

###### Continuidad

# Índice

**1.0 Objetivo**

**2.0 Alcance**

## **3.0 Involucrados**

**4.0 Diagrama de Flujo**

**5.0 Reglas de Operación**

**6.0 Anexos (en caso necesario)**

Anexo 1 “Nombre del Anexo”

Anexo 2 “Nombre del Anexo”

Fecha de revisión: 18-Jul-2013

Autorizó

Revisó

Fecha de revisión: 17-Jul-2013

Elaboró

Eduardo Toscano Guzmán

**Gerente de Publicidad.**

Manuel García Damken

**Coordinador de Métodos y Procedimientos**

Judith Nieves Meza.

**Coordinadora de Continuidad.**

Fecha de elaboración: 15-Jul-2013

1. **Objetivo.**

Documentar el proceso de trabajo del área de continuidad, las actividades que se realizan para la inserción de publicidad en los diferentes canales destinados a bloqueo con el objetivo de dar un servicio oportuno y de calidad.

1. **Alcance.**

Aplicable al proceso de venta de publicidad corporativo, ejecutivos de publicidad de sistemas, coordinadores de mercadotecnia corporativo y de sucursales, así como cualquier unidad de negocio que requiera la difusión de campañas de publicidad .

1. **Involucrados**

**EP:** Ejecutivo de publicidad  
**PAI:** Personal de Ad Insertion  
**PC:** Personal de continuidad  
**PRM:** Productor comercial

pluma

pluma

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **4.0 Diagrama de Flujo** |  | **No** | 5.0 Reglas de Operación |
| plumalibrolibrolibrolupaofficclupaofficclupaofficcplumaplumaplumalupaofficcplumalupaofficcplumalibrolibroplumaplumaplumaplumaplumalibrolibroplumaplumaplumahttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gif  **EP:** Ejecutivo de publicidad  MKT: Mercadotecnia.  **PAI:** Personal de Ad Insertion **PC:** Personal de continuidad  **PRC:** Personal de producción comercial  Si  ¿El Spot se encuentra en el control de materiales?  **6.- PRC**  Productor sube el Spot al FTP.  **5.- PC**  Solicita al Productor Comercial que suba el Spot al FTP.  No  Si  Si  No  **9.- PRC**  Sube al FTP el Spot correcto.  **8.- PAI**  Notifica al PRC para que realice las correcciones.  ¿Cumple el spot lineamientos establecidos?  No  **4.- PC**  Revisa que los Spots se encuentren en control de materiales (duración, calidad).  **3.- PC**  Notifica al **EP/MKT/OTROS** para que realice las correcciones correspondientes  **7.- PC**  Revisa los Spots y graba en formato correspondiente.  **2.- PC**  Revisa documentación recibida.  **1.- EP/MKT/OTROS**  Entrega documentación requerida por tipo de pautado.  ¿Documentación Correcta?  Inicio  **10.- PC**  Activa la pauta en el sistema.  A  Si  No  A  6.-Diagramas o Doctos del producto o servicio |  | 1 | El ÉP envía la orden de transmisión, pauta, formato de envío de material **(PUB-CTD-REG-001 “Envío de Material”)** y si corresponde estudio de factibilidad **(MKT-MED-REG-007 "Estudio de Factibilidad de Intercambio")** por e-mail, en caso de Gdl lo entrega físicamente al personal de continuidad por lo menos 48 horas hábiles antes de la fecha de inicio. Ver instructivo **PUB-CTD-INS-001 “Llenado de Ordenes de Transmisión”.**  Las campañas publicitarias relacionadas con Megacable las entregará el Coordinador de medios de mercadotecnia en el formato de **MKT-MED-REG-005 "Solicitud de Bloqueo Interno"**. |
|  | 2 | PC revisa que la orden de transmisión se encuentre debidamente elaborada, con las firmas autorizadas, tarifas correctas y en caso de ser intercambios que tenga el EFI con la Autorización que corresponda según el monto (Sub director de mercadotecnia ó DGA) el tiempo contratado, tipo de producto, si el sistema que corresponde es análogo o digital, confirma que los canales correspondan a la alineación del sistema a programar y cuantas versiones son las que se utilizarán. |
|  | 3 | PC informa vía correo electrónico al EP que la orden de transmisión tiene errores en la información,  La duración del material es incorrecta o la selección de canales a transmitir de acuerdo a la pauta solicitada no corresponde al sistema solicitado. |
|  | 4 | PC revisa que el PAI tenga digitalizado y registrado en el control de materiales el spot corroborando que la duración que se indica en la OT es igual, en caso de que la campaña de publicidad sea en varios sistemas, PC indica al PAI en que sistemas se transmitirá la campaña de publicidad para que lo digitalice de acuerdo al formato que se utiliza en el sistema a transmitir. |
|  | 5 | PC solicita al PRC que coloque el spots en el ftp para que sea utilizado en sea change o entregarlo para su transmisión en bloqueo manual o automático |
|  | 6 | El PRC sube al ftp el spots indicado en la pauta de acuerdo al procedimiento **PUB-INC-PRO-001 “Administración FTP y Digitalización de Comerciales”.** |
|  | 7 | El PAI revisa que el spot tenga el contenido acorde al público al que va dirigido y apegado a las políticas: **PUB-CTD-POL-001 “Políticas de Contenidos Publicitarios”.** Posteriormente lo digitaliza y lo registra en el control de materiales. Ver **PUB-INC-PRO-001 “Administración FTP y Digitalización de Comerciales”.** |
|  | 8 | El PAI informa al PRC que el material no cumple con los lineamientos establecidos para la transmisión del material para que realice las correcciones correspondientes. |
|  | 9 | El PRC coloca el spots en FTP para que sea utilizado en sea change o entregarlo para su transmisión en bloqueo manual o automático. |
|  | 10 | PC recibe la orden de transmisión , verifica que el spots se encuentre en ftp y la captura en el programa de bloqueo(ver **PUB-CTD-INS-002 “Instructivo de Uso del Sistema de Bloqueo**”), si el inventario de algún canal no tiene disponibilidad de espacio se le informa al EP la cantidad de spots afectados para que elija otra señal que contenga una programación similar al canal solicitado. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **4.0 Diagrama de Flujo** |  | **No** | 5.0 Reglas de Operación |
| lupaofficcplumalibro plumaplumaplumalupaofficcplumalupaofficcplumalibrolibroplumaplumaplumaplumaplumalibrolibroplumaplumaplumahttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gifhttp://www.megacable.com.mx/imagenes_cuerpo/logo.gif  **11.- PC**  Genera la relación de horarios y envía al E.P/MKT/OTROS  **12.- PC**  Informa al personal de PAI que se realice el envío de guías a Sea Change.  **13.- EP**  Solicitud de reporte de transmisión.  ¿El ejecutivo solicita reporte de transmisión?  **14.- PC**  Elaborar y enviar reporte  Fin  No  Si  ¿Ejecutivo requiere cancelar o cambiar material suspender?  **15.- EP**  Entrega formato correspondiente.  **16.- PC**  Revisa petición de baja o cambio suspensión..  ¿Formato Correcto?  **18.- PC**  Realizar baja o cambio.  **17.- PC**  Solicita correcciones/cambios al formato.  No  Si  No  Si  A  **EP:** Ejecutivo de publicidad **PAI:** Personal de Ad Insertion **PC:** Personal de continuidad **PRM:** Productor comercial  Si  No  A  6.-Diagramas o Doctos del producto o servicio |  | 11 | Una vez ingresada en su totalidad la pauta PC genera la relación de horarios programados en cual envía por e-mail al EP para que este se lo entregue al cliente para su monitoreo o trámite de pago. |
|  | 12 | PC realiza a las 18:30 el corte de captura de pautas del día hábil, para solicitar al PAI se envíe las guías de continuidad del día siguiente al equipo automatizado sea change y coloque los spots en sea change para su transmisión. Pc generan archivos en TXT para enviar por e-mail al PC de los sistemas de operación manual, digital, estas guías de continuidad son los registros de la programación de todo el día en todos los canales que corresponden a la alineación comercial de los sistemas |
|  | 13 | El EP al término de la campaña solicita al PC vía e-mail indicando el folio de la orden de transmisión y sistema contratado para que se realice el reporte de transmisiones, el cual será entregado en 24 hrs. Después de recibida la solicitud, este reporte identifica afectaciones por fallas del sistema sea change. **Ver PUB-INC-PRO-002 “Reporte y Estadística Sea Change”**  Si el reporte refleja afectaciones el EP entregará al PC una nueva OT para reprogramar las fallas siguiendo la regla de operación 1. |
|  | 14 | Elaborar y enviar el reporte de transmisión un día hábil posterior a la petición. |
| 15 | El ejecutivo de publicidad envía vía correo electrónico el formato correspondiente, en caso de requerir cancelación de la campaña presenta el registro **PUB-CON-REG-002 “Cancelación Campaña Publicitaria”.** Para solicitar reemplazo de material se presenta el registro **PUB-CON-REG-003 “Reemplazo de Material”.**  Reemplazo de Material:   * Los remplazos son al día siguiente de haber recibido el formato de Remplazo de material en corporativo. * El número de remplazos de spots se realiza de acuerdo al mismo número de versiones programadas en la orden de transmisión siempre y cuando sean de la misma duración. * Si el cambio de versión es de duración diferente se aplica cancelación de Orden de transmisión, No cambio de versión.   Cancelación Campaña Publicitaria:   * Las cancelaciones se aplican a partir del día siguiente de haber recibido el formato de Cancelación en corporativo siempre y cuando tenga el Vo.bo de contabilidad * Si la cancelación es temporal indicar la causa y la fecha de re-inicio, cuando llegue esta fecha se deberá de llenar la orden de transmisión correspondiente. |
| 16 | Revisa el formato enviado por el ejecutivo de publicidad, confirmando que contenga todos los datos, y sean correctos. El personal de continuidad tendrá un día hábil para realizar esta revisión. |
| 17 | En caso de que el personal de continuidad encuentre que el formato no fue llenado correctamente faltan datos deberá de notificar al ejecutivo de publicidad, para que realice los cambios pertinentes y vuelva a enviar el formato. El personal de continuidad deberá realizar esta actividad inmediatamente después de haber terminado de revisar el formato si es que se requiere. |
| 18 | El personal de continuidad dará de baja la campaña publicitaria o realizará el reemplazo del material. Deberá notificar vía correo electrónico al ejecutivo de publicidad una vez que se haya hecho esto. |