultural o social de beneficio para la comunidad.

Tarifa Comercial: Precio que se le asigna a cada spot dependiendo la franja horaria en la que se transmita.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Testigos: Realizar una copia de la transmisión de las campañas comerciales al aire con el fin de entregarle al cliente la comprobación de que el spot comercial que se contrató fue transmitido realmente, se entrega a solicitud del cliente principalmente en sector público, como parte del trámite de facturación.

Transfer: Conversión de un material audiovisual de un formato a otro.

Venta de tiempo aire para la transmisión de programas y anunciantes: Se refiere a la comercialización de bloques de programación mediante la transmisión de programas con un perfil afín al de Canal 22, con una duración de entre 30 y 60 minutos. Este tipo de venta de programa está dirigido a productores y clientes en general, que buscan espacios televisivos que permitan la difusión, promoción y comercialización de sus programas, mismos que deben mostrar expresiones culturales de alta calidad de México y el mundo.

Venta de tiempo pantalla en cualquier señal del Canal 22: Se refiere a la venta del tiempo comercial que tiene asignado la televisora por cualquiera de sus señales y en los que se buscara que los clientes y los productos susceptibles de comercializar sean acordes al objetivo de la misión cultural de la televisora.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

ANTECEDENTES

Canal 22 es un organismo coordinado por la Secretaría de Educación Pública, a través del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Por ello cuenta con vías de difusión institucionales y de largo alcance.

La Subdirección General Comercial ha generado, desde su fundación en 1993 y hasta diciembre de 2014¹, un ingreso promedio de 13.96% adicional al que Canal 22 ha recibido por medio de recursos fiscales. Es decir, en los primeros 21 años de vida, Canal 22 tuvo ingresos fiscales por \$3,346,650,787.68 pesos y, a través de la Subdirección General Comercial, sus ingresos se incrementaron en 13.96% es decir, ascendieron a \$467,278,986.63 pesos más.

Derivado del objeto social de Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., y en consecuencia de los objetivos de la Subdirección General Comercial, tanto en el ámbito de venta de tiempo aire, como en todos los servicios y formas de ventas en otras modalidades, plataformas y / o ventanas conocidas y por conocerse, que pudiera ofrecer Canal 22, ya sea por el personal de la entidad, así como terceros, en México o en el ámbito internacional, y, para mantener alineadas todas sus actividades a la normatividad establecida, se definió que se debían actualizar y completar las Políticas Comerciales que abarquen cualquier rubro con respecto a las ventas que se realicen y de esta forma evitar caer en situaciones que estén fuera del alcance de este documento.

A su vez, las políticas deberán darse a conocer a toda la entidad para que las áreas cuenten con un documento que les facilite la comprensión y conocimiento de lo que puede considerarse y no dentro de las negociaciones, ya que se debe fomentar una comunicación interna hacia la Subdirección General Comercial toda vez que se genere una acción comercial o negociación para evitar crear confusiones.

De esta manera, Canal 22 podrá alcanzar sus objetivos implementando nuevas estrategias que no contemplaba el documento anterior, y que deben ser incluidas

¹ En esta información no se incluyen los datos ni de recursos fiscales ni de ventas de los años 1995 y 1996, debido a que por cambios de software no se puede recuperar la información al momento de hacer las políticas.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

debido a que vivimos en una época de profundos cambios y que deriva en todos aspectos incluyendo nuevas formas de negocio y/o precios establecidos de acuerdo a diversos factores como fluctuaciones del mercado, inflaciones, tipo de cambio, etc.

INTRODUCCIÓN

Canal 22 es una televisora de propiedad estatal que desde el 16 de abril de 1991 se rige bajo el esquema de concesión expedido a favor de la empresa Televisión Metropolitana, S. A. de C.V., para instalar, operar y explotar comercialmente el Canal 22 vigente el hasta el 31 de diciembre del 2021, por lo tanto, cuenta con las facultades legales para comercializar sus espacios televisivos y dar privilegios a sus anunciantes en eventos de carácter informativo o de difusión (ruedas de prensa, presentaciones, congresos, ferias, etcétera).

Al ser una dependencia del Estado, Canal 22 recibe sus ingresos a través de recursos financieros aportados por el Gobierno Federal que varían año con año. No obstante, cuenta con otros recursos financieros propios que se obtienen a través de la Subdirección General Comercial, que atendiendo a la finalidad de esta concesión, por medio de estas Políticas Generales de Comercialización, amplían las bases y lineamientos comerciales que cuenta hoy en día la entidad para obtener dichos recursos.

La comercialización de nuestra señal, el tiempo aire y los servicios en general atienden los siguientes principios:

- Honestidad y transparencia en el manejo de los recursos financieros y la infraestructura.
- Rendición de cuentas.
- Autorregulación en cada una de las decisiones.
- Se separan claramente los anuncios publicitarios y la programación comercial de la información periodística.
- Los acuerdos comerciales se mantienen siempre ajenos a los intereses personales de uno o varios miembros de la institución, de sus familiares o de las empresas públicas o privadas.
- En los convenios o intercambios con instituciones, Canal 22 se rige por el principio de reciprocidad.

Como es de conocimiento general una política comercial está orientada hacia el comercio y la búsqueda de mercados en los diferentes ámbitos de negocio.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Aunado a esto se realizan esfuerzos ya sean individuales o en conjunto y se convierten en el ente que regula y orienta las negociaciones comerciales.

De este principio deriva la necesidad de tratar de englobar todas las actividades y necesidades del área de ventas y poder establecer un marco normativo que proteja todas las negociaciones que se puedan realizar para cumplir con el objetivo del área el cual es generar recursos financieros para reforzar las actividades propias de la entidad. Además de abrir negociaciones conforme las fluctuaciones del mercado, de acuerdo a la competencia y los diferentes rubros de negociación que puedan permitirnos generar ingresos, inclusive si están fuera de las definiciones de este texto ya sea por ser innovadoras, diferentes o nuevas, de acuerdo a la movilidad tecnológica y necesidades que se vayan presentando.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

MISIÓN, OBJETIVO Y VISIÓN DE TELEVISIÓN METROPOLITANA S.A. DE C.V.

MISIÓN

Canal 22, televisora pública de México, produce y difunde, mediante la tecnología a su alcance, las manifestaciones artísticas y culturales del país y del mundo. Contribuye al aprecio por las artes y el conocimiento, y promueve la diversidad y los valores de la convivencia democrática.

OBJETIVO

Constituirse como la propuesta de difusión cultural dentro de los medios audiovisuales de comunicación masiva, para contribuir a la generación de nuevos públicos, para la apreciación, el conocimiento y el disfrute de las más variadas expresiones del arte y la cultura que propicien el desarrollo democrático de la nación.

VISIÓN

Producir y difundir contenidos audiovisuales del más alto nivel para México y el mundo, mediante las plataformas tecnológicas de vanguardia. Ser la mejor opción de difusión de la cultura, del diálogo y del pensamiento crítico al servicio de la sociedad mexicana, en constante interacción con sus audiencias.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

OBJETIVO DE COMERCIALIZACIÓN

La búsqueda de recursos financieros, tanto en ingresos en efectivo como a través de intercambios que nos brinden servicios, obteniendo mediante acuerdos comerciales e intercambios, los recursos económicos propios que sirvan para apoyar las tareas sustantivas de la emisora, procurando que los clientes y los productos susceptibles de comercializar sean acordes con la política cultural de la emisora.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

OBJETIVOS DE LAS POLÍTICAS GENERALES DE COMERCIALIZACIÓN

Las políticas generales de comercialización tienen como objetivos principales:

- Establecer los puntos importantes a los que se debe apegar la venta.
- Generar flexibilidad en las modalidades de negociación para no perder algún ingreso.
- Dar a conocer el instrumento que rige las ventas.
- Definir la forma de trabajo de los servicios que ofrecemos.
- Informar requisitos, formatos, tiempos que se deben cumplir al realizar una venta.
- Resguardar normativamente las gestiones de venta



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

FUNDAMENTOS LEGALES

DE ACUERDO A LA LEY FEDERAL DE ENTIDADES PARAESTATALES.

Capítulo I. De las Disposiciones Generales.

ARTÍCULO 11.- Las entidades paraestatales gozarán de autonomía de gestión para el cabal cumplimiento de su objeto, y de los objetivos y metas señalados en sus programas. Al efecto, contarán con una administración ágil y eficiente y se sujetarán a los sistemas de control establecidos en la presente Ley y en lo que no se oponga a ésta a los demás que se relacionen con la Administración Pública.

CAPITULO V. Del Desarrollo y Operación

ARTÍCULO 58.- Los órganos de gobierno de las entidades paraestatales, tendrán las siguientes atribuciones indelegables:

I. Establecer en congruencia con los programas sectoriales, las políticas generales y definir las prioridades a las que deberá sujetarse la entidad paraestatal relativas a producción, productividad, comercialización, finanzas, investigación, desarrollo tecnológico y administración general;

III. Fijar y ajustar los precios de bienes y servicios que produzca o preste la entidad paraestatal con excepción de los de aquéllos que se determinen por acuerdo del Ejecutivo Federal;



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

DE ACUERDO AL REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE ENTIDADES PARAESTATALES.

CAPITULO V. De la Operación de las Entidades

ARTÍCULO 26.- Sin perjuicio de las atribuciones que conforme a la ley correspondan a las autoridades competentes, los precios y tarifas de las entidades, se fijarán conforme a los criterios de eficiencia económica y saneamiento financiero. Al afecto:

I. Los Precios y tarifas de los bienes y servicios susceptibles de comercializarse internacionalmente, se fijarán considerando los prevalecientes en el mercado internacional de estos productos;

II. Para aquellos bienes o servicios que no sean susceptibles de comercializarse en el mercado internacional, los precios y tarifas se fijarán considerando el costo de producción que se derive de una valuación de los insumos a su costo real de oportunidad. El costo real de oportunidad será el precio en el mercado internacional cuando los Insumos sean susceptibles de comercializarse en el mismo, y el precio en el mercado nacional, para los que no lo sean, y

III. Se podrán establecer precios diferenciales en la venta de los bienes o servicios, sólo cuando dichos precios respondan a estrategias de comercialización y se otorguen de manera general.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

DE ACUERDO AL TÍTULO DE REFERENDO DE CONCESIÓN.

Tal como se establece en el Título de refrendo de concesión, otorgado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y fechado el 28 de marzo de 2006, Canal 22 cuenta con la facultad de comercializar su señal:

I. Que de conformidad con los artículos 17, 18 y 19 y demás relativos a la Ley Federal de Radio y Televisión (en lo sucesivo la Ley), la Secretaría expidió con fecha 16 de abril de 1991 a favor de la empresa Televisión Metropolitana, S. A. de C.V., la Concesión para instalar, operar y explotar comercialmente el Canal 22, con distintivo de llamada XEIMT-TV, potencia autorizada en video de 5000 kW, en México, D. F. (en lo sucesivo la Concesión) con vigencia de 10 años, contados a partir del día 16 de abril de 1991 y vencimiento el día 16 de abril del 2001;

II. Que de conformidad con el artículo 16 y demás relativos de la Ley, la Secretaría expidió con fecha 4 de abril del 2002 el Refrendo a la Concesión a favor de Televisión Metropolitana, S. A., de C. V., para continuar usando comercialmente el Canal 22, con distintivo de llamada XEIMT-TV, potencia radiada aparente en video de 2271.36 kW, en México, D. F., con vigencia de 12 años, contados a partir del día 16 de abril del 2001 y vencimiento el día 15 de abril del 2013;

III. Que de conformidad con lo establecido en la Política para la transición a la Televisión Digital Terrestre, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 2 de julio del 2004, el Concesionario solicitó el refrendo de la Concesión con fecha 9 de junio del 2005;

IV. Que con fecha 9 de junio del 2005, el Concesionario manifestó bajo protesta de decir verdad que conoce y acepta la Política y que de conformidad con la misma presentó los compromisos que asume con motivo de la transición a la Televisión Digital Terrestre en México, los cuales se encuentran contenidos en la Condición Cuarta del presente Título;

V. Que la Secretaría de Gobernación emitió opinión favorable para el refrendo de la concesión, de conformidad con lo establecido en el artículo 13 del reglamento



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión, y

VI. Que la Secretaría realizó un análisis de la utilización del canal por parte del Concesionario, quien en forma regular y consistente lo ha operado y explotado con apego a las disposiciones legales y administrativas aplicables en la materia, encontrándose al corriente de sus obligaciones.

Por lo anterior y con fundamento en los artículos 25,27 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 16 de la Ley General de Bienes Nacionales,36 fracción I de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. 1° y 16 y demás relativos a la Ley Federal de Radio y Televisión, 13 del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión, y 5° fracción XI del Reglamento Interior de esta secretaría se otorga al Concesionario el Refrendo de concesión para continuar usando comercialmente el canal 22 de televisión. A partir del 28 de marzo del 2006 hasta el 31 de diciembre del 2021.

Canal 22 es una Sociedad Anónima de Capital Variable constituida conforme a la Ley General de Sociedades Mercantiles, que tiene por objeto social, entre otros:

- La difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y expresión a través del radio y la televisión, incluyendo la publicidad comercial.
- La ejecución, celebración y realización de toda clase de actos, convenios y contratos, ya sean civiles, mercantiles o de cualquier otra naturaleza, que sean convenientes o necesarios o que de alguna manera se relacionen con los objetos sociales.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

DE ACUERDO A LA LEY GENERAL DE SOCIEDADES MERCANTILES.

CAPITULO I. De la constitución y funcionamiento de las Sociedades en general

Artículo 1o.- Esta Ley reconoce las siguientes especies de sociedades mercantiles:

- I.- Sociedad en nombre colectivo;
- II.- Sociedad en comandita simple;
- III.- Sociedad de responsabilidad limitada;
- IV.- Sociedad anónima;
- V.- Sociedad en comandita por acciones, y
- VI.- Sociedad cooperativa.

Cualquiera de las sociedades a que se refieren las fracciones I a V de este artículo podrá constituirse como sociedad de capital variable, observándose entonces las disposiciones del Capítulo VIII de esta Ley.

Artículo 4º.- Se reputarán mercantiles todas las sociedades que se constituyan en alguna de las formas reconocidas en el artículo primero de citada Ley.

Las sociedades mercantiles podrán realizar a todos los actos de comercio necesarios para el cumplimiento de su objeto social, salvo lo expresamente prohibido por las leyes y estatutos sociales.

DEL CÓDIGO DE COMERCIO.

LIBRO SEGUNDO Del Comercio en General.

TITULO PRIMERO De los Actos de Comercio y de los Contratos Mercantiles en General.

CAPITULO I De los Actos de Comercio Artículo.

Artículo 75.- La ley reputa actos de comercio:



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

I.- Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación comercial.

Adicional a lo citado en este rubro, se vigilará en todo momento no violar y aplicar en su caso, las leyes que al respecto existan, por ser de observancia general y/o que se encuentren en los contenidos en otras Políticas o Manuales existentes en la entidad.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

Las presentes Políticas Generales de Comercialización son de aplicación general y observancia obligatoria en Televisión Metropolitana S.A. de C.V. (Canal 22) para los servidores públicos de cualquier Subdirección General o Dirección adscrita a la institución, los comisionistas, las agencias de representación y entidades con las que se trabaje en conjunto la entidad, en el ámbito comercial a nivel nacional o internacional.

Estas políticas son aplicables para las actividades comerciales, como la venta de tiempo aire y los servicios ofrecidos por la paraestatal, así como la facturación generada por la televisora, por ser la Subdirección General Comercial la encargada de llevar a cabo a nivel central la facturación de los servicios que preste la entidad.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

POLÍTICAS COMERCIALES

Se podrán comercializar 12 minutos de tiempo aire por cada hora de transmisión, o 6 minutos por cada media hora.

Los tipos de anunciantes se clasifican como sigue:

- Mega anunciantes
- Mediano anunciante
- Pequeño anunciante

I. POLÍTICA DE TARIFAS.

Las siguientes son las tarifas aprobadas por el H. Consejo de Administración para vender.

Las tarifas son brutas y se pueden ofertar a:

Clientes directos “con departamento de mercadotecnia”: Son aquellos clientes que cuentan con un área estructurada dentro de la empresa y que establecen las estrategias de comunicación y difusión (plan de medios). En su mayoría podemos mencionar a los clientes gubernamentales.

Agencias de Publicidad: Son los clientes que manejan las pautas publicitarias de diferentes empresas y que indican cuáles serán los medios que deban de contratarse. Estas áreas especializadas se encargan de planear, pautar, negociar y comprar medios para sus clientes.

Tarifas vigentes:



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

- ✓ Tarifas Publicadas o Full.- Son aquellas tarifas que son publicadas y pueden ser consultadas por cualquier persona interesada en conocerlas. Se encuentran en la página de internet de Canal 22 (Anexo 1).
 - ✓ Tarifas Preferenciales.- En principio, son aquellas tarifas que se ofrecen a los clientes que cuentan con una contraprestación pequeña y requieren de los servicios de Canal 22 para fortalecer sus campañas. De igual manera se pueden ofrecer a clientes que tienen más de dos años invirtiendo en Canal 22 (Anexo 2).
 - ✓ Tarifas de Intercambio.- son aquellas tarifas que se ofrecen a todo cliente que está interesado en formalizar contratos de intercambio con la entidad (Anexo 3).
 - ✓ Tarifa Internacional.- Son aquellas tarifas que se ofrecen a los clientes que quieran comprar tiempo aire en la señal Internacional de Canal 22, éstas son en dólares (Anexo 4).
 - ✓ Tarifa de venta de tiempo aire para transmisión de programas.- Son aquellas que se ofrecen a anunciantes que buscan espacios televisivos que permitan la difusión de programas con 30 minutos o más de duración (Anexo 5).
 - ✓ Tarifa de Infomerciales.- Son aquellas que se ofrecen a clientes que ofrecen venta directa (Anexo 6).
 - ✓ Tarifa de cortesía.- Son aquellas tarifas que se utilizan para cuantificar los spots que se autorizan por medio de una cortesía (Anexo 7).
- a. Las tarifas podrán ser utilizadas de acuerdo a las negociaciones a las que se pueda llegar, con el fin de generar un ingreso.
 - b. Las tarifas pueden ser flexibles de acuerdo a los movimientos de mercado.
 - c. Los precios también estarán sujetos a la oferta y demanda de los servicios, así mismo podrán cambiar sin previo aviso.
 - d. Se podrá otorgar una tarifa preferente a los clientes asiduos a la compra de tiempo aire en Canal 22, si así lo requieren.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Estos últimos 4 incisos deberán tener el visto bueno y ser autorizados por el titular de la Subdirección General Comercial.

II. POLÍTICA DE PAGO.

En este apartado se estipularán las modalidades de pago a las que tendrá opción el cliente, de acuerdo a la negociación. En el caso específico de producciones comerciales las condiciones de pago se estipularán previo acuerdo con la Subdirección General de Producción y Programación.

a) **Pago anticipado.**- En esta forma de pago, el cliente realizará el pago previo a la prestación del servicio. La solicitud del pago se hará al momento de la firma del formato de orden de compra.

Esta modalidad es frecuente cuando:

- Se inician las relaciones comerciales por primera vez
- La solvencia y la formalidad del cliente son desconocidas por Canal 22 o existen dudas.
- Al momento de solicitar un scouting para la realización de una grabación.
- En el momento que el cliente lo solicite de esta manera.
- Al momento en el que el recurso se deba destinar al desarrollo de algún proyecto.

Los medios más utilizados son: cheque, metálico y transferencia bancaria.

b) **Pago al contado.**- En esa forma de pago el cliente abona el importe de la factura en el momento que el cliente recibe el servicio.

Es frecuente esta modalidad cuando:



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

- Al término de una campaña, una vez entregados testigos, bitácora de transmisión, demás documentos solicitados y quedando conciliadas las cifras con el cliente, se efectuará el pago.
- Al momento del término de la prestación del servicio.

Los medios utilizados son los mismos que en el pago anticipado.

c) **Pago aplazado.**- También denominado a crédito, consiste en el consentimiento, por parte de Canal 22, del aplazamiento del cobro de las facturas. Es la forma más extendida en las relaciones comerciales entre empresas, existiendo varias modalidades.

- Aplazamiento parcial.- Canal 22 cobrará una parte de la factura al contado y el resto quedará aplazado.
- Aplazamiento en un sólo pago.- El importe de la factura se aplaza a un sólo pago en un tiempo determinado.
- Aplazamiento fraccionado.- La factura se abona en varios plazos previamente acordados entre Canal 22 y el cliente.

Los medios más utilizados son la recepción de factura y el formato de orden de compra, en donde se indiquen los plazos en los que el cliente se compromete a pagar la totalidad del importe contratado. Pudiendo ser a 15, 30, 45, 60, 120 días o más de acuerdo a los términos de venta establecidos, los plazos más comunes son 30, 60 y 90 días.

Los medios utilizados son los mismos que en el pago anticipado.

Los precios son en Moneda Nacional y en Dólares para el caso de la Señal Internacional.

Los precios en Dólares serán pagados en Moneda Nacional al tipo de cambio del día.

1. PARA EFECTO DE LOS PAGOS.

a) **Depósito bancario/Transferencia en línea.**

- Los pagos con depósito bancario / transferencia en línea se deberán de realizar a la cuenta de vigente de Televisión Metropolitana S.A de C.V., la institución bancaria y los números de cuenta le serán indicados al cliente una vez



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

que realice su orden de compra, posteriormente deberá de reportar su pago mediante correo electrónico a la dirección especificada en su pedido.

- A partir de realizada su orden de compra, el cliente cuenta con 72 horas para realizar y reportar su pago cuando este sea por anticipado.
- Los depósitos se recibirán por la cantidad exacta de la orden de compra, pueden existir variaciones únicamente en los decimales.

b) Con cheque directo en sucursales.

- Deberán ser girados a nombre de: Televisión Metropolitana, S.A. de C.V. con la leyenda "PARA ABONO EN CUENTA DEL BENEFICIARIO".
- Los cheques serán depositados salvo buen cobro sin excepción alguna.
- No se aceptan cheques de bancos fuera de la República Mexicana.
- Por cada cheque devuelto se aplicará un cargo del 20% por concepto de indemnización en términos del artículo 193 de la ley general de títulos y operaciones de crédito, independientemente de la comisión cobrada por el banco y estipulada por Televisión Metropolitana, S.A. de C.V.
- Cualquier cliente con cheques devueltos por el banco o pagos atrasados, será revaluado por la Dirección de Finanzas.

2. FACTURACIÓN.

- Por disposición fiscal, la factura se expedirá conforme a los datos proporcionados.
- El área que requiriera la elaboración de una factura, por servicios o cualquier otro concepto, deberá formalizar por escrito la solicitud al titular de la Subdirección General Comercial con el concepto, monto, datos fiscales y en caso de ser necesario, documentos complementarios para proceder a efectuar el trámite correspondiente.
- El solicitante de la factura, deberá verificar los datos fiscales proporcionados para proceder a la facturación.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

III. POLÍTICA DE SERVICIO.

Tenemos una cultura de trabajo dinámica que busca superar las expectativas de nuestros clientes con calidez, oportunidad y efectividad para construir relaciones de largo plazo que contribuyan a satisfacer todas y cada una de sus necesidades.

Atributos:

- ✓ **Amabilidad.-** Damos un buen trato, con cordialidad y excelente disposición en la atención.
- ✓ **Oportunos.-** Hacemos las cosas en el momento propicio de acuerdo a los tiempos acordados.
- ✓ **Confianza.-** Actuamos con claridad, seguridad y conocimiento en nuestro quehacer, desarrollando una relación que genere credibilidad en nuestros clientes.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

IV. POLÍTICA DE INCENTIVOS.

a) Bonificación como incentivo de compra

Cuando se requiera un incentivo para el cliente, ya sea para que se pueda concretar una compra o para lograr un aumento a la contraprestación, se podrá otorgar el 15% de descuento sobre la tarifa o en tiempo aire, con la intención de no perder la venta. Los descuentos en caso de producciones comerciales serán puestos a consideración de la Subdirección General de Producción y Programación.

Este incentivo se puede otorgar a cualquier cliente de la televisora y son acumulables a los demás tipos de bonificaciones existentes.

b) Bonificaciones en tiempo por monto de Contraprestación.

Se otorgan de acuerdo al volumen de contraprestación. Constituyen una bonificación en especie que resulta conveniente para Canal 22, debido a que el tiempo en televisión está considerado como un bien perecedero.

Las escalas de bonificaciones serán utilizadas de acuerdo al criterio que establezca la Subdirección General Comercial a fin de negociar con los clientes (Anexo 9).

Las escalas de bonificación son de uso interno exclusivamente.

c) Descuentos anticipados.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Por concepto de pago anticipado se podrá otorgar un descuento adicional del 5% sobre la contraprestación, así mismo se podrá otorgar el 15% de descuento sobre el monto total de contraprestación, como un incentivo de compra. Excepto en producciones.

d) Pruebas de mercado.

Los **clientes nuevos tendrán derecho a pruebas de mercado**: como menciones, spots y patrocinios de programa, de acuerdo al criterio que establezca el titular de la Subdirección General Comercial.

Las duraciones de las pruebas de mercado serán autorizadas por un máximo de 6 meses.

Toda prueba de mercado generará un costo.

En casos especiales se podrán otorgar spots de cortesía, siempre y cuando cumplan con los requisitos posteriormente indicados en este mismo documento.

e) Bonificación a clientes con contraprestación de \$1'000,000.00 en adelante.

Para el establecimiento de pautas comerciales a partir de \$1'000,000.00 en adelante, la Subdirección General Comercial ha complementado la escala de bonificaciones (Anexo 10).

Las bonificaciones de 1,100% ò 1+11=12, deberán ser autorizadas invariablemente por el Director General de Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

f) Compras por volumen.

Con la finalidad de lograr la participación de los compradores fuertes, contamos con dos figuras:

✓ **Anunciantes corporativos grupales**: La participación publicitaria de una empresa se suma a la compra comercial de otra empresa del mismo grupo, para generar mayores bonificaciones que aquellas que generará la compra individual de cada una.

Ejemplo:
Compañías:

Grupo Carso
Teléfonos de México
Sanborn`s



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Radio Móvil Dipsa (Telcel)
Inbursa
Mixup

La compra de publicidad de cada compañía genera un total que beneficia a todas. Incluso en el caso de que alguna de éstas cuente con un presupuesto menor, podrá participar de las bonificaciones otorgadas por la emisora.

Nuestro objetivo se centra primordialmente en incrementar ingresos.

Un mayor número de clientes/empresas propiciará que cada vez más competidores se interesen en anunciarse en Canal 22.

La participación de una empresa asociada a un grupo corporativo ofrece la posibilidad de que, incluso con una contraprestación pequeña, inicie una categoría.

✓ **Centrales de Medios y/o Agencias de Publicidad:** En Canal 22 las agencias podrán tomarse como compradores mayoristas por volumen, al considerar la contraprestación de varios de sus clientes como una sola compra colectiva.

El beneficio que se otorga es del 15%, ya sea, aplicado a la agencia o a su cliente, lo cual sensibilizará a la misma para contratar un mayor número de pautas con la emisora.

g) Clientes asociados a la cultura.

Para generar la demanda de compañías editoriales, universidades, salas de conciertos, embajadas y otras entidades dedicadas a la cultura, se podrá otorgar un 15% de descuento que equivale a la bonificación como incentivo de compra + un 20% bonificable aplicada a la tarifa.

El apoyo a la difusión de diversas actividades culturales por la vía de un trato preferencial en cuanto a su publicidad comercial podrá generar mayores ventas.

h) Compra multimedia.

Cuando el anunciante invierte en la compra de tiempo en Pantalla, compra de programas, producción, coproducción, patrocinios de programas o en cualquier otra forma de ingreso para el Canal 22, su participación en cada uno de estos



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

rubros será sumada para obtener un monto total de contraprestación, el cual podrá ser considerado para efectos de las bonificaciones.

V. POLÍTICA DE OPERACIÓN.

1.- Se deberá precisar si se requiere la elaboración de contrato para la formalización de la venta en los montos establecidos por la Ley de Adquisiciones y Obra Pública. En caso de que se requiera:

1.1.- Cuando el contrato es elaborado por el cliente, deberán ser respetados los tiempos de elaboración y para formalizar la venta mientras esto sucede, se requerirá en su lugar, la pauta firmada, una orden de compra o un correo confirmando el inicio de la campaña. La vigencia del inicio del contrato será previa al inicio de la pauta autorizada por el cliente, aun recibéndolo posterior al término de su campaña.

1.2.- Cuando el contrato es elaborado por Canal 22, se deberá seguir el proceso "Solicitud elaboración contratos convenios", establecido por la Dirección de Asuntos Jurídicos de la entidad.

2.- Si el cliente no requiere de la elaboración de un contrato, para formalizar la venta, simplemente deberemos contar con la confirmación de la propuesta comercial, por parte del mismo, la cual deberá constar por escrito en un correo electrónico o bien con su firma de aceptación en la propia propuesta de venta en la pauta comercial, mediante una orden de compra (Anexo 11), o la elaboración de la factura correspondiente.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

La falta de contrato no será obstáculo para otorgar el servicio, siempre y cuando se cuente con la documentación antes mencionada. Excepto en la contratación para la elaboración de una Producción en cuyo caso sí es obligatoria la firma de un contrato.

3.- La facturación de los servicios de transmisión podrá tener las siguientes modalidades:

- Podrá elaborarse en la(s) fecha(s) de vencimiento de la pauta, una vez conciliadas las cifras, es decir, a mes vencido.
- Podrá generarse a la firma del contrato, siempre y cuando esto se estipule dentro de éste.
- Podrá realizarse al inicio de la transmisión de la pauta comercial o de los servicios contratados.

4.- La cobranza deberá ser realizada por la Dirección de Finanzas.

5.- Con respecto a las bonificaciones: Estas se podrán aplicar sobre tiempo en pantalla o directo a la tarifa, de acuerdo a los términos establecidos.

6.- En referencia a la duración y contenido de los materiales a exhibir, la Subdirección General Comercial deberá consultar a la Subdirección General de Producción y Programación, cuando:

- El spot, cápsula o programa sea mayor a un minuto de duración, para ver la viabilidad de la transmisión.
- Se tenga duda con respecto a los contenidos del spot, cápsula o programa.
- La pauta de transmisión proyectada pueda interferir en la modificación de horarios de la programación de Canal 22.
- En el caso específico cuando se pretenda contemplar la participación del talento de Canal 22 en cualquier proyecto.

7.- En el posible caso de presentarse un nuevo formato, plataforma o modalidad de venta, los precios se pactarán conforme a las condiciones de mercado, las negociaciones y propuestas de las partes involucradas.

8.- Cuando por interés de las partes (vendedor – comprador), las tarifas necesiten ser flexibles hacia arriba o hacia abajo por el movimiento del mercado, se podrán ajustar los precios de acuerdo a la movilidad, experiencia o acuerdos que permitan generar un ingreso que sin estos ajustes no se podría formalizar.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

9.- De las personas que realicen una venta sin pertenecer a la Subdirección General Comercial:

9.1.- **Ajenas a la entidad**, se tendrá que elaborar un contrato de comisionista, o en su caso de agente de venta, de acuerdo a los lineamientos establecidos por Televisión Metropolitana, S. A. de C. V., esto significa que se respetarán los porcentajes de comisiones de acuerdo a lo autorizado, y sin excepción alguna. Y tendrá que adaptarse a las tarifas, políticas y procesos de la Subdirección General Comercial (Anexo12).

9.2.- **Personal perteneciente a la entidad ajena a la Subdirección General Comercial**, El “vendedor” tendrá que hacer conocimiento de toda negociación al titular de la Subdirección General Comercial, y apegarse a los lineamientos y procesos de ésta. Y por ningún motivo, ni excepción podrá cobrar comisión alguna por dicha venta.

10.- Todo contrato que se elabore y que involucre de alguna forma a la Subdirección General Comercial, el área requirente se verá obligada a entregar una copia a la antes mencionada, con el fin de conocer los términos que le apliquen.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

VI. POLÍTICA DE VENTA DE TIEMPO EN PANTALLA.

Promocionar y vender servicios y espacios televisivos, para la obtención de recursos financieros, con la previa aplicación del plan de comercialización de los espacios en pantalla de Canal 22 por parte del titular de la Subdirección General Comercial.

- a. El Director de Ventas será el que supervise los tratos preliminares ofrecidos al cliente por parte de la entidad y mantendrá informado al titular de la Subdirección General Comercial sobre el avance y el alcance de las gestiones de venta que se realicen.
- b. El promotor de venta será el encargado de realizar los tratos preliminares de negociación con el cliente, sujetándose a las condiciones de venta y a las tarifas proporcionadas por la Subdirección General Comercial.
- c. En la negociación se precisará si se requiere contrato para formalizar la operación de venta. En caso afirmativo, será elaborado por el cliente, respetando sus tiempos de elaboración. Cuando se acuerde no emitir contrato, el simple llenado de la orden de compra acompañada por la propuesta comercial, la propuesta de venta o la pauta comercial acompañada de la firma del cliente, bastará para contratar el servicio conforme a lo estipulado en la negociación.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

d. Cada vez que la formulación del contrato quede a cargo de la entidad, la Dirección de Asuntos Jurídicos será el encargado de realizarlo dentro de los 8 días hábiles siguientes a la solicitud del área requirente, con la documentación legal, técnica y administrativa completa. La distribución se efectuará una vez que el cliente y la entidad hayan firmado el contrato.

e. Toda vez que la Subdirección General Comercial, se encuentre en los tratos preliminares para la gestión de venta de tiempo aire para la transmisión de programas, consultará a la Subdirección General de Producción y Programación con respecto a los contenidos de programas y la pauta de transmisión proyectada a fin de continuar con las negociaciones de venta.

f. Al concretarse la operación de venta, el titular de la Gerencia de Operación y Tráfico deberá cerciorarse de que la pauta comercial y el material televisivo cumpla con los requisitos pactados para su transmisión (Anexo 13), en caso de alteración por movimientos de última hora a la parrilla de programación, acordará con el cliente los posibles cambios, debiendo confirmar su aceptación mediante correo electrónico.

g. El pago de los servicios será de acuerdo a las condiciones estipuladas en la negociación, lo cual implica que la transmisión del material televisivo podrá iniciar antes de presentar la factura para cobro y el pago será efectuado por el cliente en la(s) fecha(s) de vencimiento, es decir, conforme se vaya transmitiendo la campaña, pudiendo ser a 15, 30, 45, 60, 120 días o más de acuerdo a los términos de venta establecidos. Si en la venta existe bonificación, se podrá aplicar con tiempo en pantalla o directo a la tarifa de acuerdo a los términos de venta establecidos.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

VII. POLÍTICA DE INTERCAMBIOS COMERCIALES Y DE SERVICIOS.

Debido a la escasez de flujo de efectivo en nuestro sistema financiero desarrollamos una política para lograr Intercambios en donde no es posible la transacción de efectivo.

Los Intercambios se realizarán mediante un contrato, por un importe establecido y aceptado por el cliente y Canal 22, y podrá formalizarse de acuerdo a lo siguiente:

- a. El proveedor otorgará a Canal 22 el servicio que requiera la entidad, como cursos, instalaciones deportivas etc. a cambio de tiempo aire en la Televisora.
- b. El área solicitante será la responsable de emitir un oficio solicitando formalmente la necesidad a contratar.
- c. La autorización de los contratos de intercambio será dictaminado por el Comité de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios, una vez sometido el caso.
- d. Los montos y los tipos de contraprestación de servicios se definirán en base a las necesidades de las áreas y las condiciones que los clientes interesados nos ofrezcan.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

- e. La facturación del monto del intercambio deberá realizarse una vez firmado el contrato de intercambio.
- f. Los contratos deberán contener un plazo de vigencia, ya sea año calendario o año fiscal.- El Objeto es no permitir que se extienda al siguiente periodo.
- g. Los contratos podrán hacerse con periodos menores según convenga a la entidad.
- h. La cantidad se podrá manejar al 100% o como intercambio parcial de acuerdo con las necesidades en beneficio de Canal 22.
- i. Canal 22 se comprometerá a la difusión que ordene el cliente mediante spots hasta agotar el intercambio.
- j. El cliente cubrirá el Intercambio con servicios en forma total o parcial en las fechas en que se estime conveniente. El Canal en previo acuerdo con el cliente podrá convenir entregas anticipadas, contra consumo mensual o al vencimiento.
- k. El área que requiera de un servicio deberá solicitarlo de manera formal a la Subdirección General Comercial mediante un oficio, mismo que deberá incluir la justificación que define a qué programa de gobierno se adhiere al titular de la Subdirección General Comercial para poder estar en tiempo y forma de llevar a cabo la búsqueda de los servicios y que estos cumplan con los requisitos para llevar a cabo la formalización con los proveedores.
- l. Los funcionarios de la entidad podrán disponer del intercambio de servicios con el objeto de cumplir eficientemente sus labores.
- m. En los intercambios de servicios se aplicará la “Tarifa Full” y a su vez se les podrá otorgar una bonificación de hasta del 200% ò 1+2=3
- n. La Dirección de Imagen Corporativa, deberá apegarse a esta política de Intercambio y a su vez a las generadas por la misma, a fin de estar alineados en el marco normativo.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

VIII. POLÍTICA DE CORTESÍAS.

El otorgamiento de cortesías, tiene la finalidad de apoyar a los organismos públicos, privados, asociaciones civiles, instituciones altruistas y dedicadas a difundir temas educativos, culturales y sociales que dan un servicio a la comunidad general y que no permiten fines lucrativos, este otorgamiento no limita al organismo sin fines de lucro a la adquisición de una campaña comercial por esa campaña o cualquier otra.

a. Toda solicitud de transmisión, en carácter de cortesía a Televisión Metropolitana. S.A. de C.V. deberá efectuarse en el formato de solicitud (Anexo 14) establecido por la Televisora para ese objeto, debiendo ser entregado únicamente en las oficinas de la Subdirección General Comercial.

b. El único conducto para la autorización de servicios de cortesía es el Director General y en su ausencia será la Subdirección General Comercial.

c. Toda solicitud de transmisión en carácter de cortesía, deberá efectuarse con una anticipación de cinco días naturales a la fecha en que se pretenda dar inicio las transmisiones televisivas. Si la solicitud se presenta con menos de ese



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

plazo el solicitante acepta tácitamente que su transmisión podrá, iniciar cuando sea posible para la Televisora.

d. Será motivo de rechazo de la solicitud el que la información aportada por el solicitante resulte incompleta en relación a los requisitos y documentos establecidos en el formato de solicitud. Pudiendo el solicitante replantear una nueva solicitud, que quedará sujeta a los tiempos de presentación y atención establecidos por la Televisora.

e. La Dirección General y la Subdirección General Comercial analizarán las solicitudes de cortesías y el periodo en que se puedan otorgar y se reservan el derecho de autorizar o declinar la autorización cuando derivado del análisis de la información aportada se desprenda que el solicitante, no cumple con alguno o algunos de los requisitos establecidos, o bien, cuando por las necesidades de la programación de la Televisora, no sea posible autorizar la solicitud.

f. La Dirección General y la Subdirección General Comercial se reservan el derecho de autorizar el número de transmisiones o impactos, pudiendo ser menores a los solicitados, en función de: la programación habitual de Canal 22; de los ajustes requeridos en la Pauta Diaria de Continuidad; de los ajustes requeridos en el Master de Transmisión o de los requerimientos de comercialización.

g. La Dirección General y la Subdirección General Comercial se reservan el derecho de designar los horarios de transmisión de las cortesías.

h. El solicitante acepta que la Televisora podrá en cualquier momento efectuar los cambios, en los horarios de transmisión de las cortesías que pudiera requerir.

i. La Gerencia de Operación y Tráfico es responsable de emitir el oficio de solicitud de transmisión, y turnarlo a la Gerencia de Control Técnico y Continuidad para que se proceda a su pautado y transmisión.

j. En ningún caso se deberán transmitir spot de cortesía sin contar con el oficio de solicitud de transmisión.

k. No se aceptarán cortesías por más de un mes de duración con la misma campaña publicitaria.

l. No se aceptarán cortesías por más de dos meses de duración.

m. No se aceptarán solicitudes provenientes de empresas con fines de lucro.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

- n. Sólo se autorizará la transmisión de cortesías de lunes a viernes.
- o. Los impactos se transmitirán solo en horario A.
- p. El importe del spot por minuto de transmisión (Anexo 8) se determinará utilizando la tarifa "A" aplicando la bonificación del 1,100% autorizada por el H. Consejo de Administración (Anexo 10).
- q. El Gerente de Operación y Tráfico será el responsable de iniciar el trámite para emitir la factura y nota de crédito por los servicios de transmisión y posteriormente entregarla al solicitante y conservar en el expediente el acuse de recibo en copia fotostática, así como emitir el reporte de transmisión.

IX. POLÍTICA DE VENTA DE TIEMPO EN PANTALLA DE CANAL 22 INTERNACIONAL.

A partir del 5 de mayo de 2004 se inició la transmisión de Canal 22 Internacional. En el primer trimestre de 2008 la comercialización comenzaría hacerse de manera formal con el apoyo de Alterna TV, International Corporation.

- a. Se aplicarán las mismas tarifas para todas las regiones de los Estados Unidos de América (Anexo 4).
- b. Los clientes de la Unión Americana, o de la República Mexicana interesados en tener campañas publicitarias podrán contratar tiempo en pantalla y se les aplicará una tarifa, dependiendo del horario de transmisión que conforme a los parámetros que manejan los canales de habla hispana, fluctúa entre los \$50 U.S. y \$150 U.S. por treinta segundos.
- c. Se aplicará la misma política comercial que utiliza el canal nacional.
- d. De la misma forma se aplicarán las mismas políticas aplicadas a la comercialización de los productos y servicios que ofrece Canal 22 en México con las bonificaciones autorizadas para las tarifas internacionales (Anexo 15).



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

e. Los clientes nuevos tendrán derecho a pruebas de mercado: como menciones, spots de cortesía, patrocinios de programa, de acuerdo al criterio que establezca la Subdirección General Comercial.

X. POLÍTICA PARA LA PRODUCCIÓN COMERCIAL DE SPOTS, CÁPSULAS O PROGRAMAS COMERCIALES QUE REALICE LA TELEVISORA.

Promover la venta de servicios de producción comercial a clientes interesados en la misma y generar recursos financieros para apoyar la operación de la Televisora.

Los principales factores que influyen para determinar el precio de cada producción de spots comerciales, cápsulas o programas comerciales, son los siguientes:

- La idea Creativa.
- El talento.
- El equipo a utilizar varía también de acuerdo a la idea propuesta.
- Siempre con base en la idea creativa está la contratación de personal.
- Locación o estudio.
- Arte.
- Vestuario.
- Viajes.
- Formato.
- Efectos especiales y efectos visuales.
- Post- Producción.
- Derechos de autor.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

De acuerdo con lo anterior, la cotización para la producción de spots, cápsulas o programas comerciales se realizará de acuerdo a la siguiente política:

- a. Previa solicitud por escrito por parte del área comercial, detallando la información de la cotización, el Gerente de Producción Comercial deberá emitir una cotización por los servicios de producción a desarrollar.
- b. La cotización para el cliente, la firmará el titular de la Subdirección General Comercial, en su ausencia, podrá ser firmada por el titular de la Dirección de Ventas o el titular de la Gerencia de Ventas.
- c. Tratándose de venta de servicios de producción a dependencias o entidades del Sector Público, o de la administración pública de alguna entidad federativa, se estará a lo dispuesto en el artículo primero, párrafos antepenúltimo y penúltimo, de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y el artículo tercero de su Reglamento, en relación al 49 por ciento que la Entidad podrá subcontratar con terceros.
- d. En el caso de empresas del sector privado no aplican porcentajes de subcontratación.
- e. El contrato de prestación de servicios con el productor lo elaborará invariablemente la Televisora, por conducto de la Dirección de Asuntos Jurídicos, en cuyo clausulado se establecerán las condiciones de pago, independientemente de la formulación del contrato con el cliente por la producción comercial.
- f. La Dirección de Producción deberá promover, ante la Dirección de Asuntos Jurídicos, la elaboración del contrato para formalizar los compromisos pactados con el productor, una vez que el cliente haya aprobado la cotización. Considerando en función del monto la previa intervención, según el caso, del Comité de Adquisiciones Arrendamientos y Servicios, debiendo gestionar su formalización, distribución e integración al expediente de la producción comercial.
- g. El periodo para realizar el cobro del servicio oscilará entre 15 y 45 días, a partir de la fecha en que se entregue la producción comercial concluida y la factura al cliente, con la finalidad de que se realice el pago al productor cuando la Dirección de Finanzas, reciba la transferencia bancaria o cheque.
- h. Se analizarán las necesidades de cada producción, adaptándose a las exigencias de cada cliente.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

- i. Una vez establecidas las necesidades se valorarán y se determinará si la producción se efectúa directamente por Canal 22 o se contrata a un tercero para su realización.
- j. En ambos casos la televisora deberá obtener un mínimo de utilidad del 15%, dependiendo de las circunstancias que se presenten en cada una de las producciones solicitadas.

XI. POLÍTICA DE INFORMECIALES.

La transmisión comercial de anuncios largos en los cuales se describe el uso de un producto, las bondades del mismo o del desarrollo de un tema relacionado con el mismo, generalmente tiene una duración de 30 a 60 minutos, es la unión del telemarketing y la publicidad masiva en televisión para lograr ventas espectaculares de productos masivos exitosos (Anexo 7).

- a. Los horarios para la transmisión de Infomerciales, serán de las 00:00 a las 05:59 horas. La Dirección de Programación de la señal de Canal 22 dónde se transmitan, podrá abrir espacios para infomerciales fuera de este horario, a conveniencia de la institución.
- b. Los horarios para la transmisión de Infomerciales en la señal Internacional, serán los siguientes:

Horario de madrugada
Lunes a viernes
02:00 am a 05:59 am
Adicional
06:00 am a 07:29 am



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Horario de madrugada
Sábado y domingo
02:00 am a 05:59 am
Adicional
06:00 am a 08:59 am
11:00 pm a 11:59 am

La Dirección de la señal Internacional podrá abrir o cerrar estos horarios, de acuerdo a sus políticas.

- c. Los clientes nuevos tendrán derecho a prueba de mercado: Como menciones, spots de cortesía de acuerdo al criterio que establezca la Subdirección General Comercial.
- d. La tarifa aplica para todos los formatos de duración de los infomerciales, basándonos para el cálculo en la tarifa de 30 minutos.
- e.

XII. POLÍTICA DE VENTA DE COPIADOS, TRANSFER Y RETAKE DE SPOTS COMERCIALES.

Canal 22 ha tenido la necesidad de realizar la venta de estos servicios a personas físicas y personas morales con base a lo siguiente:

- En las producciones comerciales, mencionadas anteriormente como una fuente de ingresos para la entidad, en caso de no venir implícito un número determinado de copias, de acuerdo a las necesidades de cada producción.
- Cuando se soliciten a la entidad copiados, transfer y en algunos casos retake de cualquier material, ya que esto implica un costo adicional para la televisora.

Por lo que resulta indispensable que Canal 22 ofrezca este servicio adicional contribuyendo de esta manera a la obtención de ingresos y así ganarnos la preferencia de nuestros clientes.

- a. El margen de utilidad para la realización de este servicio será de un mínimo de 10% hasta el 15% como máximo, debido a que no existe una tarifa fija,



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

permitiéndonos no estar fuera de mercado, ya que los copiados y transfer pueden ser en diferentes formatos y varían de acuerdo a la producción.

XIII. POLÍTICA DE VENTA DE TIEMPO AIRE PARA TRANSMITIR PROGRAMAS DE ACUERDO AL PERFIL CON CANAL 22 CON DURACIÓN DE 30 ó 60 MINUTOS.

Este tipo de venta por programa nace por iniciativa de los productores independientes de buscar espacios televisivos que permitan la difusión, promoción y comercialización de sus programas.

Canal 22 ofrecerá este servicio adicional para continuar con el objetivo fundamental de obtener recursos financieros y así fortalecer la operación de Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Con una mercadotecnia orientada al cliente.

- a. Los horarios para la transmisión de estos programas, dependerán de la disponibilidad y aprobación del Titular de la Subdirección General de Producción y Programación.
- b. Los contenidos de los programas deberán ser alineados con el perfil de audiencia y programación de Canal 22, además deberán ser revisados y autorizados por el Titular de la Subdirección General de Producción y Programación.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

c. Debido a que no existe este tipo de servicio en la industria televisiva, se manejarán tarifas variables (Anexo 6).

XIV. POLÍTICA DE CONVENIOS DE COLABORACIÓN.

Canal 22 puede buscar con instituciones públicas y privadas la obtención de servicios e insumos necesarios para complementar los requerimientos inmediatos e imprevistos de las producciones televisivas o de otras áreas de la Entidad, a cambio de servicios publicitarios en pantalla proporcionados por la Televisora.

El proceso es aplicable a los trámites y documentos para concertar la obtención de servicios de apoyo inmediatos e imprevistos para la operación de la Televisora, así como para las producciones y realizaciones de la misma que no impliquen desembolso de numerario para ninguna de las partes que intervienen.

La Entidad compensará a la contraparte mediante créditos, agradecimientos, logos a full, y/o menciones especiales en pantalla, por lo que, los servicios aportados por las partes no serán objeto de facturación.

a. La concertación del convenio de colaboración se refiere estrictamente a una prestación recíproca de servicios, sin que exista un fin de lucro para las partes, por lo tanto no se expedirá factura.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

b. El titular del área requirente, con base en sus necesidades de operación, deberá solicitar mediante oficio la intervención de la Dirección de Ventas para la negociación de las bases de concertación del convenio de colaboración, detallando en él los servicios requeridos. Así mismo propondrá las firmas comerciales, las instancias públicas o privadas con las que la Dirección de Ventas podrá llevar a cabo la concertación para obtenerlos. En caso de no contar con esta información así lo señalará, y requerirá en el oficio, el apoyo de la Dirección de Ventas en éste sentido.

c. El área requirente, una vez formalizado el convenio de colaboración, es responsable de supervisar el cumplimiento de los compromisos derivados del mismo.

d. Tratándose de negociaciones con dependencias y organismos del sector público y/o entidades del sector paraestatal, la Televisora podrá concertar su aportación mediante la transmisión de spots comerciales siempre que los acuerdos se efectúen en condiciones de equidad para ambas partes.

XV. POLÍTICA DE VENTA DE SERVICIOS TÉCNICOS DE PRODUCCIÓN.

Promover la prestación de servicios de producción, afines al quehacer de la entidad, a los clientes que lo soliciten aprovechando la capacidad instalada de la Televisora, en tiempo disponible para obtener recursos financieros de apoyo de operación. Este servicio es aplicable a los trámites y documentos requeridos para realizar la prestación de servicios de producción de la televisora, como lo es el uso de equipo técnico, entre estos servicios se incluyen: cámaras, pro-tools, edición y post-producción no lineal, unidad móvil, staff, etc. en atención a los clientes.

a. El Subdirector General Técnico y Operativo es responsable de elaborar el documento de bases de cálculo, para el servicio, así como de la determinación del costo total, que servirá de base para establecer el precio para el cliente.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

XVI. POLITICA DE LICENCIAMIENTO DE PROGRAMAS DE CANAL 22 CON COBERTURA NACIONAL E INTERNACIONAL.

De acuerdo a las condicionantes para la compra y venta de producciones a nivel nacional e internacional, se presenta y considera en el momento de la negociación lo siguiente:

- a. Si es un cliente que por primera vez invertirá en el Canal 22 (Cliente nuevo).
- b. La cantidad de horas televisivas que adquiere el cliente: no se considera lo mismo comprar un sólo programa que ofertar un paquete.
- c. La calidad de los productos que se comercializan. Se toma en consideración si están producidos en Standard Definition (SD) o High Definition (HD).
- d. Contenido y género.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

e. La región o país que está comprando. Se han catalogado en el Mercado Internacional diferentes zonas geográficas de acuerdo a la economía que rigen los países y su desarrollo tecnológico y televisivo.

Considerando estos factores, la negociación en este tipo de mercados, el cliente realiza una oferta, y el Canal decide si la venta es conveniente o no.

i. OBJETIVO.

- Difundir en diferentes mercados y países la cultura mexicana y la calidad de los productos del Canal 22.
- Posicionar las producciones propias a nivel nacional e internacional.
- Continuar con el incremento sostenido de ventas que se ha logrado.
- Consolidar a los clientes nuevos simplificando y facilitando la relación con ellos.
- Consolidar nuevos productos o servicios a clientes activos.
- Obtener nuevos clientes potenciales para el Canal 22.

ii. CONDICIONANTE.

Se podrán realizar con clientes nacionales e internacionales, pruebas de mercado de menciones, spots de cortesía y patrocinios, así como la venta de licenciamiento de programas a costos establecidos de acuerdo a la negociación, basada en la oferta y demanda que se presente en el mercado. Lo anterior validado por la Subdirección General Comercial.

Esta modalidad no es limitativa a ningún medio o forma de comunicación existente ni por existir, que solicite la compra del licenciamiento.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

XVII. POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE DERECHOS DE EXHIBICIÓN Y/O DISTRIBUCIÓN DE OBRAS AUDIOVISUALES DE CANAL 22 Y CONTROL DE INGRESOS POR REGALÍAS.

Efectuar la comercialización de derechos de exhibición y/o distribución de obras audiovisuales a favor de Canal 22, supervisando y controlando los ingresos por regalías generados por concepto de venta.

Este tipo de ingreso aplica a las actividades, trámites y documentos necesarios para realizar la comercialización de derechos de exhibición y/o distribución de obras audiovisuales del Canal 22 y el control de ingresos por el cobro de sus regalías

- a. La comercialización de derechos de exhibición y/o distribución de obras audiovisuales propiedad de la Entidad, deberá ser realizada por la Subdirección General Comercial con la Subdirección General de Producción y Programación.
- b. El Agente Venta que realice la comercialización de derechos de Exhibición y/o distribución de obras audiovisuales, en coordinación con, el titular de la Gerencia de Ventas, es responsable de realizar la integración de un expediente



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

por cliente, con toda la documentación que acredite su condición legal, fiscal y mercantil incluyendo los términos de la venta.

c. El Agente de Venta promoverá la comercialización de los derechos y gestionará los tratos preliminares con el cliente, apegándose a las condiciones de venta y a los acuerdos previamente establecidos por la Subdirección General Comercial y la Subdirección General de Producción y Programación, procurando que los mismos se realicen en condiciones de equidad.

d. Independientemente del Agente de la Venta que realice la comercialización de derechos de exhibición y/o distribución de obras audiovisuales, se deberá notificar al titular de la Subdirección General Comercial, el contenido y el alcance legal del instrumento jurídico que se celebre, entre el área promotora y el cliente.

i. CONDICIONANTE.

En caso de coproducciones o proyectos en conjunto con otras instituciones públicas, personas físicas o personas morales se regirá la comercialización de derechos de exhibición y/o distribución de obras audiovisuales de Canal 22 y el control de ingresos por regalías por los porcentajes que se dicten en el convenio o acuerdo establecido previamente entre las partes.

Esta modalidad no es limitativa a ninguna forma de comercialización existente ni por existir, que solicite los derechos de exhibición y/o distribución de obras audiovisuales de Canal 22.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

XVIII. POLÍTICA DE COMISIÓN MERCANTIL.

La Subdirección General Comercial para ampliar la posibilidad de captación de nuevos clientes solicitó al H. Consejo de Administración la autorización de llevar a cabo contratos mercantiles con personas físicas o morales (comisionistas) logrando así, tener una ventana más de oportunidad para aumentar sus ingresos, pero que deberán cumplir con las siguientes condicionantes:

- a. Se firmará un con contrato de comisión mercantil donde el Comitente pague al Comisionista el porcentaje que resulte de las ventas conforme al Anexo 12.
- b. La cantidad resultante será pagada al Comisionista una vez que el cliente captado realice el pago al Comitente.
- c. El Comisionista no podrá unir o sumar dos o más campañas de diferentes clientes para alcanzar un porcentaje de comisión, esto sólo aplica para una negociación.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

- d. El comisionista deberá de respetar los clientes que forman parte de la cartera de Canal 22, sólo aplicará la tabla de comisiones para clientes que por primera vez invierten en la televisora o que reactivan contraprestación después de tres años de inactividad.
- e. El comisionista deberá contar con un documento que avale que él es el conducto por el cual se formaliza la negociación con Canal 22, firmado por el Director de Comunicación Social u homólogo, ya sea de iniciativa privada o del sector gobierno, para la señal nacional o internacional.
- f. El comisionista deberá informar por escrito al titular de la Subdirección General Comercial, las condiciones de la negociación, tarifas, fechas de pago y todo lo relacionado con la correcta transmisión de la campaña publicitaria.

XIX. POLÍTICA DE PATROCINIO

Este tipo de venta consiste en todas aquellas acciones que vinculen una marca a contenidos, pudiendo ser producciones adquiridas, producciones propias, coproducciones o cualquier otro producto existente o por existir que se transmita en nuestras señales.

También se puede referir a cuando el anunciante paga el costo total o parcial de la producción de un programa de televisión a cambio de la mención o promoción de su marca o producto durante la transmisión del mismo.

Se pueden considerar diversas formas de patrocinio:

- a) Cortinillas de entrada (presenta) y salida (presentó).

Se podrá considerar poner una cortinilla como presentación de un programa inmediatamente antes del inicio del mismo y una cortinilla de salida que indique



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

fue presentado por algún cliente, inmediatamente al término del mismo, para que el cliente se vincule directamente a los contenidos del Canal.

Esta forma de patrocinio podrá o no incluir, dependiendo de la negociación, un minuto de spoteo, refiriéndose a 2 spots con duración de 30 segundos y/o en su caso 3 spots con duración de 20 segundos.

Estas cortinillas no pueden durar más de 10 segundos cada una.

b) Cortinillas de continuamos y regresamos.

Se podrá considerar poner una cortinilla inmediatamente antes del inicio de un corte comercial con la leyenda continuamos, e inmediatamente al cierre del corte comercial una cortinilla con la leyenda regresamos.

Estas cortinillas no pueden durar más de 10 segundos cada una.

c) Logotipos en créditos de entrada y / o salida y agradecimientos

Estos logotipos se pueden poner en los programas de producción propia y noticias de Canal 22, cuando un cliente tenga interés de que su marca, institución o empresa, se vincule al programa y tenga algún vínculo con la producción del mismo.

Para cualquiera de estas formas de patrocinio o para cualquier otra posibilidad que pudiera existir en un futuro, se debe tener en cuenta la siguiente política:

a. Con la finalidad de dar certeza jurídica a la titularidad de las marcas y / o logotipos que no sean propios de Canal 22 y que sean objeto de menciones o promociones durante la transmisión de programas en nuestras señales, el anunciante deberá exhibir el registro de marca y / o logotipos que expide el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

b. Las acciones de patrocinio pueden o no ser exclusivas, dependiendo de la negociación.

c. Pueden convivir más de una marca en el patrocinio de cualquier producto que se transmita en Canal 22.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

- d. Pueden convivir marcas que anuncien productos parecidos, siempre y cuando se le notifique al cliente que un competidor también patrocinará.
- e. Los patrocinios pueden ser en una sola modalidad o combinar más de uno en un solo programa o noticiero.
- f. Todas las modalidades de patrocinios pueden ser consideradas para la negociación de intercambios de servicios, sobre todo cuando el servicio que se requiera esté vinculado directamente con el programa o noticiero que se produzca.
- g. Las acciones especiales generadas específicamente para el financiamiento de la compra o la producción de programas, deberá obedecer a lo siguiente:
- Una vez que la Subdirección General de Producción y Programación y / o el área requirente, solicite formalmente hacer labor de venta para el financiamiento total o parcial para la compra o la producción de un programa, deberá incluir en esta solicitud las condicionantes y acciones que estarán dispuestos a cubrir dentro sus costos de producción como justificación a la contraprestación que está otorgando el anunciante. De esta manera el área comercial, tendrá todos los elementos para poder ofrecer el producto y dar a conocer al anunciante lo que recibirá a cambio de la contraprestación.

Para este último inciso, tomaremos en cuenta lo siguiente:

- a. En los casos de producciones propias, el área solicitante, deberá entregar el proyecto que requiere una búsqueda de recursos financieros para su producción por escrito, con el presupuesto que se requiera para todo el proyecto, imágenes que soporten el proyecto e idealmente con un demo como soporte de la idea. Debe incluir las acciones comerciales en las que se pueda tener presencia de marca y la forma en que se pueden realizar las menciones de la marca que invierte.
- b. En los casos de producciones adquiridas, el área solicitante, deberá entregar el listado de producciones que requiere, el costo que tiene su adquisición, si es unitario o el total de capítulos a adquirir y la duración de los mismos, esta solicitud la debe hacer llegar a la Subdirección General Comercial, acompañada del horario en el que transmitirá el producto y el esquema de transmisión (días o semanas en las que se transmitiría en caso de ser más de un capítulo) para que la Subdirección General Comercial pueda soportar la propuesta.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

c. La Subdirección General Comercial deberá manejar entre un diez y treinta por ciento del costo que se requiere para el proyecto, como margen de ganancia para el Canal 22. Del monto total que se ofrece al cliente, se soportará el costo de las acciones comerciales que se ofrezcan.

XX. POLÍTICA DE AGENTES DE VENTA DE LICENCIAMIENTO DE PROGRAMAS

Es la persona física o moral, externa a Canal 22, que firma un contrato con la institución para venta del licenciamiento de programas audiovisuales que se encuentran disponibles en el catálogo de programación para cualquier medio de reproducción conocida o por conocerse.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Para este tipo de venta en específico se deberán respetar las condiciones contractuales pactadas con cada uno de los agentes de venta.

XXI. POLÍTICA PARA OTRAS FUENTES DE INGRESO.

Otras fuentes de ingresos para anunciantes, personas físicas y personas morales no contemplados en los puntos anteriores, se requerirá la aprobación del Director General de Canal 22 y en caso de considerarse necesario, posteriormente, se elaborarán las Políticas y Procedimientos requeridos.



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

XXII. POLÍTICA PARA LAS MODALIDADES DE COMERCIALIZACIÓN NO DESCRITAS DENTRO DE ESTE DOCUMENTO.

Como es de conocimiento general, al igual que la tecnología avanza gradualmente en poco tiempo, el ámbito comercial no puede quedarse atrás en implementar



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

nuevas formas de comercialización de acuerdo a las innovaciones o los estándares universales que marca la competencia, con respecto a este punto es importante apegarnos a la siguiente política.

Si existe la posibilidad de lograr una venta de una forma diferente a las mencionadas anteriormente, se deberá presentar un estudio que justifique explique, verifique y avale el monto de la contraprestación por esta nueva modalidad, la cual se pondrá a consideración de la Dirección General para su autorización.

GENERALES

Estas Políticas Generales de Comercialización se generan en base a las políticas ya existentes, con la intención de contar con un marco ampliado y actualizado a las necesidades del mercado, y sustituirán a las políticas anteriores a partir de la firma del presente.

Para la generación de este documento, no se consideran modificaciones a los precios, tarifas y bonificaciones autorizadas por el H. Consejo de Administración.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Las presentes políticas aplican a toda la entidad y cualquier venta y/o acto comercial, independientemente del área que la gestione, deberá ser autorizada y formalizada por la Subdirección General Comercial.

El Director General de Televisión Metropolitana, S. A. de C. V. Canal 22, independientemente de todo lo señalado en estas políticas tendrá la facultad única y exclusiva previa justificación, de autorizar precios y tarifas distintas al contenido de este documento, según las necesidades de la entidad, buscando en todo momento los intereses de la misma.

Para aquellas potenciales fuentes de ingreso no consideradas en este documento, se realizará la negociación de acuerdo al mercado nacional e internacional en el momento de la venta y según sea el caso. Por esta razón, el titular de la Subdirección General Comercial tendrá la facultad de presentar y / o solicitar si así lo requiere, una justificación a las diferentes áreas, para sustentar el monto de la contraprestación, que se presente en el momento de la negociación, de acuerdo a los estándares comerciales y/o a la oferta y demanda de cada producto.

Es importante mencionar que el área que formalice la negociación será la responsable en todo momento de dar seguimiento, de los alcances y la verificación del correcto cumplimiento de las obligaciones que se pacten.

RESPONSABLES DE LA INFORMACIÓN



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

KARLA CECILIA HIGUERA
VILLANUEVA
SUBDIRECTORA GENERAL
COMERCIAL

RAÚL CREMOUX
DIRECTOR GENERAL



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

FUNDAMENTO LEGAL

LEY FEDERAL DE LAS ENTIDADES PARAESTATALES

ARTICULO 59.- Serán facultades y obligaciones de los directores generales de las entidades, las siguientes:

- IX.** Establecer los sistemas de control necesarios para alcanzar las metas u objetivos propuestos;

**Anexo 1
Tarifas publicadas**



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

TARIFAS 2015

TARIFAS PUBLICADAS VIGENTES DURANTE 2015

***** CANAL 22 *****
Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

A		AA		AAA		TARIFAS ESPECIALES	
40"	24,384.00	40"	24,690.00	40"	24,895.00	40"	24,203.00
40"	24,390.00	40"	24,696.00	40"	24,901.00	40"	24,209.00
30"	12,442.00	30"	12,546.00	30"	12,649.00	30"	12,455.00
20"	8,291.00	20"	8,335.00	20"	8,378.00	20"	8,198.00

00:01 a 17:00 h 17:01 a 19:00 h 19:01 a 24:00 h

Tarifa Index. No incluye IVA.
 Enviar orden de compra con 4 días de anticipación.
 Cancelaciones o cambios con 7 días de anticipación.
 Envío de material a transmitir con 3 días de anticipación.
 Formato de material: DVCPRO HD o mov. Quicktime.
 HD 1080P/60FPS 14:9. Frame size: 1280x720
 Pixel aspect ratio: HD 1280x720. Field dominance: Upper field
 Frame rate: 29.97. Codec: DVCPRO HD 300060
 Audio rate: 48KHz a 24bits
 Señales analógicas con resolución mayor de 20" G2



MÁS INFORMACIÓN:
 Subdirección General Comercial Canal 22
 55 44 90 22 • Cal. 3036, 3038, 3047
www.canal22.org.mx

**Anexo 2
Tarifas preferenciales**



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

TARIFAS 2015

TARIFAS PREFERENCIALES VIGENTES DURANTE 2015

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

A		AA		AAA		TARIFA DE PATROCINIO
60"	2,400.00	60"	5,000.00	60"	9,000.00	60" 10,350.00
40"	1,600.00	40"	3,400.00	40"	5,000.00	
30"	1,200.00	30"	2,500.00	30"	4,500.00	
20"	800.00	20"	1,700.00	20"	3,000.00	
00:01 a 17:00 h		17:01 a 19:00 h		19:01 a 24:00 h		

Tarifas brutas. No incluyen IVA.
 Enviar orden de compra con 4 días de anticipación.
 Cancelaciones o cambios con 3 días de anticipación.
 Envío de materiales a transmitirse con 3 días de anticipación.
 Formato de material: **DVCproHD .mxf, Quicktime.**
 HIG DEFINITION 16:9 - Frame size: 1280x1080
 Pixel aspect ratio: HD 1280x1080 - Field dominance: Upper (odd)
 Frame rate: 29.97 - Codec: DVCproHD 1080i60
 Audio rate: 48KHz a 16bits
 Bebidas alcohólicas con graduación mayor de 20° CL después de las 22 hrs

MÁS INFORMACIÓN:
 Subdirección General Comercial Canal 22
 55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

CONACULTA

**Anexo 3
Tarifas de intercambio**



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

TARIFAS 2015

TARIFAS DE INTERCAMBIO DURANTE 2015

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

A		AA		AAA		TARIFAS ESPECIALES	
60"	24,884.00	60"	39,690.00	60"	54,495.00	60"	64,822.00
40"	16,590.00	40"	26,460.00	40"	36,330.00	40"	43,215.00
30"	12,442.00	30"	19,845.00	30"	27,248.00	30"	32,411.00
20"	8,295.00	20"	13,230.00	20"	18,166.00	20"	21,608.00
00:01 a 17:00 h		17:01 a 19:00 h		19:01 a 24:00 h			

Tarifas brutas. No incluyen IVA.
 Enviar orden de compra con 4 días de anticipación.
 Cancelaciones o cambios con 3 días de anticipación.
 Envío de materiales a transmitirse con 3 días de anticipación.
 Formato de material: **DVCproHD .mov, Quicktime.**
 HIG DEFINITION 16:9 Frame size: 1280x1080
 Pixel aspect ratio: HD 1280x1080 Field dominance: Upper (odd)
 Frame rate: 29.97 Codec: DVCproHD 1080i60
 Audio rate: 48KHz a 16bits
 Bebidas alcohólicas con graduación mayor de 20° GL

MÁS INFORMACIÓN:

Subdirección General Comercial Canal 22
 55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

**Anexo 4
Tarifas internacionales**



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Anteriores

TARIFAS 2015

TARIFAS PUBLICADAS DE CANAL INTERNACIONAL

..... CANAL 22

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

FORMATO	PRECIO	HORARIO
Spot 10"	\$5 a 25 USD	00:01 A 24:00 hrs.
Spot 20"	\$10 a 40 USD	00:01 A 24:00 hrs.
Spot 30"	\$10 a 75 USD	00:01 A 24:00 hrs.
Spot 60"	\$10 a 100 USD	00:01 A 24:00 hrs.
Spot 120"	\$20 a 125 USD	00:01 A 24:00 hrs.
Spot 240"	\$30 a 150 USD	00:01 A 24:00 hrs.
Infomercial de 30 minutos	\$100 a 500 USD	Lunes - Viernes 2am-8am
		Sábado - Domingo 2am-8am



MÁS INFORMACIÓN:

Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

Actualizadas (rectificadas)

TARIFAS 2015

TARIFAS PUBLICADAS DE CANAL INTERNACIONAL

..... CANAL 22

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

FORMATO	PRECIO	HORARIO
Spot 10"	\$5 a 25 USD	00:01 a 24:00 hrs.
Spot 20"	\$10 a 40 USD	00:01 a 24:00 hrs.
Spot 30"	\$10 a 75 USD	00:01 a 24:00 hrs.
Spot 60"	\$10 a 100 USD	00:01 a 24:00 hrs.
Spot 120"	\$10 a 125 USD	00:01 a 24:00 hrs.
Spot 240"	\$20 a 150 USD	00:01 a 24:00 hrs.
Infomercial de 30 minutos	\$75 a 500 USD	Lunes a Viernes de 2am a 8 am
		Sábado-Domingo 2am a 8 am



MÁS INFORMACIÓN:

Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

Es importante mencionar que las tarifas corregidas fueron presentadas y autorizadas por los miembros del H. Consejo de Administración de esta Entidad en su Segunda Sesión Ordinaria 2015 celebrada el 25 de mayo del mismo año.



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

Tarifa de venta de tiempo aire para transmitir programas

TARIFAS 2015

TARIFA PROGRAMA

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

TARIFA DE PROGRAMA MÍNIMO

30" \$63,000.00

60" \$125,000.00

TARIFA DE PROGRAMA MÁXIMO

30" \$70,000.00

60" \$150,000.00



CONACULTA

MÁS INFORMACIÓN:

Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

Anexo 6



CONACULTA

Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Tarifa de infomerciales

TARIFAS 2015

TARIFA INFOMERCIAL

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

TARIFA DE INFOMERCIAL

30" \$14,490.00

 **MÁS INFORMACIÓN:**
Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

CONACULTA

Anexo 7 Tarifa de cortesías



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

TARIFAS 2015

TARIFA CORTESIA

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

A

15 ^º	\$518.42
20 ^º	\$691.22
30 ^º	\$1,036.88
60 ^º	\$2,073.66

07:01 a 17:00h



CONACULTA

MÁS INFORMACIÓN:

Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

**Anexo 8
Bonificaciones en tiempo por monto de contraprestación**



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

TARIFAS 2015
CON ESCALA DE BONIFICACIONES

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

ESCALAS	INVERSIÓN		BONIFICACIÓN		
	Hasta	a	Del	100%	ó
1.-		\$50,000	Del	100%	ó 1+1=2
2.-	De	\$50,001 a 150,000		200%	ó Al 500%
3.-		150,001 a 300,000		600%	ó 1+6=7
4.-		300,001 a 500,000		700%	ó 1+7=8
5.-		500,001 a 750,000		800%	ó 1+8=9
6.-		750,001 a 999,999		900%	ó 1+9=10

 **MÁS INFORMACIÓN:**
Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Anexo 9

Bonificación a clientes con contraprestación de \$1,000,000.00 en adelante

TARIFAS 2015
CON ESCALA DE BONIFICACIONES

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

ESCALAS	INVERSIÓN	BONIFICACIÓN
7.-	\$1,000,000 a 1,250,00	1,000% ó 1+10=11
8.-	\$1,250,00	1,000% ó 1+11=12

 **MÁS INFORMACIÓN:**
Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

Anexo 10 Orden de compra



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015



ORDEN DE COMPRA

FOLIO No.

TELEVISIÓN METROPOLITANA, S.A. DE C.V.
Calle Atletas No. 2, Edificio Pedro Infante, Col. Country Club
C.P. 04220, Delegación Coyoacán, México D.F.
Tels. 5544.9022 ext. 3050 / 3038

DIA	MES	AÑO
-----	-----	-----

FACTURAR A NOMBRE DE:	
Cliente:	
Razón Social / Nombre :	
R.F.C.:	
Dirección:	
Colonia:	Código postal:
Población:	Delegación:
Nombre de contacto de facturación:	
Correo electrónico:	
Teléfono:	

DATOS DE CONTACTO	
Nombre:	
Cargo:	
Correo electrónico:	
Teléfono:	
Dirección:	
Colonia:	Código postal:
Población:	Delegación:
Por conducto de:	

SERVICIO A CONTRATAR			
Tiempo en pantalla:	<input type="text"/>	Patrocinio:	<input type="text"/>
Capsulas:	<input type="text"/>	Publirreportaje:	<input type="text"/>
Producción:	<input type="text"/>	Otros:	<input type="text"/>

DATOS GENERALES DE TRANSMISIÓN	
Tema de campaña:	
Versión(es):	
Duración del spot:	
Fecha de inicio:	Fecha de término:
Número de semanas:	Cantidad total de impactos:
Fecha de entrega del material:	
<small>TIPO DE MATERIAL: <input type="checkbox"/> DVCPHD, .mov ó Quicktime. Especificaciones: High Definition 16:9, Frame size: 1280 x 1080, Pixel aspect ratio: HD 1280x1080, Field dominance: Upper (odd), Frame rate: 29.97, Codec: DVCPHD 1080i60, Audio rate: 48 KHz a 16bits., 29.97 cuadros por segundo.</small>	

DESGLOSE DE LA PAUTA POR FRANJA HORARIA			
FRANJA HORARIA	TIPO	TOTAL DE IMPACTOS	COSTO TOTAL
00:01 hrs. a 17:00 hrs.	A		
17:01 hrs. a 19:00 hrs.	AA		
19:01 hrs. a 00:00 hrs.	AAA		

INVERSIÓN	FACTURACIÓN	CONDICIONES DE PAGO
Inversión:	Requiere contrato <input type="checkbox"/> si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>	
IVA:	Fecha aproximada de facturación:	
Total:	Fecha aproximada de pago:	
Importe con letra:		

EXCLUSIVO PARA SECTOR PÚBLICO	
Testigos	<input type="checkbox"/> si <input type="checkbox"/> no <input type="checkbox"/>
Especificaciones:	

OBSERVACIONES
ANEXO:

AUTORIZACIÓN
Nombre:
Cargo:

CANAL 22
Karla Higuera Villanueva
Subdirectora General Comercial

Esta orden deberá ser entregada junto con la pauta de transmisión o cotización del servicio cotratado firmadas en original.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

CONDICIONES DE COMPRA DE TELEVISION METROPOLITANA, S.A. DE C.V

PARA LOS EFECTOS DE LAS CONDICIONES DE VENTA A CONTINUACION DETALLADAS, DEBERA ENTENDERSE COMO:

CANAL 22:

TELEVISION METROPOLITANA, S.A. DE C.V.

DATOS DE FACTURACIÓN:

TODOS LOS DATOS FISCALES DEL CLIENTE PARA LA ELABORACIÓN DE LA FACTURA.

DATOS DE CONTACTO:

TODOS LOS DATOS DE LA PERSONA ENCARGADA DE HACER LA CONTRATACIÓN DE LA DIFUSIÓN PUBLICIARIA.

CONDICIONES DE COMPRA DE TELEVISION METROPOLITANA, S.A. DE C.V

ORDEN DE COMPRA:

- 7.- Todas las cancelaciones parciales o totales que se presenten, deberán ser notificadas por escrito a la SUBDIRECCIÓN GENERAL COMERCIAL DE CANAL 22, con una anticipación mínima de 72 horas antes de la primera transmisión.
 - 8.- Para todo lo relativo a la interpretación, cumplimiento, rescisión y terminación, el Solicitante o el Anunciante se someten a las leyes aplicables en el Distrito Federal, y a los jueces y Tribunales del mismo, renunciando a cualquier otro fuero que pudiera corresponderles en razón de su domicilio actual o futuro. Formato que contiene los datos generales de la contratación (PRESENTE DOCUMENTO).
 - 1.- La presente ORDEN DE COMPRA, deberá ser entregada debidamente firmada, antes del inicio de la transmisión, en las oficinas de la SUBDIRECCIÓN GENERAL COMERCIAL DE CANAL 22.
 - 2.- Canal 22 no aceptará el material del Anunciante y/o Solicitante, si no cumple con las características solicitadas. (HIGH DEFINITION 16:9 FRAME SIZE. 1280 X 1080, PIXEL ASPECT RATIO: HD 1280 X 1050 FIELD DOMINANCE: UPPER (ODD) FRAME RATE.29.97 CODEC:DVCPRO HD 10800i60 AUDIORATE: 48KHZ A 16 bits) y/o no llene los requisitos de calidad para su adecuada transmisión, EL CANAL 22 se lo hará saber al anunciante y/o solicitante, 24 hrs, después de haberlo recibido.
 - 3.- El Anunciante y/o Solicitante deberán cumplir, a satisfacción de CANAL 22, con las disposiciones legales aplicadas en materia de programación y publicidad, a fin de que las transmisiones de sus materiales puedan realizarse, Sin este requisito, CANAL 22 podrá negar transmisión,
 - 4.- Canal 22 no tendrá responsabilidad alguna por el contenido y/o fidelidad de los spots, ni por el impacto publicitario que causen en el tele auditorio,
 - 5.- Cualquier modificación a los conceptos o requisitos contenidos en esta ORDEN DE COMPRA, será motivo de una nueva solicitud,
 - 6.- Queda expresamente estipulado, CANAL 22 se reserva el derecho de cancelar total o parcialmente esta ORDEN DE COMRA.,
- En adición a estas condiciones, la presente Orden de Compra deberá ajustarse, en primera instancia, a las políticas, procedimientos y condiciones generales de venta establecidas en el cuadro de tarifas en vigor.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Anexo 11 Tabla de comisiones para personas físicas

TARIFAS 2015

COMISIONES PARA PERSONAS FÍSICAS

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

INVERSIÓN		PORCENTAJE
\$ -	a	\$500,000.00 7%
\$500,001.00	a	\$1,000,000.00 10%
\$1,000,000.01	a	Más 15%

Nota: Se otorgaran a estos hasta un 25% de comisión sobre el valor neto de las ventas realizadas por tiempo en pantalla.

MÁS INFORMACIÓN:

Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

Las condiciones de este contrato mercantil, estarán sujetas a las mismas aprobadas por el H. Consejo de Administración de esta empresa, el día 24 de marzo de 2004, donde autoriza la apertura del Canal para la venta de tiempos.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Tabla de comisiones para personas morales

TARIFAS 2015

COMISIONES PARA PERSONAS MORALES

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

INVERSIÓN		PORCENTAJE	
\$ -	a	\$2,840,000.00	3%
\$2,840,000.01	a	\$3,000,000.00	4%
\$3,000,000.01	a	Más	5%

MÁS INFORMACIÓN:
Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx

Las condiciones de este contrato mercantil, estarán sujetas a las mismas aprobadas por el H. Consejo de Administración de esta empresa, el día 24 de marzo de 2004, donde autoriza la apertura del Canal para la venta de tiempos.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Anexo 12 Especificaciones técnicas de los materiales a transmitir

ESPECIFICACIONES PARA TRANSMISIÓN DE MATERIALES

FORMATO

DVCproHD .mov Quicktime

ESPECIFICACIONES

- High Definition 16:9
- Frame size: 1280 x 1080
- Pixel aspect ratio: HD 1280x1080
- Field dominance: Upper (odd)
- Frame rate: 29.97
- Codec: DVCPRO HD 1080i60
- Audio rate: 48 KHz a 16bits



MÁS INFORMACIÓN:

Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Anexo 13 SOLICITUD PARA LA TRANSMISIÓN DE SPOTS POR CORTESÍA

México, D.F. a _____(1) de _____(2) de 201__

Raúl Cremoux
Director General
Canal 22

Institución o persona: (4) _____
Nombre del representante: (5) _____
Cargo o puesto: (6) _____

El que suscribe, por este conducto solicita a Canal 22 su apoyo para la transmisión de spots por cortesía, de la campaña que tiene el siguiente título:
(7) _____ mensaje dirigido al público en general .

Versiones y duraciones: (8)
Título de la versión (8)
Duración en segundos (9)
1. _____

2. _____

3. _____

Esta solicitud se fundamenta en los siguientes objetivos sociales y culturales de la campaña: (10)

Inicio de transmisiones; Se solicita inicie: el _____ (11) de _____ de 2015 y concluya: el _____ (12) de _____ de 2015. (No se aceptarán cortesías por más de un mes de duración de la misma versión publicitaria).

En caso de verme favorecido con la autorización de esta petición, acepto que se me haga llegar vía correo electrónico el reporte de servicio de transmisión por los impactos transmitidos, comprometiéndome a enviarla por mail firmada y / o sellada de recibido, y que por ser una transmisión de cortesía no tendrá ningún costo para mí o la institución que represento.



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

El material deberá ser entregado **ÚNICAMENTE** en los formatos: **DVCPROHD ó XDCAM**, o en Archivos: **DVCproHD .mov, Quicktime** con las especificaciones: HIGH DEFINITION 16:9, Frame size: 1280 x 1080, Pixel aspect ratio: HD 1280x1080, Field dominance: Upper (odd), Frame rate: 29.97, Codec: DVCPPro HD 1080i60, Audio rate: 48 KHz a 16bits., 29.97 cuadros por segundo.

Nombre o razón social para la emisión de la factura / reporte de transmisión (13)

 correo electrónico: _____ RFC. : (14)
 _____ Anexar una fotocopia de su RFC. (15) Tel:
 _____ Domicilio fiscal: (16)

El suscrito acepta que Canal 22 hará lo posible por cumplir con esta solicitud, pero que la aceptación, rechazo o modificación en fechas y número de impactos responde a políticas internas y de transmisión y por tanto, acepta de conformidad cualquier variación.

Nombre: (17) _____

Firma (18)

**DIRECCIÓN GENERAL
GENERAL COMERCIAL**

SUBDIRECCIÓN

Recibe	AUTORIZA	Fecha de Recepción:	Días de transmisión L M M J V <div style="border: 1px solid black; width: 80px; height: 30px; margin: 0 auto;"></div>
Material DVD Wetransfer USB Disco duro XDCAM	Raúl Cremoux Director General	Inicio:	No. de Impactos diarios
		Término:	

Para llenado exclusivo de Canal 22



Televisión Metropolitana S.A. de C.V. Políticas Generales de Comercialización A partir del 01 de junio de 2015

Observaciones:

Notas: Los pagos deben realizarse antes de que inicien las transmisiones.

En ningún caso se devolverá el material entregado a Canal 22.

SOLICITUD PARA LA TRANSMISIÓN DE SPOTS POR CORTESÍA

(INSTRUCTIVO DE LLENADO, FAVOR DE LLENAR TODO LO INDICADO)

1. Anotar el número del día en que se elabora la solicitud.
2. Anotar el nombre del mes al que corresponde el día de elaboración de la solicitud.
3. Anotar el último dígito del año al que corresponde el día y mes de elaboración de la solicitud.
4. Anotar el nombre de la institución u organismo que solicita la cortesía.
5. Anotar el nombre del representante de la institución que solicita la cortesía.
6. Anotar el cargo o puesto que ostenta en la institución u organismo que representa.
7. Anotar el título de la campaña que se desea promover.
8. Anotar la versión (es) que se solicita se transmita.
9. Anotar la duración en segundos correspondiente a cada uno de los materiales que se entregan.
10. Anotar los objetivos sociales y/o culturales de la campaña que se pretende promover.
11. Anotar el día, mes y año en que se solicita iniciar las transmisiones.
12. Anotar el día mes y año en que se solicita concluyan las transmisiones. (No se aceptarán cortesías por más de un mes de duración de la misma versión publicitaria).
13. Anotar el nombre o razón social al que se pretende se expida la facturación.
14. Anotar la clave de Registro Federal de Contribuyentes completa de la persona física o moral a que se pretende se expida la facturación.
15. Indicar con una marca si el solicitante entrega copia del Registro Federal de Contribuyentes (Es necesario anexar una fotocopia del RFC de la institución solicitante).
16. Anotar el domicilio fiscal del titular del RFC. a quien se expediría la facturación.
17. Anotar el nombre del representante o persona que solicita la cortesía.
18. Asentar la firma del solicitante de la cortesía.



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

Nota importante:

La solicitud deberá ser entregada con el material en los formatos indicados junto con una fotocopia del RFC de la institución solicitante. La presentará el solicitante en original y copia, destinándose el original para el Director General de la Televisora junto con el material de la campaña y la copia servirá como acuse de recibo para el solicitante.



**Televisión Metropolitana S.A. de C.V.
Políticas Generales de Comercialización
A partir del 01 de junio de 2015**

**Anexo 14
Bonificaciones para las tarifas de la señal de Canal 22 Internacional**

TARIFAS 2015
CON ESCALA DE BONIFICACIONES
CANAL INTERNACIONAL

..... **CANAL 22**

Televisión Metropolitana S.A. de C.V.

ESCALAS	INVERSIÓN		BONIFICACIÓN		
	Hasta	a	Del	ó	
1.-		US\$5,000	100%	ó	1+1=2
2.-	De	US\$5,001 a US15,000	200%	ó	Al 500%
3.-		US15,001 a US30,000	600%	ó	1+6=7
4.-		US30,001 a US50,000	700%	ó	1+7=8
5.-		US50,001 a US75,000	800%	ó	1+8=9
6.-		US75,001 a US99,999	900%	ó	1+9=10

 **MÁS INFORMACIÓN:**
Subdirección General Comercial Canal 22
55 44 90 22 • Ext. 3036, 3038, 3042
www.canal22.org.mx