Reglas de bloqueo:

1. No se programarán spots de la misma categoría en la misma línea de corte, a excepción de los casos autorizados por el jefe de continuidad.
2. No se programarán 2 versiones del mismo spot en el mismo corte, a excepción de aquellos autorizados.
3. Los intercambios no se programan en horarios AAA a excepción de aquellos autorizados.
4. Los intercambios y gobierno no aplican en paquetes ni en eventos especiales.
5. Las bebidas alcohólicas cuentan con horarios restringidos a partir de las 23: 00 horas al igual que giros con contenido para adultos. Los alimentos chatarra cuentan con horarios restringidos de lunes a viernes de 14:30 a 19:30 y sábados y domingos de 07:00 a 19:00 horas (ver subcategorías).
6. No se anuncia tabaco
7. No se permite el anuncio de sexo explícito, política, religión y esoterismo.
8. Reservar los cortes de eventos especiales de acuerdo al calendario comercial.
   1. Clientes especiales
   2. Dueños del evento
9. A los clientes que cuenten con una orden madre solo se le permitirá la generación de ordenes hijas-

Requerimientos

1. Reacomodar las pautas afectadas por causa de cambios de duración de break, en horario y/o duración por solicitud del network.
2. Considerar reprogramación de afectaciones bajo autorización por que el network no envía en determinado periodo “cortes comerciales”.
3. Captura múltiple, varios, canales, varios, horarios, varios sistemas en un solo paso, al igual que la cancelación, suspensiones y reemplazos de versión.
4. Cambio de versiones en pautas por fechas posteriores y con diferente duración.
5. Poder ingresar nuevas versiones en pautas ya programadas o eliminar alguna sin afectar la modificación en la frecuencia de la pauta.
6. Alternar versiones por porcentaje de solicitud del cliente si así se requiere.
7. Alternar versiones con diferente duración
8. Alternar versiones por canal y por fechas posteriores.
9. Modificar la prioridad de pautas ya programadas.
10. En el caso de pautas de megacable la selección pueda ser por perfil de canal (infantil, entretenimiento, etc).
11. Programar una versión en específico dentro de un horario asignado a nivel nacional, generando un reporte que informe lo que se haya afectado enviando únicamente a continuidad y a la gerencia corporativa de publicidad y/o dirección.
12. Utilizar grupos para pautado (por región)
13. Que el programa decida las versiones a reemplazar de manera automática dependiendo de las prioridades asignadas sin importar la duración y si respetando la prioridad.
14. Que realice suspensiones, re inicios y aumentos de vigencia en ordenes de transmisión y/o pautas.
    1. Realizar suspensión por deuda de manera automática y con notificación a los concernientes.
15. Para el pautado interno, usar combos de relleno de manera que la programación interna sea mucho más ágil. Esto deberá permitir uno o más combos (grupo de spots) e manera que se puedan generar por: sistema, canal, de dichos combos se puedan copiar a otros sistemas entre sí.

Producciones independientes:

1. Todo programa estará sujeto a la aprobación de la gerencia del canal de la gerencia de producción, quienes evaluarán los contenidos y los estándares mínimos de calidad para su transmisión.
2. Las producciones independientes se deben entregar al canal local 24 horas antes de iniciar la transmisión del material a utilizar.
3. Cortinilla de presenta – presento para cada sección
4. Hasta 8 cintillos de 1/5 de pantalla en una hora y 4 en media hora, sin exceder los 20 segundos por cada una.
   1. Futbol 4 cintillos por ¼
   2. Soccer 4 cintillos por tiempo
   3. Béisbol 4 cintillos por entrada
   4. Básquet 2 cintillos por ¼
   5. Box 4 cintillos por hora
5. Hasta 12 menciones comerciales en programas de una hora o 6 menciones comerciales en un programa de media hora.
6. Todo programa contará con promocionales dentro del mismo canal o networks, que pudieran contar con mención de patrocinador de acuerdo a la siguiente lista:
   1. 5 programas a la semana – 30 promos a la semana
   2. 1 programa a la semana – 6 promos a la semana
7. Recuperaciones
   1. No recuperar oferteo después del periodo de la campaña
   2. Sujeto a autorización del vendedor
   3. No se recuperan campañas políticas
   4. No recuperar cortesías
   5. No recuperar productos Megacable
8. Reportes
   1. Spots no programados por falta de disponibilidad de tiempo
   2. Reporte de transmisión por prioridad de productos Megacable
   3. Reporte de afectaciones
   4. Venta por producto (bloqueo, local, impreso etc.), unidad y dinero.
   5. Venta por concepto (mención, patrocinio y paquetes especiales)
   6. Venta por plaza y/o gerencia regional
   7. Venta por ejecutivo
   8. Venta por cliente
   9. Venta por franja de horario
   10. Venta por cliente directo, agencia, gobierno y/o Free lance
   11. Histórico de venta por cliente, por ejecutivo y por sistema
   12. Participación de venta por sistema, ejecutivo, cliente vs región
   13. Participación de venta por sistema, ejecutivo, cliente vs total
   14. Clientes activos vs cartera
   15. Clientes nuevos
   16. Cartera de clientes
   17. Top 10. Y 20 participación por cliente
   18. Cuentas por cobrar 30- 60, 90 + 120 y cuentas incobrables
   19. Avance contra presupuesto por: sistema, ejecutivo, región y comparativo vs año anterior
   20. Bonificación, descuento, patrocinio, cortesía e intercambios en porcentaje.
   21. Mezcla Y/o participación por: producto, concepto, horario, ejecutivo y sobre total.
   22. Calculo de comisiones por ejecutivo y gerencias
   23. Reporte de actividades de los usuarios de continuidad
   24. Reporte de órdenes de transmisión
   25. Administración de saldos
   26. Reporte por spots de casa
   27. Reporte de clientes al aire
9. Puntos de interés: Es importante destacar que los siguientes módulos estarán sujetos a modificaciones constantes:
   1. Categorías de spots
   2. Integración de nuevas señales a comercializar
   3. Horarios por canal
   4. Integración de nuevos sistemas al bloqueo comercial
   5. Tarifas
   6. Pre-roll de eventos especiales
   7. Clientes
   8. Vendedores
   9. Agencias
   10. Clasificación de canales o de productos
   11. Usuarios del sistema