

## INFORMES ANTICIPADOS DE GASTOS EN RADIO Y TELEVISIÓN

Periodo reportado: 15 de enero a 15 de marzo de 2006

### COALICIÓN ALIANZA POR MÉXICO

APM						
Televisión <sup>1</sup>						
		Contrato Televisa, S.A. de C.V.	Contrato 1 TV Azteca, S.A. de C.V.	Contrato 2 TV Azteca, S.A. de C.V.	Contrato Comercializadora Sport & Branding, S.A. de C.V. <sup>2</sup>	TOTAL Reportado
<b>CONTRATADO</b>	<b>Fecha del contrato</b>	24 de febrero	27 de febrero	27 de febrero	24 de febrero	—
	<b>Periodo de transmisión contratado</b>	19 de enero al 28 de junio	19 de enero al 28 de junio	19 de enero al 28 de junio	26 de febrero	—
	<b>Número de promocionales contratados</b>	N.D.	N.D.	N.D.	7	<b>7</b>
	<b>Monto total por contrato</b>	\$230,000,000	\$17,250,000	\$23,000,000	\$462,000	<b>\$270,712,000</b>
<b>TRANSMITIDO</b>	<b>Número de promocionales transmitidos en el periodo<sup>3</sup></b>	1,153	N.D.	N.D.	8	<b>1,161</b>
	<b>Segundos transmitidos en el periodo por promocionales</b>	29,860	N.D.	N.D.	221	<b>30,081</b>
	<b>Gasto en el periodo</b>	\$80,545,391.65	N.D.	N.D.	\$441,000	<b>\$80,986,391</b>

<sup>1</sup> Este reporte fue elaborado con la información proporcionada por la coalición en su informe anticipado de gastos en radio y televisión.

<sup>2</sup> Empresa cuyo objeto es vender publicidad virtual en los partidos transmitidos por Televisa y TV Azteca.

<sup>3</sup> El número incluye tanto promocionales locales, como nacionales, en horarios y frecuencias distintas, razón por la cual los costos de los promocionales pueden variar dependiendo de las condiciones de contratación.