

Sistema Información de Normatividad de Comunicación

Manual de Usuario

1. Introducción

El propósito de este documento es describir en forma general las necesidades y características más importantes del Sistema de Información de Normatividad de Comunicación – SINCF2, enfocándose en como los usuarios pueden ejecutar la diferentes funcionalidades que realiza el sistema

Este manual irá guiando al usuario en el proceso de registro de estrategias y programas, campañas y mensajes extraordinarios, así como en las diversas evaluaciones que realizan las coordinadoras de sector y la DGNC para llevarlo de una manera más clara y ordenada.

Los detalles de cómo el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación funcionará para llenar esas necesidades será descrito en los diferentes tópicos de este manual.

2. Objetivo del Proyecto SINC

El SINC tiene como objetivo automatizar y agilizar los procesos de registro, evaluación y autorización de la Dirección General de Normatividad de Comunicación (DGNC), los cuales comprenden los siguientes módulos:

- Estrategias y Programas
- Campañas
- Mensajes Extraordinarios

cumpliendo los requisitos de las partidas de:

Comunicación Social (3701)

Promoción y Publicidad (3702)

3. Requisitos de Sistema.

3.1. Información General.

El Sistema de Información de Normatividad de Comunicación es una aplicación Web que puede ejecutarse en una plataforma Windows de 32 ó 64 (Windows XP, Windows Server 2003 y Windows Vista) utilizando un navegador web como Internet Explorer o Firefox .

NOTA: Se recomienda realizar una evaluación de su equipo para comprobar que cumple o supera los requisitos de sistema mínimos.

3.2. Configuración Mínima.

Para conseguir un rendimiento mínimo, el sistema debe cumplir con los siguientes requisitos:

SNC	Requisitos de Windows
Sistema operativo	Windows XP Service Pack 2 o posterior.
Procesador	Intel Pentium 3 o posterior.
Espacio libre en disco	100 MB
RAM	512 MB

3.3. Configuración Recomendada.

Se recomienda ejecutar el sistema con los siguientes requisitos para tener un rendimiento óptimo:

SNC	Requisitos de Windows
Sistema operativo	Windows 7.
Procesador	Intel Pentium 4 o equivalente.
Espacio libre en disco	800 MB
RAM	2 GB

1. Ingreso al Sistema.

Para ingresar al sistema los usuarios deben contar con una cuenta de acceso, previamente creada por el Administrador del Sistema, y contraseña.

Cada cuenta de acceso tiene un Rol asignado.

Roles.

Un Rol es la función o las funciones que un usuario cumple en el sistema.

El sistema tiene diferentes roles que permiten trabajar integralmente para realizar todos los procesos internos que se necesitan en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación para el manejo de la información.

- Dependencia / Entidad
- Coordinadora de Sector
- Jefe de Departamento
- Subdirector
- Director de Evaluación de Campañas Gubernamentales
- Director General de Normatividad de Comunicación

- Administrador del Sistema

1.1.1. Dependencia/Entidad.

Responsable de elaborar las solicitudes de registro, modificación, ajuste, solventación y cancelación para Estrategias y Programas, Campañas y Mensajes Extraordinarios de las partidas 3701 y 3702.

1.1.2. Coordinadora de Sector.

Responsable de autorizar, a nivel sector, las solicitudes de registro, modificación, ajuste, solventación y cancelación de Estrategias y Programas, Campañas y Mensajes Extraordinarios de las partidas 3701 y 3702 de sus Entidades Coordinadas.

1.1.3. Jefe de Departamento.

Responsable de evaluar las solicitudes de registro, modificación, ajuste, solventación y cancelación de Estrategias y Programas, Campañas y Mensajes Extraordinarios de las partidas 3701 y 3702.

1.1.4. Subdirector.

Responsable de verificar las evaluaciones realizadas por sus Jefes de Departamento, para las solicitudes de registro, modificación, ajuste, solventación y cancelación de Estrategias y Programas, Campañas y Mensajes Extraordi las partidas 3701 y 3702.

1.1.5. Director de Evaluación de Campañas Gubernamentales (DECG).

Responsable de validar las evaluaciones, una vez que han sido verificadas por los Subdirectores, para las solicitudes de registro, modificación, ajuste, solventación y cancelación de Estrategias y Programas, Campañas y Mensajes Extraordinarios de las partidas 3701 y 3702.

1.1.6. Director General de Normatividad de Comunicación (DGNC).

Responsable de autorizar las solicitudes de registro, juste, solventación y cancelación de Estrategias y Programas, Campañas y Mensajes Extraordinarios de las partidas 3701 y 3702, una vez que han sido verificadas por el DECG.

1.1.7. Administrador del Sistema.

Responsable de mantener actualizados los catálogos, administrar los usuarios y auditar el sistema.

1.2. Ingresar al Sistema.

1. Para Ingresar al Sistema SINC se debe de abrir un navegador Web como Internet Explorer y escribir la siguiente dirección (Figura 1):



Figura 1. URL del sistema.

2. Una vez que el Internet Explorer haya abierto se deberá de pulsar el menú llamado Tool o Herramientas > Internet option o Opciones de Internet (Figura 2).



Figura 2 Configuración de Internet Explorer

3. En opciones de Internet o Internet option se deberá de pulsar Settings o Configuración de Browsing history o historial de exploración (Figura 3).





Figura 3 Herramientas>opción de Internet >Historial de exploración.

4. Internet Explorer desplegará la siguiente ventana donde se seleccionará en Archivos Temporales de Internet la opción: "Cada vez que visite la página Web y pulsar el botón de Aceptar" (Figura 4).

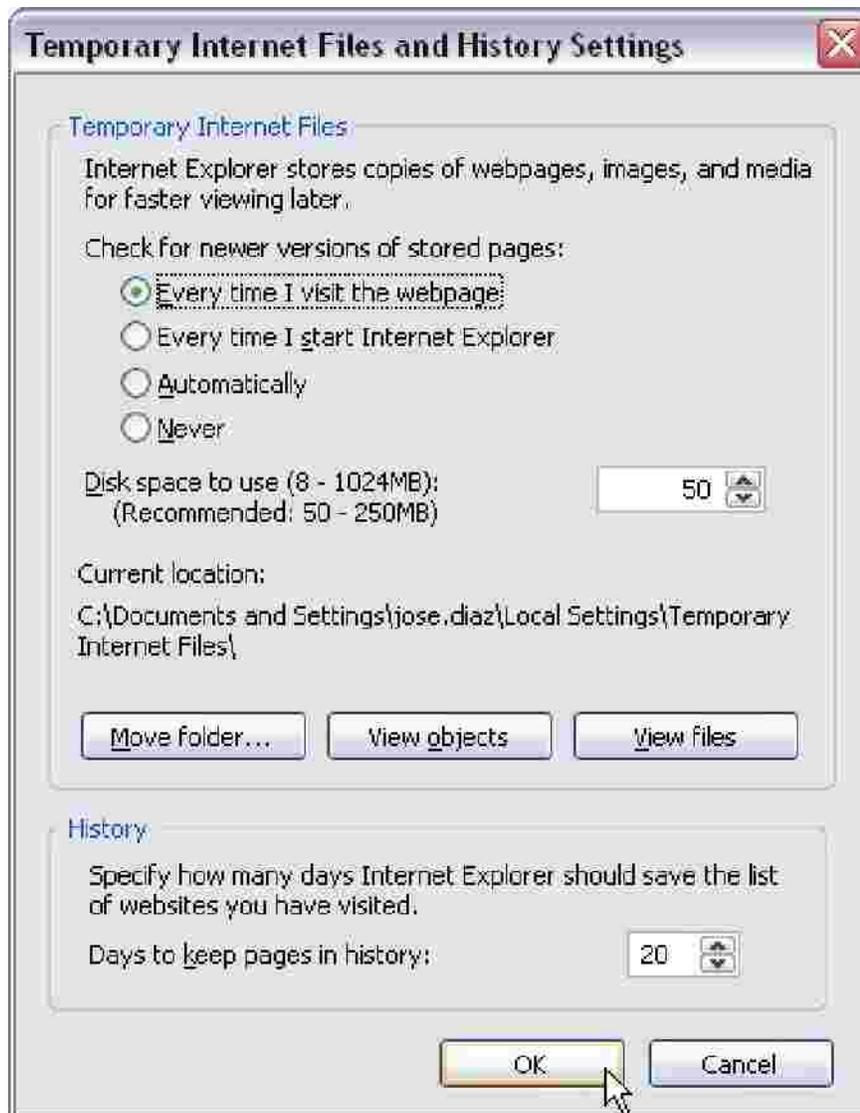




Figura 4 Herramientas > opción de Internet > Historial de exploración > Cada vez que visita la página de Internet.

5. Una vez accediendo a dicha dirección (URL), se presentará el siguiente mensaje: (Figura 5).



Figura 5 Mensaje de advertencia de error de certificados.

6. Seleccione la opción "Continue to this website (not recommended)".

7. Finalmente, se presentará la pagina principal del sistema, la cual nos solicitará un nombre de usuario y contraseña el cual es proporcionado por el administrador del sistema (Figura 6).



7. Introducir usuario y contraseña.

a) El Usuario para acceder al sistema deberá de introducir sus claves de acceso en los campos de Usuario y Contraseña, deben estar previamente dados de alta en el sistema. (Figura 8).

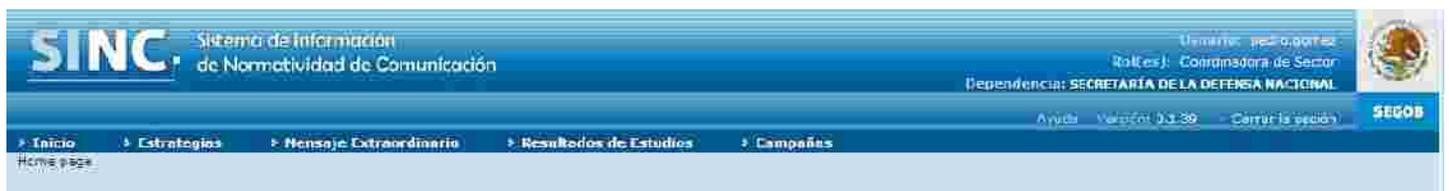


Figura 8 Pantalla de Bienvenida del sistema.

b) Si el usuario o la contraseña son incorrectos el sistema mostrará un mensaje en rojo indicando que el usuario o la contraseña son incorrectos.



8. Una vez que se ha proporcionado un usuario y contraseña correctos el sistema mostrará la pantalla de inicio con las opciones de menú correspondientes al rol del usuario (Figura 10).



1. Estrategias y Programas.

Cada dependencia o entidad deberá elaborar su estrategia y programa anual de Comunicación Social y Promoción y Publicidad bajo la directriz de los programas sectoriales. Las campañas que se deriven de los programas anuales de comunicación social así como Promoción y Publicidad que deberán desarrollarse específicamente para la población-objetivo a quien van dirigidas, seleccionando los canales de comunicación adecuados para la consecución de los objetivos programados.

Una vez realizadas las estrategias y programas anuales de comunicación social así como Promoción y Publicidad, las cabezas de sector tendrán obligación de evaluar y jerarquizar, conjuntamente con sus entidades coordinadas, los temas generales de comunicación que se abordarán y presentarlos en el formato establecido por la DGNC.

- Procedimiento de autorización.

1.1. Registrar Toma de Nota.

Para registrar una Toma de Nota de Campaña el Usuario podrá realizarlo en los siguientes apartados.

- El primer apartado se refiere a las solicitudes de Comunicación Social (3701).
- El segundo apartado es para las solicitudes de Promoción y Publicidad (3702).

1. Para acceder a Registrar Toma de Nota de Campaña para Comunicación Social se deberá de pulsar el Módulo de Campañas > Comunicación > Registrar Toma de Nota (Figura 1).

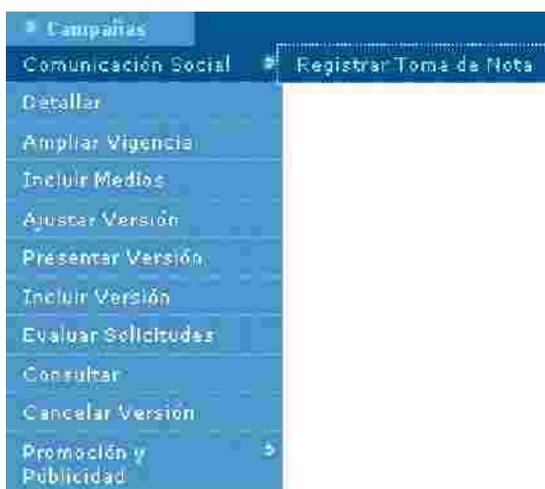


Figura 1 Acceso Registrar Campaña de Toma de Nota para solicitudes de Comunicación Social

2. Para acceder a Registrar Toma de Nota de Campaña para Promoción y Publicidad se deberá de pulsar el Módulo de Campañas > Promoción Publicidad > Registrar Toma de Nota (Figura 2).

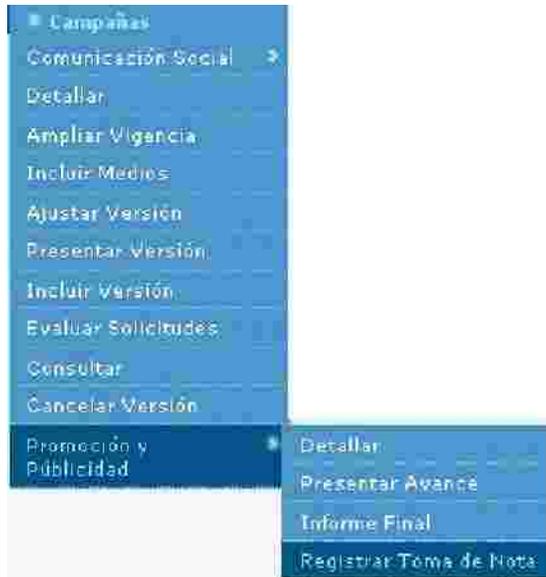


Figura 2 Acceso Registrar Campaña de Toma de Nota para *Comunicación Social*

3. Ambas opciones de Registrar Toma de Nota se mostrará igual en el sistema.
4. A continuación se mostrará la opción de Registrar Toma de Nota (Figura 3).



Figura 3 Registrar Campaña de Toma de Nota.

5. Primero se deberá introducir el año fiscal y pulsar el botón de registrar

Registrar



Año Fiscal: 2010

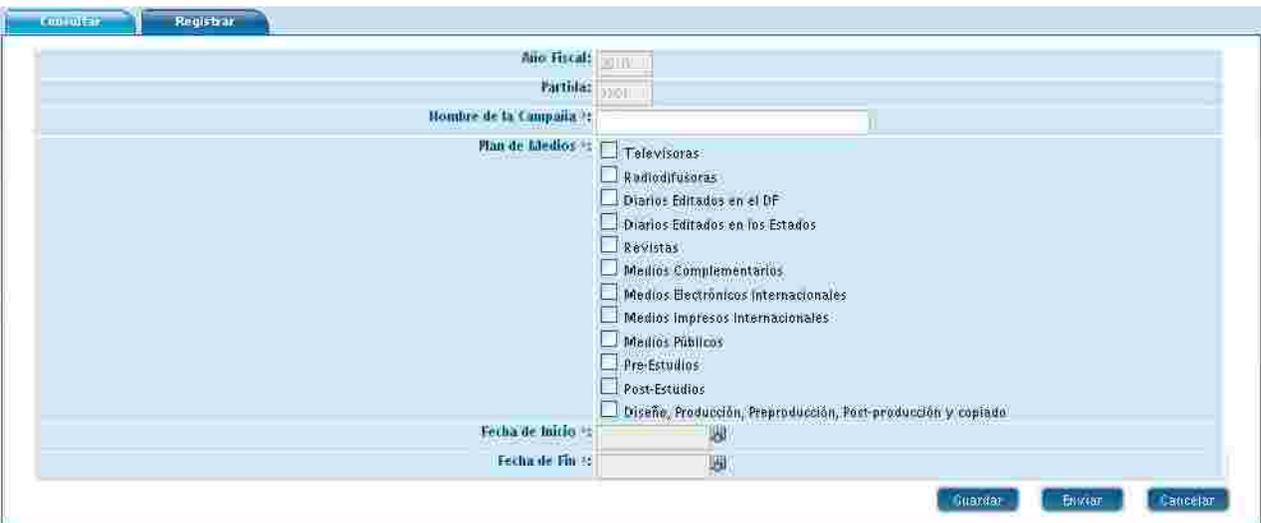
Registrar

No se encontró información

(Figura 4).

Figura 4 Registro de Toma de Nota

6. Después de haber pulsado el botón de registrar Registrar el sistema desplegará la siguiente ventana para el caso de Comunicación Social la Figura 5 para el caso de Promoción y Publicidad mostrará en la Figura 6.



Consultar Registrar

Año Fiscal: 2010

Partida: 2001

Nombre de la Campaña :

Plan de Medios :

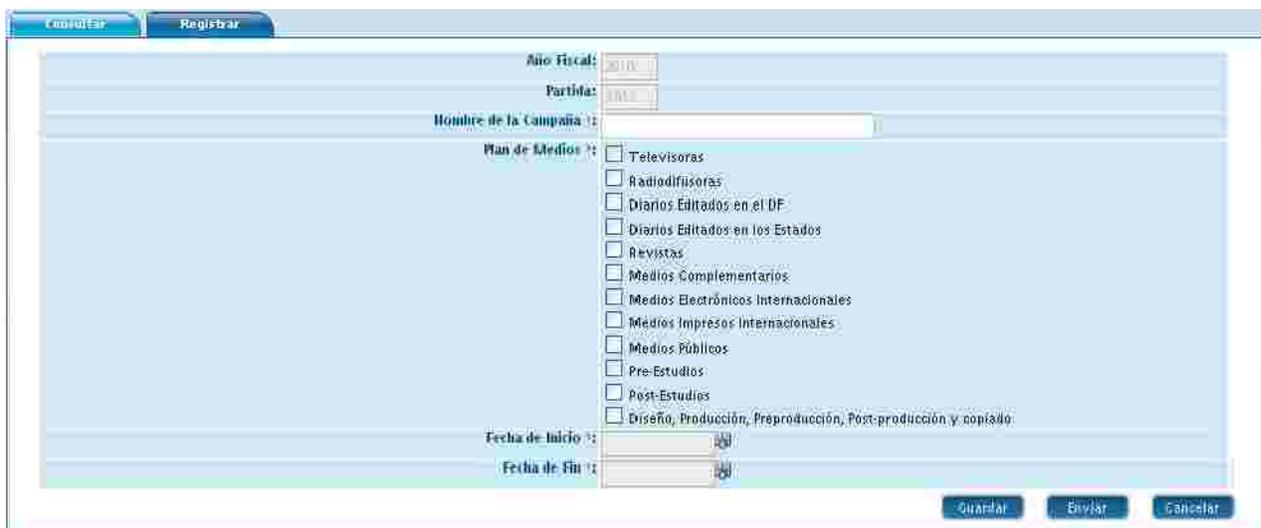
- Televisoras
- Radiodifusoras
- Diarios Editados en el DF
- Diarios Editados en los Estados
- Revistas
- Medios Complementarios
- Medios Electrónicos Internacionales
- Medios Impresos Internacionales
- Medios Públicos
- Pre-Estudios
- Post-Estudios
- Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado

Fecha de Inicio :

Fecha de Fin :

Guardar Equivar Cancelar

Figura 5 Registro de Toma de Nota para Comunicación Social.



Consultar Registrar

Año Fiscal: 2010

Partida: 2001

Nombre de la Campaña :

Plan de Medios :

- Televisoras
- Radiodifusoras
- Diarios Editados en el DF
- Diarios Editados en los Estados
- Revistas
- Medios Complementarios
- Medios Electrónicos Internacionales
- Medios Impresos Internacionales
- Medios Públicos
- Pre-Estudios
- Post-Estudios
- Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado

Fecha de Inicio :

Fecha de Fin :

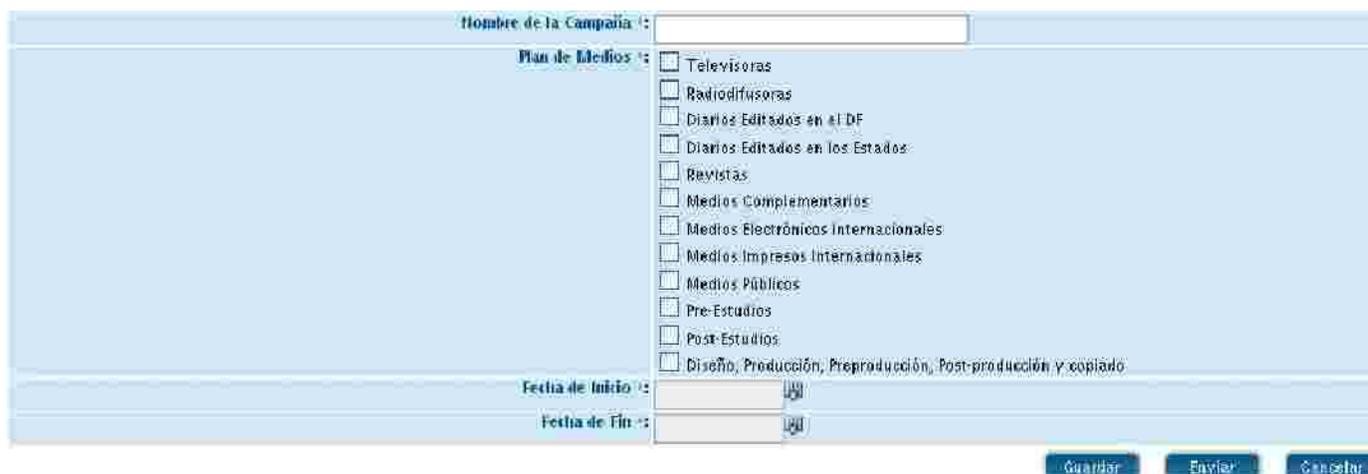
Guardar Equivar Cancelar

Figura 6 Registro de Toma de Nota para Promoción y Publicidad.

7. Para cancelar el Registro de Toma de Nota se deberá pulsar el botón de cancelar



8. Se deberá de llenar los datos requeridos como un Nombre de campaña, al menos uno o más Plan de Medios, una Fecha de Inicio y una Fecha Fin.



El formulario muestra un campo de texto para el nombre de la campaña, un grupo de opciones para el plan de medios, y campos para la fecha de inicio y fin. Los botones Guardar, Enviar y Cancelar están ubicados en la parte inferior derecha.

Nombre de la Campaña :	<input type="text"/>
Plan de Medios :	<input type="checkbox"/> Televisoras <input type="checkbox"/> Radiodifusoras <input type="checkbox"/> Diarios Editados en el DF <input type="checkbox"/> Diarios Editados en los Estados <input type="checkbox"/> Revistas <input type="checkbox"/> Medios Complementarios <input type="checkbox"/> Medios Electrónicos Internacionales <input type="checkbox"/> Medios Impresos Internacionales <input type="checkbox"/> Medios Públicos <input type="checkbox"/> Pre-Estudios <input type="checkbox"/> Post-Estudios <input type="checkbox"/> Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado
Fecha de Inicio :	<input type="text"/>
Fecha de Fin :	<input type="text"/>

Guarda Enviar Cancela

Figura 7 Registro de Toma de Nota de Campaña (Comunicación Solcial / Promoción y Publicidad).

9. En caso de pulsar el botón guardar y no haber introducido el o los datos requeridos el sistema indicará el mensaje Ocurrió un error al procesar su solicitud y mostrará una mensaje color rojo indicando el campo requerido faltante (Figura 8).



Figura 8 Registro de Toma de Nota.

10. Si los datos requeridos fueron introducidos para la creación del Registro de Toma de Nota Para se deberá pulsar el botón guardar 

11. El sistema mostrará un mensaje indicando que Su Solicitud fue procesada exitosamente (Figura 9).

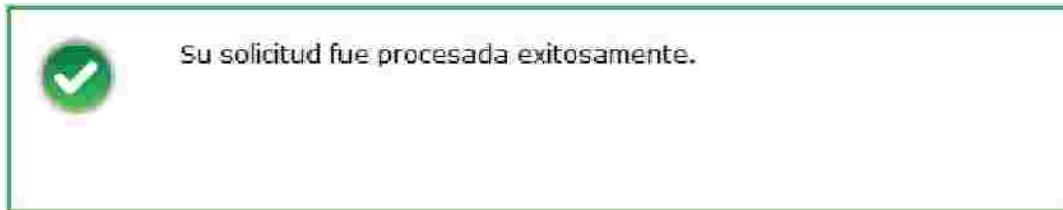


Figura 9 Mensaje de Confirmación de Registro de Toma de Nota

12. Una vez que el Registro de Toma Nota haya sido guardada se deberá de pulsar el botón Enviar .

13. La acción posterior a este proceso será que cuando se quiera crear una nueva Estrategia y Programa para Comunicación Social o Promoción y Publicidad se tomará en cuenta los Registros de Toma de Nota en las versiones de Campañas correspondientes.

14. El sistema mostrará una ventana de confirmación indicando si se ¿Desea enviar la campaña de toma de nota?.

15. Si se pulsa el botón Si el sistema enviará estos Registros de Toma de Nota listos para considerarse cuando se llegue a crear una nueva Estrategia y Programa en caso contrario se cancelará este envío.

1.2. Registrar Estrategias y Programas .

Una vez ya debidamente accionados los módulos de Administración y Seguridad del sistema, en este módulo se podrá estar en condiciones iniciar el Registro de un Programa y Estrategia y eventualmente su Modificación, Ajuste, Solventación y Cancelación.

Primeramente se explicará cómo realizar un Registro de Estrategias y Programas, posteriormente se explicará como dicho Estrategias y Programas es autorizado por la Cabeza de Sector, recibido por la DGNC y eventualmente evaluado por el personal adscrito a la DGNC.

Una vez explicado un flujo completo desde el Registro la autorización por el Director General de Normatividad de Comunicación, se explicará como poder realizar una Modificación de Programa y Estrategia un Ajuste de Programa y Estrategia, una Solventación de Programa y Estrategia y una Cancelación de Programa y Estrategia.

Registro de Estrategia y Programa en Comunicación Social

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo Estrategias y Programas >Comunicación Social >Registrar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad (Figura 1).

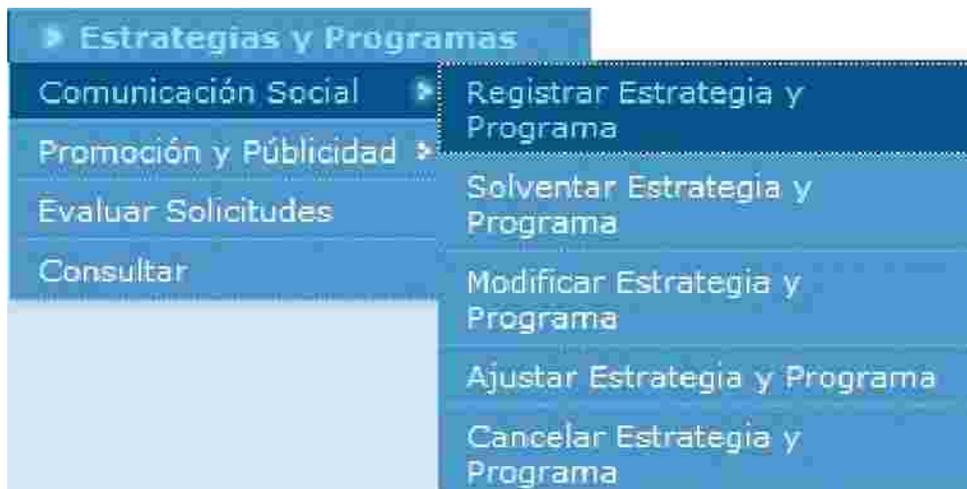


Figura 1. Catálogo de Registro de Estrategia y Programa.

3. En este punto se realiza dicha tarea. Para registrar una Estrategia y un programa para una Entidad o Sector, se deben realizar las siguientes acciones (Figura 2):

> Año Fiscal:

Figura 2 Registro de Estrategias y Programas.

- Después de haber pulsando el botón de Registrar, el sistema activará la pestaña de Estrategia y le mostrará al usuario Entidad, la Coordinación Sectorial, la Dependencia o Entidad, la Naturaleza Jurídica y Fecha de Elaboración al que pertenece (Figural 4).

Figura 4 Registro de Estrategia.

5. Para Formar la Estrategia es necesario llenar los campos requeridos como lo son: Misión, Visión y al menos uno de los Ejes Rectores del PND.

6. En caso de que Sector o Entidad pulse el botón guardar sin haber llenado los datos requeridos de la pestaña Estrategia, el Sistema desplegará para cada dato requerido un mensaje de campo requerido indicándole al Sector o Entidad que campo le falta llenar (Figura 5).

Dato requerido.

Figura 5 Mensaje de Dato Requerido.

7. En la parte inferior de la pantalla se encuentra Notas de la Entidad /Coordinadora esto no es un dato requerido pero existe en caso de que la entidad quiera guardar un comentario en dicha estrategia.

8. Cada que se realiza una estrategia con toda la información completa y correcta, al pulsar el botón guardar, el sistema le mostrará al usuario el registro recién creado y adicionalmente presenta un mensaje indicándole al Sector o Entidad "Los datos generales de la estrategia han sido guardados", todo esto, con la finalidad de mostrar al Sector o Entidad que su operación de alta de estrategia fue exitosa (Figura 6).

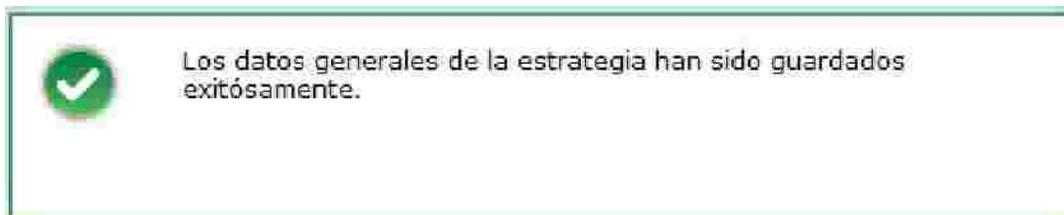


Figura 6 Mensaje de Estrategia Guardada.

9. Cuando se haya guardado la información requerida en la pestaña de Estrategia lo posterior será pulsar el botón de siguiente para registrar las acciones que debe de realizar dicha Estrategia y Programa.

10. Después de haber pulsado el botón siguiente, el sistema activará la pestaña de Acciones y le mostrará al usuario Entidad, la siguiente ventana (Figura 7).

Figura 7. Registro de Acciones.

11. El Usuario Entidad deberá llenar los datos requeridos de Acciones y pulsar el botón de guardar para ser procesado por el sistema (Figura 8).

12. El sistema guardara los cambios realizados en la pestaña de Acciones y mostrará el siguiente mensaje al usuario Entidad confirmando que su información ha sido guardada. (Figura 9).

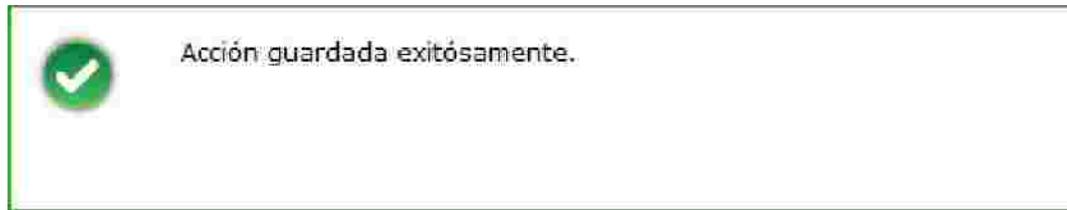


Figura 9. Mensaje de Acción Guardada

13. El usuario Entidad puede guardar al menos una o más acciones según sea su criterio (Figural 10).

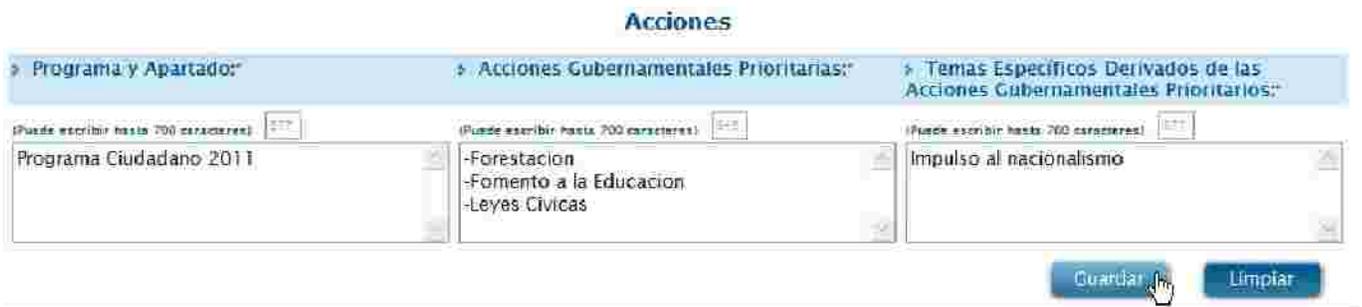


Figura 10 Registro de Acciones

14. El usuario Entidad mostrará en la parte inferior de la pantalla los registros que se han llenado de Acciones (Figura 11).

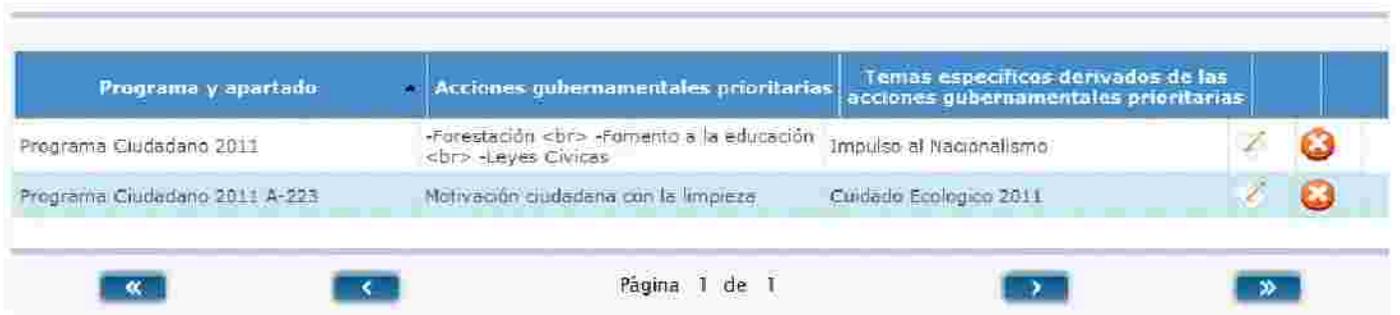


Figura 11 Registros Guardados en Acciones.

15. Para borrar los registros guardados en Acciones se debe de pulsar el botón de  según sea el criterio del usuario Entidad.

16. Para modificar los datos guardado en Acciones el usuario Entidad deberá pulsar el botón de  donde el sistema le permitirá cambiar la información del registro seleccionado (Figura 12).

Acciones

> Programa y Apartado:
> Acciones Gubernamentales Prioritarias:
> Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias:

(Puede escribir hasta 700 caracteres)

(Puede escribir hasta 700 caracteres)

(Puede escribir hasta 700 caracteres)

Programa y apartado	Acciones gubernamentales prioritarias	Temas específicos derivados de las acciones gubernamentales prioritarias		
Programa Ciudadano 2011	-Forestación -Fomento a la educación -Leyes Civicas	Impulso al Nacionalismo		
Programa Ciudadano 2011 A-223	Motivación ciudadana con la limpieza	Cuidado Ecológico 2011		

« < Página 1 de 1 > »

Figura 12 Modificación de Acciones Registradas.

17. El Usuario Entidad ya que haya modificado la información de Acciones deberá salvar los cambio pulsando el botón guardar.

18. El Sistema le mostrará al usuario Entidad el mensaje de confirmación de que su información ha sido guardada (Figura 13).

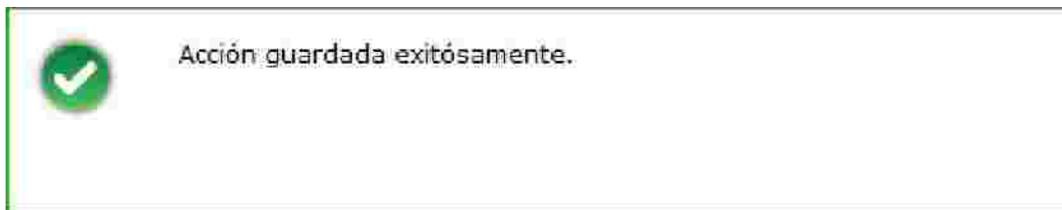


Figura 13 Mensaje de Acción Modificada Guardada.

19. Una vez que el usuario haya guardado las Acciones antes deberá pulsar el botón de siguiente para activar y registrar el registro de Programa.

20. La pestaña de Programa le mostrará al usuario Entidad la información de lo que ha capturado anteriormente en las pestañas anteriores junto con los campos correspondientes a esta pestaña como lo son: Presupuesto Anual, Acumulados en Campañas y Diferencia. (Figura 61).

> Año Fiscal: 2010

> Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5

> Dependencia o Entidad: JAQF entidad50

> Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado

> Fecha de Elaboración de la Solicitud: 24/08/2010

> Presupuesto Anual:
 (miles de pesos)

> Acumulado en Campañas:
 (miles de pesos)

> Diferencia:
 (miles de pesos)

Figura 14 Registro de Programa.

21. Presupuesto Anual se refiere a el dinero estimado estas Estrategias y Programas, El Acumulado en campañas se refiere al presupuesto utilizado para diferentes campañas registradas y la diferencia se refiere al presupuesto sobrante de esta operación (Figura 15).

Año Fiscal: 2010	
Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5	
Dependencia o Entidad: JAQF entidad50	
Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado	
Fecha de Elaboración de la Solicitud: 24/08/2010	
Presupuesto Anual:	10,000,000.00 (miles de pesos)
Acumulado en Campañas:	0.00 (miles de pesos)
Diferencia:	10,000,000.00 (miles de pesos)

Figura 15 Registro de Programa

22. Para guardar la información registrada se deberá pulsar el botón de guardar (Figura 16).

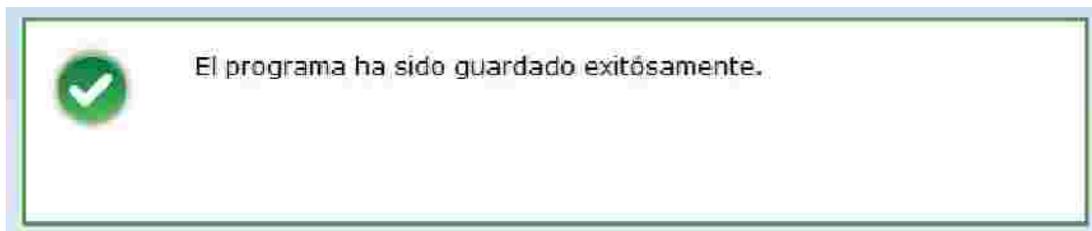


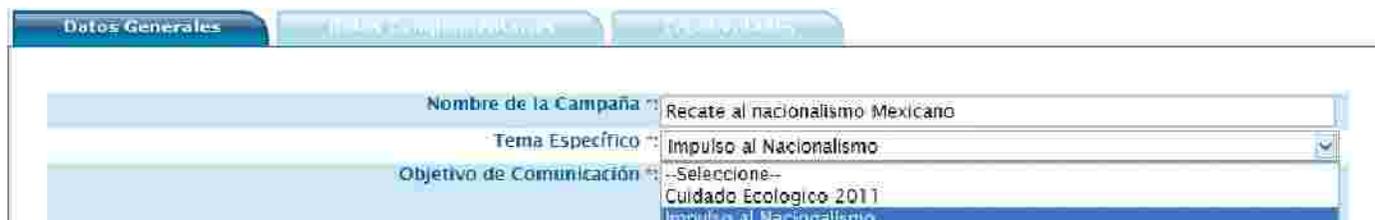
Figura 16 Guardado de Programa.

23. El siguiente paso es pulsar el botón de Agregar Campaña, donde se capturaron los datos Generales de la Campaña (Figura 17).

Datos Generales		Datos Coordinador(a)		Campañas	
Nombre de la Campaña **					
Tema Específico ** --Seleccione--					
Objetivo de Comunicación ** (Puede escribir hasta 700 caracteres)					
Clasificación de la Campaña ** --Seleccione--					
Coemisor(es):					
				Siguinte	
				Limpiar	

24. Se deberá de registrar la información requerida de la campaña como Nombre de Campaña, Tema Especifico, Objetivo de Comunicación y Clasificación de la Campaña.

25. El Campo llamado Tema Especifico desplegará en forma de lista los Temas Específicos capturados en la pestaña de Estrategia (Figura 18).



The screenshot shows a web application interface with three tabs: 'Datos Generales', 'Datos Complementarios', and 'Estrategia'. The 'Datos Generales' tab is active. It contains several input fields: 'Nombre de la Campaña' with the value 'Recate al nacionalismo Mexicano', 'Tema Especifico' with a dropdown menu showing 'Impulso al Nacionalismo', and 'Objetivo de Comunicación' with a dropdown menu showing options: '--Seleccione--', 'Cuidado Ecologico 2011', and 'Impulso al Nacionalismo'.

Figura 18 Selección de Objetivo de Comunicación.

26. Después de haber llenado los datos generales de la campaña se deberá pulsar el botón de siguiente para poder introducir información a Datos Complementarios (Figura 19).



The screenshot shows the same 'Datos Generales' form as in Figure 18. The 'Objetivo de Comunicación' field is now a text area containing the text: 'Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus ciudadanos. Mayor transparencia en los procesos democraticos sea el partido que rija.' Below this field, the 'Clasificación de la Campaña' dropdown shows 'Cultura ciudadana y valores' and the 'Coemisor(es)' field contains 'DGNC'. At the bottom right, there are two buttons: 'Siguiente' and 'Limpiar'.

Figura 19 Registro de Datos Generales de Campaña.

27. La siguiente pantalla muestra los Datos Complementarios de Campaña.

28. El usuario Entidad Deberá Seleccionar los datos requeridos como se visualiza en el siguiente ejemplo (Figura 20).

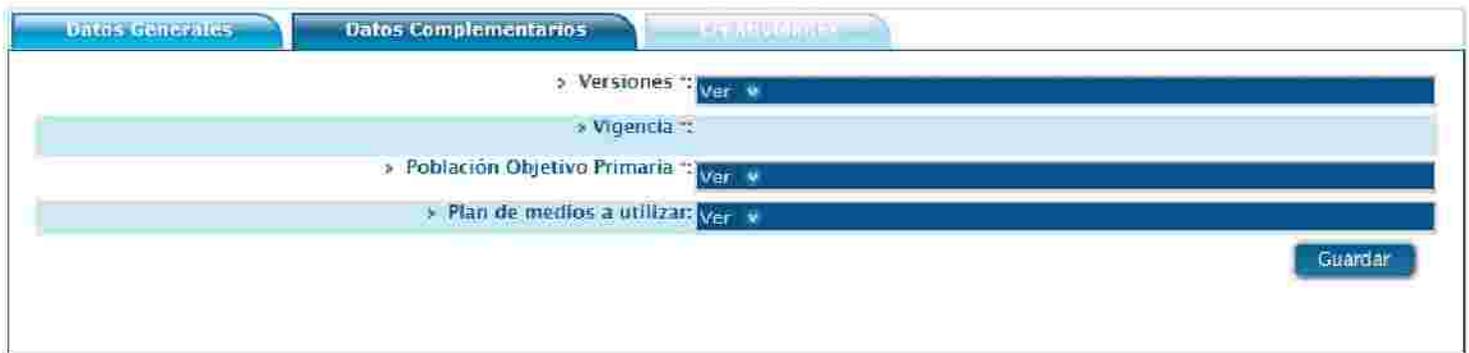


Figura 20. Pantalla de Datos Complementarios.

29. El campo Versiones se refiere al tipo de versión o versiones que puede tener una campaña; una campaña debe de tener al menos una versión o más de una campaña junto con el periodo de duración de cada versión.

30. Para que el sistema procese una o más versiones es necesario pulsar el botón de guardar  (Figura 21).



Figura 21 Registro de Versión de Campaña.

31. El periodo de Versión de campaña debe de ser mayor a la fecha actual (de hoy) ya que se da por entendido que la versión de campaña debe de tener una fecha programada de Inicio y una fecha programada de Fin.

32. En caso de que el usuario Entidad quiera modificar la versión de la campaña deberá pulsar el botón .

33. En caso de que se quiera borrar la versión de una campaña se deberá de pulsar el botón .

34. En caso de agregar creatividad a una versión de campaña se deberá de pulsar el botón de .

a) El sistema le mostrará al usuario Entidad la pantalla de registro de creatividad como se muestra a continuación (Figura 22).



El formulario de registro de creatividad se encuentra dentro de una interfaz con tres pestañas: 'Datos Generales', 'Datos Complementarios' y 'Creatividades'. La pestaña 'Creatividades' está activa. El formulario contiene los siguientes campos:

- Nombre de la Versión:** Texto con el valor 'Rescate al Nacionalismo Mexica'.
- Inicio de Vigencia:** Fecha con el valor '2010-08-25'.
- Fin de Vigencia:** Fecha con el valor '2010-08-25'.
- Creatividad:** Campo de carga de archivos con un botón 'Browse...'.
- Nombre:** Campo de texto vacío.
- Descripción:** Área de texto con un límite de 700 caracteres.

En la parte inferior derecha del formulario hay dos botones: 'Guardar' y 'Limpiar'.

Figura 22 Registro de Creatividad por Versión de Campaña

b) El campo requerido llamado Creatividad es para subir de uno a más archivos por cada versión de campaña. Los archivos admitidos para este campo son extensiones: ZIP, RAR, PDF, TXT, DOC, XLS, JPG, BMP y GIF este campo no admite extensiones ejecutables.

c) El campo Nombre se refiere al nombre del archivo que se está subiendo al sistema para la versión de campaña.

d) El campo Descripción se refiere a que el usuario puede poner la descripción del archivo que se está subiendo a la versión de campaña.

e) Para guardar los archivos de creatividad es necesario pulsar el botón de guardar. El sistema mostrará el siguiente mensaje de confirmación al usuario Entidad de que la información ha sido guardada correctamente (Figura 23).

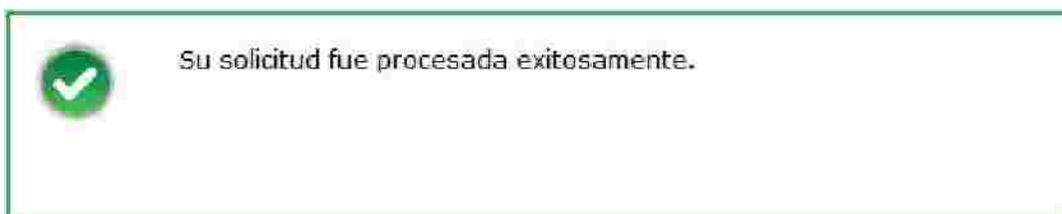


Figura 23. Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

f) Si el usuario Entidad guardo un archivo de creatividad el sistema mostrará en la parte inferior de registros los registros que fueron capturados (Figura 24).

Fecha Hora	Nombre	Descripción
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.

Página 1 de 1

Figura 24 Contenedor de Registros de Archivos de Creatividad.

g) Para borrar los registros capturados se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón de .

h) Para descargar los archivos de creatividad del sistema se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón Descargar.

35. Para poder regresar a Datos complementarios pulsar la pestaña con el mismo nombre.

36. El campo de vigencia se llenara una vez que se haya limitado el periodo de versión de campaña (Figura 25).

> Vigencia: Del 25 de agosto de 2010 al 31 de agosto de 2010

Figura 25 Llenado de Vigencia.

37. El campo de Población Objetivo Primaria se refiere al público al que va dirigida la campaña (Figura 26).

> Población Objetivo Primaria: Ver

> Sexo*: Mujeres y Hombres

> Población*: Rural

> Edad*:

0 - 12 años	<input checked="" type="checkbox"/>	25 - 34 años	<input type="checkbox"/>
13 - 18 años	<input checked="" type="checkbox"/>	35 - 44 años	<input type="checkbox"/>
19 - 24 años	<input type="checkbox"/>	45 - 64 años	<input checked="" type="checkbox"/>
		65 o más años	<input checked="" type="checkbox"/>

> NSE:

A+	<input type="checkbox"/>	D+	<input type="checkbox"/>
C+	<input type="checkbox"/>	D	<input type="checkbox"/>
E	<input type="checkbox"/>	E	<input type="checkbox"/>

> Características específicas:
(Puede escribir hasta 700 caracteres)

Seguridad a personas mayores de 60 años y menores de 18 años de edad.

Figura 26. Registro de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

38. Plan de Medios a Utilizar es un campo requerido donde se capturaron los medios publicitarios donde estará contenida esta campaña.

39. En esta sección se tiene contemplado los Recursos por el Tipo de Medios, es decir el presupuesto que se tiene de la cam con los son los medios publicitarios (\$ costos) (Figura 27).

Medios a Utilizar	
Tiempo Oficiales	
<input type="checkbox"/> Televisión	
<input type="checkbox"/> Radio	
Tiempo Comerciales	
<input type="checkbox"/> Televisión	
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	
Recursos Programados por Tipo de Medio:	
Televisores	0.00
Radiodifusores	0.00
Diarios Editados en el DF	0.00
Diarios Editados en los Estados	0.00
Revistas	0.00
Medios Complementarios	0.00
Medios Electrónicos Internacionales	0.00
Medios Impresos Internacionales	0.00
Medios Públicos	0.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	0.00
Presupuesto asignado a la Campaña:	0.00 Miles de pesos
Porcentaje que representará la campaña en la partida 3701:	0 %
Presupuesto disponible:	10,000,000.00 Miles de pesos

Figura 27 Pantalla de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

40. El usuario Entidad debe según sea su criterio debe de poner los valores programados con el presupuesto para dicha campaña y gastar exactamente el presupuesto disponible.

41. Ya que se hayan llenado los campos de medios. el sistema hará el cálculo de Presupuesto asignado a la Campaña (1), el Porcentaje que Representa la Campaña en partida 3701 (2) y el Presupuesto Disponible.(3) (Figura 28).

Plan de medios a utilizar: Ver

Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	<input checked="" type="checkbox"/> Radio

Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
1 Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
2 Porcentaje que representa la campaña en la partida 3701:	51.66	%
3 Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 28. Registro de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

42. Para guardar cambios el usuario Entidad debe pulsar el botón de guardar esperando a que el sistema muestre el mensaje de que la Solicitud fue procesada exitosamente (Figura 29)

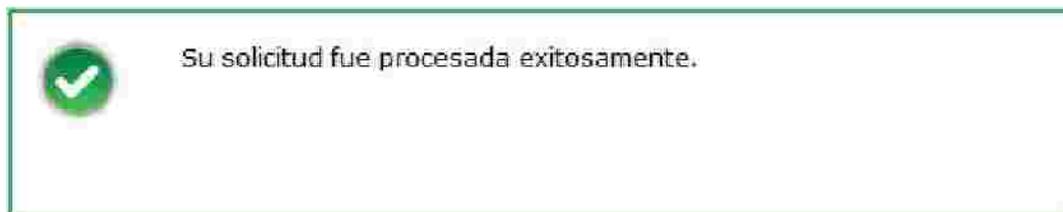


Figura 29. Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad

43. Para Finalizar con la Captura de Estrategias y Programas es necesario pulsar el botón Enviar

44. El pulsar el botón de Enviar, la pestaña de Vista Previa será mostrada al usuario Entidad en donde el sistema le mostrará el resumen de información que se haya generado en el módulo de Estrategias y Programas. (Figura 30).

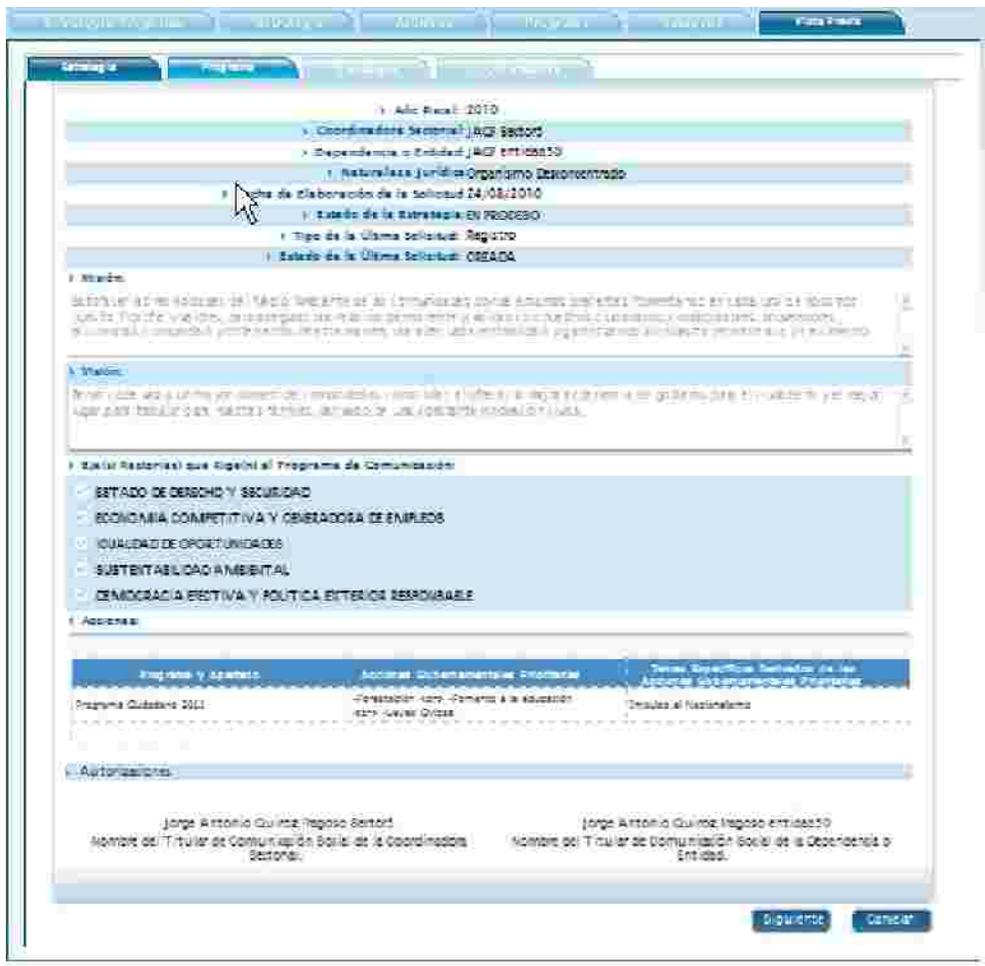


Figura 30 Vista Previa de Estrategias y Programas

45. Cuando el usuario Entidad este seguro de que la información de las Estrategias y Programas es correcta deberá de pulsar el botón siguiente donde deberá posteriormente pulsar Confirmar Envío (Figura 31).



Figura 31 Botón de Confirmación de Envío de Estrategias y Programas

46. Después de pulsar el botón de Confirmar Envió el sistema le hará llagar la solicitud de Registro de Estrategias y Programas a un Coordinador de Sector.

47. Cuando la solicitud de Registro de Estrategias y Programas se haya enviado el sistema desplegará reporte PDF como acuse de su solicitud.

48. El reporte generado de PDF en la primera página mostrará la estrategia generada por el usuario Entidad (Figura 32).

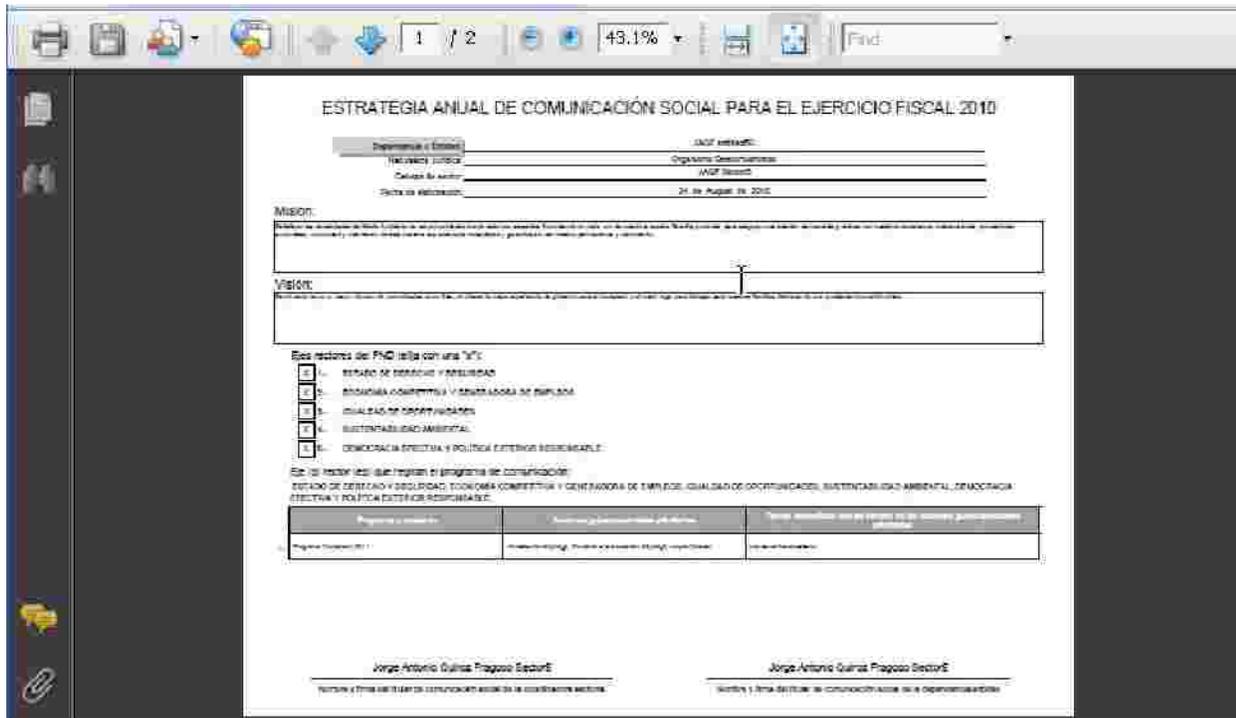


Figura 32 Reporte PDF de Estrategia Anual de Comunicación Social para Ejercicio Fiscal 2010.

49. El reporte generado de PDF en la segunda página mostrará el programa generada por el usuario Entidad (Figura 33).

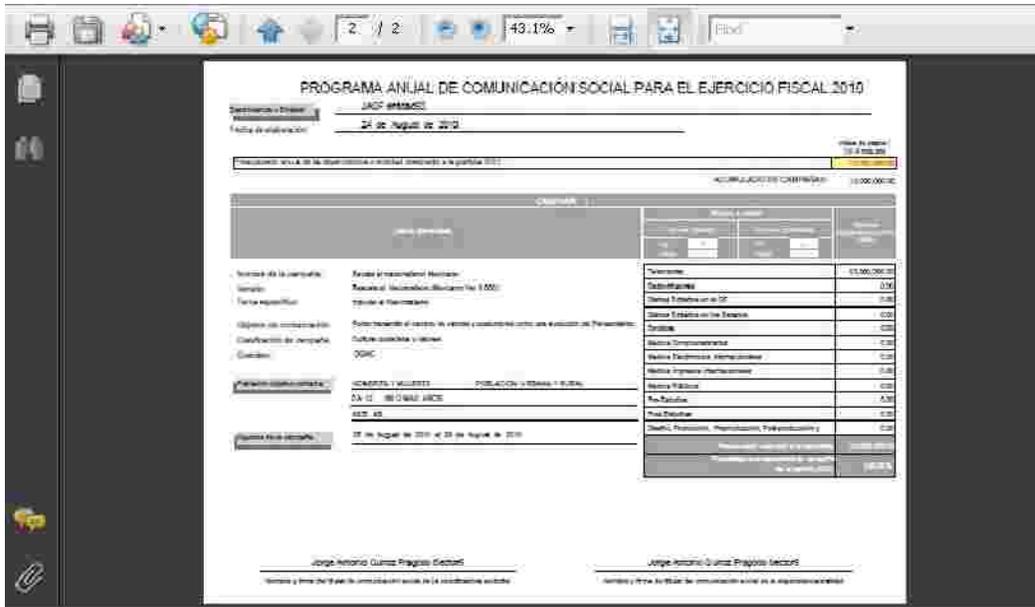


Figura 33 Reporte PDF de Programa Anual de Comunicación Social para Ejercicio Fiscal 2010..

50. El sistema después de haber enviado la solicitud de Registro Estrategias y Programas lo quitará del buzón de registros de Estrategias y Programas capturados ubicado en la pestaña de Estrategia Programa (Figura 34).



Figura 34. Registro Terminado de Estrategias Y Programas.

Registro de Estrategia y Programa en Promoción y Publicidad.

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo Estrategias y Programas >Registrar Promoción y Publicidad >Registrar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad. (Figura 35).

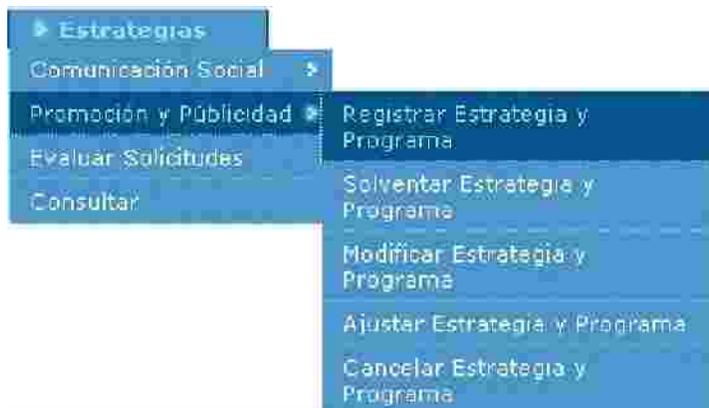


Figura 35. Catálogo de Registro de Estrategia y Programa.

2. En este punto se realiza dicha tarea. Para registrar una Estrategia y un programa para una Entidad o Sector, se deben realizar las siguientes acciones (Figura 36).



Figura 36 Registro de Estrategias y Programas.

3. Se debe de introducir el Año Fiscal y pulsar el botón de registrar para poder continuar con el registro de Estrategia y Programa (Figura 37).



Figura 37 Registro de Estrategias y Programas.

4. Después de haber pulsando el botón de Registrar, el sistema activará la pestaña de Estrategia y le mostrará al usuario Entidad, la Coordinación Sectorial, la Dependencia o Entidad, la Naturaleza Jurídica y Fecha de Elaboración al pertenece (Figura 38).

Figura 38 Registro de Estrategia.

5. Para Formar la Estrategia es necesario llenar los campos requeridos como lo son: Misión, Visión y al menos uno de los Ejes Rectores del PND.

6. En caso de que Sector o Entidad pulse el botón guardar sin haber llenado los datos requeridos de la pestaña Estrategia, el Sistema desplegará para cada dato requerido un mensaje de campo requerido indicándole al Sector o Entidad que campo le falto llenar (Figura 39).

Dato requerido.

Figura 39 Mensaje de Dato Requerido.

7. En la parte inferior de la pantalla se encuentra Notas de la Entidad /Coordinadora esto no es un dato requerido pero existe en caso de que la entidad quiera guardar un comentario en dicha estrategia.

8. Cada que se realiza una estrategia con toda la información completa y correcta, al pulsar el botón guardar, el sistema le mostrará al usuario el registro recién creado y adicionalmente presenta un mensaje indicándole al Sector o Entidad "Los datos generales de la estrategia han sido guardados", todo esto, con la finalidad de mostrar al Sector o Entidad que su operación de alta de estrategia fue exitosa (Figura 40)

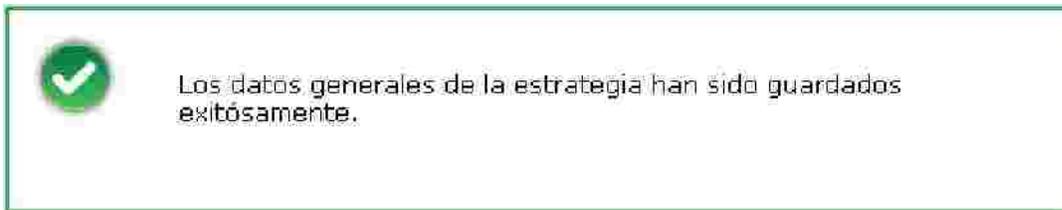


Figura 40 Mensaje de Estrategia Guardada.

9. Cuando se haya guardado la información requerida en la pestaña de Estrategia lo posterior será pulsar el botón de siguiente para registrar las acciones que debe de realizar dicha Estrategia y Programa.

10. Después de haber pulsado el botón siguiente, el sistema activará la pestaña de Entornos del Mercado y le mostrará al usuario Entidad, la siguiente ventana (Figura 41).

Entorno del Mercado	Metas Generales	Temas Especificos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas
Puede escribir hasta 700 caracteres	Puede escribir hasta 700 caracteres	Puede escribir hasta 700 caracteres

Guardar Limpiar

Figura 41 Registro de Acciones.

11. El Usuario Entidad deberá llenar los datos requeridos los Entornos de Mercado y pulsar el botón de guardar para ser procesado por el sistema (Figura 42).

Entorno del Mercado	Metas Generales	Temas Especificos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas
Puede escribir hasta 700 caracteres	Puede escribir hasta 700 caracteres	Puede escribir hasta 700 caracteres
Programa Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria. -Limpieza en Educación Secundaria. -Limpieza en Educación Media Superior.	-Fortalecer la Salud Social -Fomentar el cuidado de Salones

Guardar Limpiar

Figura 42 Registro de Acciones.

12. El sistema guardara los cambios realizados en la pestaña de Acciones y mostrará el siguiente mensaje al usuario Entidad confirmando que su información ha sido guardada (Figura 43).

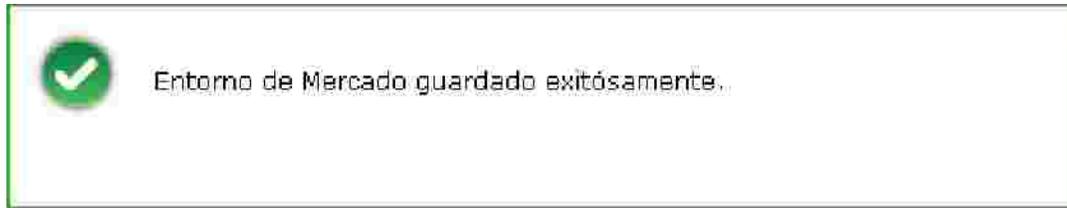


Figura 43. Mensaje de Guardada de Entornos.

13. El usuario Entidad puede guardar al menos una o más Entornos según sea su criterio (Figura 44).

Entorno de Mercado

Entorno del Mercado:	Metas Generales:	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas:
<p><small>Puede escribir hasta 200 caracteres</small></p> <p>Programa Ciudadano 2011</p>	<p><small>Puede escribir hasta 200 caracteres</small></p> <p>-Limpieza en Educación Primaria. -Limpieza en Educación Secundaria. -Limpieza en Educación Media Superior.</p>	<p><small>Puede escribir hasta 200 caracteres</small></p> <p>-Fortalecer la Salud Social -Fomentar el cuidado de Salones</p>
<p>Guardar Limpiar</p>		

Figura 44 Registro de Acciones

14. El usuario Entidad mostrará en la parte inferior de la pantalla los registros que se han llenado de Entornos (Figura 45).

Entorno del Mercado	Metas Generales	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas		
Programa Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria. -Limpieza en Educación Secundaria. -Limpieza en Educación Media Superior.	-Fortalecer la Salud Social -Fomentar el cuidado de Salones		
Programa Ciudadano 2011 - 2	-Mejoramiento de la Vivienda -Abastecimiento de Canasta Básica -Estabilidad de la Moneda Mexicana	-Ayuda a la vivienda -Desarrollo a los más necesitados. -Estabilidad de poder Adquisitivo.		

Figura 45 Registros Guardados en Acciones.

15. Para borrar los registros guardados en Entorno se de pulsar el botón de

16. Para modificar los datos guardado en Entorno el usuario Entidad deberá pulsar el botón de donde el sistema le permitirá cambiar la información del registro seleccionado (Figura 46).

Entorno de Mercado

Entorno del Mercado:
Metas Generales:
Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas:

Posible escribir hasta 700 caracteres
 Programa Ciudadano 2011 - 3

Posible escribir hasta 700 caracteres
 -Educación Media y superior a los cuerpos policiaos
 -Equivalencia de Salarios de profesionistas a Cuerpos Policiaos

Posible escribir hasta 700 caracteres
 -Minorización de Corrupción
 -Mayor Seguridad Publica

Entorno del Mercado	Metas Generales	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas
Programa Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria -Limpieza en Educación Secundaria -Limpieza en Educación Media Superior	-Fortalecer la Salud Social -Fomentar el cuidado de Salones
Programa Ciudadano 2011 - 2	-Mejoramiento de la Vivienda -Abastecimiento de Canasta Básica -Estabilidad de la Moneda Mexicana	-Ayuda a la vivienda -Desarrollo a los más necesitados -Estabilidad de poder Adquisitivo

« « Página 1 de 1 » »

Figura 46 Modificación de Entorno Registradas..

17. El Usuario Entidad ya que haya modificado la información de Entornos deberá salvar los cambio pulsando el botón guardar.

18. El Sistema le mostrará al usuario Entidad el mensaje de confirmación de que su información ha sido guardada (Figura 47).

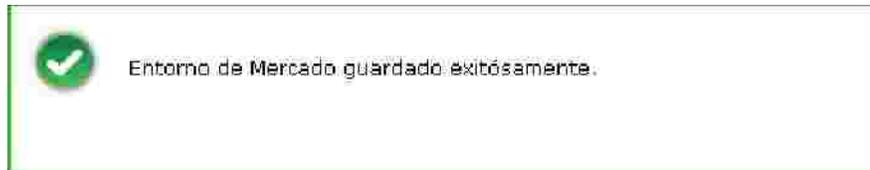


Figura 47 Mensaje de Entorno de Mercado Modificada Guardada.

19. Una vez que el usuario haya guardado las Entornos antes deberá pulsar el botón de siguiente para activar y registrar el registro de Programa.

20. La pestaña de Programa le mostrará al usuario Enti la información de lo que ha capturado anteriormente en las pestañas anteriores junto con los campos correspondientes a esta pestaña como lo son: Presupuesto Anual, Acumulados en Campañas y Diferencia (Figura 48).

» Año Fiscal: 2010

» Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5

» Dependencia o Entidad: JAQF entidad50

» Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado

» Fecha de Elaboración de la Solicitud: 24/08/2010

» Presupuesto Anual: (miles de pesos)

» Acumulado en Campañas: (miles de pesos)

» Diferencia: (miles de pesos)

Figura 48 Registro de Programa.

21. Presupuesto Anual se refiere a el dinero estimado en estas Estrategias y Programas, El Acumulado en campañas se refiere al presupuesto utilizado para diferentes campañas registradas y la diferencia se refiere al presupuesto sobrante de esta operación (Figura 49)

Año Fiscal: 2010	
Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5	
Dependencia o Entidad: JAQF entidad50	
Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado	
Fecha de Elaboración de la Solicitud: 24/08/2010	
Presupuesto Anual:	10,000,000.00 (miles de pesos)
Acumulado en Campañas:	0.00 (miles de pesos)
Diferencia:	10,000,000.00 (miles de pesos)

Figura 49 Registro de Programa.

22. Para guardar la información registrada se deberá pulsar el botón de guardar (Figura 50).

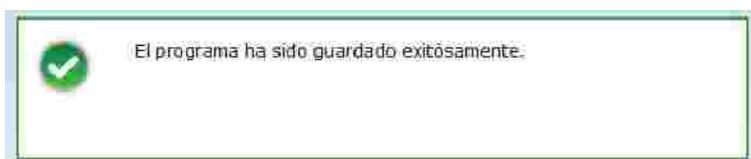


Figura 50 Guardado de Programa

23. El siguiente paso es pulsar el botón de Agregar Campaña, donde se capturaron los datos Generales de la Campaña (Figura 51)

Figura 51 Pantalla de Datos Generales de Campaña.

Datos Generales	
Nombre de la Campaña :	
Tema Especifico :	-Seleccionar-
Meta a Alcanzar :	
Objetivo de Comunicación :	Objetivo a definir (máx. 700 caracteres)
<input type="button" value="Siguiente"/> <input type="button" value="Limpiar"/>	

24. Se deberá de registrar la información requerida de la campaña como Nombre de Campaña, Tema Especifico, Meta a Alcanzar y Objetivo de la Comunicación.

25. El Campo llamado Tema Especifico desplegará en forma de lista los Temas Específicos capturados en la pestaña de Estrategia (Figura 52)

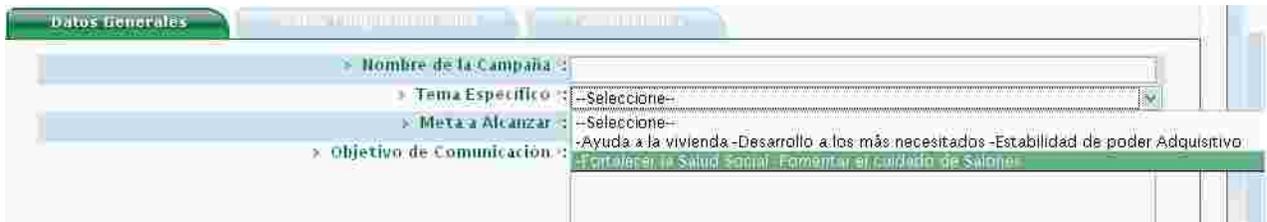


Figura 52 Selección de Objetivo de Comunicación.

26. Después de haber llenado los datos generales de la campaña se deberá pulsar el botón de siguiente para poder introducir información a Datos Comple (Figura 53).

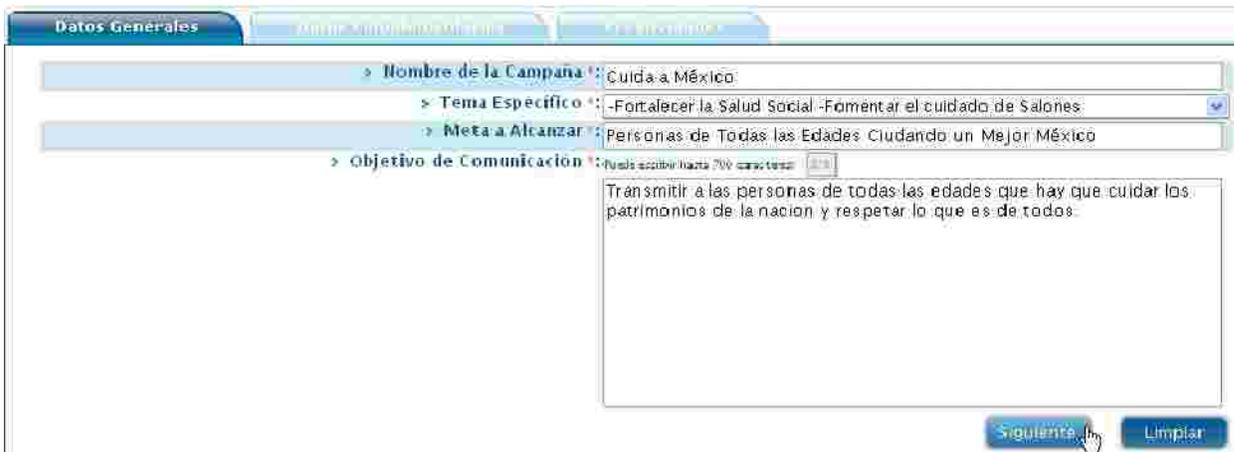


Figura 53 Registro de Datos Generales de Campaña.

27. La siguiente pantalla muestra los Datos Complementarios de Campaña.

28. El usuario Entidad Deberá Seleccionar los datos requeridos como se visualizan en el siguiente ejemplo (Figura 54).

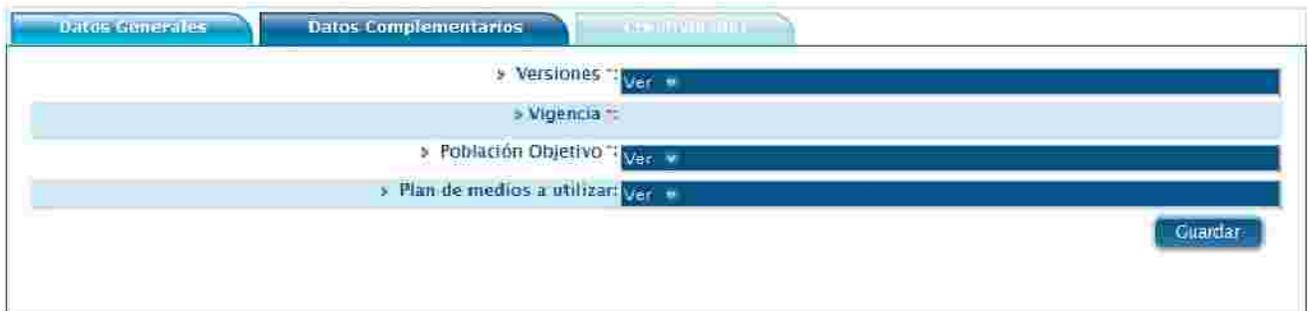


Figura 54 Pantalla de Datos Complementarios.

29. El campo Versiones se refiere al tipo de versión o versiones que puede tener una campaña; una campaña debe de tener al menos una versión o más de una campaña junto con el periodo de duración de cada versión.

30. Para que el sistema procese una o más versiones es necesario pulsar el botón de guardar  (Figura 55).



Nombre	Fecha de inicio	Fecha de fin	Estado
Quiere a México 1	28/08/2010	31/08/2010	REGIST

Figura 55 Registro de Versión de Campaña.

31. El periodo de Versión de campaña debe de ser mayor a la fecha actual (de hoy) ya que se da por entendido que la versión de campaña debe de tener una fecha programada de Inicio y una fecha programada de Fin.

32. En caso de que el usuario Entidad quiera modificar la versión de la campaña deberá pulsar el botón .

33. En caso de que se quiera borrar la versión de una campaña se deberá de pulsar el botón .

34. En caso de agregar creatividad a una versión de campaña se deberá de pulsar el botón de .

a) El sistema le mostrará al usuario Entidad la pantalla de creatividad como se muestra a continuación (Figura 56).

Figura 56 Registro de Creatividad por Versión de Campaña.

- b) El campo requerido llamado Creatividad es para subir de uno a más archivos por cada versión de campaña. Los archivos admitidos para este campo son extensiones: ZIP, RAR, PDF, TXT, DOC, XLS, JPG, BMP y GIF este campo no admite extensiones ejecutables.
- c) El campo Nombre se refiere nombre del archivo que se está subiendo al sistema para la versión de campaña.
- d) El campo Descripción se refiere a que el usuario En dad puede poner la descripción del archivo que se está subiendo a la versión de campaña.
- e) Para guardar los archivos de creatividad es necesario pulsar el botón de guardar. El sistema mostrará el siguiente mensaje de confirmación I usuario Entidad de que la información ha sido guardada correctamente (Figura 57)

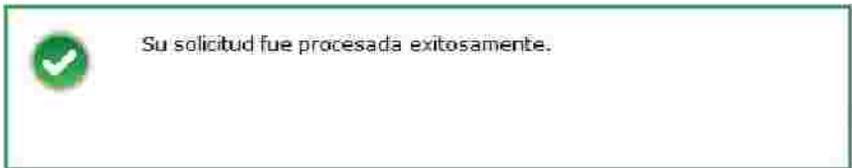


Figura 57 Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

- f) Si el usuario Entidad guardo un archivo de creatividad el sistema mostrará en la parte inferior de registros los registros que fueron capturados (Figura 58).

Fecha Hora	Nombre	Descripción	
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.	

Página 1 de 1

Figura 58 Contenedor de Registros de Archivos de Creatividad.

- g) Para borrar los registros capturados se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón de .
- h) Para descargar los archivos de creatividad del sistema se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón Descargar.

35. Para poder regresar a Datos complementarios pulsar la pestaña con el mismo nombre.

36. El campo de vigencia se llenara una vez que se haya limitado el periodo de versión de campaña (Figura 59).

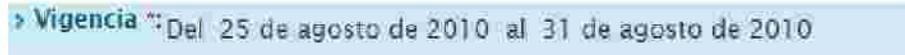


Figura 59 Llenado de Vigencia.

37. El campo de Población Objetivo Primaria se refiere al público al que va dirigida la campaña (Figura 60).

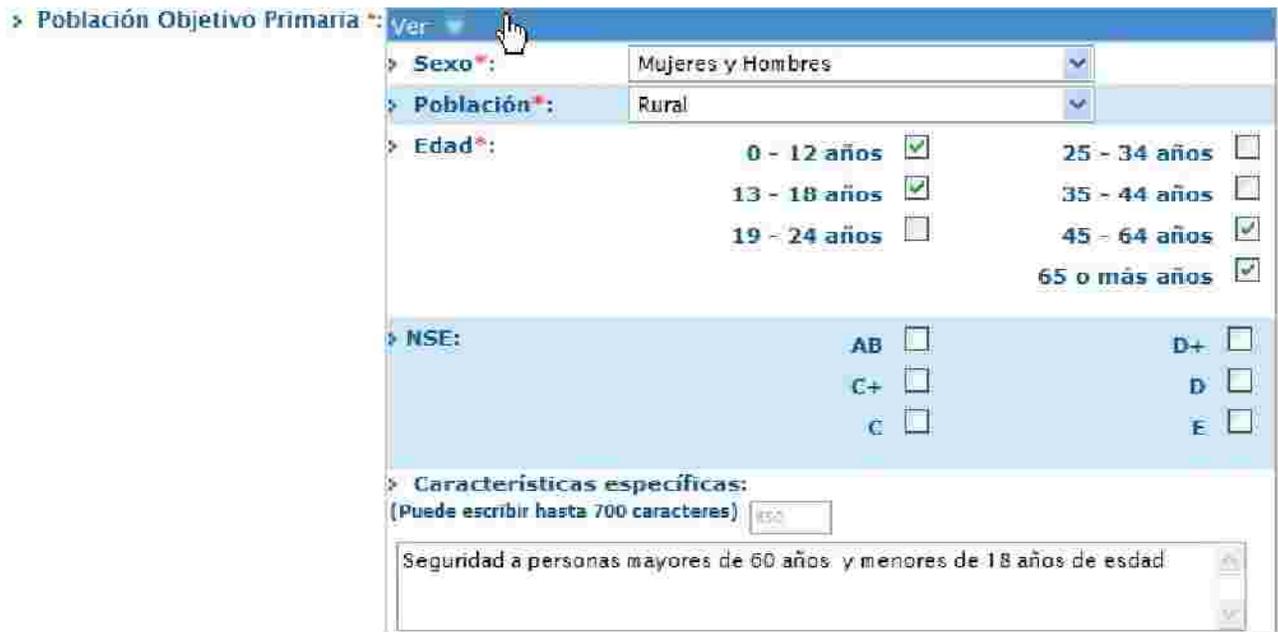


Figura 60 Registro de campo Población Objetivo Primari de Campaña.

38. Plan de Medios a Utilizar es un campo requerido donde se capturaron los medios publicitarios donde estará contenida esta campaña.

39. En esta sección se tiene contemplado los Recursos por el Tipo de Medios, es decir el presupuesto que se tiene de la cam con los son los medios publicitarios (\$ costos) (Figura 61).

Plan de medios a utilizar: Ver

Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	<input checked="" type="checkbox"/> Radio

Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:	51.66	%
Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 61 Pantalla de Plan de Medios a utilizar de Campaña

40. El usuario Entidad debe según sea su criterio debe de los valores programados con el presupuesto para dicha campaña y gastar exactamente el presupuesto disponible.

41. Ya que se hayan llenado los campos de medios. el sistema hará el cálculo de Presupuesto asignado a la Campaña (1), el Porcentaje que Representa la Campaña en partida 3702 (2) y el Presupuesto Disponible.(3) (Figura 62).

Plan de medios a utilizar: Ver

Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	<input checked="" type="checkbox"/> Radio

Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00
Radiodifusoras	222.00
Diarios Editados en el DF	5,742.00
Diarios Editados en los Estados	55.00
Revistas	555.00
Medios Complementarios	555.00
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00
Medios Impresos Internacionales	22,220.00
Medios Públicos	4,545.00
Pre-Estudios	454.00
Post-Estudios	4,545,454.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00 Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:	51.66 %
Presupuesto disponible:	4,833,533.00 Miles de pesos

Figura 62 Registro de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

42. Para guardar cambios el usuario Entidad debe pulsar el botón de guardar esperando a que el sistema muestre el mensaje de que la solicitud fue procesada exitosamente (Figura 63)

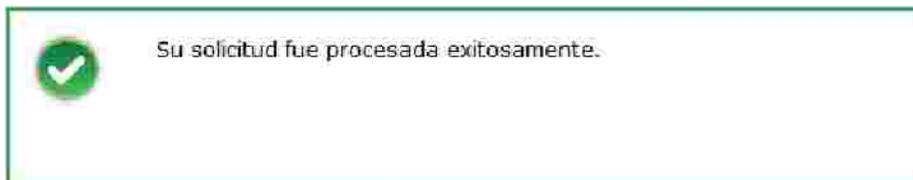


Figura 63 Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

43. Para Finalizar con la Captura de Estrategias y Programas es necesario pulsar el botón Enviar

44. El pulsar el botón de Enviar, la pestaña de Vista Previa será mostrada al usuario Entidad en donde el sistema le mostrará el resumen de información que se haya generado en el módulo de Estrategias y Programas (Figura 64).

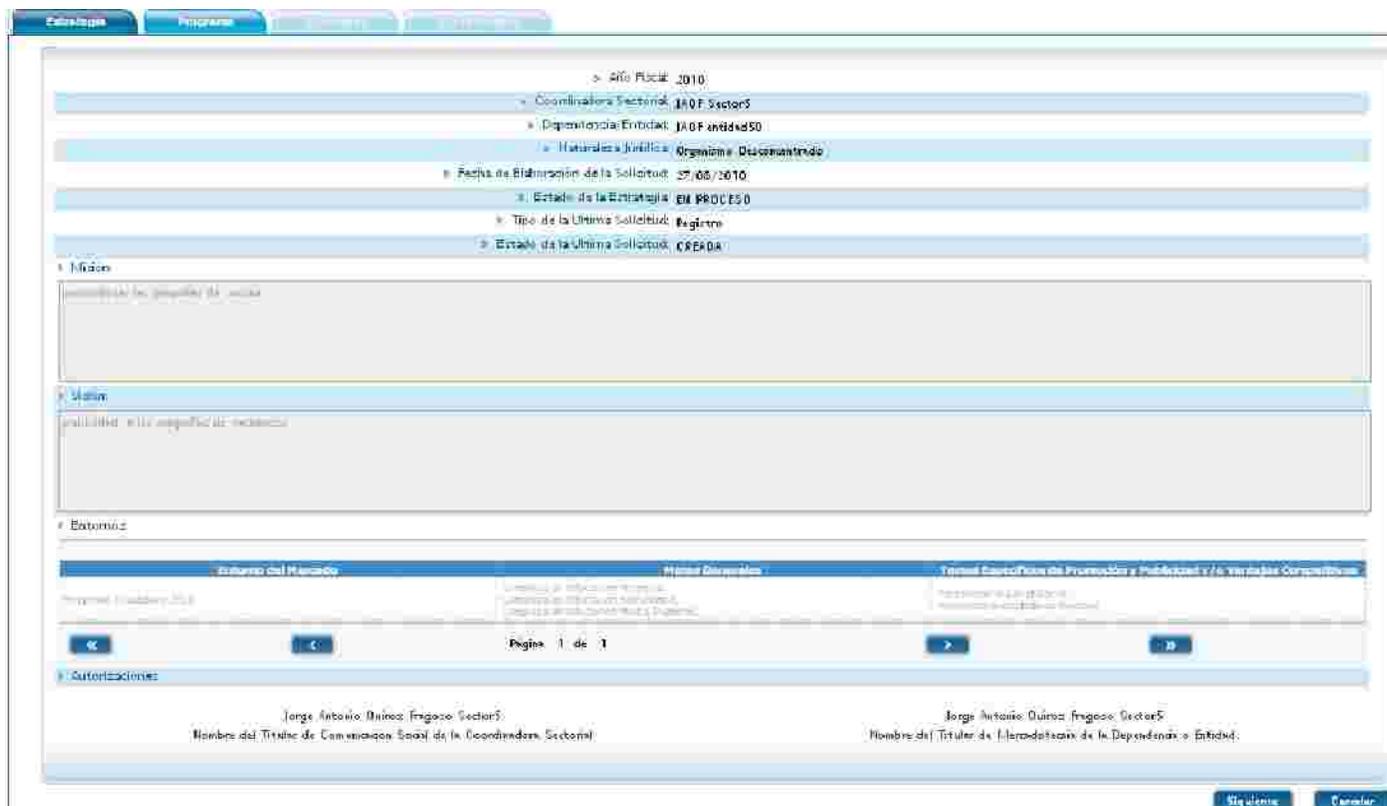


Figura 64 Vista Previa de Estrategias y Programas.

45. Cuando el usuario Entidad este seguro de que la información de las Estrategias y Programas es correcta deberá de pulsar el botón siguee donde deberá posteriormente

pulsar Confirmar Envío 

46. Después de pulsar el botón de Confirmar Envió el sistema le hará llagar la ud de Registro de Estrategias y Programas a un Coordinador de Sector.

47. Cuando la solicitud de Registro de Estrategias y Programas se haya enviado el sistema desplegará reporte PDF como acuse de su solicitud.

48. El reporte generado de PDF en la primera página mostrará la estrategia generada por el usuario Entidad (Figura 65).

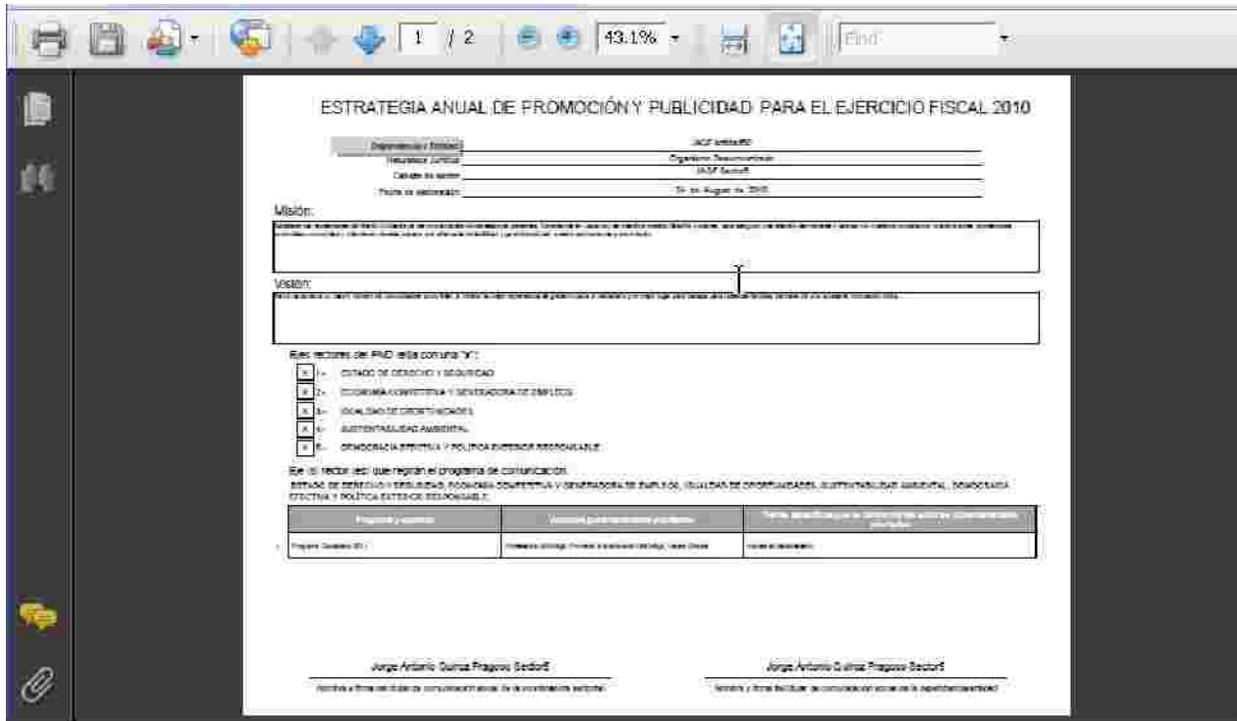


Figura 65 Reporte PDF de Estrategia Anual de Comunicación Social para Ejercicio Fiscal 2010.

49. El reporte generado de PDF en la segunda página mostrará el programa generada por el usuario Entidad. (Figura 66).

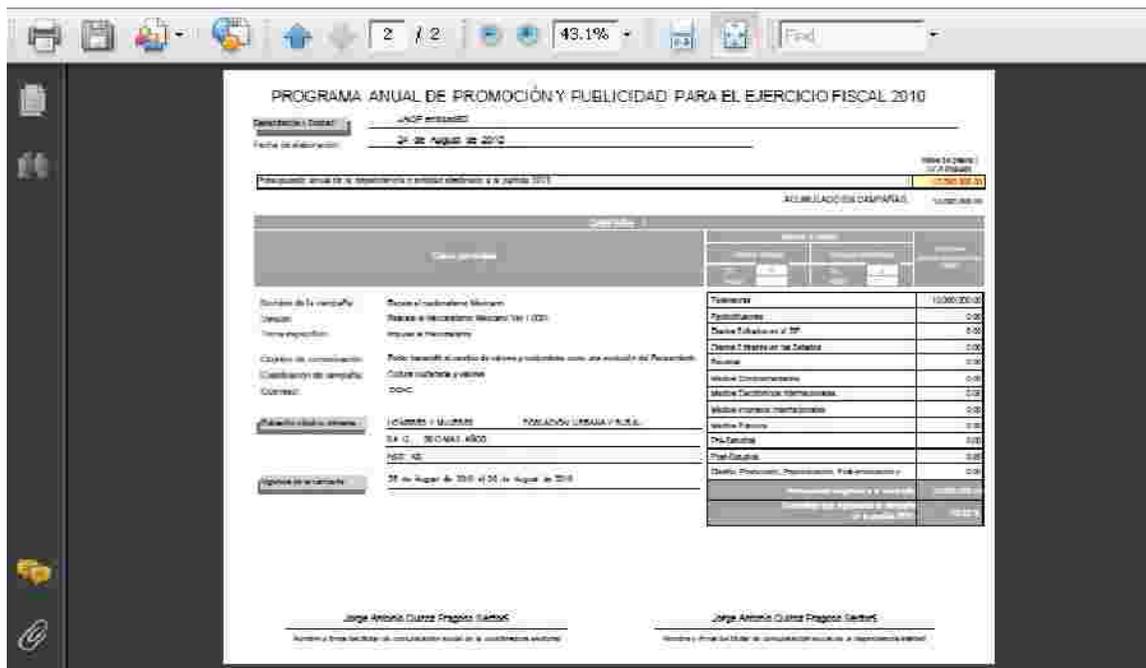


Figura 66 Reporte PDF de Programa Anual de Comunicación Social para Ejercicio Fiscal 2010..

50. El sistema después de haber enviado la solicitud de Registro Estrategias y Programas lo quitará del buzón de registros de Estrategias y Programas capturados ubicado en la pestaña de Estrategia Programa (Figura 67).



Figura 67 Registro Terminado de Estrategias Y Programas.

1.3. Solventar Es trategias y Programas .

Primeramente se explicará como Solventar Estrategias y Programas, posteriormente se explicará que la Cabeza de Sector, recibido por la DGNC y eventualmente evaluado por el personal adscrito a la DGNC.

Solventación de Comunicación Social >Estrategias y Programas

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo de Comunicación Social > Solventar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad (Figura 1).

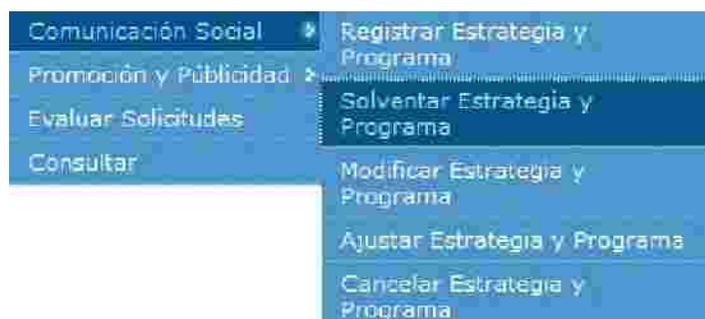


Figura 1 Catálogo de Solventación en Comunicación Social de Estrategia y Programa.

3. Para que puedan existir las solicitudes de solventación, la solicitud tuvo que haber pasado por toda la evaluación de la DGNC como una solicitud "Para Observar y autorización de registro".

4. La siguiente pantalla que el sistema presentara para solventación de Estrategias y Programas es el siguiente (Figura 2).



Figura 2. Comunicación Social >Solventación de Estrategias y Programas.

5. Se deberá de seleccionar la solicitud a solventar y pulsar el botón de  (editar).
6. Cuando se haya pulsado el botón de  (editar) a la solicitud, aparecerá un mensaje de confirmación para comenzar la solventación de la estrategia (Figura 3).

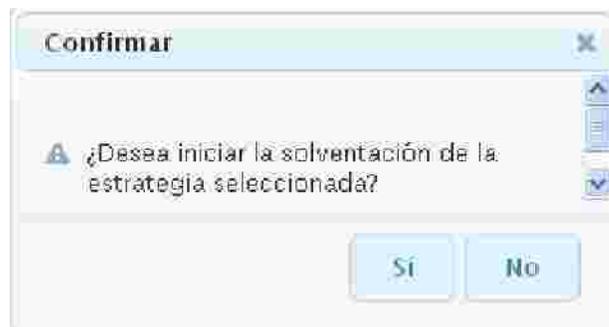


Figura 3 Solventación de Estrategias y Programas.

7. En caso de que el usuario pulse el botón de No se cancelará este proceso para esta solicitud.
8. En caso de pulsar el botón Si la solicitud cambiara a en proceso de solventación.
9. Se podrá modificar la información que contenga la solicitud (Figura 4).

Figura 4 Solventación de Estrategias y Programas.

10. Si son modificados los datos por alguna razón se deberá de pulsar el botón  (guardar) para que los cambios sean procesados por el sistema.

11. Se tiene que tomar en cuenta que la Estrategia tiene campos requeridos como lo son Misión, Visión y al menos uno de los Ejes Rectores del PND.

12. En caso de que Sector o Entidad pulse el botón guardar sin haber llenado los datos requeridos de la pestaña Estrategia El Sistema desplegará para cada dato requerido un mensaje de campo requerido indicándole al Sector o Entidad que campo le falta llenar (Figura 5).

Dato requerido.

Figura 5 Mensaje de Dato Requerido.

13. Cada que se realiza una estrategia con toda la información completa y correcta, al pulsar guardar, el sistema le mostrará al usuario el registro recién creado y adicionalmente presenta un mensaje indicándole al Sector o Entidad "Los datos generales de la estrategia han sido guardados", todo esto, con la finalidad de mostrar al Sector o Entidad que su operación de alta de estrategia fue exitosa (Figura 6).

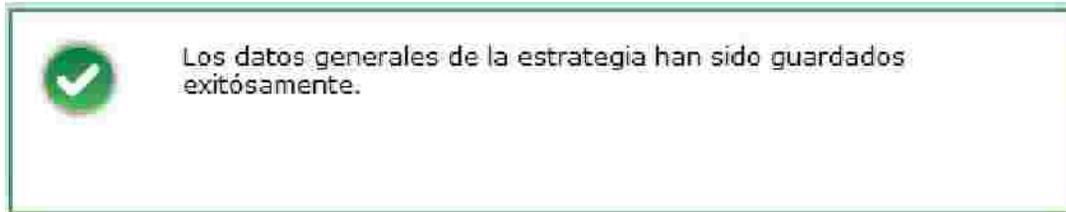


Figura 6. Mensaje de Estrategia Guardada.

14. Cuando se haya guardado la información requerida en la pestaña de Estrategia lo posterior será pulsar el botón de siguiente para registrar las acciones que debe de realizar dicha Estrategia y Programa.

15. Después de haber pulsado el botón de siguiente, el sistema activará la pestaña de Estrategia y le mostrará al usuario Entidad, la siguiente venta (Figura 7).

Figura 7 Registro de Acciones.

16. El Usuario Entidad deberá llenar los datos requeridos de Acciones y pulsar el botón de guardar para ser procesado por el sistema (Figura 8).

Figura 8 Registro de Acciones.

17. El sistema guardara los cambios realizados en la pestaña de Acciones y mostrará el siguiente mensaje al usuario Entidad confirmando que s información ha sido guardada (Figura 9).

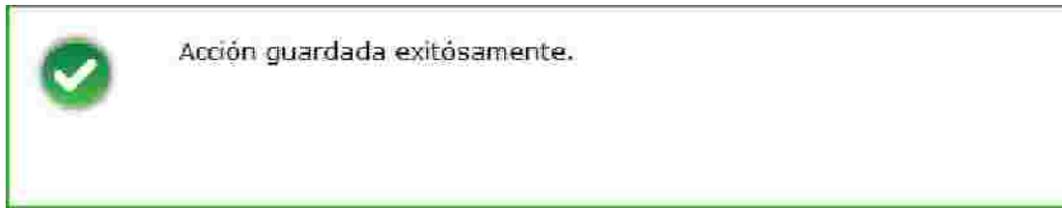


Figura 9 Mensaje de Acción Guardada.

18. El usuario Entidad puede Guardar al menos una o más acciones según sea su criterio (Figura 10).

Acciones

Programa y Apartado:	Acciones Gubernamentales Prioritarias:	Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias:
(Puede escribir hasta 700 caracteres) 7/1 Programa Ciudadano 2011 A-223	(Puede escribir hasta 700 caracteres) 8/4 Motivación ciudadana con la limpieza	(Puede escribir hasta 700 caracteres) 6/1 Ciudadano Ecológico 2011

Figura 10. Registro de Acciones.

19. El usuario Entidad mostrará en la parte inferior de la pantalla los registros que se han llenado de Acciones (Figura 11).

Programa y Apartado	Acciones Gubernamentales Prioritarias	Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias	
Programa Ciudadano 2011	-Forestación -Fomento a la educación -Leyes Cívicas	Impulso al Nacionalismo	 

Página 1 de 1

Figura 11 Registros Guardados en Acciones.

20. Para borrar los registros guardados en Acciones se debe de pulsar el botón de  según sea el criterio del usuario Entidad.

21. Para modificar los datos guardado en Acciones el usuario Entidad deberá pulsar el botón de  donde el sistema le permitirá cambiar la información del registro seleccionado (Figura 12).

Acciones

Programa y Apartado: Acciones Gubernamentales Prioritarias: Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias:

(Puede escribir hasta 700 caracteres) (Puede escribir hasta 700 caracteres) (Puede escribir hasta 700 caracteres)

Programa Ciudadano 2011 A-2, Motivación ciudadana con la limpieza Cuidado Ecologico 2011

Guardar **Limpiar**

Programa y apartado	Acciones gubernamentales prioritarias	Temas específicos derivados de las acciones gubernamentales prioritarias		
Programa Ciudadano 2011	-Forestación -Fomento a la educación -Leyes Cívicas	Impulso al Nacionalismo		
Programa Ciudadano 2011 A-223	Motivación ciudadana con la limpieza	Cuidado Ecologico-2011		

Página 1 de 1

Figura 12 Modificación de Acciones Registradas.

22. El Usuario Entidad ya que haya modificado la información de Acciones deberá salvar los cambio pulsando el botón guardar.

23. El Sistema le mostrará al usuario Entidad el mensaje de confirmación de que su información ha sido guardada (Figura 13).

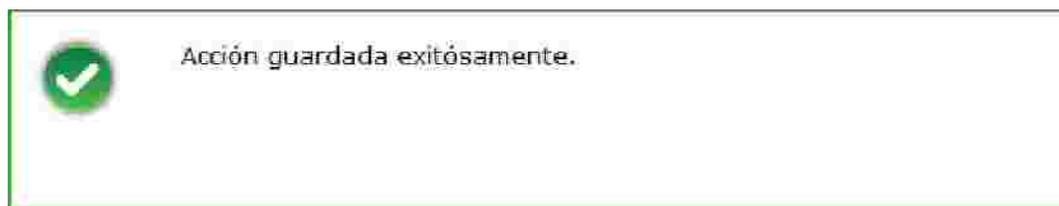


Figura 13 Mensaje de Acción Modificada Guardada.

24. Una vez que el usuario haya guardado las Acciones pertinentes deberá pulsar el botón de siguiente para activar y solventar el registro de Programa.

25. La pestaña de Programa le mostrará al usuario Enti la información con el que se había registrado la solicitud anteriormente (Figura 14).

Inicio | Programación | Ejecución | Análisis | Programa | Campañas | Vigilancia

> Año Fiscal: 2010

> Coordinadora Sectorial: JAQF SectorIS

> Dependencia/Entidad: JAQF entidad50

> Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado

> Fecha de Elaboración de la Solicitud: 30/08/2010

> Presupuesto Anual: 10,000,000.00 (miles de pesos)

> Acumulado en Campañas: 10,000,000.00 (miles de pesos)

> Diferencia: 0.00 (miles de pesos)

> Campañas

Nombre de la Campaña	Presupuesto Asignado	Tipo	Estado		
Recibe al nacionalismo Mexicano	10,000,000.00	Campaña	REGISTRADA		

← ← Página 1 de 1 → →

Agregar Campaña

Guardar Regresar Enviar Cancelar

Figura 14 Solventación de Programa.

26. Para guardar la información se deberá pulsar el botón de guardar (Figura 15).

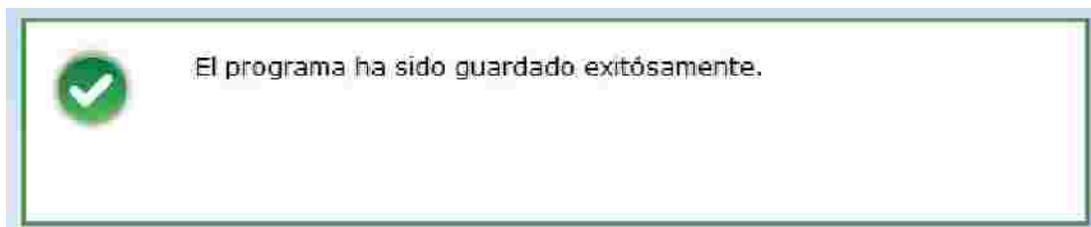


Figura 15. Guardado de Programa.

27. Para modificar la versión de campaña se deberá seleccionar la versión de campaña deseada y pulsar el botón de  (editar).

28. Se podrá modificar la información de la solicitud el usuario entidad lo desee (Figura 16).

Datos Generales

Nombre de la Campaña: Recate al nacionalismo Mexicano

Tema Especifico: Impulso al Nacionalismo

Objetivo de Comunicación: Reducir el costo de los procesos electorales

Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus ciudadanos.

Mayor transparencia en los procesos democráticos sea el partido que rijá.

Clasificación de la Campaña: Cultura ciudadana y valores

Coemisor(es): DGCN

Siguiente Limpia

Figura 16. Pantalla de Datos Generales de Campaña.

29. Se deberá de introducir la información requerida de la campaña como Nombre de Campaña, Tema Especifico, Objetivo de Comunicación y Clasificación de la Campaña.

30. El Campo llamado Tema Especifico desplegará en forma de lista los Temas Específicos capturados en la pestaña de Estrategia (Figura 17).

Datos Generales

Nombre de la Campaña: Recate al nacionalismo Mexicano

Tema Especifico: Impulso al Nacionalismo

Objetivo de Comunicación: -Selección-

- Cuidado Ecologico 2011
- Impulso al Nacionalismo

Figura 17. Selección de Objetivo de Comunicación.

31. Después de haber llenado los datos generales de la campaña se deberá pulsar el botón de siguiente para poder introducir información a Datos Complementarios (Figural 18).

Datos Generales | Datos Complementarios | Resultados

Nombre de la Campaña: Recate al nacionalismo Mexicano
 Tema Específico: Impulso al Nacionalismo
 Objetivo de Comunicación: (Puede escribir hasta 700 caracteres)
 Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus ciudadanos.
 Mayor transparencia en los procesos democraticos sea el partido que rija.
 Clasificación de la Campaña: Cultura ciudadana y valores
 Coemisor(es): DGNC

Siguiete | Limpiar

Figura 18 Registro de Datos Generales de Campaña.

32. La siguiente pantalla muestra los Datos Complementarios de Campaña.

33. El usuario Entidad Deberá Seleccionar los datos requeridos como se visualizan en el siguiente ejemplo (Figura 19).

Datos Generales | **Datos Complementarios** | Resultados

> Versiones: Ver
 > Vigencia:
 > Población Objetivo Primaria: Ver
 > Plan de medios a utilizar: Ver

Guardar

Figura 19 Pantalla de Datos Complementarios.

34. El campo Versiones contendrá las versiones de campaña que se hayan capturado.

35. Una campaña debe de tener al menos una versión o más versiones de una campaña junto con el periodo de duración de cada versión.

36. Para que el sistema guarde los cambios de una o más versiones es necesario pulsar el botón de Guardar (Figura 20).

Versiones Ver

Nombre: Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 2.00001

Fecha Inicio: 27/08/2010 Fecha Fin: 31/08/2010

Guardar Limpiar

Nombre	Fecha de inicio	Fecha de fin	Estado
Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 1.0001	25/08/2010	26/08/2010	REGIST

Página 1 de 1

Figura 20 Solventación de Versión de Campaña.

37. El periodo de Versión de campaña debe de ser mayor a la fecha actual (de hoy) ya que se da por entendido que la versión de campaña debe de tener una fecha programada de Inicio y una fecha programada de Fin.

38. En caso de que el usuario Entidad quiera modificar la versión de la campaña deberá pulsar el botón .

39. En caso de que se quiera borrar la versión de una campaña se deberá de pulsar el botón .

40. En caso de agregar creatividad a una versión de campaña se deberá de pulsar el botón de .

a) El sistema le mostrará al usuario Entidad la pantalla de creatividad como se muestra a continuación (Figura 21).

Datos Generales Datos Complementarios Creatividades

Nombre de la Versión: Rescate al Nacionalismo Mexicano

Inicio de Vigencia: 2010-08-25

Fin de Vigencia: 2010-08-26

Creatividad: Browse...

Nombre:

Descripción: (Puede escribir hasta 700 caracteres) 700

Guardar Limpiar

- b) El campo requerido llamado Creatividad es para subir de uno a más archivos por cada versión de campaña. Los archivos admitidos para este campo son extensiones: ZIP, RAR, PDF, TXT, DOC, XLS, JPG, BMP y GIF este campo no admite extensiones ejecutables.
- c) El campo Nombre se refiere nombre del archivo que se está subiendo al sistema para la versión de campaña.
- d) El campo Descripción se refiere a que el usuario Entidad p poner la descripción del archivo que se está subiendo a la versión de campaña.
- e) Para guardar los archivos de creatividad es necesario pulsar el botón de guardar. El sistema mostrará el siguiente mensaje de confirmación al usuario Entidad de que la información ha sido guardada correctamente. (Figura 22).

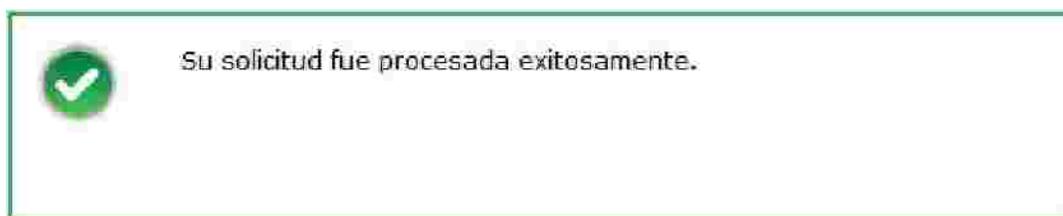


Figura 22. Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad

- f) Si el usuario Entidad guardo un archivo de creatividad el sistema mostrará en la parte inferior de registros los registros que fueron capturados (Figura 23).

Fecha Hora	Nombre	Descripción	
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.	

Figura 23 Contenedor de Registros de Archivos de Creatividad.

- g) Para borrar los registros capturados se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón de .
- h) Para descargar los archivos de creatividad del sistema se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón Descargar.

42. Para poder regresar a Datos complementarios pulsar la pestaña con el mismo nombre.

43. El campo de vigencia se procesará una vez que se haya limitado el de versión de campaña (Figura 24).



Figura 24 Llenado de Vigencia.

44. El campo de Población Objetivo Primaria mostrará los campos que fueron capturados anteriormente en la solicitud (Figura 25).

> Población Objetivo Primaria: Ver

Sexo*: Mujeres y Hombres

Población*: Rural

Edad*:

0 - 12 años	<input checked="" type="checkbox"/>	25 - 34 años	<input type="checkbox"/>
13 - 18 años	<input checked="" type="checkbox"/>	35 - 44 años	<input type="checkbox"/>
19 - 24 años	<input type="checkbox"/>	45 - 64 años	<input checked="" type="checkbox"/>
		65 o más años	<input checked="" type="checkbox"/>

NSE:

AB	<input type="checkbox"/>	D+	<input type="checkbox"/>
C+	<input type="checkbox"/>	D	<input type="checkbox"/>
C	<input type="checkbox"/>	E	<input type="checkbox"/>

Características específicas:
(Puede escribir hasta 700 caracteres)

Seguridad a personas mayores de 60 años y menores de 18 años de edad

Figura 25 Solventación de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

45. Plan de Medios a Utilizar es un campo requerido donde se capturaron los medios publicitarios donde estará contenida esta campaña.

46. Al pulsar este campo de Plan de Medios. Se desplegará la información que fue capturada anteriormente (Figura 26).

> Plan de medios a utilizar: Ver

Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales		Tiempos Comerciales	
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión		<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	
<input checked="" type="checkbox"/> Radio		<input checked="" type="checkbox"/> Radio	

Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras:	22,222.00
Radiodifusoras:	222.00
Dianos Editados en el DF:	5,742.00
Dianos Editados en los Estados:	55.00
Revistas:	555.00
Medios Complementarios:	555.00
Medios Electrónicos Internacionales:	8,888.00
Medios Impresos Internacionales:	22,220.00
Medios Públicos:	4,545.00
Pre-Estudios:	454.00
Post-Estudios:	4,545,454.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado:	555,555.00
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3701:	51.66 %
Presupuesto disponible:	4,833,533.00

Miles de pesos

47. El usuario Entidad debe según sea su criterio debe de poner los valores programados con el presupuesto para dicha solventación de campaña y gastar el presupuesto disponible.

48. Ya que se hayan llenado los campos de medios. el sistema hará el cálculo de Presupuesto asignado a la Campaña (1), el Porcentaje que Representa la Campaña en partida 3701 (2) y el Presupuesto Disponible.(3) (Figura 27).

Plan de medios a utilizar: Ver

> Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales Tiempos Comerciales

Televisión Televisión

Radio Radio

> Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
1 Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
2 Porcentaje que representa la campaña en la partida 3701:	51.66	%
3 Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 28. Registro de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

48. Para guardar cambios de solventación de solicitud el usuario Entidad debe pulsar el botón de guardar esperando a que el sistema muestre el mensaje de que la Solicitud fue procesada exitosamente (Figura 29).

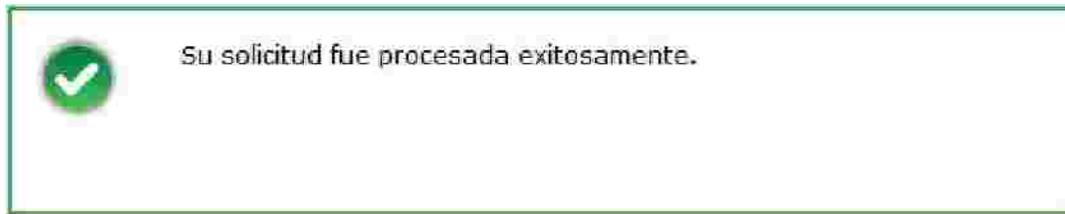


Figura 29. Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

49. Para Finalizar con la Captura de Estrategias y Programas es necesario pulsar el botón Enviar.

50. El pulsar el botón de Enviar, la pestaña de Vista Previa será mostrada al usuario Entidad en donde el sistema le mostrará el resumen de información que se haya generado en el módulo de Estrategias y Programas (Figura 30).



51. Se podrá solventar las Notas Entidad/Coordinadora pulsar el área **Notas Entidad/Coordinadora** (Figura 31).

Figura 31. Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

52. Después de haber introducido la información de notas se deberá pulsar el Botón de **Guardar** (Figura 32).

Figura 32 Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

53. El sistema mandara al usuario un mensaje de confirmación de que los cambios de la información han sido guardados (Figura 33).

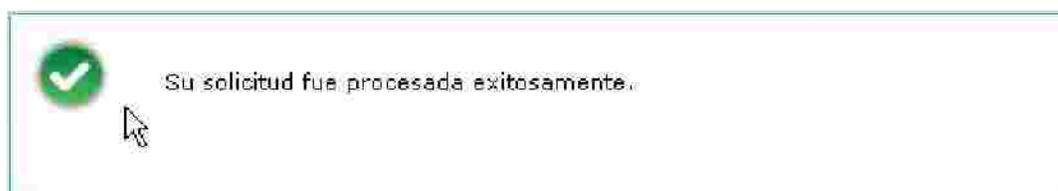


Figura 33 Vista Previa de Estrategias y Programas.

54. El usuario entidad podrá ver el oficio de la DGNC que se haya realizado para esta solicitud.

55. Para revisar esta información de Oficios se deberá de pulsar en el área llamada **Consulta de Oficios DGNC**, seleccionar la información del oficio deseado y pulsar el botón de **Descargar** . (Figura 34).

Fecha/Hora	Usuario	Tipo de Solicitud	Estado del Oficio	Nombre del Documento	Descripción del Documento	Folio
30/08/2010 10:38	Melibea Reyes Jacinto	Registro	Autorizado	ScreenPrinter_01-Aug-20-09_A6.gif	005	0005

« < Página 1 de 1 > »

Descargar

Figura 34. Descarga de Oficios de la solicitud emitidos por la DGNC de Estrategias y Programas.

56. Cuando el usuario Entidad este seguro de que la información de las Estrategias y Programas es correcta deberá de pulsar el botón sigueie donde deberá posteriormente pulsar Enviar .

57. Al Confirmar Envió el sistema creará la solicitud las Estrategias y Programas para que posteriormente la pueda evaluar una entidad Coordinadora.

Solventación de Promoción y Publicidad > Es trategias y Programas

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo de Comunicación Social >]Solventar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad (Figura 35).

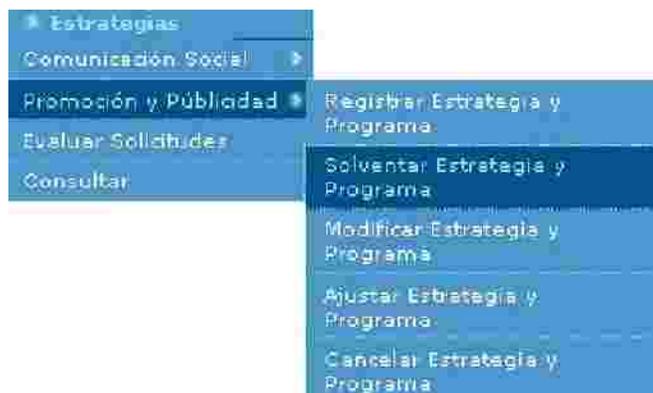


Figura 35 Catálogo de Solventación en Promoción y Publ dad de Estrategia y Programa.

3. Para que puedan existir las solicitudes de solventación, la solicitud tuvo que haber pasado por toda la evaluación de la DGNC como una solicitud "Para Observar y autorización de registro".

4. La siguiente pantalla que el sistema presentara para solventación de Estrategias y Programas es el siguiente (Figura 36).

Solventación de Estrategia y Programa					
Estrategia Programa					
Año Fiscal	Estado de la Estrategia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración de la Solicitud	Estado de la Solicitud	
2010	EN PROCESO	Registro	27/08/2010	OBSERVADA	
Página 1 de 1					

Solicitudes de solventación pendientes:					
No se encontró información					
Año Fiscal	Estado de la Estrategia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración de la Solicitud	Estado de la Solicitud	

Figura 36 Comunicación Social >Solventación de Estrategias y Programas.

- Se deberá de seleccionar la solicitud a solventar y pulsar el botón de  (editar).
- Cuando se haya pulsar el botón de  (editar) a la solicitud, aparecerá un mensaje de confirmación para comenzar la solventación de la estrategia (Figura 37).

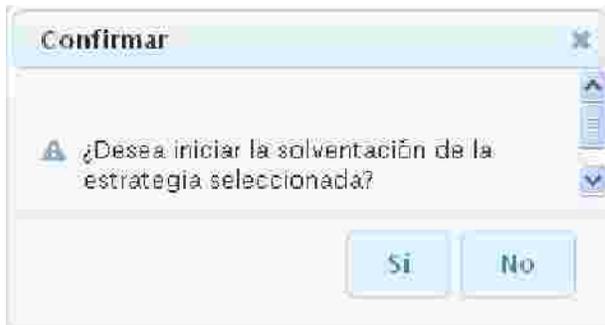


Figura 37 Registro de Estrategias y Programas.

- En caso de que el usuario pulse el botón de No se cancela este proceso para esta solicitud.
- En caso de pulsar el botón Si la solicitud cambiara a en proceso de solventación.
- Se podrá modificar la información que contenga la solicitud (Figura 38).

The screenshot shows a web application interface with a navigation bar at the top containing tabs: 'Inicio', 'Estrategia', 'Programas', 'Cuentas', and 'Vigencia'. Below the navigation bar, there are several data fields:

- > Año Fiscal: 2010
- > Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5
- > Dependencia/Entidad: JAQF entidad50
- > Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado
- > Fecha de Elaboración de la solicitud: 30/08/2010

Below these fields are two text input areas:

- Misión:** (Puede escribir hasta 700 caracteres) with the text: "promocionar las campañas de vacuna:"
- Visión:** (Puede escribir hasta 700 caracteres) with the text: "publicidad a las campañas de vacunación"

At the bottom of the form, there are five buttons: "Guardar", "Limpiar", "Regresar", "Siguiente", and "Cancelar".

Figura 38 Solventación de Estrategias y Programas.

10. Si son modificados los datos por alguna razón se deberá de pulsar el botón



guardar para que los cambios sean procesados por el sistema.

11. Se tiene que tomar en cuenta que la Estrategia tiene campos requeridos como lo son Misión, Visión y al menos uno de los Ejes Rectores del PND.

12. En caso de que Sector o Entidad pulse el botón guardar sin haber llenado los datos requeridos de la pestaña Estrategia El Sistema desplegará para cada dato requerido un mensaje de campo requerido indicándole al Sector o Entidad que campo le falta llenar (Figura 39).

Dato requerido.

Figura 39. Mensaje de Dato Requerido.

13. Cada que se realiza una estrategia con toda la información completa y correcta, al pulsar guardar, el sistema le mostrará al usuario el registro recién creado y adicionalmente presenta un mensaje indicándole al Sector o Entidad "Los datos generales de la estrategia han sido guardados", todo esto, con la finalidad de mostrar al Sector o Entidad que su operación de alta de estrategia fue exitosa (Figura 40).

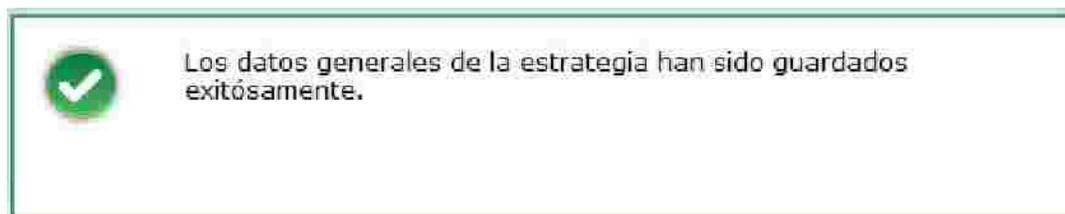


Figura 40. Mensaje de Estrategia Guardada.

14. Cuando se haya guardado la información requerida en la pestaña de Estrategia lo posterior será pulsar el botón de siguiente para registrar las acciones que debe de realizar dicha Estrategia y Programa.

15. Después de haber pulsado el botón de siguiente, el sistema activará la pestaña de Estrategia y le mostrará al usuario Entidad, la siguiente pantalla (Figura 41).

The screenshot shows a web form titled 'Entorno de Mercado'. It has three main sections, each with a text input field and a character count indicator (e.g., 'Puede escribir hasta 200 caracteres').

- Entorno del Mercado:** An empty text input field.
- Metas Generales:** A text input field containing a list of goals:
 - Limpieza en Educación Primaria.
 - Limpieza en Educación Secundaria.
 - Limpieza en Educación Media Superior.
- Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas:** A text input field containing:
 - Fortalecer la Salud Social.
 - Fomentar el cuidado de Salones.

At the bottom right, there are 'Guardar' and 'Limpiar' buttons. Below the form is a navigation bar with arrows and the text 'Página 1 de 1'.

Figura 41. solventación de Entornos.

16. El Usuario Entidad deberá llenar los datos requeridos de Entorno a solventar y pulsar el botón de guardar para ser procesado por el sistema (Figura 50).

17. El sistema guardara los cambios realizados en la pestaña de Acciones y mostrará el siguiente mensaje al usuario Entidad confirmando que su información ha sido guardada (Figura 42).

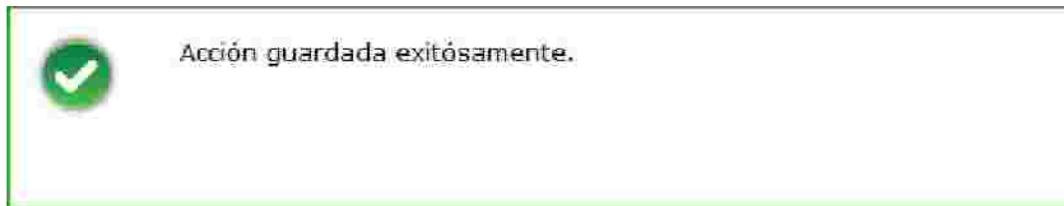


Figura 42 Mensaje de Acción Guardada.

18. El usuario Entidad mostrará en la parte inferior de la pantalla los registros que se han llenado de Entornos anteriormente (Figura 43).

The screenshot shows the same 'Entorno de Mercado' form as in Figure 41, but now it displays a table of saved records below the input fields.

Entorno del Mercado	Metas Generales	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas		
Programa Ciudadano 2011	- Limpieza en Educación Primaria. - Limpieza en Educación Secundaria. - Limpieza en Educación Media Superior.	- Fortalecer la Salud Social - Fomentar el cuidado de Salones		

At the bottom, there is a navigation bar with arrows and the text 'Página 1 de 1'.

Figura 43. Solventación Guardados en Registros.

19. Para borrar los registros guardados en Acciones se debe de pulsar el botón de  según sea el criterio del usuario Entidad.

20. Para modificar los datos guardado en Acciones el usuario Entidad deberá pulsar el botón de  donde el sistema le permitirá cambiar la información del registro seleccionado (Figura 44).



Figura 44. Modificación de Acciones Registradas.

21. El Usuario Entidad ya que haya modificado la información de Entornos deberá salvar los cambios pulsando el botón guardar.

22. El Sistema le mostrará al usuario Entidad el mensaje de confirmación de que su información ha sido guardada (Figura 45).

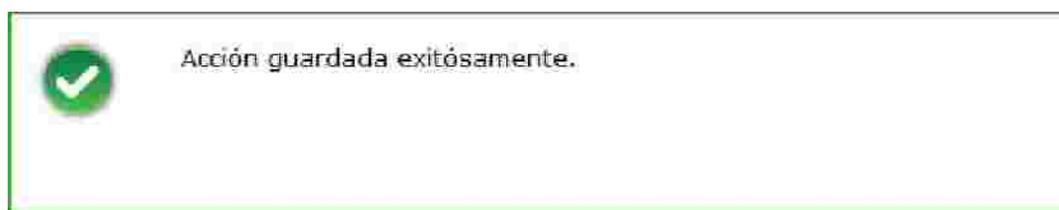


Figura 45. Mensaje de Entorno Modificada Guardada.

23. Una vez que el usuario haya guardado los Entornos antes deberá pulsar el botón de siguiente para activar y solventar el registro de Programa.

24. La pestaña de Programa le mostrará al usuario Entidad la información con el que se había registrado la solicitud anteriormente (Figura 46).

Estructura Organizativa | Formularios | Formularios | Programa | Formularios | Estructura Organizativa

> Año Fiscal: 2010
 > Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5
 > Dependencia/Entidad: JAQF entidad50
 > Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado
 > Fecha de Elaboración de la Solicitud: 30/08/2010
 > Presupuesto Anual: 10,000,000.00 (miles de pesos)
 > Acumulado en Campañas: 10,000,000.00 (miles de pesos)
 > Diferencia: 0.00 (miles de pesos)

> Campañas

Nombre de la Campaña	Presupuesto Asignado	Tipo	Estado		
Recate al nacionalismo Mexicano	10,000,000.00	Campaña	REGISTRADA		

<< C Página 1 de 1 >>

Agregar Campaña

Guardar | Regresar | Enviar | Cancelar

Figura 46 Solventación de Programa.

25. Para guardar la información se deberá pulsar el botón de guardar (Figura 47).

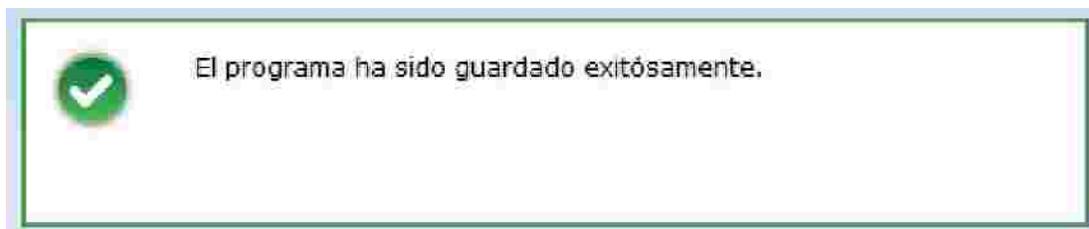


Figura 47. Guardado de Programa.

26. Para modificar la versión de campaña se deberá seleccionar la versión de campaña deseada y pulsar el botón de  (editar).

27. Se podrá modificar la información de la solicitud como el usuario entidad lo desee (Figura 48).

Datos Generales | Datos Complementarios | Clasificación

Nombre de la Campaña: Forestación urbana
 Tema Especifico: -Fortalecer la Salud Social -Fomentar el cuidado de Salones-
 Meta a Alcanzar: Medio ecologico
 Objetivo de Comunicación: Conservación del medio ambiente

Botones: Siguiete, Limpiar

Figura 48 Pantalla de Datos Generales de Campaña.

28. Se deberá de introducir la información requerida de la campaña como Nombre de Campaña, Tema Especifico, Objetivo de Comunicación y Clasificación de la Campaña.

29. El Campo llamado Tema Especifico desplegará en forma de lista los Temas Específicos capturados en la pestaña de Estrategia (Figura 49).

Datos Generales | Datos Complementarios | Clasificación

Nombre de la Campaña: Recate al nacionalismo Mexicano
 Tema Especifico: Impulso al Nacionalismo
 Objetivo de Comunicación: -Seleccione-
 Opciones de Objetivo de Comunicación: Cuidado Ecologico 2011, Impulso al Nacionalismo

Figura 50 Selección de Objetivo de Comunicación.

30. Después de haber modificado los datos generales de la campaña se deberá pulsar el botón de siguiente para poder introducir información a Datos Complementarios (Figura 51).

Datos Generales | Datos Complementarios | Clasificación

Nombre de la Campaña: Recate al nacionalismo Mexicano
 Tema Especifico: Impulso al Nacionalismo
 Objetivo de Comunicación: Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus ciudadanos.
 Mayor transparencia en los procesos democraticos sea el partido que rija.
 Clasificación de la Campaña: Cultura ciudadana y valores
 Coemisor(es): DGNC

Botones: Siguiete, Limpiar

Figura 51. Registro de Datos Generales de Campaña.

31. La siguiente pantalla muestra los Datos Complementarios de Campaña.

32. El usuario Entidad Deberá Seleccionar los datos requeridos como se visualizan en el siguiente ejemplo (Figura 52).

Datos Generales Datos Complementarios TRANSACCIONES

> Versiones Ver

> Vigencia

> Población Objetivo Primaria Ver

> Plan de medios a utilizar Ver

Guardar

Figura 52 Pantalla de Datos Complementarios.

33. El campo Versiones contendrá las versiones de campaña que se hayan capturado.

34. Una campaña debe de tener al menos una versión o más versiones de una campaña junto con el periodo de duración de cada versión.

35. Para que el sistema guarde los cambios de una o más versiones es necesario pulsar el botón de Guardar (Figura 53).

> Versiones Ver

Nombre Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 2.00001

Fecha Inicio 27/08/2010 Fecha Fin 31/08/2010

Guardar Limpiar

Nombre	Fecha de inicio	Fecha de fin	Estado
Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 1.0001	25/08/2010	26/08/2010	REGIST

« < Página 1 de 1 > »

Figura 53 Solventación de Versión de Campaña.

36. El periodo de Versión de campaña debe de ser mayor a la fecha actual (de hoy) ya que se da por entendido que la versión de campaña debe de tener una fecha programada de Inicio y una fecha programada de Fin.

37. En caso de que el usuario Entidad quiera modificar la versión de la campaña deberá pulsar el botón .

38. En caso de que se quiera borrar la versión de una campaña se deberá de pulsar el botón .

39. En caso de agregar creatividad a una versión de campaña se deberá de pulsar el botón de .

a) El sistema le mostrará al usuario Entidad la pantalla de creatividad como se muestra a continuación (Figura 54).



Figura 54. Registro de Creatividad por Versión de Campaña.

b) El campo requerido llamado Creatividad es para subir de uno a mas archivos por cada versión de campaña. Los archivos admitidos para este campo son extensiones: ZIP, RAR, PDF, TXT, DOC, XLS, JPG, BMP y GIF este campo no admite extensiones ejecutables.

c) El campo Nombre se refiere nombre del archivo que se está subiendo al sistema para la versión de campaña.

d) El campo Descripción se refiere a que el usuario Entidad puede poner la descripción del archivo que se está subiendo a la versión de campaña.

e) Para guardar los archivos de creatividad es necesario pulsar el botón de guardar. El sistema mostrará el siguiente mensaje de confirmación al usuario Entidad de que la información ha sido guardada correctamente (Figura 55).

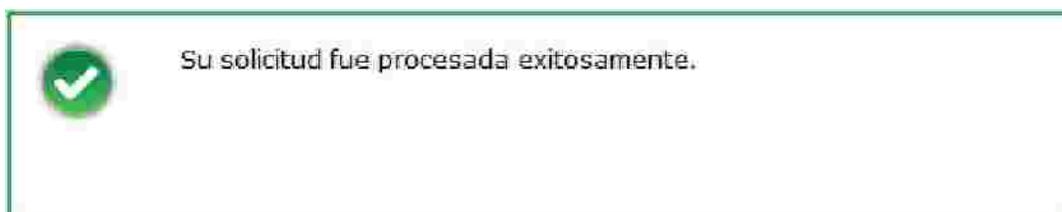


Figura 55 Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

f) Si el usuario Entidad guardo un archivo de creatividad el sistema mostrará en la parte inferior de registros los registros que fueron capturados (Figura 56).

Fecha Hora	Nombre	Descripción	
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.	

« ‹ Página 1 de 1 › »

Figura 56 Contenedor de Registros de Archivos de Creatividad.

g) Para borrar los registros capturados se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón de .

h) Para descargar los archivos de creatividad del sistema se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón Descargar.

40. Para poder regresar a Datos complementarios pulsar la pestaña con el mismo nombre.

41. El campo de vigencia se procesará una vez que se haya limitado el periodo de versión de campaña (Figura 57).

> Vigencia  Del 25 de agosto de 2010 al 31 de agosto de 2010

Figura 57 Llenado de Vigencia.

44. El campo de Población Objetivo Primaria mostrará los campos que fueron capturados anteriormente en la solicitud (Figura 58).

> Población Objetivo Primaria 

> Sexo*: Mujeres y Hombres 

> Población*: Rural 

> Edad*:
0 - 12 años 25 - 34 años
13 - 18 años 35 - 44 años
19 - 24 años 45 - 64 años
65 o más años

> NSE:
AB D+
C+ D
C E

> Características específicas:
(Puede escribir hasta 700 caracteres)

Seguridad a personas mayores de 60 años y menores de 18 años de edad

45. Plan de Medios a Utilizar es un campo requerido donde se capturaron los medios publicitarios donde estará contenida esta campaña.

46. Al pulsar este campo de Plan de Medios. Se desplegará la información que fue capturada anteriormente (Figura 59).

Plan de medios a utilizar: Ver

> Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	<input checked="" type="checkbox"/> Radio

> Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:	51.66	%
Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 59 solventación de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

47. El usuario Entidad debe según sea su criterio debe de los valores programados con el presupuesto para dicha solventación de campaña y gastar exactamente el presupuesto disponible.

48. Ya que se hayan llenado los campos de medios. el sistema hará el cálculo de Presupuesto asignado a la Campaña (1), el Porcentaje que Representa la Campaña en partida 3702 (2) y el Presupuesto Disponible.(3) (Figura 60).

> Plan de medios a utilizar: Ver

> Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	<input checked="" type="checkbox"/> Radio

> Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:	51.66	%
Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 60 Registro de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

49. Para guardar cambios de solventación de solicitud el usuario Entidad debe pulsar el botón de guardar esperando a que el sistema muestre el mensaje de que la Solicitud fue procesada exitosamente (Figura 61).

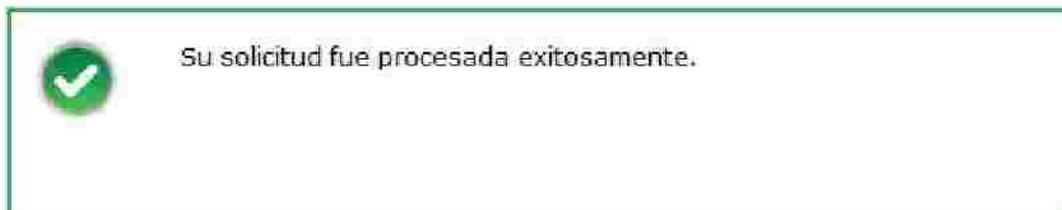


Figura 61 Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

50. Para Finalizar con la Captura de Estrategias y Programas es necesario pulsar el botón Enviar.

51. El pulsar el botón de Enviar, la pestaña de Vista Previa será mostrada al usuario Entidad en donde el sistema le mostrará el resumen de información que se haya generado en el módulo de Estrategias y Programas (Figura 62).

Año Fiscal: 2010

Coordinadora Sectorial: JA0F Sector5

Dependencia/Entidad: JA0F Entidad50

Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado

Fecha de Elaboración de la Solicitud: 30/06/2010

Estado de la Estrategia: EN PROCESO

Tipo de la Última Solicitud: Solventación

Estado de la Última Solicitud: CERRADA

Notas:

Entorno del Proyecto

Entorno del Proyecto	Metas Desempeño	Temas Específicos del Proyecto y Publicación y/o Ventas Competitivas
Proyecto: Gestión de...	Límites de Metas Desempeño: (Indicador de Gestión de...	Temas Específicos del Proyecto: (Indicador de Gestión de...

Página 1 de 1

Nombre del Titular de Coordinación Social de la Coordinadora Sectorial: Jorge Antonio Quiroz Frigoso Sector5

Nombre del Titular de Metodología de la Dependencia o Entidad: Jorge Antonio Quiroz Frigoso Sector5

Siguiete Cancelar

Figura 62. Vista Previa de Estrategias y Programas.

52. Se podrá solventar las Notas Entidad/Coordinadora al pulsar el área **Notas Entidad/Coordinadora** (Figura 63).

Notas Entidad/Coordinadora

Comentario:

(Máx. 700 caracteres)

Exportar notas.

Guardar

Figura 63 Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

53. Después de haber introducido la información de notas se deberá pulsar el Botón de

 (Figura 64)



Figura 64. Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

54. El sistema mandara al usuario un mensaje de confirmación de que los cambios de la información han sido guardados (Figura 65).

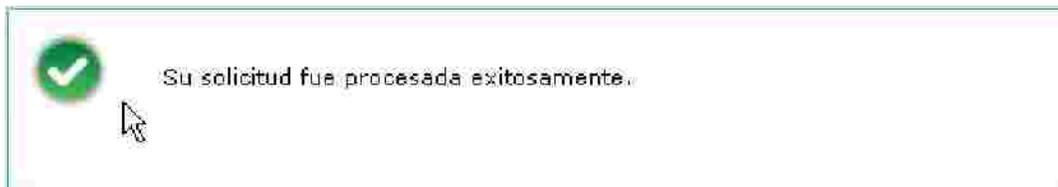


Figura 65 Vista Previa de Estrategias y Programas.

55. El usuario entidad podrá ver los oficio de la DGNC que se hayan realizado para esta solicitud.

56. Para revisar esta información de Oficios se deberá de pulsar en el área llamada [Consulta de Oficios DGNC](#), seleccionar la información del oficio deseado y pulsar el botón de  (Figura 66).



Fecha/Hora	Usuario	Tipo de Solicitud	Estado del Oficio	Nombre del Documento	Descripción del Documento	Folio
30/08/2010 10:38	Melba Reyes Iacinto	Registro	Autorizado	ScreenHunter_01_Aug_30_09_45.gif	005	0005

Figura 66 Descarga de Oficios de la solicitud emitidos por la DGNC de Estrategias y Programas.

57. Cuando el usuario Entidad este seguro de que la información de las Estrategias y Programas es correcta deberá de pulsar el botón siguiente do de deberá posteriormente pulsar Enviar .

58. Al Confirmar Envió el sistema creará la solicitud las Estrategias y Programas para que posteriormente la pueda evaluar una entidad Coordinadora.

1.4. Modificación Estrategias y Programas.

Primeramente se explicará como Modificar Estrategias y Programas, posteriormente se explicará que la Cabeza de Sector, recibido por la DGN y eventualmente evaluado por el personal adscrito a la DGNC.

Comunicación Social >Modificación de Comunicación Social >Estrategias y Programas

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo de Comu Social > Modificar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad (Figura 1).

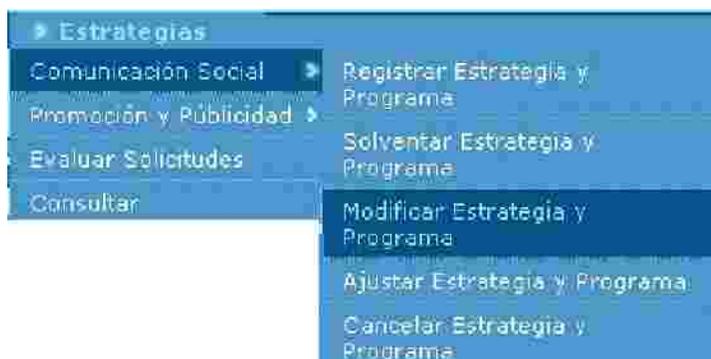


Figura 1 Catálogo de Modificación en Comunicación Soci l de Estrategia y Programa.

1. Para que puedan existir las solicitudes de Modificación, la solicitud tuvo que haber pasado por toda la evaluación de la DGNC como una solicitud "Para Autorizar y autorización de registro".

2. La siguiente pantalla que el sistema presentara para Modificación de Estrategias y Programas es el siguiente (Figura 2).

Figura 4 *Modificación de Estrategias y Programas.*

8. Si son modificados los datos por alguna razón se de pulsar el botón  guardar para que los cambios sean procesados por el sistema.

9. Se tiene que tomar en cuenta que la Estrategia tiene campos requeridos como lo son Misión, Visión y al menos uno de los Ejes Rectores del PND.

10. En caso de que Sector o Entidad pulse el botón guardar sin haber llenado los datos requeridos de la pestaña Estrategia El Sistema desplegará para cada dato requerido un mensaje de campo requerido indicándole al Sector o Entidad que campo le falto llenar (Figura 5).

Dato requerido.

Figura 5 *Mensaje de Dato Requerido.*

11. Cada que se realiza una estrategia con toda la información completa y correcta, al pulsar guardar, el sistema le mostrará al usuario el registro recién creado y adicionalmente presenta un mensaje indicándole al Sector o Entidad "Los datos generales de la estrategia han sido guardados", todo esto, con la finalidad de mostrar al Sector o Entidad que su operación de alta de estrategia fue exitosa (Figura 6).

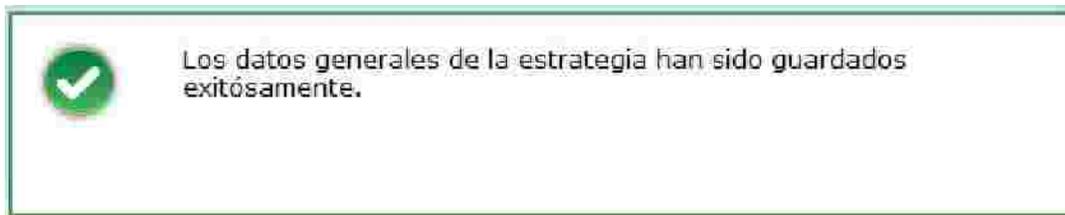


Figura 6. Mensaje de Estrategia Guardada.

12. Cuando se haya guardado la información requerida en la pestaña de Estrategia lo posterior será pulsar el botón de siguiente para registrar las acciones que debe de realizar dicha Estrategia y Programa.

13. Después de haber pulsado el botón de siguiente, el sistema activará la pestaña de Estrategia y le mostrará al usuario Entidad, la siguiente ventana (Figura 7).

A screenshot of a web application interface titled "Acciones". It features three tabs: "Programa y Apartado:", "Acciones Gubernamentales Prioritarias:", and "Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias:". Each tab has a text input field with a character count (0/700). Below the input fields are two buttons: "Guardar" and "Limpiar".

Figura 7 Registro de Acciones.

14. El Usuario Entidad modificará los datos requeridos de Acciones donde posteriormente debe pulsar el botón de guardar para ser procesado por el sistema (Figura 8).

A screenshot of the "Acciones" web application interface. The "Programa y Apartado:" tab is active and contains the text "Programa Ciudadano 2011". The "Acciones Gubernamentales Prioritarias:" tab is active and contains a list: "-Forestacion", "-Fomento a la Educacion", and "-Leyes Civicas". The "Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias:" tab is active and contains the text "Impulso al nacionalismo". The "Guardar" button is highlighted with a mouse cursor.

Figura 8 Registro de Acciones.

15. El sistema guardara los cambios realizados en la pestaña de Acciones y mostrará el siguiente mensaje al usuario Entidad confirmando que su información ha sido guardada (Figura 9).

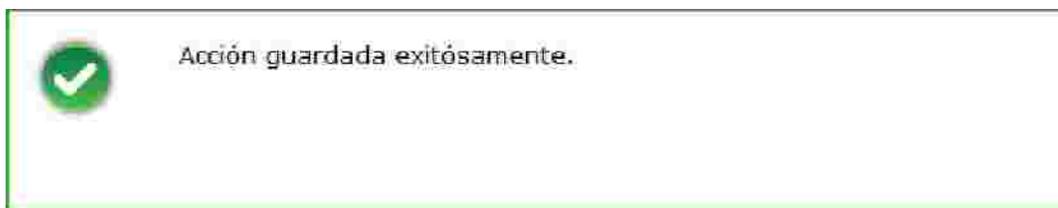


Figura 9 Mensaje de Acción Guardada.

16. El usuario Entidad puede Guardar al menos una o más acciones según sea su criterio (Figura 10).

Acciones

Programa y Apartado:	Acciones Gubernamentales Prioritarias:	Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias:
(Puede escribir hasta 700 caracteres) 700 Programa Ciudadano 2011 A-223	(Puede escribir hasta 700 caracteres) 700 Motivación ciudadana con la limpieza	(Puede escribir hasta 700 caracteres) 700 Cuidado Ecologico 2011
<input type="button" value="Guardar"/> <input type="button" value="Limpiar"/>		

Figura 10. Registro de Acciones.

17. El usuario Entidad mostrará en la parte inferior de la pantalla los registros que se han llenado de Acciones (Figura 11).

Programa y Apartado	Acciones Gubernamentales Prioritarias	Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias	
Programa Ciudadano 2011	-Forestación -Fomenta la educación -Leyes Cívicas	Impulso al Nacionalismo	✖

Página 1 de 1

Figura 11 Registros Guardados en Acciones.

18. Para borrar los registros guardados en Acciones se debe de pulsar el botón de según sea el criterio del usuario Entidad.

19. Para modificar los datos guardado en Acciones el usuario Entidad deberá pulsar el botón de donde el sistema le permitirá cambiar la información del registro seleccionado (Figura 12).

Acciones

> Programa y Apartado: > Acciones Gubernamentales Prioritarias: > Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias:

(Puede escribir hasta 700 caracteres) (Puede escribir hasta 700 caracteres) (Puede escribir hasta 700 caracteres)

Programa Ciudadano 2011 A-2 Motivación ciudadana con la limpieza Cuidado Ecologico 2011

Programa y apartado	Acciones gubernamentales prioritarias	Temas específicos derivados de las acciones gubernamentales prioritarias		
Programa Ciudadano 2011	-Forestación -Fomento a la educación -Leyes Civicas	Impulso al Nacionalismo	<input type="button" value="✎"/>	<input type="button" value="✖"/>
Programa Ciudadano 2011 A-223	Motivación ciudadana con la limpieza	Cuidado Ecologicos 2011	<input type="button" value="✎"/>	<input type="button" value="✖"/>

← < Página 1 de 1 > →

Figura 12 Modificación de Acciones Registradas.

20. El Usuario Entidad ya que haya modificado la información de Acciones deberá salvar los cambios pulsando el botón guardar.

21. El Sistema le mostrará al usuario Entidad el mensaje de confirmación de que su información ha sido guardada (Figura 13).

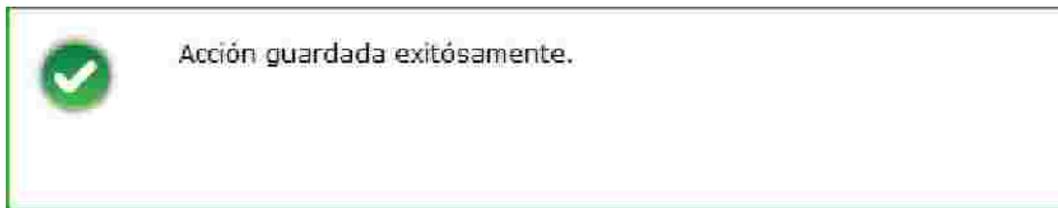


Figura 13 Mensaje de Acción Modificada Guardada.

22. Una vez que el usuario haya guardado las Acciones antes deberá pulsar el botón de siguiente para activar y modificar el registro de Programa.

23. La pestaña de Programa le mostrará al usuario Entidad la información con el que se había registrado la solicitud anteriormente (Figura 14).

Programa

> Año Fiscal: 2010

> Coordinadora Sectorial: JADF Sector 5

> Dependencia Entidad: JADF entidad 50

> Naturaleza jurídica: Organismo Desconcentrado

> Fecha de Elaboración de la solicitud: 31/08/2010

> Presupuesto Anual: (miles de pesos)

> Acumulado en Campañas: (miles de pesos)

> Diferencia: (miles de pesos)

> Campañas

Nombre de la Campaña	Presupuesto Asignado	Tip	Estado		
Recate al nacionalismo Mexicano	10,000,000.00	Campaña	REGISTRADA	<input type="button" value="✎"/>	<input type="button" value="✖"/>

← < Página 1 de 1 > →

24. Para guardar la información se deberá pulsar el botón de guardar (Figura 15).

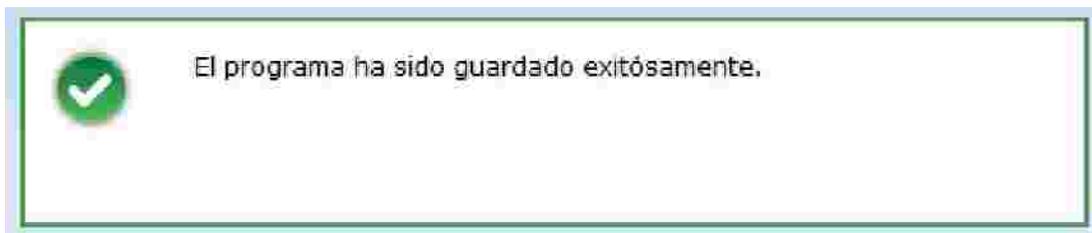


Figura 15. Guardado de Programa.

25. Para modificar la versión de campaña se deberá seleccionar la versión de campaña deseada y pulsar el botón de  (editar).

26. Se podrá modificar la información de la solicitud como el usuario entidad lo desee (Figura 16).

A screenshot of a web application interface. At the top, there are three tabs: "Datos Generales" (selected), "Datos complementarios", and "Actividades". Below the tabs, the form contains several fields: "Nombre de la Campaña" with the value "Recate al nacionalismo Mexicano"; "Tema Especifico" with the value "Impulso al Nacionalismo"; "Objetivo de Comunicación" with a text area containing two lines of text: "Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus ciudadanos" and "Mayor transparencia en los procesos democraticos sea el partido que rija..."; "Clasificación de la Campaña" with the value "Cultura ciudadana y valores"; and "Coemisor(es)" with the value "DGNC". At the bottom right of the form, there are two buttons: "Siguiente" and "Limpiar".

Figura 16. Pantalla de Datos Generales de Campaña.

27. Se deberá de introducir la información requerida de la campaña como Nombre de Campaña, Tema Especifico, Objetivo de Comunicación y Clasificación de la Campaña.

28. El Campo llamado Tema Especifico desplegará en forma de lista los Temas Específicos capturados en la pestaña de Estrategia (Figura 17).

A screenshot of the web application interface, focusing on the "Objetivo de Comunicación" field. The dropdown menu is open, showing a list of options: "--Seleccione--", "Cuidado Ecologico 2011", and "Impulso al Nacionalismo". The "Impulso al Nacionalismo" option is highlighted in blue. The other fields in the form, "Nombre de la Campaña" and "Tema Especifico", are visible in the background with their respective values.

Figura 17. Selección de Objetivo de Comunicación.

29. Después de haber llenado los datos generales de la campaña se deberá pulsar el botón de siguiente para poder introducir información a Datos Complementarios (Figura 18).

The screenshot shows a web application interface with three tabs: 'Datos Generales', 'Datos Complementarios', and 'Evaluación'. The 'Datos Generales' tab is active. The form contains the following fields:

- Nombre de la Campaña:** Recate al nacionalismo Mexicano
- Tema Específico:** Impulso al Nacionalismo
- Objetivo de Comunicación:** Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus ciudadanos. Mayor transparencia en los procesos democraticos sea el partido que rija.
- Clasificación de la Campaña:** Cultura ciudadana y valores
- Coemisor(es):** DGNC

At the bottom right, there are two buttons: 'Siguiente' and 'Limpiar'. A mouse cursor is pointing at the 'Siguiente' button.

Figura 18 Registro de Datos Generales de Campaña.

30. La siguiente pantalla muestra los Datos Complementarios de Campaña.

31. El usuario Entidad Deberá Seleccionar los datos requeridos como se visualizan en el siguiente ejemplo (Figura 19).

The screenshot shows the 'Datos Complementarios' tab selected. The form contains the following fields:

- Versiones:** Ver
- Vigencia:**
- Población Objetivo Primaria:** Ver
- Plan de medios a utilizar:** Ver

A 'Guardar' button is located at the bottom right of the form.

Figura 19 Pantalla de Datos Complementarios.

32. El campo Versiones contendrá las versiones de campaña que se hayan capturado.

33. Una campaña debe de tener al menos una versión o más versiones de una campaña junto con el periodo de duración de cada versión.

34. Para que el sistema guarde los cambios de una o más versiones es necesario pulsar el botón de guardar (Figura 20).

Versiones Ver

Nombre: Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 2.00001

Fecha Inicio: 27/08/2010 Fecha Fin: 31/08/2010

Guardar Limpiar

Nombre	Fecha de inicio	Fecha de fin	Estado
Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 1.00001	25/08/2010	26/08/2010	REGIST

Página 1 de 1

Figura 20 Modificación de

Versión de Campaña.

35. El periodo de Versión de campaña debe de ser mayor a la fecha actual (de hoy) ya que se da por entendido que la versión de campaña debe de tener una fecha programada de Inicio y una fecha programada de Fin.

36. En caso de que el usuario Entidad quiera modificar la versión de la campaña deberá pulsar el botón .

37. En caso de que se quiera borrar la versión de una campaña se deberá de pulsar el botón .

38. En caso de agregar creatividad a una versión de campaña se deberá de pulsar el botón de .

a) El sistema le mostrará al usuario Entidad la pantalla de creatividad como se muestra a continuación (Figura 21).

Datos Generales Datos Complementarios Creatividades

Nombre de la Versión: Rescate al Nacionalismo Mexicano

Inicio de Vigencia: 2010-08-23

Fin de Vigencia: 2010-08-26

Creatividad: Browse...

Nombre:

Descripción: (Puede escribir hasta 700 caracteres)

Guardar Limpiar

Figura 21 Modificación de Creatividad por Versión de Campaña.

b) El campo requerido llamado Creatividad es para subir de uno a mas archivos por cada versión de campaña. Los archivos admitidos para este campo son extensiones: ZIP, RAR, PDF, TXT, DOC, XLS, JPG, BMP y GIF este campo no admite extensiones ejecutables.

c) El campo Nombre se refiere nombre del archivo que se está subiendo al sistema para la versión de campaña.

d) El campo Descripción se refiere a que el usuario Entidad que puede poner la descripción del archivo que se está subiendo a la versión de campaña.

e) Para guardar los archivos de creatividad es necesario pulsar el botón de guardar. El sistema mostrará el siguiente mensaje de confirmación al usuario Entidad de que la información ha sido guardada correctamente (Figura 22).

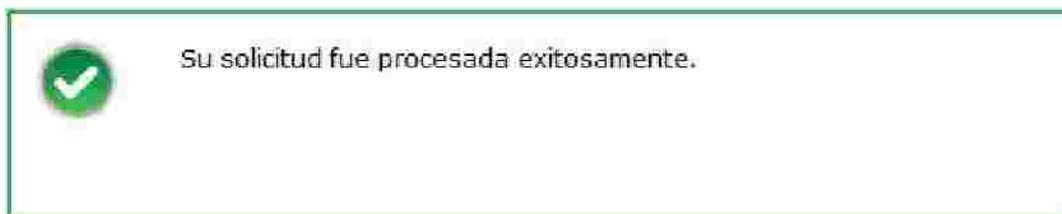


Figura 22. Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

f) Si el usuario Entidad guardo un archivo de creatividad el sistema mostrará en la parte inferior de registros los registros que fueron capturados (Figura 23).

Fecha hora	Nombre	Descripción	
2010-08-24 19:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.	

« < Página: 1 de 1 > »

Figura 23 Contenedor de Registros de Archivos de Creatividad.

g) Para borrar los registros capturados se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón de

h) Para descargar los archivos de creatividad del sistema se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón Descargar.

39. Para poder regresar a Datos complementarios pulsar la pestaña con el mismo nombre.

36. El campo de vigencia se procesará una vez que se haya limitado el periodo de versión de campaña (Figura 24).



Figura 24 Llenado de Vigencia.

40. El campo de Población Objetivo Primaria mostrará los campos que fueron capturados anteriormente en la solicitud (Figura 25)

Sexo*: Mujeres y Hombres

Población*: Rural

Edad*:

0 - 12 años	<input checked="" type="checkbox"/>	25 - 34 años	<input type="checkbox"/>
13 - 18 años	<input checked="" type="checkbox"/>	35 - 44 años	<input type="checkbox"/>
19 - 24 años	<input type="checkbox"/>	45 - 64 años	<input checked="" type="checkbox"/>
		65 o más años	<input checked="" type="checkbox"/>

NSE:

AB	<input type="checkbox"/>	D+	<input type="checkbox"/>
C+	<input type="checkbox"/>	D	<input type="checkbox"/>
C	<input type="checkbox"/>	E	<input type="checkbox"/>

Características específicas:
 (Puede escribir hasta 700 caracteres)

Figura 25 Modificación de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

41. Plan de Medios a Utilizar es un campo requerido donde se capturaron los medios publicitarios donde estará contenida esta campaña.

42. Al pulsar este campo de Plan de Medios. Se desplegará la información que fue capturada anteriormente (Figura 26).

Medios a Utilizar:

Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	<input checked="" type="checkbox"/> Radio

Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3701:	51.66	%
Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

42. El usuario Entidad debe según sea su criterio debe de los valores programados con el presupuesto para dicha Modificación de campaña y gastar exactamente el presupuesto disponible.

44. Ya que se hayan llenado los campos de medios. el sistema hará el cálculo de Presupuesto asignado a la Campaña (1), el Porcentaje que Representa la Campaña en partida 3701 (2) y el Presupuesto Disponible.(3) (Figura 27).

Plan de medios a utilizar: Ver

Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales		Tiempos Comerciales	
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión		<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	
<input checked="" type="checkbox"/> Radio		<input checked="" type="checkbox"/> Radio	

Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
1 Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
2 Porcentaje que representa la campaña en la partida 3701:	51.66	%
3 Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 28. Registro de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

45. Para guardar cambios de Modificación de solicitud el usuario Entidad debe pulsar el botón de guardar esperando a que el sistema mensaje de que la Solicitud fue procesada exitosamente (Figura 29).

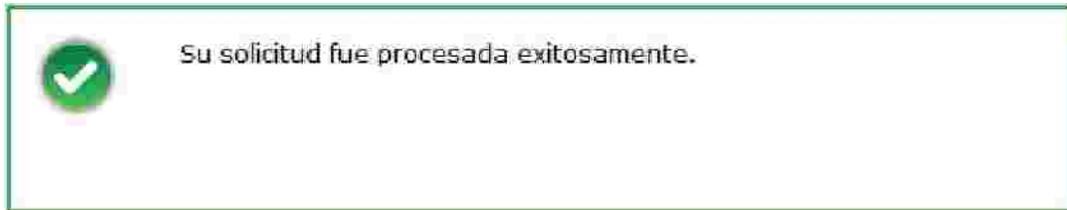


Figura 29. Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

46. Para Finalizar con la Captura de Estrategias y Programas es necesario pulsar el botón Enviar.

47. El pulsar el botón de Enviar, la pestaña de Vista Previa será mostrada al usuario Entidad en donde el sistema le mostrará el resumen de información que se haya generado en el módulo de Estrategias y Programas (Figura 30).



Figura 30 Vista Previa de Estrategias y Programas.

48. Se podrá modificar las Notas Entidad/Coordinadora pulsar el área **Notas Entidad/Coordinadora** (Figura 31).



Figura 31. Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

49. Después de haber introducido la información de notas se deberá el Botón de **Guardar** (Figura 32).



Figura 32 Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

50. El sistema mandara al usuario un mensaje de confirmación de que los cambios de la información han sido guardados (Figura 33).

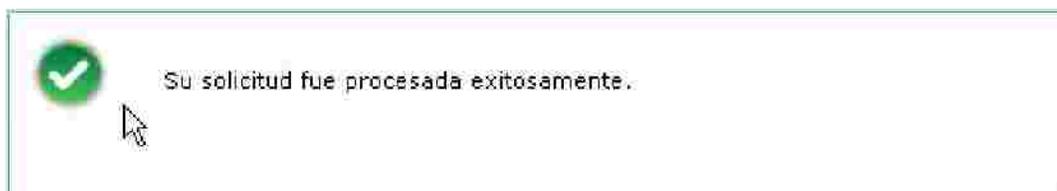


Figura 33 Vista Previa de Estrategias y Programas.

51. El usuario entidad podrá ver los oficio de la DGNC que se hayan realizado para esta solicitud.

52. Para revisar esta información de Oficios se deberá de pulsar el el área llamada **Consulta de Oficios DGNC**, seleccionar la información del oficio deseado y pulsar el botón de **Descargar** (Figura 34).

Fecha/Hora	Usuario	Tipo de Solicitud	Estado del Oficio	Nombre del Documento	Descripción del Documento	Folio
30/09/2010 10:38	Mánabea Reyes Jaidinó	Registro	Autorizado	ScreenHunter_01_Aug_30 09:46.gif	005	005

« « Página 1 de 1 » »

Descargar

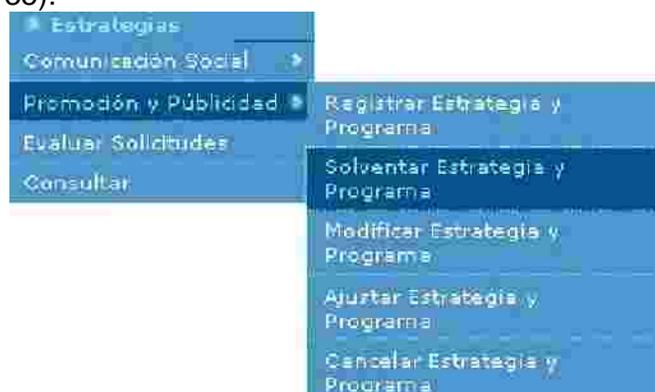
Figura 34. Descarga de Oficios de la solicitud emitidos por la DGNC de Estrategias y Programas.

53. Cuando el usuario Entidad este seguro de que la información de las Estrategias y Programas es correcta deberá de pulsar el botón sigueie donde deberá posteriormente pulsar Enviar .

54. Al Confirmar Envió el sistema creará la solicitud de las Estrategias y Programas para que posteriormente la pueda evaluar una entidad Coordinadora.

Modificación de Promoción y Publicidad > Estrategias y Programas

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo de Comunicación Social > Modificar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad (Figura 35).



2. *Figura 35 Catálogo de Modificación en Promoción y Publ dad de Estrategia y Programa.*

2. Para que puedan existir las solicitudes de Modificación, la solicitud tuvo que haber pasado por toda la evaluación de la DGNC como una solicitud "Para Autorizar y autorización de registro".

3. La siguiente pantalla que el sistema presentara para Modificación de Estrategias y Programas es el siguiente (Figura 36).

Solventación de Estrategia y Programa						
Estrategia Programa		Eligible	Eligible	Programa	Plan	Lista Recorridos
Estrategias disponibles para solventar:						
Año Fiscal	Estado de la Estrategia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración de la Solicitud	Estado de la Solicitud		
2010	EN PROCESO	Registro	27/09/2010	OBSERVADA		
Página 1 de 1						
Solicitudes de solventación pendientes:						
No se encontró información						
Año Fiscal	Estado de la Estrategia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración de la Solicitud	Estado de la Solicitud		

Figura 36 Comunicación Social >Modificación de Estrategias y Programas.

- Se deberá de seleccionar la solicitud a modificar y pulsar el botón de (editar).
- Cuando se haya pulsar el botón de (editar) a la solicitud, aparecerá un mensaje de confirmación para comenzar la Modificación de la estrategia (Figura 37).

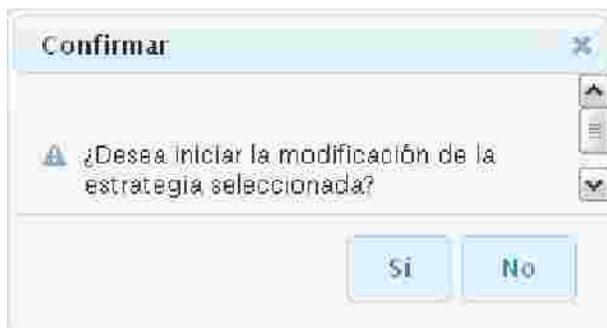


Figura 37 Registro de Estrategias y Programas.

- En caso de que el usuario pulse el botón de No se c este proceso para esta solicitud.
- En caso de pulsar el botón Si la solicitud cambiara a en proceso de Modificación.
- Se podrá modificar la información que contenga la solicitud (Figura 38).

Figura 38 Modificación de Estrategias y Programas.

9. Si son modificados los datos por alguna razón se de pulsar el botón  para que los cambios sean procesados por el sistema.

10. Se tiene que tomar en cuenta que la Estrategia tiene campos requeridos como lo son Misión, Visión y al menos uno de los Ejes Rectores del PND.

11. En caso de que Sector o Entidad pulse el botón guardar sin haber llenado los datos requeridos de la pestaña Estrategia El Sistema desplegará para cada dato requerido un mensaje de campo requerido indicándole al Sector o Entidad que campo le falta llenar (Figura 39).

Dato requerido.

Figura 39. Mensaje de Dato Requerido.

12. Cada que se realiza una estrategia con toda la información completa y correcta, al pulsar guardar, el sistema le mostrará al usuario el registro recién creado y adicionalmente presenta un mensaje indicándole al Sector o Entidad "Los datos generales de la estrategia han sido guardados", todo esto, con la finalidad de mostrar al Sector o Entidad que su operación de alta de estrategia fue exitosa (Figura 40).

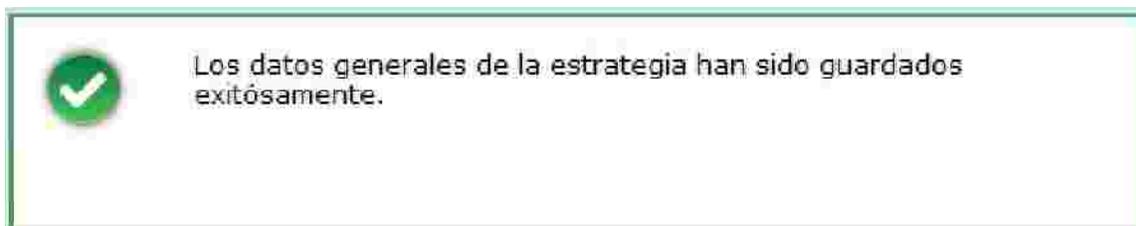


Figura 40. Mensaje de Estrategia Guardada.

13. Cuando se haya guardado la información requerida en la pestaña de Estrategia lo posterior será pulsar el botón de siguiente para registrar las acciones que debe de realizar dicha Estrategia y Programa.

14. Después de haber pulsado el botón de siguiente, el sistema activará la pestaña de Estrategia y le mostrará al usuario Entidad, la siguiente ventana (Figura 41).

Entorno del Mercado	Metas Generales	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas		
Programa Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria. -Limpieza en Educación Secundaria. -Limpieza en Educación Media Superior.	-Fortalecer la Salud Social. -Fomentar el cuidado de Salones		

Figura 41. Modificación de Entornos.

15. El Usuario Entidad deberá llenar los datos requeridos de Entorno a modificar y pulsar el botón de guardar para ser procesado por el sistema (Figura 50).

16. El sistema guardara los cambios realizados en la pestaña de Acciones y mostrará el siguiente mensaje al usuario Entidad confirmando que su información ha sido guardada (Figura 42).

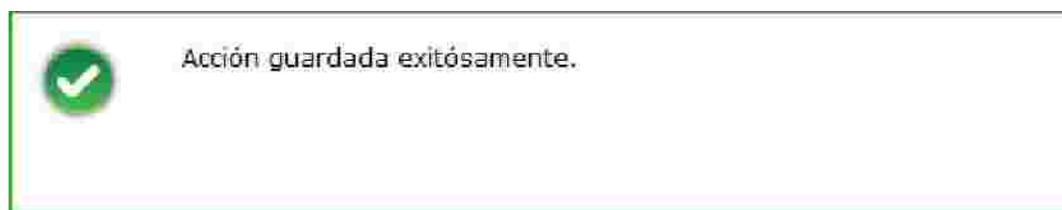


Figura 42 Mensaje de Acción Guardada.

17. El usuario Entidad mostrará en la parte inferior de la pantalla los registros que se han llenado de Entornos anteriormente (Figura 43).



Figura 43. Modificación Guardados en Registros.

18. Para borrar los registros guardados en Acciones se debe de pulsar el botón de  según sea el criterio del usuario Entidad.

19. Para modificar los datos guardado en Acciones el usuario Entidad deberá pulsar el botón de  donde el sistema le permitirá cambiar la información del registro seleccionado (Figura 44).



Figura 44. Modificación de Acciones Registradas.

19. El Usuario Entidad ya que haya modificado la información de Entornos deberá salvar los cambio pulsando el botón guardar.

20. El Sistema le mostrará al usuario Entidad el mensaje de confirmación de que su información ha sido guardada (Figura 45).

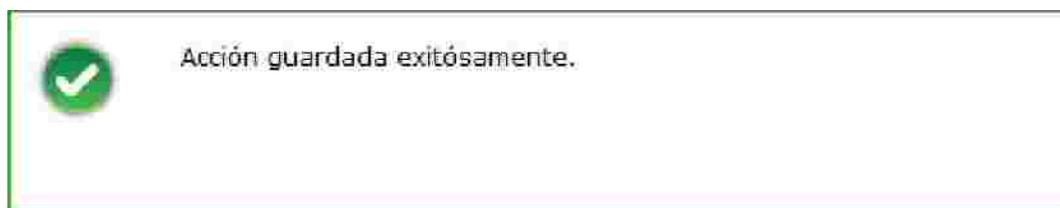


Figura 45. Mensaje de Entorno Modificada Guardada.

21. Una vez que el usuario haya guardado los Entornos pertinentes deberá pulsar el botón de siguiente para activar y modificar el registro de Programa.

22. La pestaña de Programa le mostrará al usuario Entorno la información con el que se había registrado la solicitud anteriormente (Figura 46).

Programa

Año Fiscal: 2010

Coordinadora Sectorial: JAQF Sector 5

Dependencia Entidad: JAQF entidad 50

Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado

Fecha de Elaboración de la Solicitud: 30/08/2010

Presupuesto Anual: 10,000,000.00 (miles de pesos)

Acumulado en Campañas: 10,000,000.00 (miles de pesos)

Diferencia: 0.00 (miles de pesos)

Campañas

Nombre de la Campaña	Presupuesto Asignado	Tipo	Estado		
Recate al Nacionalismo Mexicano	10,000,000.00	Campaña	REGISTRADA		

Página 1 de 1

Agregar Campaña

Guardar Regresar Enviar Cancelar

Figura 46 Modificación de Programa.

23. Para guardar la información se deberá pulsar el botón de guardar (Figura 47).

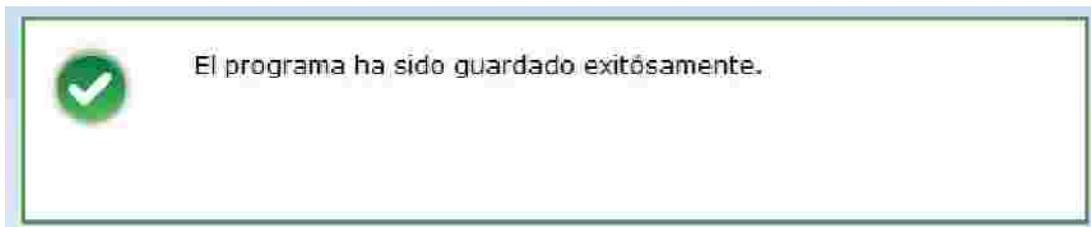


Figura 47. Guardado de Programa.

24. Para modificar la versión de campaña se deberá seleccionar la versión de campaña deseada y pulsar el botón de  (editar).

25. Se podrá modificar la información de la solicitud como el usuario entidad lo desee (Figura 48).

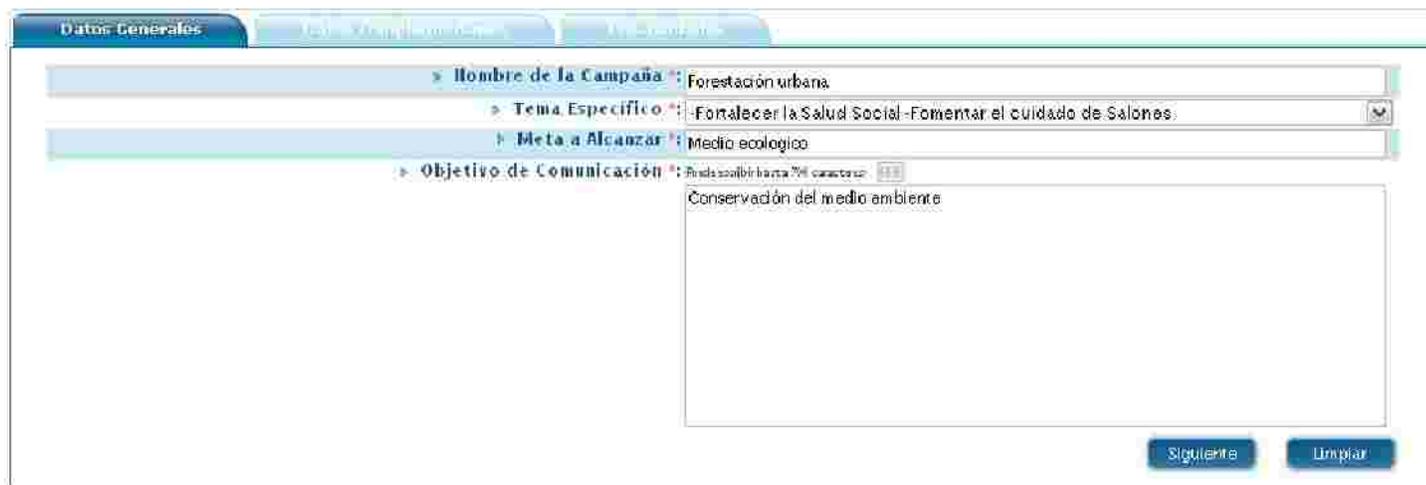


Figura 48 Pantalla de Datos Generales de Campaña.

26. Se deberá de introducir la información requerida de la campaña como Nombre de Campaña, Tema Especifico, Objetivo de Comunicación y Clasificación de la Campaña.

27. El Campo llamado Tema Especifico desplegará en forma de lista los Temas Específicos capturados en la pestaña de Estrategia (Figura 49).

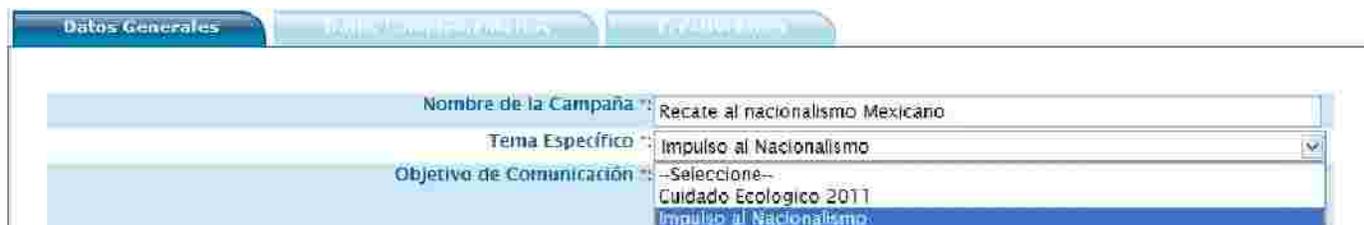


Figura 50 Selección de Objetivo de Comunicación.

28. Después de haber modificado los datos generales de la campaña se deberá pulsar el botón de siguiente para poder introducir información a Datos Complementarios (Figura 51).

Datos Generales | Datos Complementarios | Creatividades

Nombre de la Campaña: Recate al nacionalismo Mexicano

Tema Específico: Impulso al Nacionalismo

Objetivo de Comunicación: (Puede escribir hasta 700 caracteres)
 Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus ciudadanos.
 Mayor transparencia en los procesos democraticos sea el partido que rija.

Clasificación de la Campaña: Cultura ciudadana y valores

Coemisor(es): DONC

Siguiente | Limpiar

Figura 51. Registro de Datos Generales de Campaña.

29. La siguiente pantalla muestra los Datos Complementarios de Campaña.

30. El usuario Entidad Deberá Seleccionar los datos requeridos como se visualizan en el siguiente ejemplo (Figura 52).

Datos Generales | **Datos Complementarios** | Creatividades

Versiones: Ver

Vigencia: Ver

Población Objetivo Primaria: Ver

Plan de medios a utilizar: Ver

Guardar

Figura 52 Pantalla de Datos Complementarios.

31. El campo Versiones contendrá las versiones de campaña que se hayan capturado.

32. Una campaña debe de tener al menos una versión o más versiones de una campaña junto con el periodo de duración de cada versión.

33. Para que el sistema guarde los cambios de una o más versiones es necesario pulsar el botón de guardar (Figura 53).



Figura 53 Modificación de Versión de Campaña.

34. El periodo de Versión de campaña debe de ser mayor a la fecha actual (de hoy) ya que se da por entendido que la versión de campaña debe de tener una fecha programada de Inicio y una fecha programada de Fin.

35. En caso de que el usuario Entidad quiera modificar la versión de la campaña deberá pulsar el botón .

36. En caso de que se quiera borrar la versión de una campaña se deberá de pulsar el botón .

37. En caso de agregar creatividad a una versión de campaña se deberá de pulsar el botón de .

a) El sistema le mostrará al usuario Entidad la pantalla de creatividad como se muestra a continuación (Figura 54).

Figura 54. Registro de Creatividad por Versión de Campaña.

- b) El campo requerido llamado Creatividad es para subir de uno a mas archivos por cada versión de campaña. Los archivos admitidos para este campo son extensiones: ZIP, RAR, PDF, TXT, DOC, XLS, JPG, BMP y GIF este campo no admite extensiones ejecutables.
- c) El campo Nombre se refiere nombre del archivo que se está subiendo al sistema para la versión de campaña.
- d) El campo Descripción se refiere a que el usuario Entidad puede poner la descripción del archivo que se está subiendo a la versión de campaña.
- e) Para guardar los archivos de creatividad es necesario pulsar el botón de guardar. El sistema mostrará el siguiente mensaje de confirmación al usuario Entidad de que la información ha sido guardada correctamente (Figura 55).

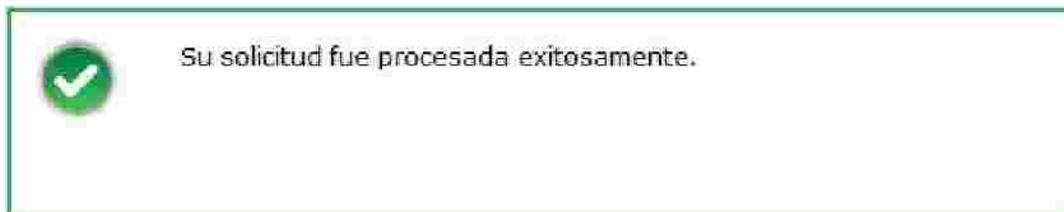


Figura 55 Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

- f) Si el usuario Entidad guardo un archivo de creatividad el sistema mostrará en la parte inferior de registros los registros que fueron capturados (Figura 56).

Fecha Hora	Nombre	Descripción
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.

« ← Página 1 de 1 → »

Figura 56 Contenedor de Registros de Archivos de Creatividad.

g) Para borrar los registros capturados se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón de .

h) Para descargar los archivos de creatividad del sistema se debe seleccionar el archivo deseado y luego pulsar el botón Descargar.

38. Para poder regresar a Datos complementarios pulsar la pestaña con el mismo nombre.

39. El campo de vigencia se procesará una vez que se haya limitado el periodo de versión de campaña (Figura 57).

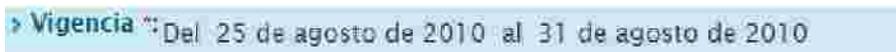


Figura 57 Llenado de Vigencia.

40. El campo de Población Objetivo Primaria mostrará los campos que fueron capturados anteriormente en la solicitud (Figura 58).



> Población Objetivo Primaria Ver

> Sexo*: Mujeres y Hombres

> Población*: Rural

> Edad*:

0 - 12 años	<input checked="" type="checkbox"/>	25 - 34 años	<input type="checkbox"/>
13 - 18 años	<input checked="" type="checkbox"/>	35 - 44 años	<input type="checkbox"/>
19 - 24 años	<input type="checkbox"/>	45 - 64 años	<input checked="" type="checkbox"/>
		65 o más años	<input checked="" type="checkbox"/>

> NSE:

AB	<input type="checkbox"/>	D+	<input type="checkbox"/>
C+	<input type="checkbox"/>	D	<input type="checkbox"/>
C	<input type="checkbox"/>	E	<input type="checkbox"/>

> Características específicas:
(Puede escribir hasta 700 caracteres)

Seguridad a personas mayores de 60 años y menores de 18 años de edad

Figura 58 Modificación de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

41. Plan de Medios a Utilizar es un campo requerido donde se capturaron los medios publicitarios donde estará contenida esta campaña.

42. Al pulsar este campo de Plan de Medios. Se desplegará la información que fue capturada anteriormente (Figura 59).

Plan de medios a utilizar: Ver

> Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	<input checked="" type="checkbox"/> Radio

> Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:	51.66	%
Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 59 Modificación de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

43. El usuario Entidad debe según sea su criterio debe de los valores programados con el presupuesto para dicha Modificación de campaña y gastar exactamente el presupuesto disponible.

44. Ya que se hayan llenado los campos de medios. el sistema hará el cálculo de Presupuesto asignado a la Campaña (1), el Porcentaje que Representa la Campaña en partida 3702 (2) y el Presupuesto Disponible.(3) (Figura 60).

Plan de medios a utilizar: Ver

Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales Tiempos Comerciales

Televisión Televisión

Radio Radio

Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:	51.66	%
Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 60 Registro de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

45. Para guardar cambios de Modificación de solicitud el usuario Entidad debe pulsar el botón de guardar esperando a que el sistema muestre el mensaje de que la Solicitud fue procesada exitosamente (Figura 61).

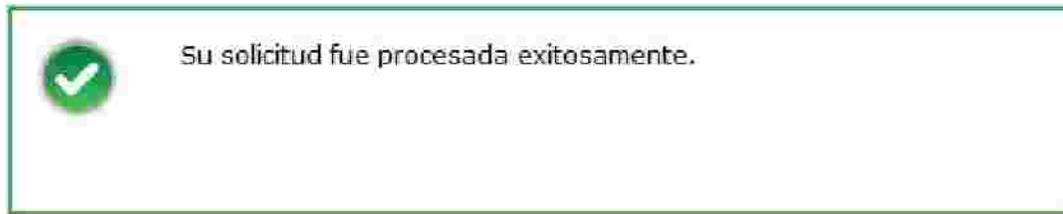


Figura 61 Mensaje de Registro de Archivo para de Creat idad.

46. Para Finalizar con la Captura de Estrategias y Programas es necesario pulsar el botón Enviar.

47. El pulsar el botón de Enviar, la pestaña de Vista será mostrada al usuario Entidad en donde el sistema le mostrará el resumen de información que se haya generado en el módulo de Estrategias y Programas (Figura 62).

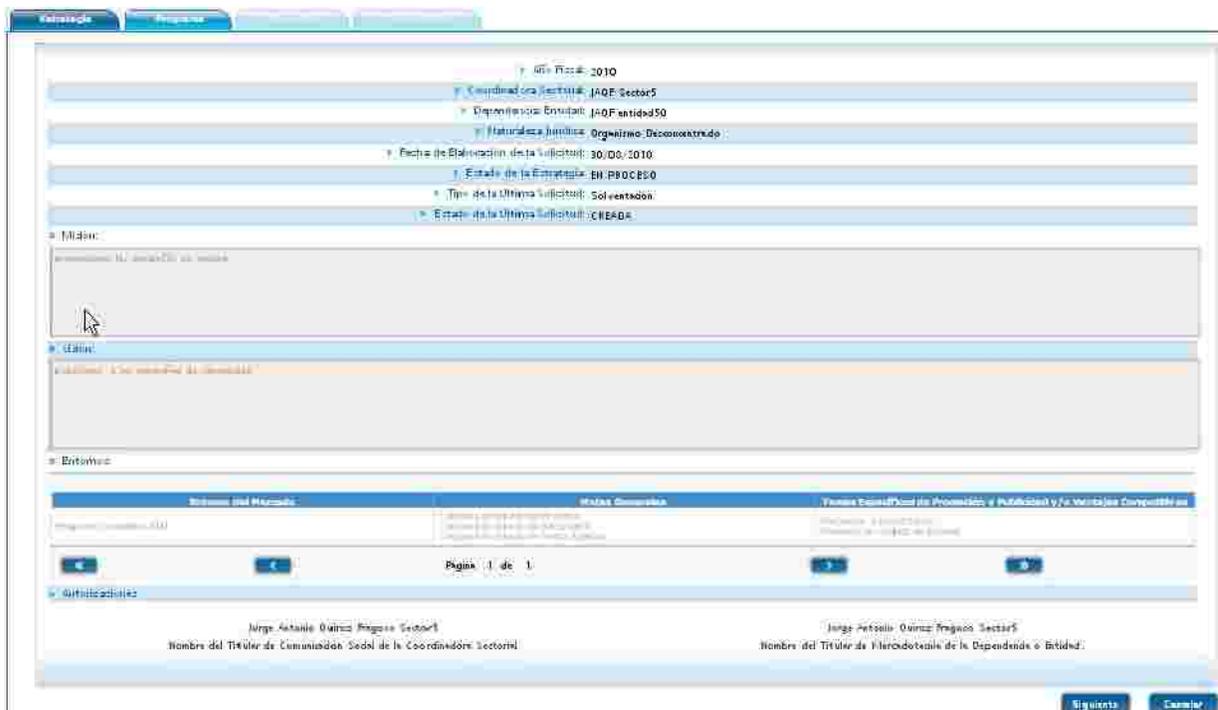


Figura 62. Vista Previa de Estrategias y Programas.

48. Se podrá modificar las Notas Entidad/Coordinadora pulsar el área **Notas Entidad/Coordinadora** (Figura 63).



Figura 63 Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

49. Después de haber introducido la información de notas se deberá pulsar el Botón de **Guardar** (Figura 64).

50. El sistema mandara al usuario un mensaje de confirmación de que los cambios de la información han sido guardados (Figura 65).

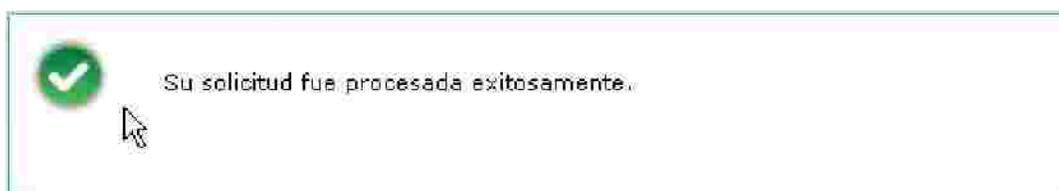


Figura 65 Vista Previa de Estrategias y Programas.

51. El usuario entidad podrá ver los oficio de la DGNC que se hayan realizado para esta solicitud.

52. Para revisar esta información de Oficios se deberá de pulsar en el área llamada **Consulta de Oficios DGNC**, seleccionar la información del oficio deseado y pulsar el botón de **Descargar** (Figura 66).



Fecha/Hora	Usuario	Tipo de Solicitud	Estado del Oficio	Nombre del Documento	Descripción del Documento	Folios
30/09/2010 10:38	Melinda Reyes Jazinto	Registro	Autorizado	SocsemHunter_01-Aug-20 05:45.tif	005	000

Figura 66 Descarga de Oficios de la solicitud emitidos por la DGNC de Estrategias y Programas.

53. Cuando el usuario Entidad este seguro de que la información de las Estrategias y Programas es correcta deberá de pulsar el botón sigue donde deberá posteriormente pulsar Enviar .

54. Al Confirmar Envió el sistema creará la solicitud las Estrategias y Programas para que posteriormente la pueda evaluar una entidad Coordinadora.

1.5. Ajustar Estrategias y Programas.

Primeramente se explicará como Ajustar Estrategias y Programas, posteriormente se explicará que la Cabeza de Sector, recibido por la DGNC y eventualmente evaluado por el personal adscrito a la DGNC.

Comunicación Social > Ajuste Estrategias y Programas

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo de Comunicación Social >Ajustar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad (Figura 1).

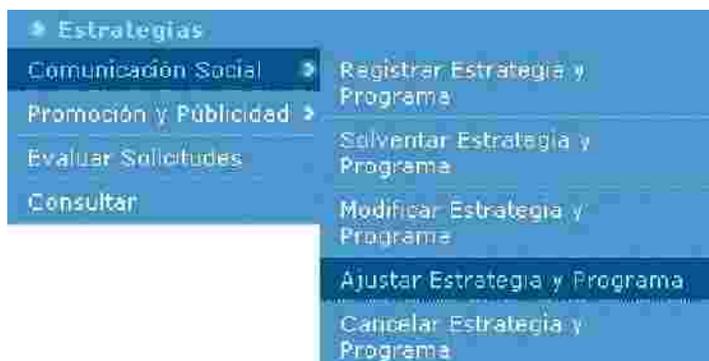


Figura 1 Catálogo de Ajuste en Comunicación Social de Estrategia y Programa.

2. Para que puedan existir las solicitudes de Ajuste, solicitud tuvo que haber pasado por toda la evaluación de la DGNC como una solicitud "Para Autorización y autorización de registro".

3. La siguiente pantalla que el sistema presentara para Ajuste de Estrategias y Programas es el siguiente (Figura 2).

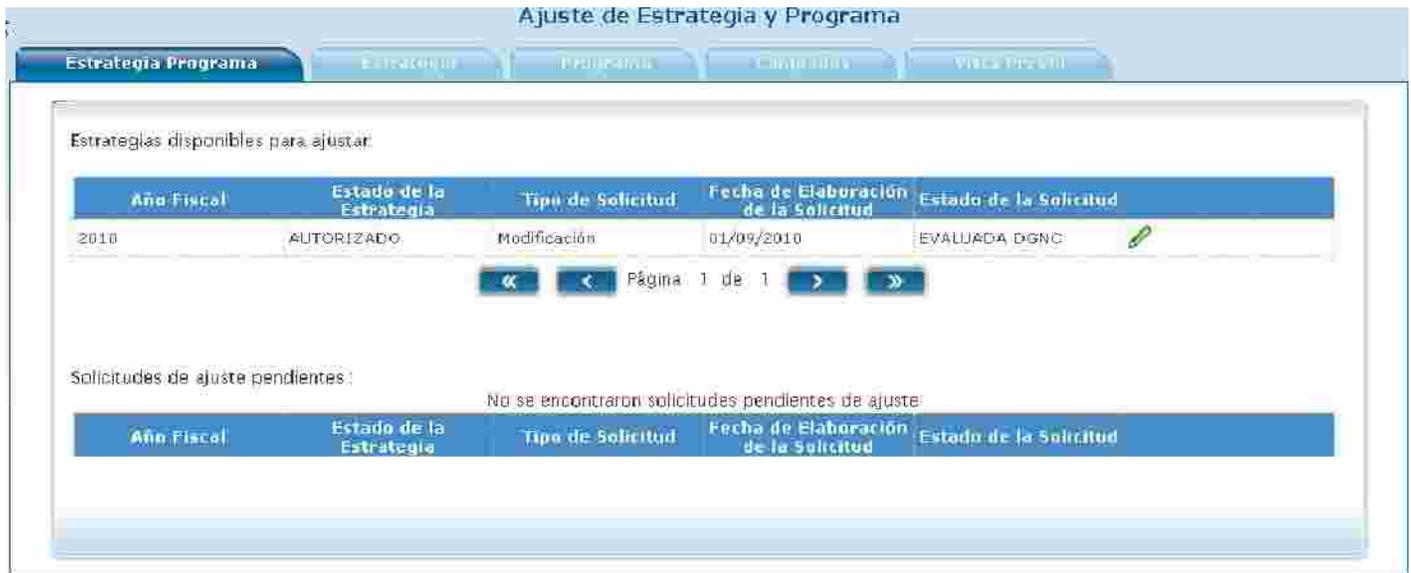


Figura 2. Comunicación Social >Ajuste de Estrategias y Programas.

4. Se deberá de seleccionar la solicitud a Ajustar y pulsar el botón de  (editar).
5. Cuando se haya pulsar el botón de  (editar) a la solicitud, aparecerá un mensaje de confirmación para comenzar la Ajuste de la Estrategia y Programa (Figura 3).

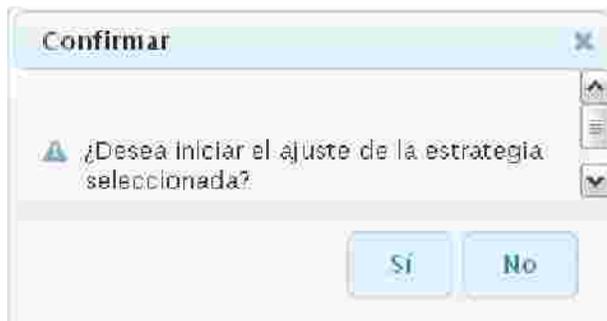


Figura 3 Registro de Estrategias y Programas.

6. En caso de que el usuario pulse el botón de "No" se cancelará este proceso para esta solicitud.
7. En caso de pulsar el botón Si la solicitud cambiara a en proceso de Ajuste.
8. Se podrá mostrará la información que contenga la so d (Figura 4).

Año Fiscal: 2010
 Coordinadora Sectorial: JAQF Sector 5
 Dependencia Entidad: JAQF entidad 50
 Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado
 Fecha de Elaboración de la Solicitud: 01/09/2010

Misión:
 (Definición de la Estrategia de la Entidad)

Visión:
 (Definición de la visión de la Entidad)

Entornos:

Entorno del Mercado	Metas Generales	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventas Competitivas
Programa Ciudadano 2011:	- Limpieza en Educación Primaria. - Limpieza en Educación Secundaria. - Limpieza en Educación Media Superior.	- Fortalecer la Salud Social. - Fomentar el cuidado de Salinas.

<< < Página 1 de 1 > >>

Figura 4 Ajuste de Estrategias y Programas.

9. También podrá ver el detalle de las acciones si pulsa el área llamada "Acciones" como se muestra en siguiente ventana (Figura 5).

Año Fiscal: 2010
 Coordinadora Sectorial: JAQF Sector 5
 Dependencia Entidad: JAQF entidad 50
 Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado
 Fecha de Elaboración de la Solicitud: 01/09/2010

Presupuesto Anual: 10,000,000.00 (miles de pesos)
 Acumulado en Campañas: 0,000,000.00 (miles de pesos)
 Diferencia: 0 (miles de pesos)

Campañas:

Nombre de la Campaña	Presupuesto Asignado	Tipo	Estado
Recate al nacionalismo Mexicano	10,000,000.00	Campaña	REGISTRADA

<< < Página 1 de 1 > >>

Enviar Regresar Cancelar

Figura 6 Ajuste de Programa.

12. Para revisar la versión de campaña se deberá seleccionar la versión de campaña deseada y pulsar el botón de  revisión.

13. Se podrá revisar la información de la solicitud con el usuario entidad lo decida (Figura 7).



Entidad: [Entidad] | [Entidad] | [Entidad] | **Campañas** | [Entidad] | [Entidad]

Datos Generales | Datos Complementarios | [Entidad]

Nombre de la Campaña: Recate al nacionalismo Mexicano

Tema Específico: Impulso al Nacionalismo

Objetivo de Comunicación: Unirse con (1) octa. 200 caracteres
Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus Ciudadanos.
Mayor transparencia en los procesos democráticos sea el partido que Hija.

Clasificación de la Campaña: Cultura ciudadana y valores

Coemisores: D.G.N.C.

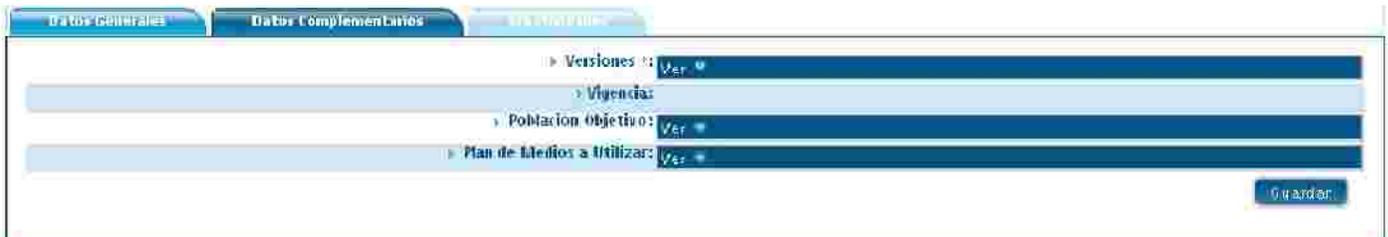
[Siguiente] [Registrar]

[Notas Entidad] Coordinadora

Figura 7. Pantalla de Datos Generales de Campaña.

14. Para que el Usuario Entidad pueda revisar los Datos Complementario deberá de pulsar el botón de Siguiente donde mostrará la pantalla Complementarios de Campaña.

15. El usuario Entidad Deberá Seleccionar los datos requeridos como se visualizan en el siguiente ejemplo (Figura 8).



Datos Generales | **Datos Complementarios** | [Entidad]

Versiones: Ver

Vigencia: Ver

Población Objetivo: Ver

Plan de Medios a Utilizar: Ver

[Guardar]

Figura 8 Pantalla de Datos Complementarios.

16. El campo Versiones contendrá las versiones de campaña que se hayan capturado (Figura 9).

17. Solo se podrá revisar lo contenido en cada versión de campaña.

Nombre	Fecha de inicio	Fecha de fin	Estado
Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 1.0001	25/08/2010	26/08/2010	REGIST

Figura 9 Vista de Versión de Campaña.

18. El sistema le mostrará al usuario Entidad la panta la de creatividad como se muestra a continuación (Figura 10).

Nombre de la Versión: Rescate al Nacionalismo Mexi

Inicio de Vigencia: 2010-08-25

Fin de Vigencia: 2010-08-26

Creatividad: Browse...

Nombre:

Descripción: (Puede escribir hasta 700 caracteres)

Figura 10 Vista de Creatividad por Versión de Campaña.

19. El campo de Población Objetivo Primaria solo mostrará la información de los campos como solo lectura (Figura 11).

Poblacion Objetivo: Ver

Sexo: Mujeres y hombres

Población: Urbana y Rural

Edades:

0 - 12 años	<input type="checkbox"/>	25 - 34 años	<input type="checkbox"/>
13 - 18 años	<input type="checkbox"/>	35 - 44 años	<input type="checkbox"/>
19 - 24 años	<input checked="" type="checkbox"/>	45 - 64 años	<input type="checkbox"/>
		65 o más años	<input type="checkbox"/>

Niveles Socioeconómicos:

AB	<input checked="" type="checkbox"/>	D+	<input type="checkbox"/>
C+	<input type="checkbox"/>	D	<input type="checkbox"/>
C	<input type="checkbox"/>	E	<input type="checkbox"/>

Características Específicas:

xxx

Figura 11 Vista de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

20. Plan de Medios a Utilizar es un campo requerido que si puede ser modificado cuando la solicitud se encuentra en Ajuste .

21. Al pulsar este campo de Plan de Medios se mostrará. la información antes capturada (Figura 12).

Plan de medios a utilizar: Ver

Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	<input checked="" type="checkbox"/> Radio

Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00
Radiodifusoras	222.00
Diarios Editados en el DF	5,742.00
Diarios Editados en los Estados	55.00
Revistas	555.00
Medios Complementarios	555.00
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00
Medios Impresos Internacionales	22,220.00
Medios Públicos	4,545.00
Pre-Estudios	454.00
Post-Estudios	4,545,454.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00 Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3701:	51.66 %
Presupuesto disponible:	4,833,533.00 Miles de pesos

22. El usuario Entidad debe según sea su criterio debe de los valores programados con el presupuesto para dicha Ajuste de campaña y gastar exactamente el presupuesto disponible.

23. Ya que se hayan llenado los campos de medios. el sistema hará el cálculo de Presupuesto asignado a la Campaña (1), el Porcentaje que Representa la Campaña en partida 3701 (2) y el Presupuesto Disponible.(3) (Figura 13).

Plan de medios a utilizar: Ver

Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales Tiempos Comerciales

Televisión Televisión

Radio Radio

Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00
Radiodifusoras	222.00
Diarios Editados en el DF	5,742.00
Diarios Editados en los Estados	55.00
Revistas	555.00
Medios Complementarios	555.00
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00
Medios Impresos Internacionales	22,220.00
Medios Públicos	4,545.00
Pre-Estudios	454.00
Post-Estudios	4,545,454.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00
1 Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00 Miles de pesos
2 Porcentaje que representa la campaña en la partida 3701:	51.66 %
3 Presupuesto disponible:	4,833,533.00 Miles de pesos

Figura 13. Registro de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

24. Para guardar cambios de Ajuste de solicitud el usuario Entidad debe pulsar el botón de guardar esperando a que el sistema muestre el mensaje de que la Solicitud fue procesada exitosamente (Figura 14).

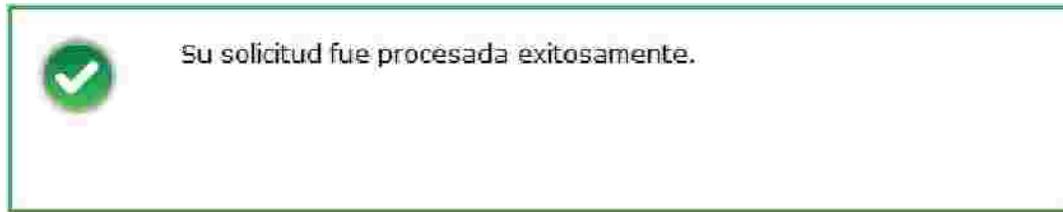


Figura 14 Mensaje de Registro de Archivo para de Creat idad.

25. Para Finalizar con la Captura de Estrategias y Programas es necesario pulsar el botón Enviar.

26. El pulsar el botón de Enviar, la pestaña de Vista Previa será mostrada al usuario Entidad en donde el sistema le mostrará el resumen de información que se haya generado en el módulo de Estrategias y Programas (Figura 15).

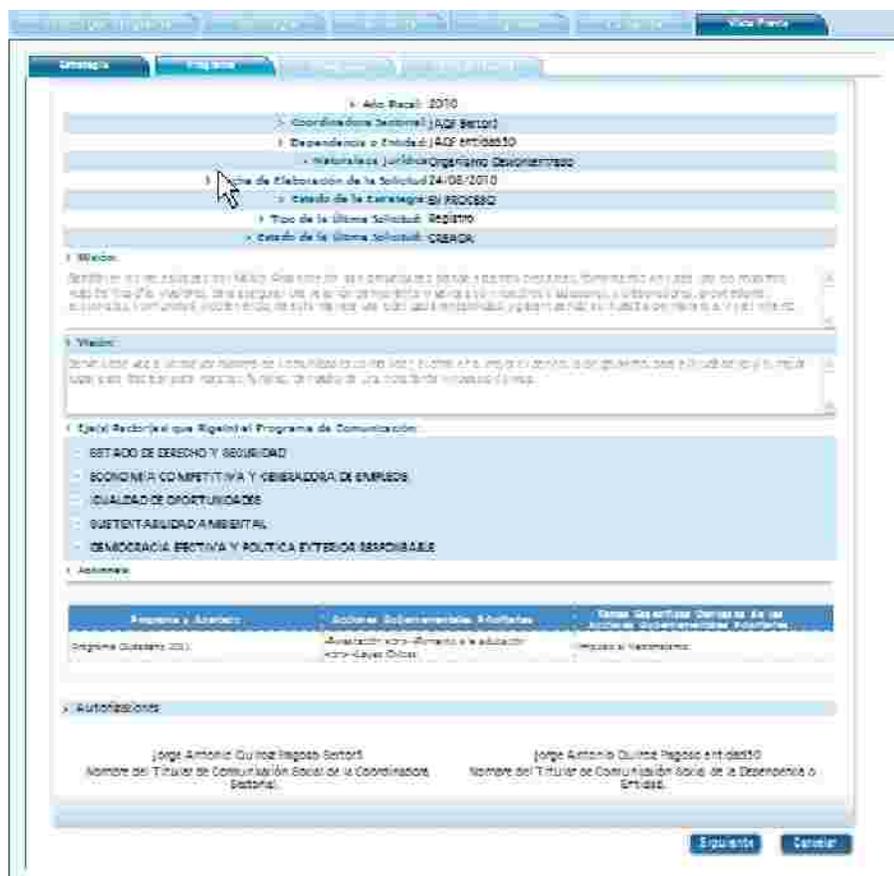


Figura 15 Vista Previa de Estrategias y Programas.

27. Se podrá Ajustar las Notas Entidad/Coordinadora al pulsar el área **Notas Entidad/Coordinadora** (Figura 16).



Figura 16 Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

28. Después de haber introducido la información de notas se deberá pulsar el Botón de (Figura 17).



Figura 17 Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

29. El sistema mandara al usuario un mensaje de confirmación de que los cambios de la información han sido guardados (Figura 18).

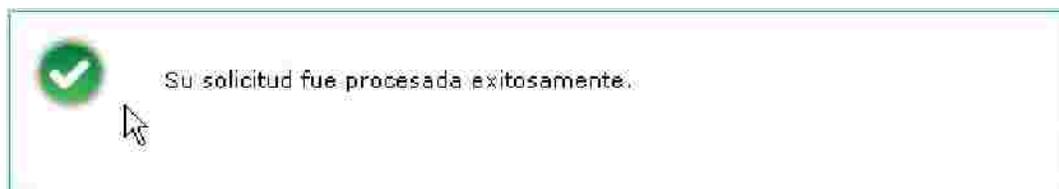


Figura 18 Vista Previa de Estrategias y Programas.

30. Cuando el usuario Entidad este seguro de que la información de las Estrategias y Programas es correcta deberá de pulsar el botón siguiente donde deberá posteriormente pulsar Enviar **Enviar**.

31. Al Confirmar Envió el sistema creará la solicitud de las Estrategias Programas para que posteriormente la pueda evaluar una entidad Coordinadora.

Promoción y Publicidad > Ajuste Estrategias y Programas

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo de Comu Social >Ajustar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad (Figura 20).

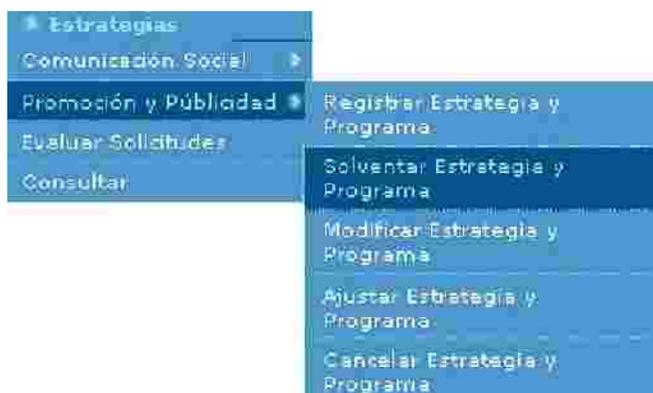


Figura 20 Catálogo de Ajuste en Promoción y Publicidad de Estrategia y Programa.

2. Para que puedan existir las solicitudes de Ajuste, solicitud tuvo que haber pasado por toda la evaluación de la DGNC como una solicitud "Para Autorizar y autorización de registro".

3. La siguiente pantalla que el sistema presentara para Ajuste de Estrategias y Programas es el siguiente (Figura 21).



Figura 21 Comunicación Social >Ajuste de Estrategias y Programas.

4. Se deberá de seleccionar la solicitud a Ajustar y pulsar el botón de  editar.
5. Cuando se haya pulsar el botón de  (editar) a la solicitud, aparecerá un mensaje de confirmación para comenzar la Ajuste de la estrategia (Figura 22).

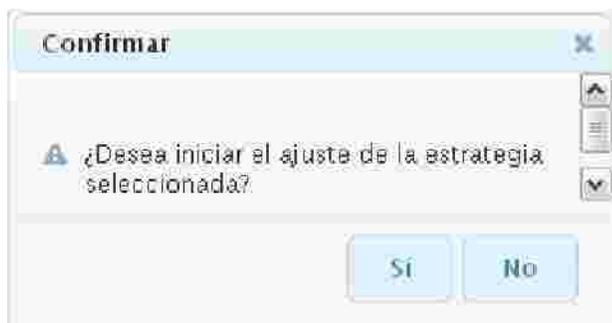


Figura 22 Ajuste de Estrategias y Programas.

6. En caso de que el usuario pulse el botón de No se cancelará este proceso de Ajuste para esta solicitud.
7. En caso de pulsar el botón Si la solicitud cambiara a en proceso de Ajuste.
8. Se podrá mostrará la información que contenga la solicitud (Figura 23).

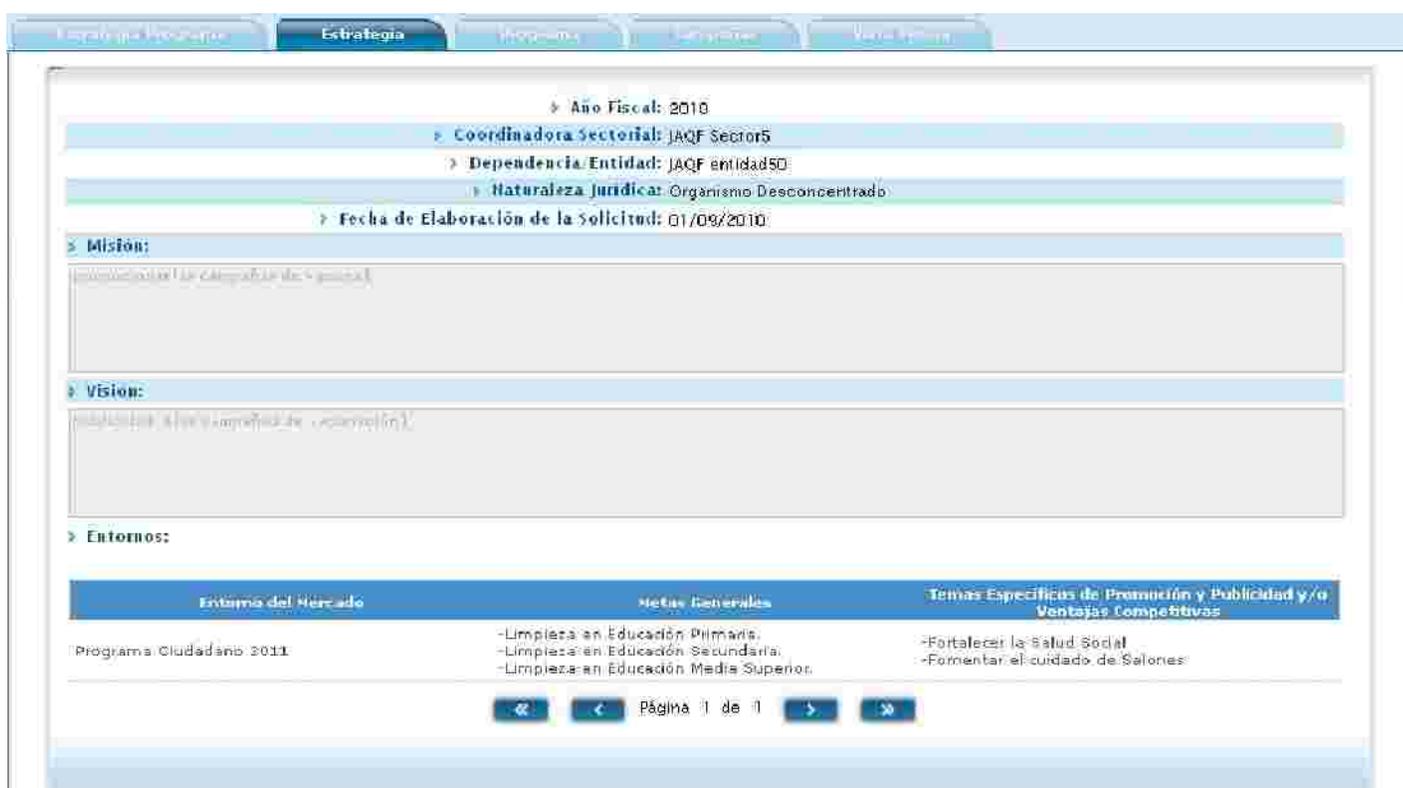


Figura 23 Ajuste de Estrategias y Programas.

9. El usuario Entidad mostrará en la parte inferior de la pantalla los registros que se han llenado de Entornos anteriormente (Figura 24).

Entornos:

Entorno del Mercado	Metas Generales	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas
Programa Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria. -Limpieza en Educación Secundaria. -Limpieza en Educación Media Superior.	-Fortalecer la Salud Social -Fomentar el cuidado de Salones

Página 1 de 1

Figura 24 Vista de Estrategias y Programas

10. Para que El usuario entidad pueda revisar la pestaña de Programa deberá pulsar el botón de **Siguiente** siguiente.

11. La pestaña de Programa le mostrará al usuario Entidad la información con el que se había registrado la solicitud anteriormente (Figura 25).

Inicio | Registros | **Programa** | Campañas | Vista Previa

» Año Fiscal: 2010

» Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5

» Dependencia/Entidad: JAQF entidad50

» Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado

» Fecha de Elaboración de la Solicitud: 01/09/2010

» Presupuesto Anual: 65,500.00 (miles de pesos)

» Acumulado en Campañas: 65,500.00 (miles de pesos)

» Diferencia: 0.00 (miles de pesos)

» Campañas

Nombre de la Campaña	Presupuesto Acumulado	Tipo	Estado	
Forestación Urbana	65,500.00	Campaña	REGISTRADA	

Página 1 de 1

[Enviar](#) [Regresar](#) [Cancelar](#)

Figura 25 Ajuste de Programa.

12. Para mostrar la versión de campaña se deberá seleccionar la versión de campaña deseada y pulsar el botón de editar.

13. Se podrá revisar la información de la solicitud como el usuario entidad lo desee (Figura 26).

> Nombre de la Campaña: Forestación urbana.
 > Tema Especifico: Fortalecer la Salud Social: Fomentar el cuidado de Salones.
 > Meta a Alcanzar:
 > Objetivo de Comunicación: (Máx. escribió fracc. 750 caracteres) Conservación del medio ambiente.

> Notas Entidad/Coordinadora

Siguiente Registrar

Figura 26 Pantalla de Datos Generales de Campaña.

14. Para revisar datos complementarios se deberá pulsar el botón de siguiente (Figura 27).

Siguiente

> Versiones: Ver
 > Vigencia:
 > Población Objetivo Primaria: Ver
 > Plan de medios a utilizar: Ver

Guardar

Figura 27 Pantalla de Datos Complementarios.

15. Solo se podrá revisar lo contenido en cada versión de campaña (Figura 28).

> Versiones *:

Ver

Nombre

> Fecha Inicio *:

> Fecha Fin

Nombre	Fecha de inicio	Fecha de fin	Estado
Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 1.0001	25/08/2010	26/08/2010	REGIST

<< < Página 1 de 1 > >>

16. El sistema le mostrará al usuario Entidad la panta la de creatividad como se muestra a continuación (Figura 29).

Figura 29 Registro de Creatividad por Versión de Campa a.

17. El campo de Población Objetivo Primaria mostrará la información de los campos que fueron capturados anteriormente en la solicitud (Figura 30).

Datos Generales Datos Complementarios Creatividades

Nombre de la Versión: Rescate al Nacionalismo Mexi

Inicio de Vigencia: 2010-08-25

Fin de Vigencia: 2010-08-26

Creatividad *:

Nombre *:

Descripción: (Puede escribir hasta 700 caracteres)

18. Plan de Medios a Utilizar es un campo requerido donde se puede Ajustar la información de los medios publicitarios donde estará cada esta campaña. (Figura 31).

Plan de medios a utilizar: Ver

> Medios a Utilizar

Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión	<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio	<input checked="" type="checkbox"/> Radio

> Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	5,742.00	
Diarios Editados en los Estados	55.00	
Revistas	555.00	
Medios Complementarios	555.00	
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	
Post-Estudios	4,545,454.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	555,555.00	
Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:	51.66	%
Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 31 Ajuste de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

19. El usuario Entidad debe según sea su criterio debe de los valores programados con el presupuesto para dicha Ajuste de campaña y gastar exactamente el presupuesto disponible.

20. Ya que se hayan llenado los campos de medios. el sistema hará el cálculo de Presupuesto asignado a la Campaña (1), el Porcentaje que Representa la Campaña en partida 3702 (2) y el Presupuesto Disponible.(3) (Figura 32).

Plan de medios a utilizar:		Ver
> Medios a Utilizar		
Tiempos Oficiales		Tiempos Comerciales
<input checked="" type="checkbox"/> Televisión		<input checked="" type="checkbox"/> Televisión
<input checked="" type="checkbox"/> Radio		<input checked="" type="checkbox"/> Radio
> Recursos Programados por Tipo de Medio:		
Televisoras		22,222.00
Radiodifusoras		222.00
Diarios Editados en el DF		5,742.00
Diarios Editados en los Estados		55.00
Revistas		555.00
Medios Complementarios		555.00
Medios Electrónicos Internacionales		8,888.00
Medios Impresos Internacionales		22,220.00
Medios Públicos		4,545.00
Pre-Estudios		454.00
Post-Estudios		4,545,454.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado		555,555.00
Presupuesto asignado a la Campaña:		5,166,467.00 Miles de pesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:		51.66 %
Presupuesto disponible:		4,833,533.00 Miles de pesos

Figura 32 Registro de Plan de Medios a utilizar de Campaña.

21. Para guardar cambios de Ajuste de solicitud el usuario Entidad debe pulsar el botón de guardar esperando a que el sistema muestre el mensaje de que la Solicitud fue procesada exitosamente (Figura 33).

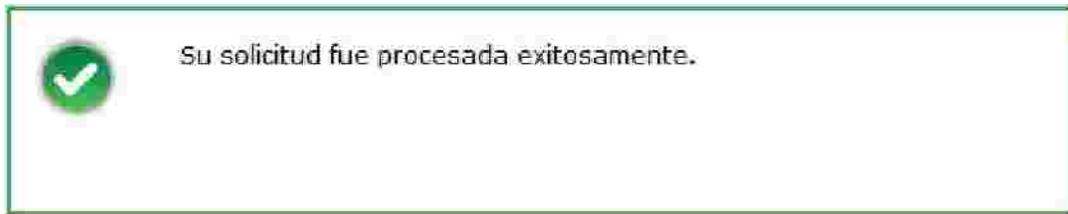


Figura 33 Mensaje de Registro de Archivo para de Creat idad.

22. Para Finalizar con la Captura de Estrategias y Programas es necesario pulsar el botón Enviar.

23. El pulsar el botón de Enviar, la pestaña de Vista Previa será mostrada al usuario Entidad en donde el sistema le mostrará el resumen de información que se haya generado en el módulo de Estrategias y Programas (Figura 34).



Figura 34 Vista Previa de Estrategias y Programas

24. Se podrá Ajustar las Notas Entidad/Coordinadora al pulsar el área **Notas Entidad/Coordinadora** (Figura 35).

Figura 35 Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

25. Después de haber introducido la información de notas se deberá pulsar el Botón de **Guardar** (Figura 36).

Figura 36 Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.

26. El sistema mandara al usuario un mensaje de confirmación de que los cambios de la información han sido guardados (Figura 37).

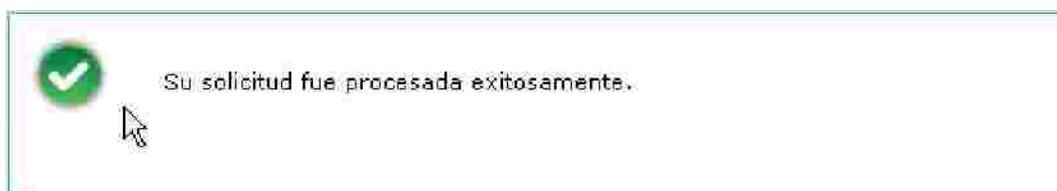


Figura 37 Vista Previa de Estrategias y Programas.

27. Cuando el usuario Entidad este seguro de que la información de las Estrategias y Programas es correcta deberá de pulsar el botón siguiente donde deberá posteriormente pulsar **Enviar**.

28. Al Confirmar **Enviar** el sistema creará la solicitud las Estrategias y Programas para que posteriormente la pueda evaluar una entidad Coordinadora.

1.6. Cancelación Estrategias y Programas.

Primeramente se explicará como Solventar Estrategias y Programas, posteriormente se explicará que la Cabeza de Sector, recibido por la DGN y eventualmente evaluado por el personal adscrito a la DGNC.

Cancelación de Comunicación Social > Cancelar Estrategias y Programas

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo de Comunicación Social > Cancelar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad (Figura 1).

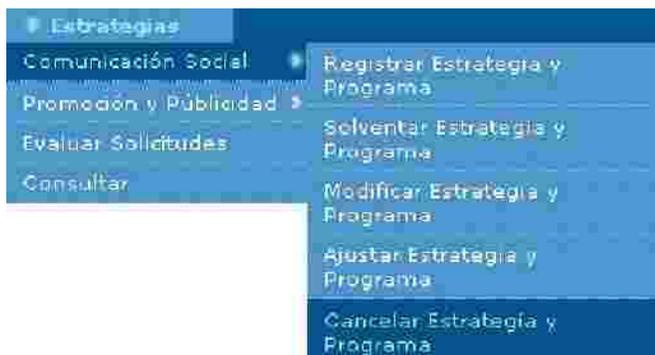


Figura 1 Catálogo de Cancelación en Comunicación Social de Estrategia y Programa.

2. Para que puedan existir las solicitudes de Cancelación, la solicitud tuvo que haber pasado por toda la evaluación de la DGNC como una solicitud "Para Autorizar y autorización de registro".

3. La siguiente pantalla que el sistema presentara para Cancelación de Estrategias y Programas es el siguiente (Figura 2).



Figura 2. Comunicación Social > Cancelación de Estrategias y Programas.

4. Se deberá de seleccionar la solicitud a solventar y pulsar el botón de  (editar).

5. Cuando se haya pulsar el botón de  (editar) a la solicitud, aparecerá un mensaje de confirmación para comenzar la Cancelación de la estrategia (Figura 3).

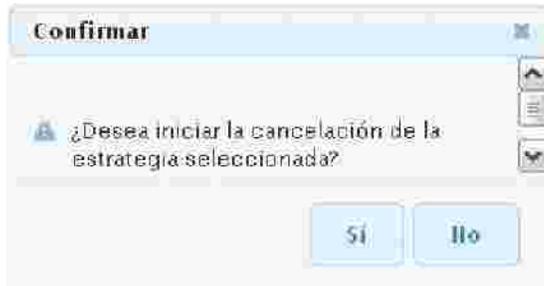


Figura 3 Cancelación de Estrategias y Programas.

6. En caso de que el usuario pulse el botón de No se cancelará a este llamado de Cancelación proceso para esta solicitud.

7. En caso de pulsar el botón Si la solicitud cambiara a en proceso de Cancelación.

8. Se podrá visualizar la información que contenga la solicitud donde mostrara la pestaña de Detalle (Figura 4).

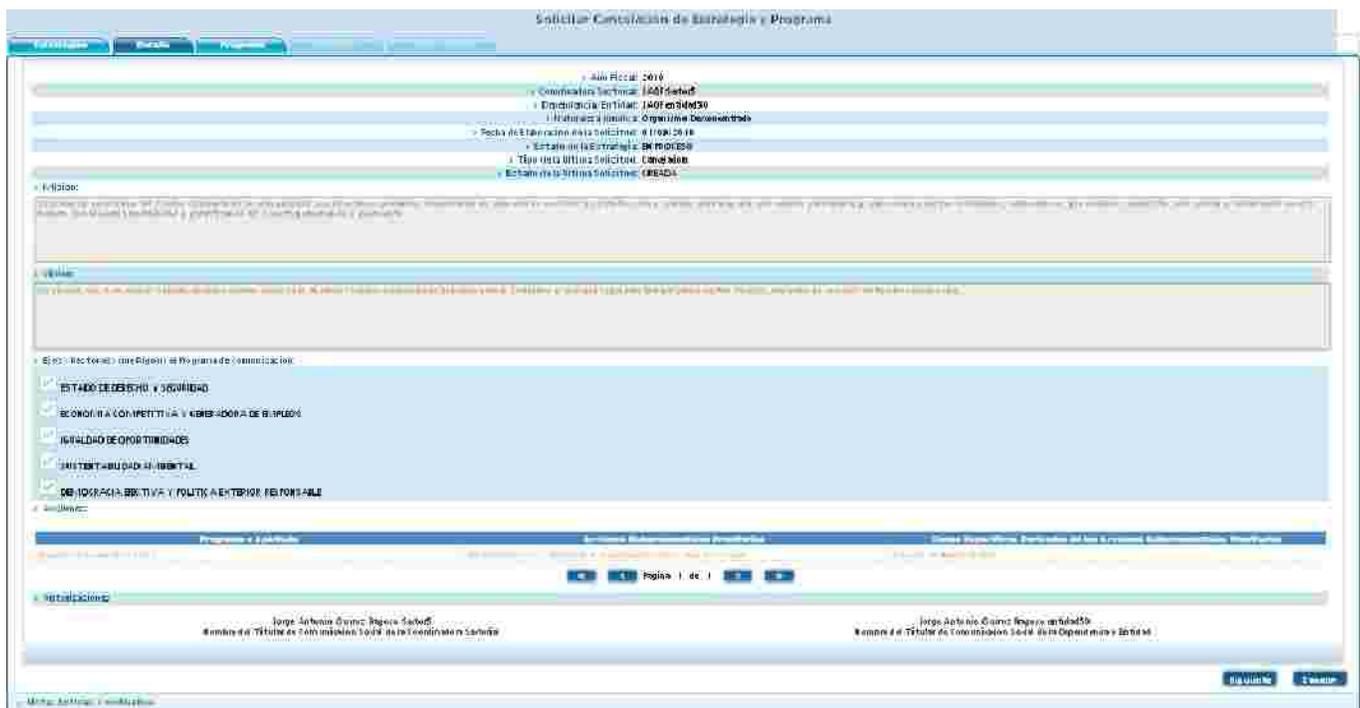


Figura 4 Cancelación de Estrategias y Programas.

9. El usuario Entidad podrá revisar la estrategia si pulsa la pestaña de  Estrategia (Figura 5).



Solicitar Cancelación de Estrategia y Programa

Estrategias | Detalle | Programación | Fechas | Estadísticas

Estrategias disponibles para cancelar: No se encontraron estrategias disponibles para cancelar.

Año Fiscal	Estado Estrategia	Tipo Solicitud	Fecha Elaboración	Estado Solicitud	Folio Oficio
------------	-------------------	----------------	-------------------	------------------	--------------

Solicitudes de cancelación pendientes:

Año Fiscal	Estado Estrategia	Tipo Solicitud	Fecha Elaboración	Estado Solicitud	Folio Oficio
2010	EN PROCESO	Cancelación	01/09/2010	CREADA	

« < Página 1 de 1 > »

Figura 5 Cancelación de Estrategias y Programas.

10. Para regresar al detalle de la solicitud se deberá de pulsar el botón de  edición.

11. Para revisar programa se deberá de pulsar la pestaña de  Programa donde se desplegará la siguiente pantalla (Figura 6).



Estrategias | **Detalle** | **Programa** | PROGRAMACIÓN | ESTADÍSTICAS

> Año Fiscal: 2010

> Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5

> Dependencia/Entidad: JAQF entidad50

> Fecha de Elaboración de la Solicitud: 01/09/2010

> Presupuesto Anual: 10,000,000.00 (miles de pesos)

> Acumulado en Campañas: 10,000,000.00 (miles de pesos)

> Diferencia: 0.00 (miles de pesos)

> Campañas:

Nombre de la Campaña	Presupuesto Asignado	Tipo	Estado
Recate al nacionalismo Mexicano	10,000,000.00	Campaña	REGISTRADA

« < Página 1 de 1 > »

> Autorizaciones

Jorge Antonio Quiroz Fragoso Sector5
Nombre del Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial

Jorge Antonio Quiroz Fragoso entidad50
Nombre del Titular de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad.

Regresar | Enviar | Cancelar

12. Para revisar la versión de campaña se deberá seleccionar la versión de campaña deseada y pulsar el botón de  revisión.

13. Se podrá revisar la información de la solicitud como el usuario entidad lo decida (Figura 7).



Figura 7 Mensaje de Dato Requerido.

14. El campo de Población Objetivo Primaria solo mostrara la información de los campos como solo lectura (Figura 8).

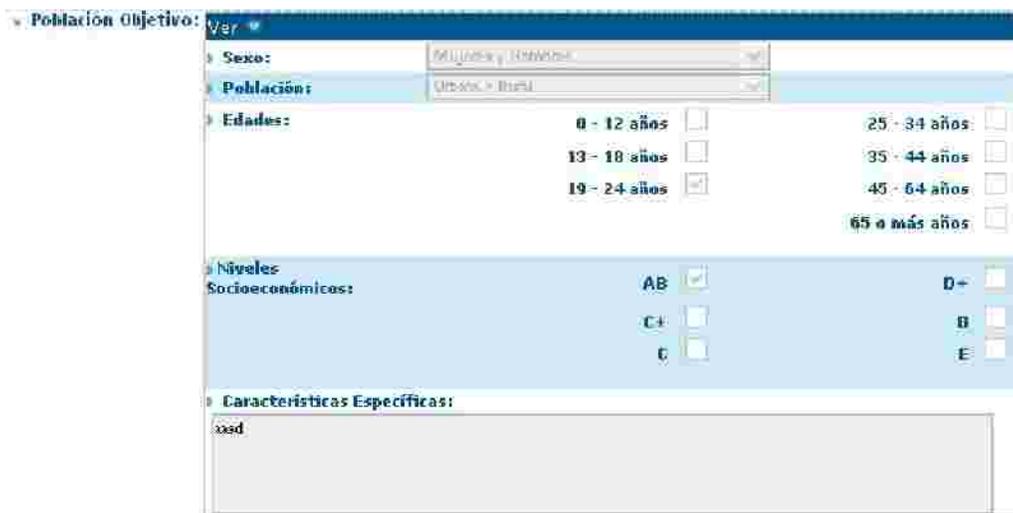


Figura 8 Vista de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

15. El campo de Plan de Medios a Utilizar solo mostrara la información de los campos como solo lectura (Figura 9).

> Plan de Medios a Utilizar: Ver

Tiempo Oficiales		Tiempo Comerciales	
<input checked="" type="checkbox"/> T.V.		<input checked="" type="checkbox"/> T.V.	
<input type="checkbox"/> Radio		<input type="checkbox"/> Radio	
> Recursos Programados por Tipo de Medio:			
Televisoras		10,000,000.00	
Radiodifusoras		0.00	
Diarios Editados en el DF		0.00	
Diarios Editados en los Estados		0.00	
Revistas		0.00	
Medios Complementarios		0.00	
Medios Electrónicos Internacionales		0.00	
Medios Impresos Internacionales		0.00	
Medios Públicos		0.00	
Pre-Estudios		0.00	
Post-Estudios		0.00	
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado		0.00	
Presupuesto Asignado a la Campaña:		10,000,000.00	Miles de Pesos
Porcentaje que Representa la Campaña:		100.00	%

Figura 9 Vista de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

16. Para poder enviar esta solicitud de Cancelación a la Entidad Coordinadora deberá pulsar el botón de **Regresar**.

17. La pagina se situara en la pestaña de Programa donde se encontrará el botón de **Enviar**.

18. El Usuario Entidad tendrá que estar seguro de mandar la cancelación de esta solicitud.

19. Después de pulsar el botón de **Enviar** el sistema mostrara una ventana de confirmación para enviar la solicitud de Cancelación (Figura 10).

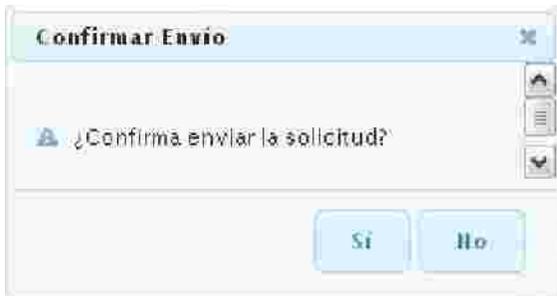


Figura 10 Ventana de Confirmación de Envío de Cancelación de Programa y Estrategia.

20. Si El Usuario Entidad pulsa el botón de Si esta solicitud será enviada a la Entidad Coordinadora para que evalúe esta solicitud.
21. En caso de que el Usuario Entidad pulse No se cancelará la operación de envío de la solicitud a la Entidad Coordinadora.
22. Después de haber sido enviada la solicitud el sistema mostrara el siguiente mensaje al usuario indicándole que la solicitud a sido enviada a Entidad Coordinadora (Figura 11).

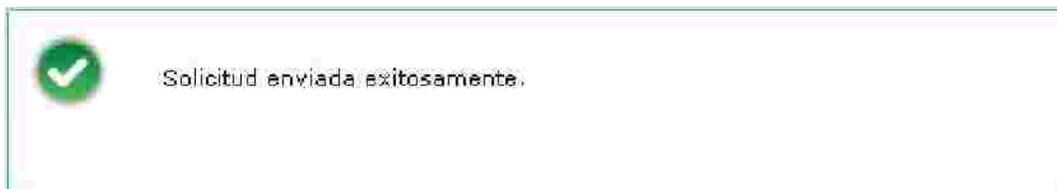


Figura 11 Mensaje de Confirmación de Envío de Solicitud a la Entidad Coordinadora.

Cancelación de Promoción y Publicidad > Cancelar Estrategias y Programas

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo de Comunicación Social > Cancelar Estrategias y Programas del menú usuario Cabeza de Sector o Entidad (Figura 12).

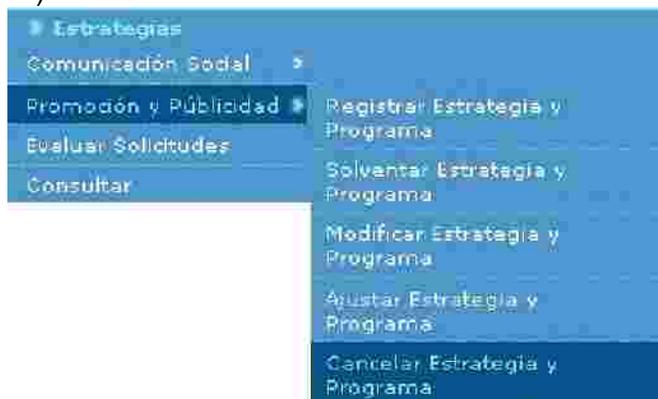


Figura 12 Catálogo de Cancelación en Promoción y Publicidad de Estrategia y Programa.

2. Para que puedan existir las solicitudes de Cancelación, la solicitud tuvo que haber pasado por toda la evaluación de la DGNC como una solicitud "Para Autorizar y autorización de registro".

3. La siguiente pantalla que el sistema presentara para Cancelación de Estrategias y Programas es el siguiente (Figura 13).



Figura 13. Comunicación Social >Cancelación de Estrategias y Programas.

4. Se deberá de seleccionar la solicitud a solventar y pulsar el botón de (editar).

5. Cuando se haya pulsar el botón de (editar) a la solicitud, aparecerá un mensaje de confirmación para comenzar la Cancelación de la estrategia (Figura 14).

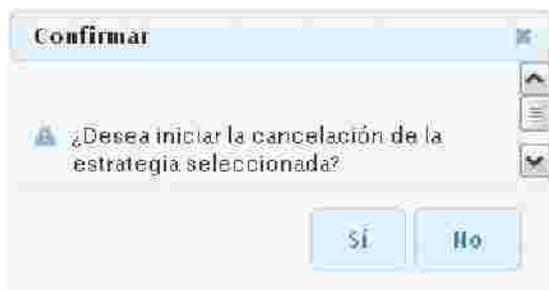


Figura 14 Cancelación de Estrategias y Programas.

6. En caso de que el usuario pulse el botón de No se cancelará a este llamado de Cancelación proceso para esta solicitud.

7. En caso de pulsar el botón Si la solicitud cambiara a en proceso de Cancelación.

8. Se podrá visualizar la información que contenga la solicitud donde mostrara la pestaña de Detalle (Figura 15).

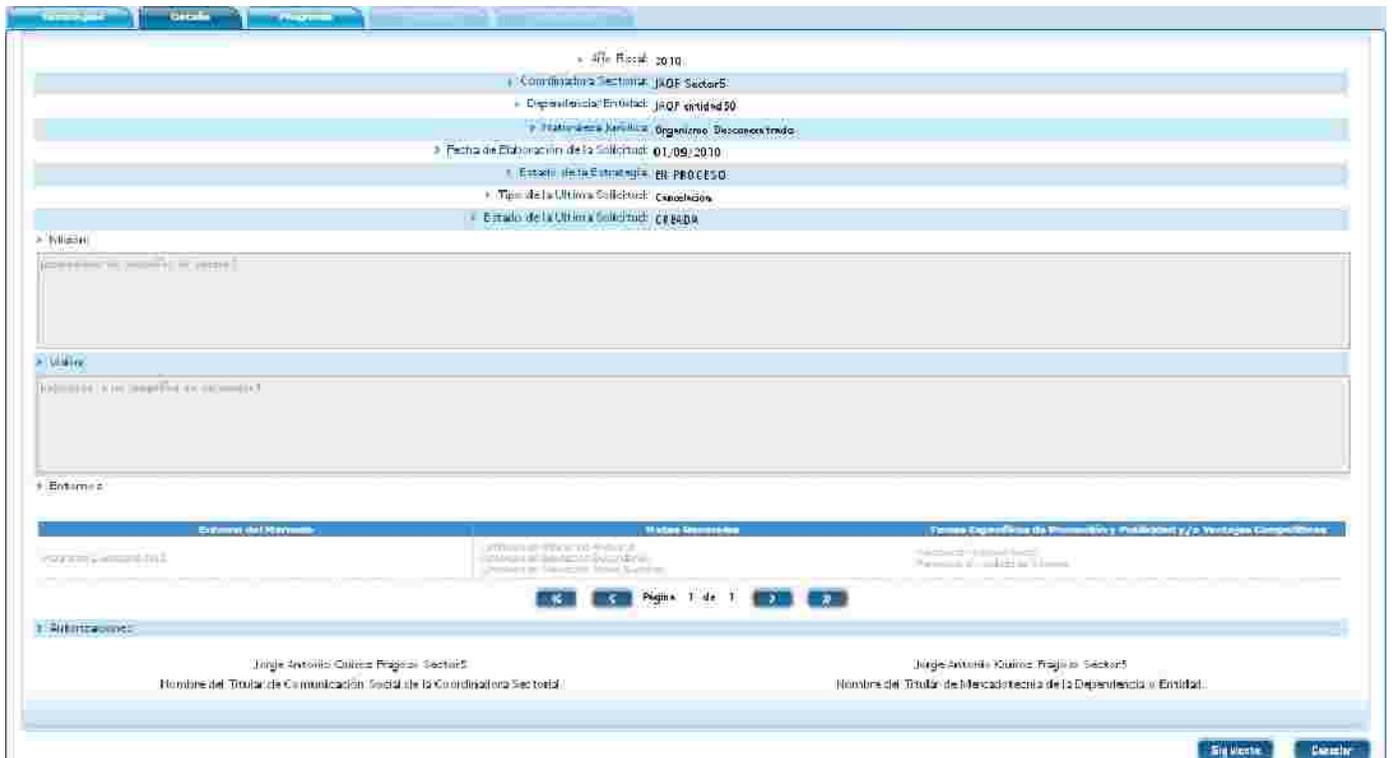


Figura 15 Cancelación de Estrategias y Programas.

9. El usuario Entidad podrá revisar la estrategia si pulsa la pestaña de **Estrategias** Estrategia (Figura 16).



Figura 16 Cancelación de Estrategias y Programas.

10. Para regresar al detalle de la solicitud se deberá de pulsar el botón de  edición.

11. Para revisar programa se deberá de pulsar la pestaña de Programa donde se desplegará la siguiente pantalla (Figura 18).



Nombre de la Campaña	Presupuesto Asignado	Tipo	Estado
Forestación urbana	55,500.00	Campaña	REGISTRADA

Figura 18 Detalle de Programas.

12. Para revisar la versión de campaña se deberá seleccionar la versión de campaña deseada y pulsar el botón de  revisión.

13. Se podrá revisar la información de la solicitud como el usuario entidad lo decida (Figura 19).

Nombre de la Versión	Fecha de Inicio	Fecha de Fin	Claves de la Versión	Creatividades
----------------------	-----------------	--------------	----------------------	---------------

Figura 19 Detalle de Campañas.

14. El campo de Población Objetivo Primaria solo mostrara la información de los campos como solo lectura (Figura 20).

» Población Objetivo: Ver

» Sexo: Mujeres y hombres

» Población: Urbana y Rural

» Edades:

0 - 12 años	<input type="checkbox"/>	25 - 34 años	<input type="checkbox"/>
13 - 18 años	<input type="checkbox"/>	35 - 44 años	<input type="checkbox"/>
19 - 24 años	<input checked="" type="checkbox"/>	45 - 64 años	<input type="checkbox"/>
		65 o más años	<input type="checkbox"/>

» Niveles Socioeconómicos:

AB	<input checked="" type="checkbox"/>	D+	<input type="checkbox"/>
C+	<input type="checkbox"/>	D	<input type="checkbox"/>
C	<input type="checkbox"/>	E	<input type="checkbox"/>

» Características Específicas:

xxx

Figura 20 Vista de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

15. El campo de Plan de Medios a Utilizar solo mostrara la información de los campos como solo lectura (Figura 21).

» Plan de Medios a Utilizar: Ver

» Tiempos Oficiales

T.V.

Radio

» Tiempos Comerciales

T.V.

Radio

» Recursos Programados por Tipo de Medio:

Televisoras	10,000,000.00
Radiodifusoras	0.00
Diarios Editados en el DF	0.00
Diarios Editados en los Estados	0.00
Revistas	0.00
Medios Complementarios	0.00
Medios Electrónicos Internacionales	0.00
Medios Impresos Internacionales	0.00
Medios Públicos	0.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	0.00
Presupuesto Asignado a la Campaña:	10,000,000.00 Miles de Pesos
Porcentaje que Representa la Campaña:	100.00 %

Figura 21 Vista de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

16 Para poder enviar esta solicitud de Cancelación a la Entidad Coordinadora deberá pulsar el botón de **Regresar** .

17. La pagina se situara en la pestaña de Programa donde se encontrará el botón de **Enviar** .

18. El Usuario Entidad tendrá que estar seguro de mandar la cancelación de esta solicitud.

19. Después de pulsar el botón de **Enviar** el sistema mostrara una ventana de confirmación para enviar la solicitud de Cancelación (Figura 22).

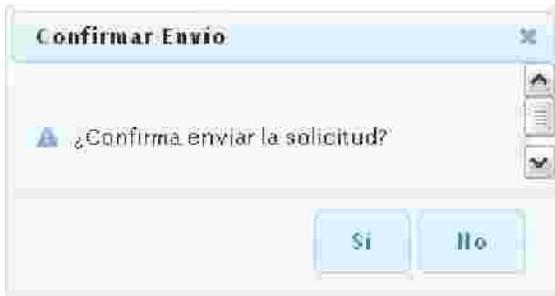


Figura 22 Ventana de Confirmación de Envío de Cancelación de Programa y Estrategia.

20. Si El Usuario Entidad pulsa el botón de Si esta solicitud será enviada a la Entidad Coordinadora para que evalúe esta solicitud.

21. En caso de que el Usuario Entidad pulse No se cancelará la operación de envío de la solicitud a la Entidad Coordinadora.

22. Después de haber sido enviada la solicitud el sistema mostrara el siguiente mensaje al usuario indicándole que la solicitud a sido enviada a Entidad Coordinadora (Figura 23).

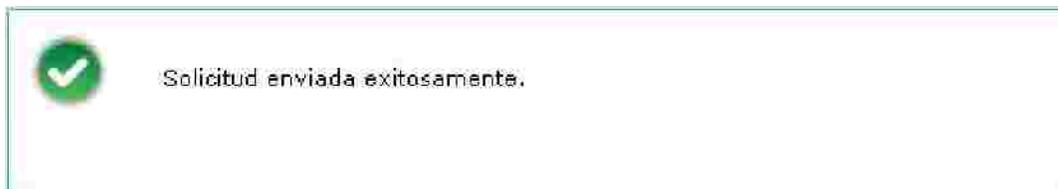


Figura 23 Mensaje de Confirmación de Envío de Solicitud a la Entidad Coordinadora.

1.7. Evaluar Solicitudes

La coordinadora es la responsable de evaluar los diversos tipos de solicitudes como: Registro de Estrategias y Programas, Solventación de Estrategias y Programas, Modificación de Estrategias y Programas, Ajuste de Estrategias y Programas y la Cancelación de Estrategias y Programas que generan las entidades.

Antes de comenzar se debe tener en cuenta que la coordinadora atiende cinco tipos de solicitudes diferentes.

- Registro de la solicitud.
- Solventación de la solicitud.
- Modificación de la solicitud.
- Ajuste de la solicitud.
- Cancelación de la solicitud.

1. Ir a la opción correspondiente en el Módulo de Estrategias catálogo de Evaluar Solicitudes (Figura 1).



Figura 1. Catálogo de Evaluar solicitudes.

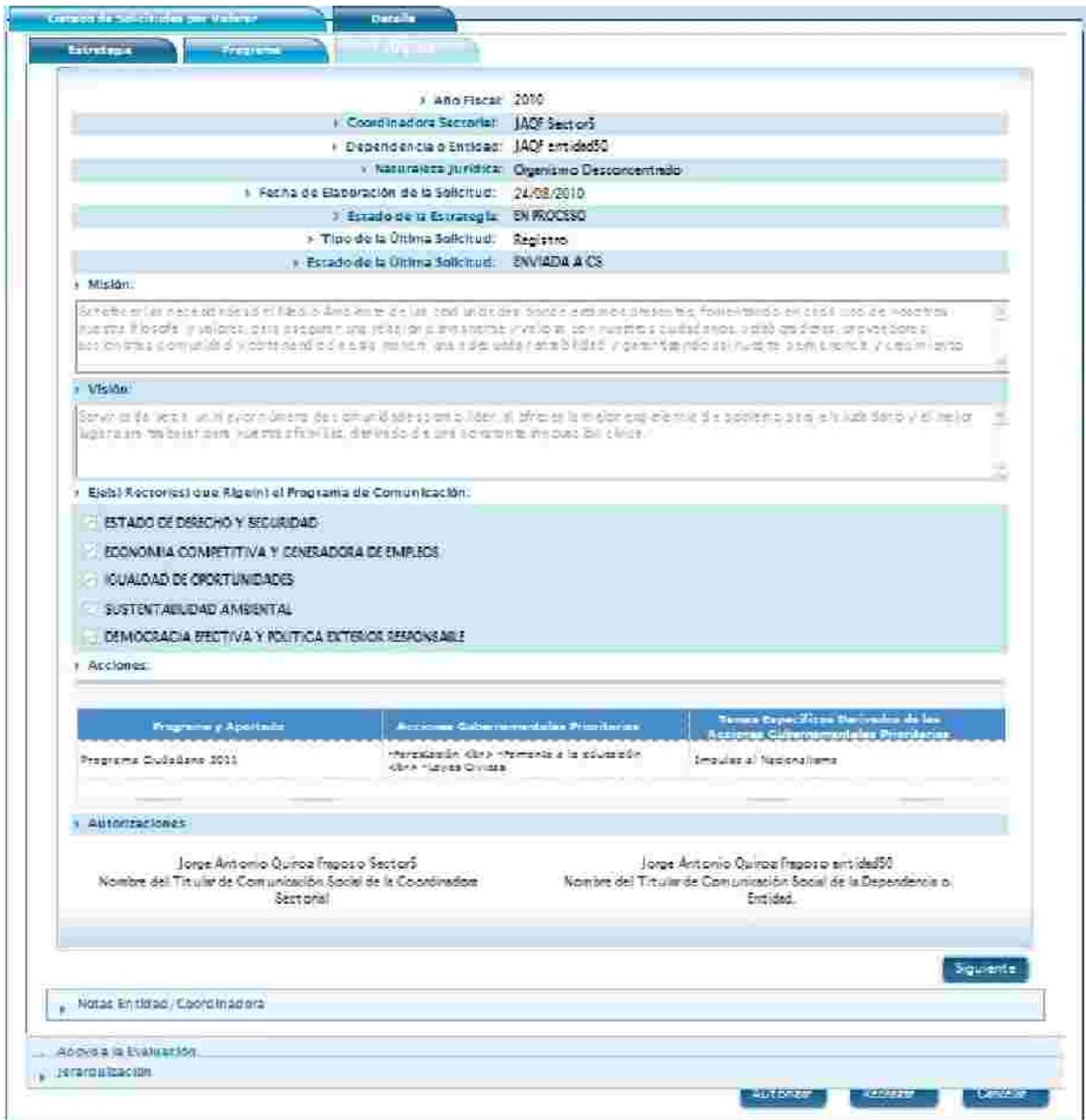
2. El sistema desplegará un listado de las solicitudes para ser evaluadas por la coordinadora de Sector, las solicitudes que atiende son de tipo: registro, Solventación, Modificación, Ajuste y Cancelación de solicitud. (Figura 2).



Año Fiscal	Tipo de Partida	Nombre de la Entidad	Presupuesto Asignado	Estado de la Estrategia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración	Estado de la Solicitud	Extemporánea	
2010	3701	JAQF entidad50	10,000,000.00	EN PROCESO	Registro	24/08/2010	ENVIADA A CS		

Figura 2 Listado de Solicitudes por Valorar.

3. Para que la coordinadora pueda evaluar deberá pulsar el botón de  examinar donde se desplegará la información de la solicitud seleccionada (Figura 3).



Centros de Solicitudes por Valores | **Detalle**

Metadatos:

- Año Fiscal: 2010
- Coordinadora Sectorial: JACQ Sector5
- Dependencia o Entidad: JACQ entidad50
- Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado
- Fecha de Elaboración de la Solicitud: 24/08/2010
- Estado de la Estrategia: EN PROCESO
- Tipo de la Última Solicitud: Registro
- Estado de la Última Solicitud: ENVIADA A CS

Misión:

Contribuir en la consecución del Modelo Único de las Unidades de Servicios Públicos, fortaleciendo en cada uno de nosotros nuestros filosofías y valores, para asegurar una gestión pública transparente y eficiente con nuestros ciudadanos, a través de canales de atención al ciudadano y fortaleciendo el compromiso y el entendimiento de los usuarios, que a través de la calidad y generación de servicios eficientes y oportunos...

Visión:

Contribuir a través de un crecimiento de oportunidades en la oferta de servicios públicos de calidad para el ciudadano y el mejor lugar para vivir, con nuestros valores, derivados de un compromiso con el cliente.

Ejes Rectores que Rige(n) el Programa de Comunicación:

- ESTADO DE DERECHO Y SEGURIDAD
- ECONOMÍA COMPETITIVA Y GENERADORA DE EMPLEOS
- IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
- SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL
- DEMOCRACIA EFECTIVA Y POLÍTICA EXTERIOR RESPONSABLE

Acciones:

Programa y Apellido	Acciones Gubernamentales Prioritarias	Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias
Programa Ciudadano 2011	Interacción del ciudadano a la educación del ciudadano	Impulso al Nacionalismo

Autorizaciones:

Jorge Antonio Quiroz Trujillo Sector5 Nombre del Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial	Jorge Antonio Quiroz Trujillo entidad50 Nombre del Titular de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad
---	--

Notas: Entidad/Coordinadora

Acción de Evaluación:

Jerarquización

Botones: Autorizar, Cancelar, Cambiar

Figura 3 Pantalla 1 de Evaluación de la Solicitud..

4. La coordinadora podrá evaluar cada uno de los puntos que contempla la solicitud, la primera pantalla que muestra el sistema será el de la Estrategia.

5. En el área de Acciones de la estrategia se pueden revisar las acciones están siendo contempladas en esta solicitud. A través del paginador la coordinadora podrá revisar cada una de estas acciones (Figura 4).

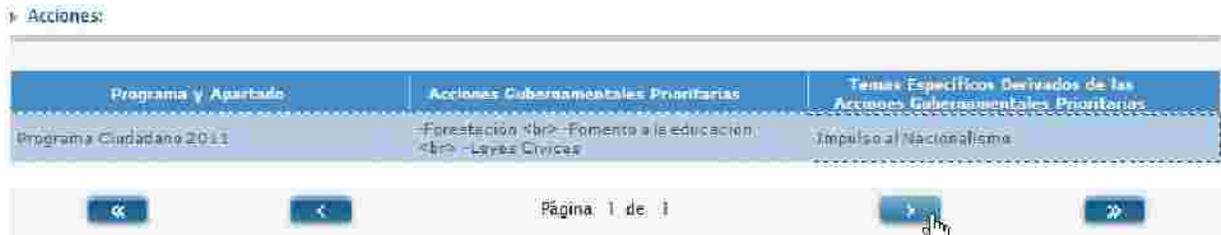


Figura 4 Evaluación de la Solicitud en Estrategia .

6. La coordinadora tendrá que pulsar el botón **Siguiente** o pulsar la pestaña de **Programa** para poder evaluar el apartado de Programas (Figura 5).

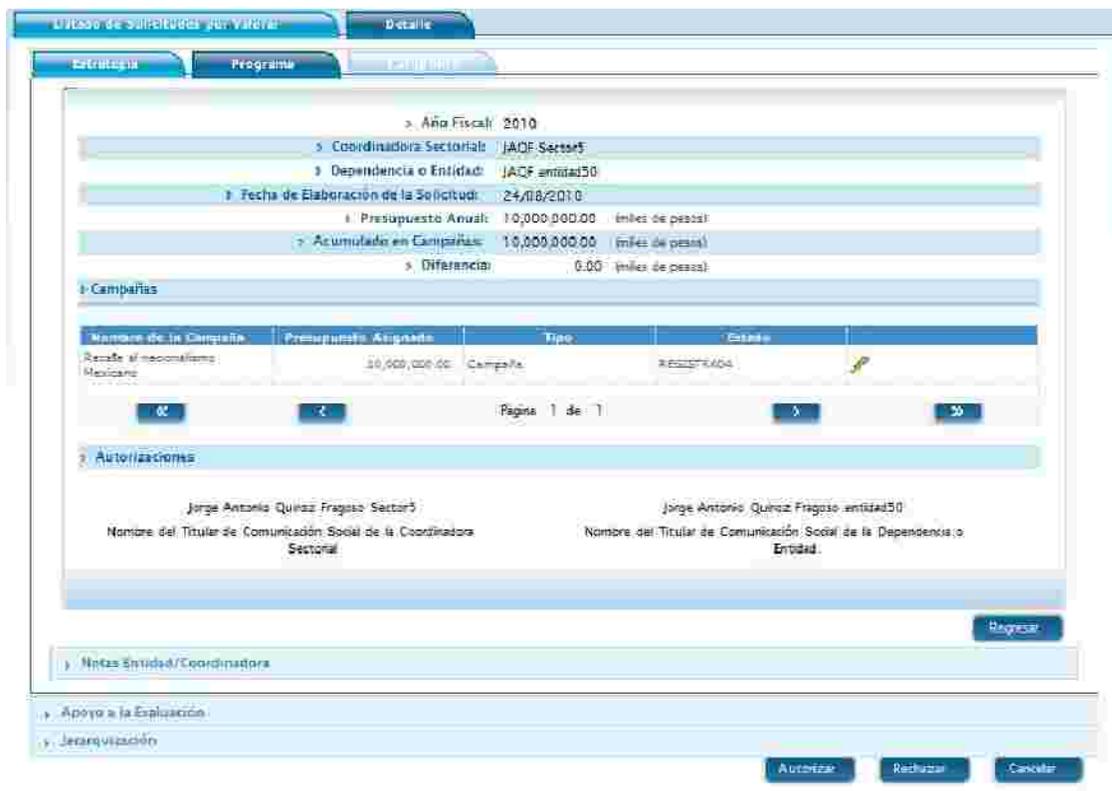


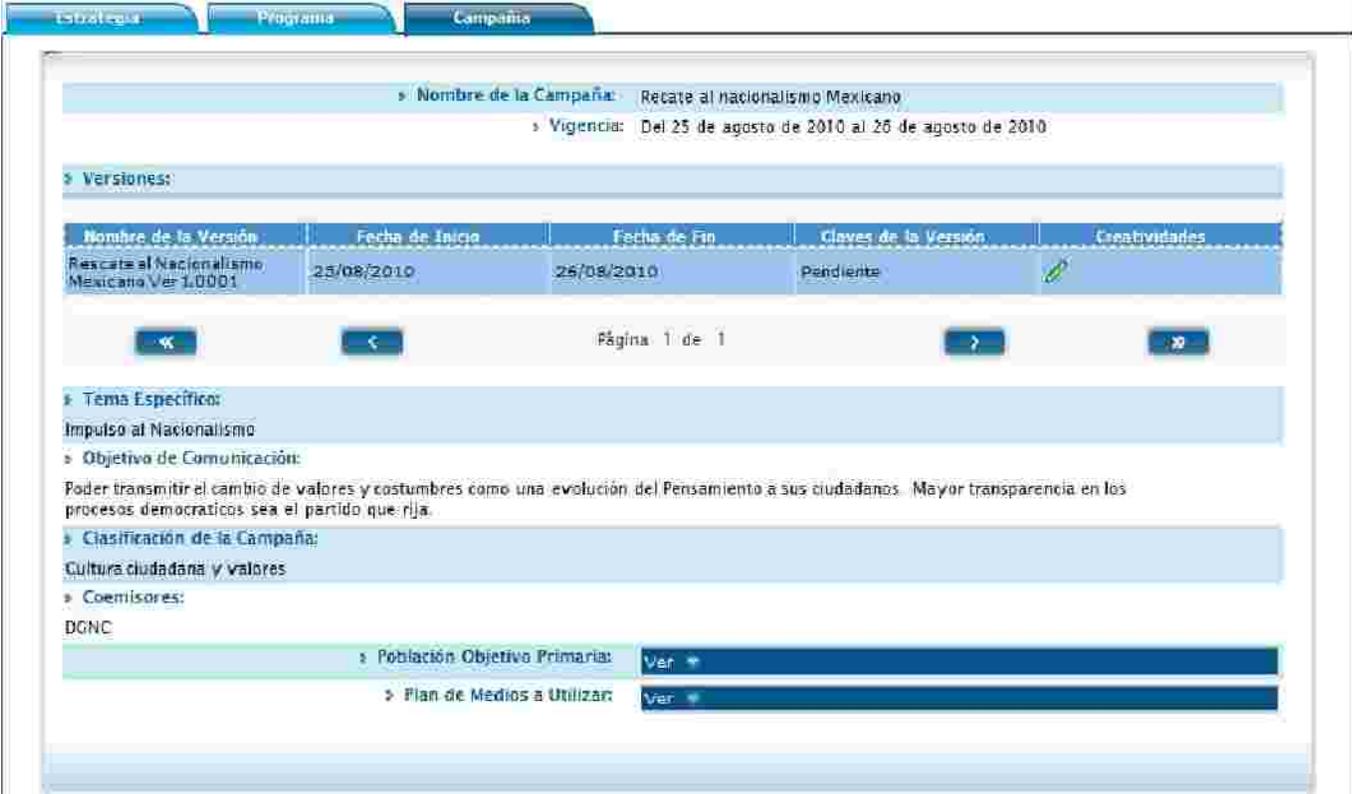
Figura 6 Evaluación de la Solicitud en Programa.

7. De la misma forma la Coordinadora evaluará Programa de acuerdo a normas y requerimientos establecidos.

8. En el área de Campañas la coordinadora podrá revisar cada una de las campañas.

9. Para que la coordinadora pueda ver las características que tiene cada una de las campañas deberá pulsar el botón  editar.

a) Después de haber pulsado el botón de  editar, el sistema mostrará a la coordinadora la siguiente pantalla (Figura 7).



Nombre de la Versión	Fecha de Inicio	Fecha de Fin	Claves de la Versión	Creatividades
Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 1,0001	25/08/2010	25/08/2010	Pendiente	

Figura 7 Evaluación de la Solicitud en Campaña.

b) De esta manera la coordinadora revisará cada parte de la campaña.

c) Para que la coordinadora evaluar las versiones de campaña deberá seleccionar el registro deseado y pulsar el botón  editar en el área de versiones. (Figura 8).

Nombre de la Versión: Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver.1_0001
 Vigencia: Del 25 de Agosto de 2010 al 26 de Agosto de 2010

Creatividad: Browse...
 Nombre:
 Descripción: (Puede escribir hasta 700 caracteres)

Guardar Limpiar

Fecha-Hora	Nombre	Descripción
2010-08-24 13:36:53.0	Ejemplar 2	Ejemplo 2
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.

<< < Página 1 de 1 > >>

Descargar

Figura 8 Evaluación de la Solicitud en versiones de la Campaña.

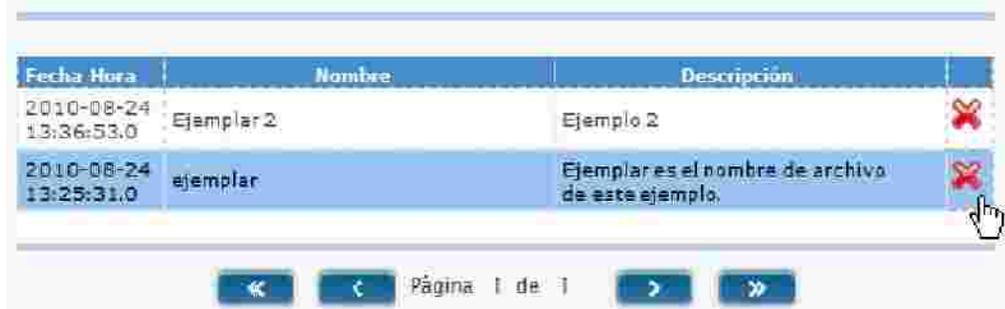
d) La coordinadora además de revisar la versiones de campaña podrá subir nuevos archivos de campaña al sistema si así lo desea, como nombre de Archivo y su Descripción (Figura 9).

Creatividad: Browse...
 Nombre:
 Descripción: (Puede escribir hasta 700 caracteres) 700

Guardar Limpiar

Figura 9 Guardado de Archivos para Versión de Campaña.

- b) La coordinadora tendrá la capacidad de eliminar los archivos de la versión de campaña si así lo requiere, para borrarlos debe de pulsar el botón ✂ (Figura 10).



Fecha Hora	Nombre	Descripción	
2010-08-24 13:36:53.0	Ejemplar 2	Ejemplo 2	✂
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.	✂

Navigation: << < Página 1 de 1 > >>

Figura 10 Eliminación de Archivos en Versiones de Campaña.

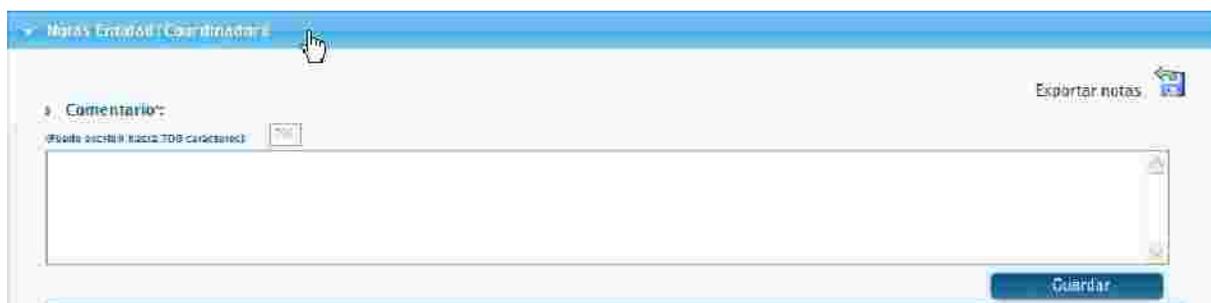
- d) Para poder revisar el archivo de versión de campaña se debe seleccionar el archivo deseado y pulsar el botón de **Descargar**.

e) El sistema bajara el archivo y le pedirá a la coordinadora guardar el archivo en su computadora personal.

f) Después de evaluar los archivos de versiones de la campaña para salir se deberá de pulsar el botón de **Cerrar**.

g) Si la coordinadora desea regresar al apartado de Programa deberá de pulsar el botón **Regresar**.

10. Existe un apartado para que la coordinadora revise o ponga notas de observación en la solicitud para cada apartado como: Estrategia, Programa y Campaña para realizar esta acción se debe pulsar el área llamada **Notas Entidad/Coordinadora** de cada apartado (Figura 11).



Notas Entidad/Coordinadora

Comentario:

Exportar notas

Guardar

Figura 11 Notas de Entidad/Coordinadora.

11. Cuando la coordinadora termine de poner las notas a la solicitud debe pulsar el botón guardar para que sea procesado por el sistema (Figura 12).

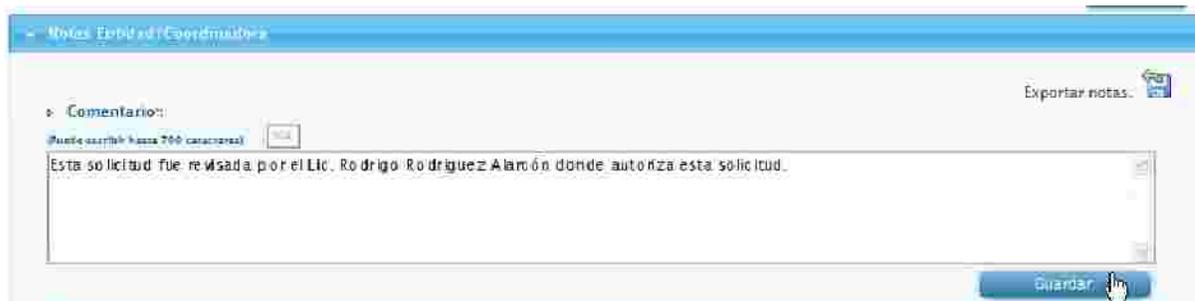


Figura 12 Guardado de Notas de Entidad/ Coordinadora.

12. El sistema mostrará a la coordinadora un mensaje indicándole que Su solicitud fue procesada exitosamente (Figura 13).

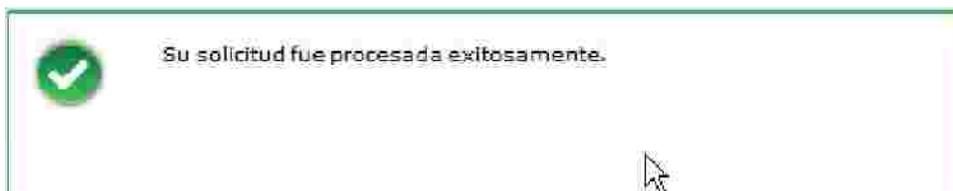
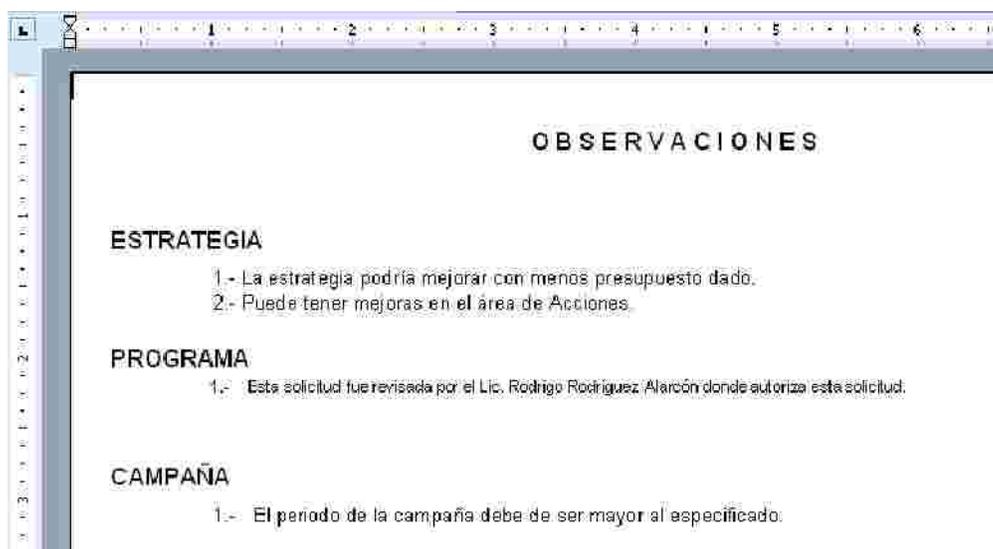


Figura 13 Mensaje de Guardado de Notas de Entidad/ Coordinadora.

13. En la opción de **Notas Entidad/Coordinadora** se pueden crear varios registros de notas según la coordinadora lo requiera. iniciando desde el punto 10 y 11.

14. Las Notas que realice la Coordinadora en la evaluación de la solicitud las puede

exportar a un archivo con extensión DOC al pulsar el botón **Exportar notas** (Figura 14).



15. Se pueden editar las Notas de la coordinadora si se pulsa el botón  editar (Figura 15).

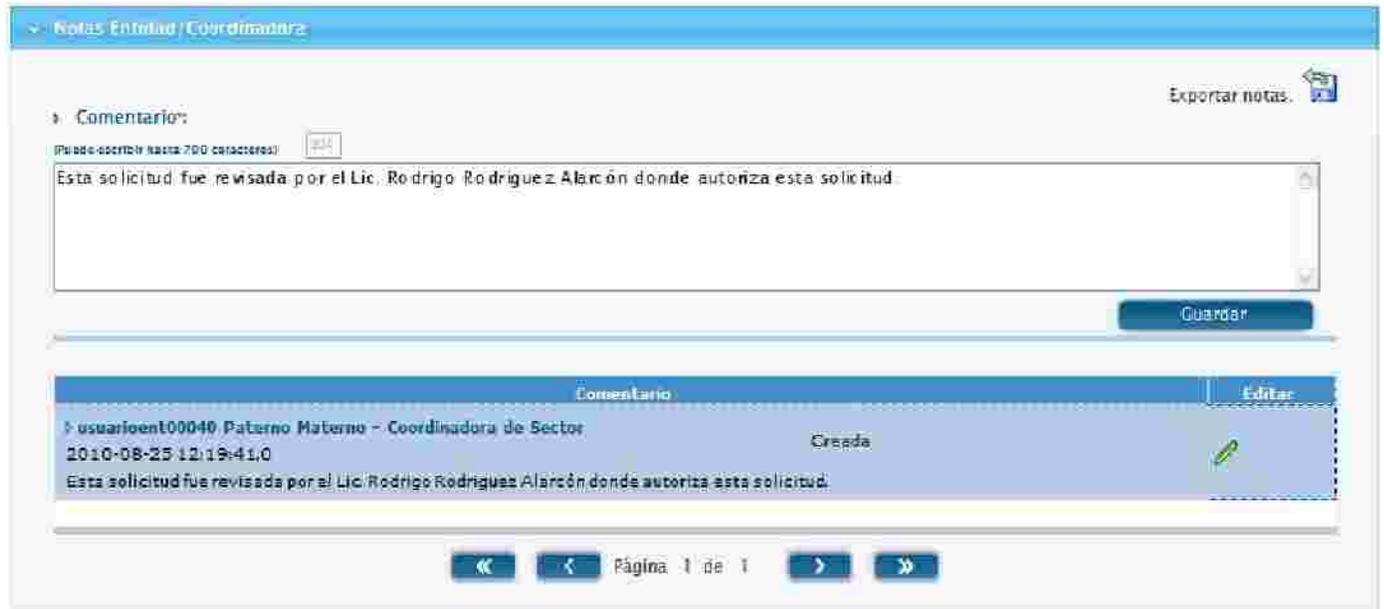


Figura 15 Selección de Nota a Editar de la solicitud.

16. Cuando la coordinadora termine de poner las notas la solicitud debe pulsar el botón guardar para que sea procesado por el sistema.

17. El sistema mostrará a la coordinadora un mensaje indicándole que Su solicitud fue procesada exitosamente (Figura 16).

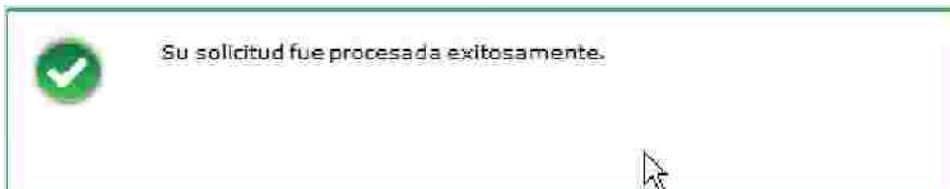


Figura 16 Mensaje de Guardado de Notas de Entidad/ Coordinadora.

18. En el área de Apoyo a la evaluación se tienen los Oficios y Análisis de la solicitud esto no es un dato requerido para la solicitud según sea el caso la solicitud puede tener o no tener información en Oficios y Análisis (Figura 17).



Figura 17 Área de Apoyo a la Evaluación de la solicitud.

19. El área de jerarquización de temas muestra a la coordinadora el orden de importancia de cada versión campaña de la solicitud (Figura 18).

ClaveCampana	Importancia	Tema general	Campana
3701	Alto	Nacionalismo Mexicano	Rescate al Nacionalismo

Página 1 de 1

Figura 18 Área de Jerarquización de temas de la solicitud.

20. En el área de jerarquización de temas el coordinador puede generar un reporte si pulsa el botón de **Generar Reporte** (Figura 19).

JERARQUIZACIÓN DE TEMAS DEL SECTOR 2010

Sector: JAQF Sector5
 Fecha de Elaboración: 25/08/2010

Temas generales de comunicación de las dependencia y sus entidades coordinadas
 para el ejercicio fiscal 2010

 Jorge Antonio Quiroz Fragoso Sector5
Nombre y firma del titular de la dependencia

 Jorge Antonio Quiroz Fragoso Sector5
Nombre y firma del titular de comunicación social

 JAQF Sector5
Entidad

Figura 19 Reporte de Jerarquización de temas de la solicitud.

21. Para "Registro de Solicitud" la coordinadora evaluará a las solicitudes observando si cumple con los requerimientos previos y normas establecidas que debe de llevar una solicitud en su registro.

22. Para "Solventación de Solicitud" la coordinadora evaluará las solicitudes que fueron puestas "Para observar" por alguna causa que hubiera encontrado un evaluador .

23. Para "Modificación de Solicitud" la coordinadora evaluará las solicitudes que requieren de una modificación en la configuración interna de su información.

24. Para "Ajuste de Solicitud" la coordinadora evaluará las solicitudes que requieren de un ajuste de presupuesto interno de la Estrategia y/o programa.

25. Para "Cancelación de Solicitud" la coordinadora evaluará las solicitudes que requieren de una cancelación.

26. Finalmente la coordinadora después de haber evaluado la solicitud elegirá según haya sido seleccionada el botón de Autorizar o el botón de Rechazar.

27. Si la coordinadora pulso el botón rechazar la solicitud será enviada de regreso a la Entidad correspondiente para su corrección.

28. Si la Autorización de la solicitud fue satisfactoria la solicitud será enviada a que la evalúe un jefe de departamento de la DGNC, para que le de seguimiento a la solicitud Autorizada a su vez el sistema le mostrará a la coordinadora de sector el mensaje de "Se autorizo la solicitud por la Coordinadora de Sector" (Figura 20).

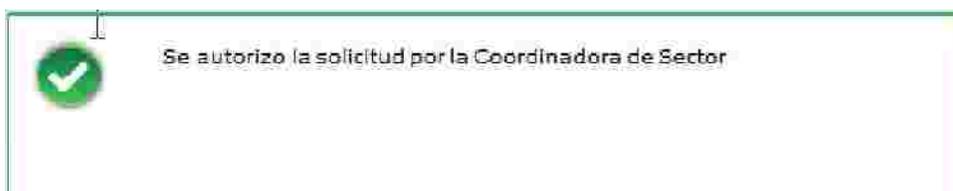


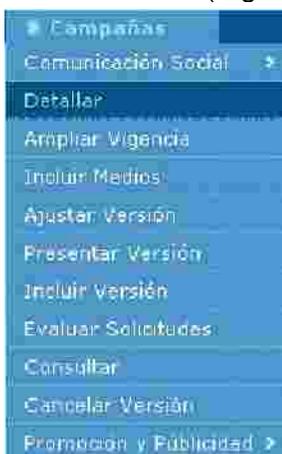
Figura 20 Mensaje de Autorización de la solicitud.

1. Detallar Campañas.

1. Para Detallar una campaña primero se debe de registrar una estrategia y un programa como también su versión de campaña.

2. La solicitud de registro de Estrategia y Programa tuvo que haber sido evaluada por la toda la DGNC como autorizada para posteriormente detallar una campaña.

3. Para detallar una campaña el Administrador del Sistema deberá de pulsar el Módulo de Campañas > Detallar (Figura 1).



3. El sistema presentará la siguiente pantalla de la opción detallar campaña (Figura 2).



Figura 2 Módulo de Campañas > Detallar (campañas).

5. Para continuar la Entidad o Sector deberá de pulsar el botón de edición .
6. La siguiente pantalla que presentará el sistema será la pestaña llamada campaña (Figura 3).

Año Fiscal: 2010

Coordinadora de Sector: JAQF Sector3

Dependencia/Entidad: JAQF entidad50

Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado

Nombre de la Campaña: Alimentando a México

Vigencia: Del 07 de Septiembre de 2010 al 30 de Noviembre de 2010

Estado: PROGRAMADA

Versiones: 1/1

Objetivo de Comunicación:
Hacer que las personas en general se preocupen más por esta enfermedad encontrada en la sociedad.

Emisiones:
XH OC

Objetivo Institucional:

Meta a Alcanzar:

Población Objetivo: 1/1

Guardar Cancelar

7. La entidad o Sector podrá modificar los datos como Coemisores e introducir los datos requeridos como Versiones, Objetivo Instrumental y Meta a Alcanzar.

8. También se deberá de agregar una nueva versión o versiones de campaña en el campo versiones y pulsar el botón guardar (Figura 4).

Ver

Nombre: Campaña Alimentando a México

Fecha de Inicio: 07/09/2010

Fecha de Fin: 30/11/2010

Guardar Limpiar

Nombre	Fecha de Inicio	Fecha de Fin	Estado
--------	-----------------	--------------	--------

« < Página 1 de 1 > »

Figura 4 Versión(es) de Campaña(s).

9. El sistema regresara un mensaje indicando que los cambios de guardado ha sido realizado (Figura 5).

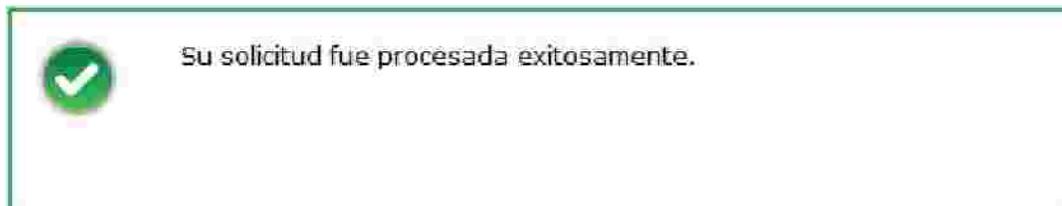


Figura 5 Mensaje de solicitud procesada.

10. En caso de que el usuario Entidad quiera modificar la versión de la campaña deberá pulsar el botón .

11. En caso de que se quiera borrar la versión de una campaña se deberá de pulsar el botón .

12. En caso de agregar creatividad a una versión de campaña se deberá de pulsar el botón de .

a) El sistema le mostrará al usuario Entidad la pantal de creatividad como se muestra a continuación (Figura 6).

Datos Generales	Datos Complementarios	Creatividades
Nombre de la Versión: Rescate al Nacionalismo Mexico		
Inicio de Vigencia: 2010-08-25		
Fin de Vigencia: 2016-08-26		
Creatividad: <input type="text"/>		<input type="button" value="Browse..."/>
Nombre: <input type="text"/>		
Descripción: <small>(Puede escribir hasta 700 caracteres)</small> <input type="text"/>		
		<input type="button" value="Guardar"/> <input type="button" value="Limpiar"/>

Figura 6 Registro de Creatividad por Versión de Campaña.

- b) El campo requerido llamado Creatividad es para subir de uno a mas archivos por cada versión de campaña. Los archivos admitidos para este campo son extensiones: ZIP, RAR, PDF, TXT, DOC, XLS, JPG, BMP y GIF este campo no admite extensiones ejecutables.
- c) El campo Nombre se refiere nombre del archivo que se esta subiendo al sistema para la versión de campaña.
- d) El campo Descripción se refiere a que el usuario En dad puede poner la descripción del archivo que se está subiendo a la versión de campaña.
- e) Para guardar los archivos de creatividad es necesario pulsar el botón de guardar. El sistema mostrará el siguiente mensaje de confirmación El usuario Entidad de que la información ha sido guardada correctamente (Figura 7).

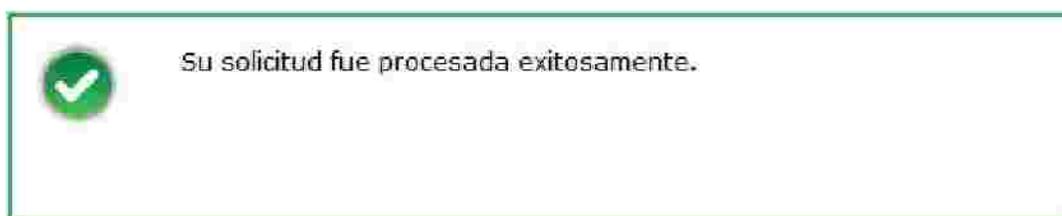


Figura 7. Mensaje de Registro de Archivo para de Creatividad.

- f) Si el usuario Entidad guardo un archivo de creatividad el sistema mostrará en la parte inferior de registros los registros que fueron capturados (Figura 8).

Fecha Hora	Nombre	Descripción
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.

Página 1 de 1

13. Para continuar el usuario Entidad deberá de pulsar la llamada Campaña
(Figura 9).

The screenshot shows the 'Campañas a Detallar' interface with the 'Campaña' tab selected. The form contains the following fields and values:

- Nombre de la Versión:** Campaña Alimentarido a México
- Vigencia:** Del 07 de Septiembre de 2010 al 30 de Noviembre de 2010
- Creatividad:** [Empty field with 'Browse...' button]
- Nombre:** [Empty field]
- Descripción:** [Empty text area with a character count of 100]

At the bottom right, there are two buttons: 'Guardar' and 'Limpiar'. Below the form, a message states 'No se encontró información.' and a table header is visible with columns 'Fecha/Hora', 'Nombre', and 'Descripción'. A 'Descargar' button is located at the bottom right of the page.

Figura 9 continuar con Detallar Campaña.

14. El sistema realizará el cambio de la nueva versión de campaña y regresará a pantalla de Campañas a Detallar (Figura 10).

The screenshot shows the 'Campañas a Detallar' interface with the 'Campaña' tab selected. The form displays the following details:

- Año Fiscal:** 2010
- Coordinadora de Sector:** JAQF Sector 5
- Dependencia/Entidad:** JAQF entidad 50
- Naturaleza Jurídica:** Organismo Desconectado
- Nombre de la Campaña:** Alimentarido a México
- Vigencia:** Del 07 de Septiembre de 2010 al 30 de Noviembre de 2010
- Estatus:** PROGRAMADA
- Versiones:** Ver

Below these details are several sections with text:

- Objetivo de Comunicación:** Hacer que las personas en general se preocupe más por esta enfermedad encontrada en la sociedad.
- Comités(es):** XHCC
- Objetivo Institucional:** Hacer que toda la sociedad se sensibilice.
- Meta a Alcanzar:** Que se reduzca el nivel de enfermedad de sus integrantes al ejemplo para los países vecinos.
- Población Objetivo:** Ver

At the bottom, there are two buttons: 'Guardar' and 'Cancelar'.

15. El usuario deberá de pulsar el botón de guardar



para que el sistema realice los cambios de dicha solicitud.

16. El sistema regresará un mensaje indicando que los realizados. (Figura 11).

de guardado ha sido

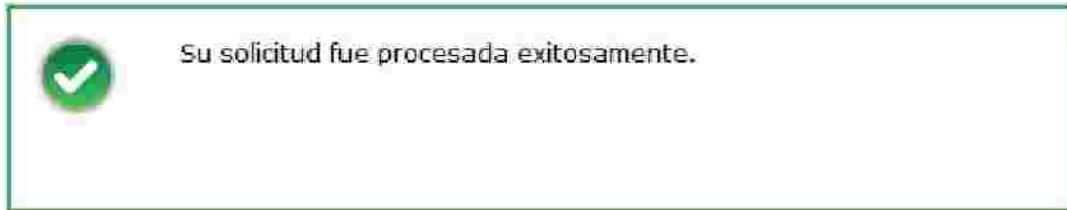


Figura 11 Mensaje de solicitud procesada.

17. Se deberá incluir que en el campo Población objetivo la opción de Población Objetivo Secundaria donde se llenaran los datos requeridos según el criterio de el usuario entidad (Figura 12).

El formulario muestra la configuración para la Población Objetivo Secundaria. Incluye campos para Sexo, Tipos de Población, Edad (con rangos de años y checkboxes), Nivel Socioeconómico (con opciones AB, C+, C, D+, D, E) y un campo de texto para Características Específicas con un límite de 700 caracteres. El campo de texto contiene el texto "Edad de 5 a 5 años".

Figura 12 Registro de Población Objetivo Secundaria.

18. Se deberá de pulsar el botón de guardar  para que el sistema guarde los cambios de solicitud.

19. El Sistema le mostrará al usuario Entidad un mensaje indicando que sus datos fueron guardados satisfactoriamente (Figura 13).

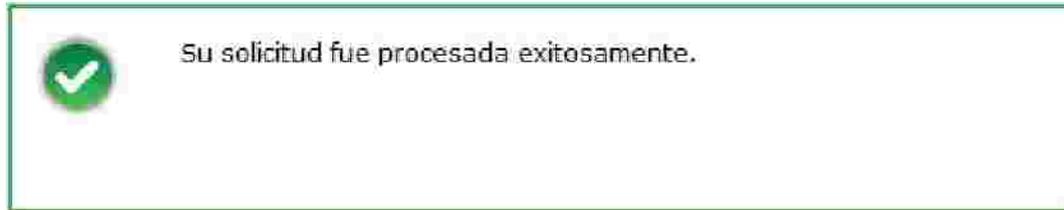


Figura 13 Mensaje de solicitud procesada.

2. Incluir Versión de Campaña.

1. Para incluir una versión de campaña primero debe existir una solicitud previamente autorizada por la DGNC e incluir una estrategia y un programa y una versión de campaña.

2. Para Realizar este proceso se necesita acceder al módulo de campañas y pulsar la opción de Incluir Versión (Figura 1).



Figura 1 Módulo de Campañas para incluir Versión.

3. A continuación el sistema presentará la siguiente pantalla de incluir Versión de Campaña (Figura 2).



Figura 2 Pantalla para incluir una Versión.

4. Se deberá ingresar el Año Fiscal de la solicitud que necesite el usuario y pulsar el botón de **Buscar**.

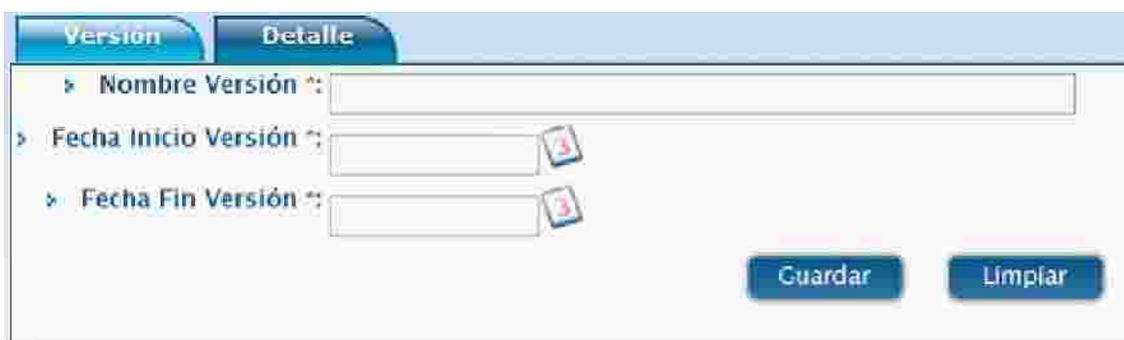
5. El sistema buscara la solicitud con el Año Fiscal ingresando obteniendo como resultado la solicitud en el Buzón o Resultados de Versión de campañas Figura 3.

Año Fiscal	Nombre de la Campaña	Estado de la Campaña	
2010	DECLARACIÓN ANUAL E INFORMATIVA 2010 - 1	PROGRAMADA	
2010	APOYOS A INFRAESTRUCTURA 1	PROGRAMADA	
2010	DECLARACIÓN PERSONAS MORALES 2010 - 1	PROGRAMADA	
2010	DECLARACIÓN ANUAL E INFORMATIVA 2010 - 2	DETALLADA	

Figura 3 Campaña disponibles para incluir una Versión.

6. Deberá pulsar el botón de incluir .

7. El sistema mostrará la usuario la información necesaria para incluir una Versión a la Campaña (Figura 4).



Versione

Detalle

> Nombre Versión *

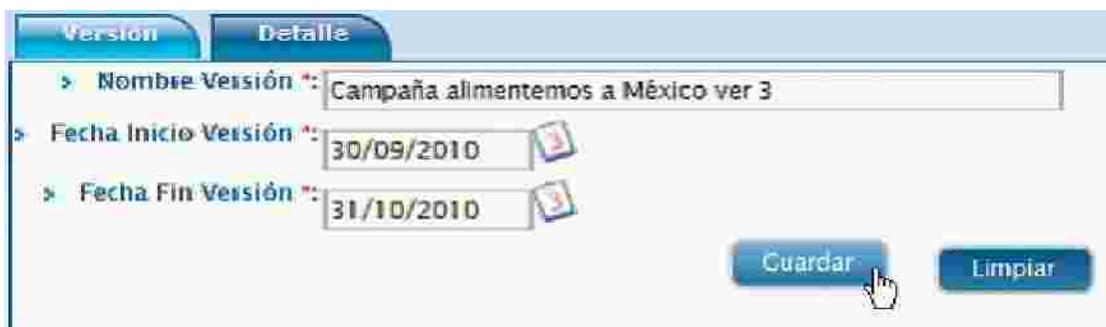
> Fecha Inicio Versión *

> Fecha Fin Versión *

Guardar Limpiar

Figura 4 Pantalla de registro de Versión de Campaña.

8. Después de ingresar la información requerida se deberá de pulsar el botón de **Guardar** (Figura 5).



Versione

Detalle

> Nombre Versión *: Campaña alimentemos a México ver 3

> Fecha Inicio Versión *: 30/09/2010

> Fecha Fin Versión *: 31/10/2010

Guardar Limpiar

Figura 5 Registro de Introducir Versión de Campaña.

- Una vez que el sistema haya agregado la nueva Versión a la Campaña seleccionada le mostrará al usuario un mensaje indicando que se incluyó la versión (Figura 6).



Figura 6 Mensaje de Versión de Campaña.

3. Presentar Versión de Campaña.

- Para poder presentar una Versión de Campaña debe existir una Estrategia y Programa autorizada por la DGNC y se debe contar con una campaña detallada.
- Para presentar una Versión se deberá pulsar el Módulo de Campañas, luego la opción de Comunicación Social y finalmente la opción de Presentar Versión (Figura 1).

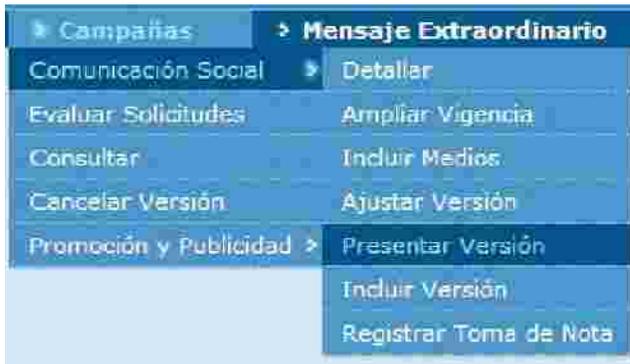


Figura 1 Módulo de Campañas > Comunicación Social > Presentar Versión.

- El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario en la cual se presenta una lista de las versiones que se pueden presentar (Figura 2).



4. Una vez que se encuentra la versión de campaña que desea presentar se deberá pulsar el botón de **Ver Detalle**  y el sistema desplegará la información de la Versión y permitirá modificarla y complementarla (Figura 3).

Inicio del Proceso de Campaña

Versión

Inicio del Proceso de Campaña

» Año Fiscal: 2010

» Coordinadora de Sector: JAQF Sector5

» Dependencia/Entidad: JAQF entidad50

» Naturaleza Jurídica: Organismo Desconcentrado

» Fecha de Elaboración: 07/09/2010

» Nombre de la Campaña: Alimentando a México

» Clasificación de Campaña: Prevención

» Vigencia de la Campaña: 07 de Septiembre de 2010 al 30 de Noviembre de 2010

» Nombre de la Versión:

» Clave de Versión: Pendiente

» Coemisor(es): XHGC

» Objetivo Institucional: Hacer que toda la sociedad se sensibilice

» Objetivo de Comunicación: Hacer que las personas en general se preocupe más por esta enfermedad encontrada en la sociedad.

» Meta a Alcanzar: Que se reduzca el nivel de enfermedades e impongamos el ejemplo para los países vecinos

» Vigencia: Ver

» Población Objetivo Primaria: Ver

» Población Objetivo Secundaria: Ver

» Cobertura Geográfica: Ver

» Plan de Medios a Utilizar:

	Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
Televisoras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radiodifusoras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Presentación del Formato		Color del Formato	
	Suplemento	Encarte	Blanco y Negro	Color
Diarios Editados en el D.F.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios Editados en los Estados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Medio de Difusión a utilizar	Recursos a Erogar (miles de pesos / I.V.A. incluido)	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Formato de Mensaje	Muestras de Materiales
Televisoras	0.00				<input type="checkbox"/> Guión visual
Radiodifusoras	0.00				<input type="checkbox"/> Guión radiofónico
Diarios Editados en el D.F.	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Diarios Editados en los Estados	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Revistas	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Medios Complementarios	0.00				<input type="checkbox"/> Muestra
Medios Electrónicos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Guión visual <input type="checkbox"/> Guión radiofónico
Medios Impresos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Medios Públicos	0.00				<input type="checkbox"/> Guión visual <input type="checkbox"/> Guión radiofónico
Pre-Estudios	0.00				
Post-Estudios	0.00				
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	0.00				
TOTAL DE RECURSOS A ERogar	0.00				

Figura 3 Presentar Versión de Campaña.

5. El usuario debe agregar Actividades Complementarias y Razones para la Utilización de Estos Medios ya que son datos requeridos por el sistema (Figura 4).



Figura 4 Registro de Presentar Versión de Campaña .

6. Para guardar la información de la Versión es necesario que el usuario pulse el botón **Guardar**.

7. El sistema mostrará al usuario un mensaje indicándole que la solicitud fue procesada exitosamente (Figura 5).

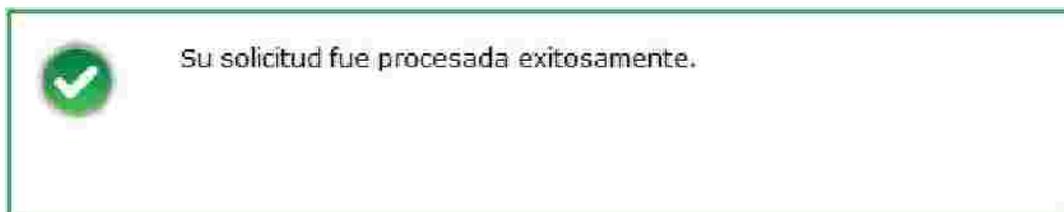


Figura 5 Mensaje de éxito al guardar la información de una Versión de Campaña.

8. Una vez guardada la información de la versión se pueden realizar las siguientes operaciones utilizando los botones de la parte inferior de la pantalla:

- Administrar espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios utilizando el botón de Anexos.
- Administrar creatividades utilizando el botón de Creatividades.
- Enviar la solicitud para su autorización utilizando el botón de **Enviar**.
- Salirse de la pantalla de presentar la versión utilizando el botón **Cancelar**.

4. Presentar Avance de Versión de Campaña.

1. Para poder presentar un avance de una Versión de Campaña debe existir una Estrategia y Programa de Promoción y Publicidad autorizada por la DGNC y se debe contar con una campaña detallada.
2. Para presentar un avance se deberá pulsar el Módulo de Campañas, luego la opción de Promoción y Publicidad y finalmente la opción de Presentar Avance (Figura 1).

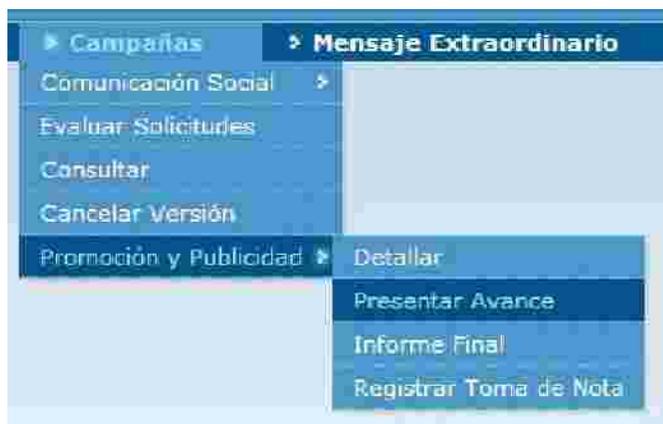


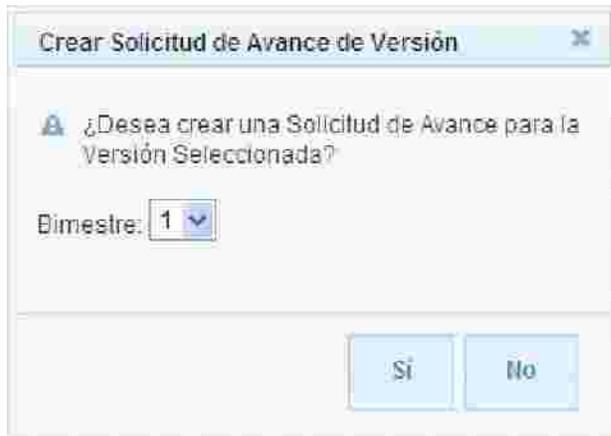
Figura 1 Módulo de Campañas > Comunicación Social > Presentar Versión.

3. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario, en la cual se presenta una lista de las versiones que se pueden presentar avances (Figura 2).



Figura 2 Presentar Avance de Versión.

4. Una vez que se encuentra la versión de campaña en la que se desea presentar un avance se deberá pulsar el botón de **Presentar Avance de Versión**  y el sistema solicitará el bimestre en el cual se desea presentar el avance (Figura 3).



Crear Solicitud de Avance de Versión

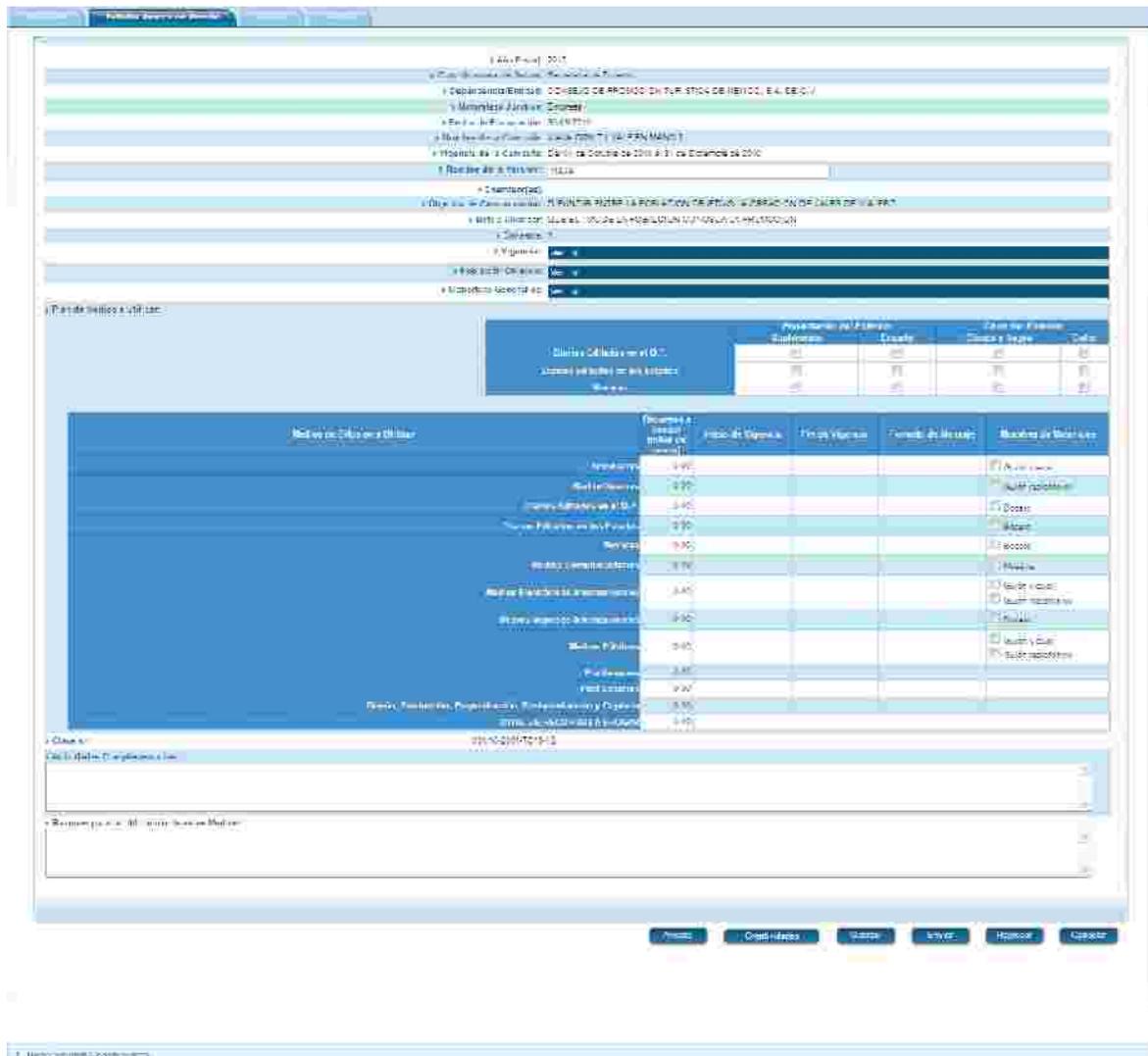
¿Desea crear una Solicitud de Avance para la Versión Seleccionada?

Bimestre: 1

Sí No

Figura 3 Proporcionar el bimestre del avance.

5. Después de proporcionar el bimestre y pulsar el botón **SÍ**, el sistema desplegará la información de la Versión y permitirá modificarla y complementarla (Figura 4).



Clasificación de Productos

Producto	Precio de Versión	Precio Versión	Forma de Pago	Muestra de Datos
Producto 1	1.00	1.00	Credito	1.00
Producto 2	2.00	2.00	Credito	2.00
Producto 3	3.00	3.00	Credito	3.00
Producto 4	4.00	4.00	Credito	4.00
Producto 5	5.00	5.00	Credito	5.00
Producto 6	6.00	6.00	Credito	6.00
Producto 7	7.00	7.00	Credito	7.00
Producto 8	8.00	8.00	Credito	8.00
Producto 9	9.00	9.00	Credito	9.00
Producto 10	10.00	10.00	Credito	10.00

Clase: 001-02010701-10

Resumen de Productos

Printo Crear Nueva Versión Guardar Cancelar Eliminar

5. El usuario debe agregar Actividades Complementarias y Razones para la Utilización de Estos Medios ya que son datos requeridos por el sistema (Figura 5).

The image shows a screenshot of a web application interface. It features two distinct sections, each with a light blue header and a white content area. The top section is titled 'Actividades Complementarias:' and the bottom section is titled 'Razones para la Utilización de estos Medios:'. Both sections are currently empty, indicating that the user is expected to input data into these fields.

Figura 5 Actividades Complementarias y Razones para la Utilización de estos Medios.

6. Para guardar la información del avance de la Versión es necesario que el usuario pulse el botón **Guardar**.
7. El sistema mostrará al usuario un mensaje indicándole que la solicitud fue procesada exitosamente (Figura 6).

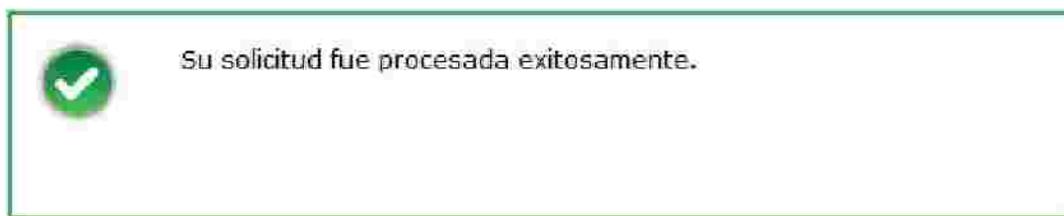
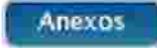


Figura 5 Mensaje de éxito al guardar la información del avance de la Versión de Campaña .

8. Una vez guardada la información del avance de la versión se pueden realizar las siguientes operaciones utilizando los botones de la parte inferior de la pantalla:

- Administrar espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios utilizando el botón de Anexos.
- Administrar creatividades utilizando el botón de Creatividades.
- Enviar la solicitud para su autorización utilizando el botón de **Enviar**.
- Salirse de la pantalla de presentar la versión utilizando el botón **Cancelar**.

4. Anexos.

1. Dentro del sistema en repetidas ocasiones se podrá observar el botón  , el cual al ser presionado mostrará la sección del mismo nombre (Figura 1). Existen dos modos en que esta sección se puede desplegar: consulta y edición, esto dependerá de la pantalla en que el botón  haya sido presionado.

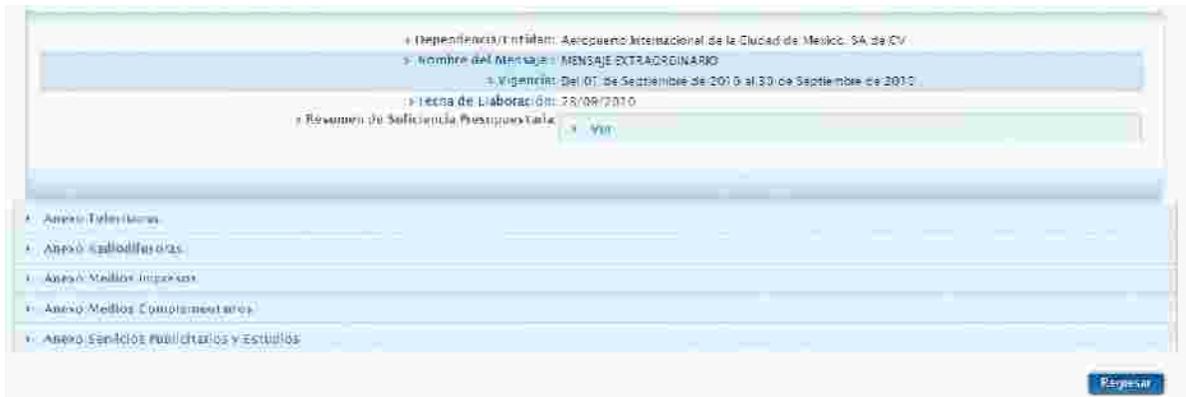


Figura 1. Vista General de Anexos.

La pantalla presenta las siguientes secciones:

- Anexo de Televisoras
- Anexo de Radiodifusoras
- Anexo de Medios Impresos
- Anexo de Medios Complementarios
- Anexo de Servicios Publicitarios y Estudios

Además en estos Anexos se pueden Eliminar Espacios Programáticos o Presupuestos de Estudios y Servicios.

Anexo de Televisoras.

Dentro de este anexo se pueden realizar las siguientes operaciones:

- Registrar Espacio Programático de Televisión
- Modificar Espacio Programático de Televisión
- Eliminar Espacio Programático o Presupuesto de Estudios y Servicios

Registrar Espacio Programático de Televisión.

Dentro de la pestaña de Anexos, ubicar la barra horizontal con el título Anexo Televisoras, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará un menú dependiente a este tipo de medio (Figura 1).

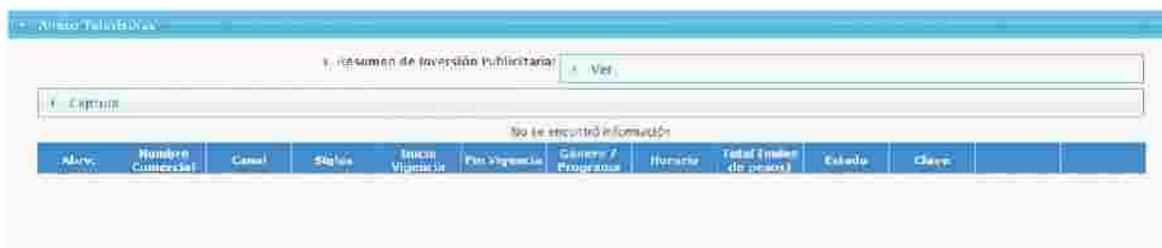


Figura 1 Anexo Televisoras desplegado – Primera vista.

2. Pulsar la barra horizontal con el título Captura para registrar un nuevo espacio programático (Figura 2).

The image shows a web application interface for capturing a television program space. The form is titled 'Captura' and contains the following fields: 'Abreviatura' (dropdown menu), 'Nombre Comercial' (text field with a 'Seleccionar Medio' button), 'Siglas' (text field), 'Canal' (text field), 'Tipo de Cobertura' (dropdown menu), 'Entidad Federativa' (dropdown menu), 'Ciudad y/o Localidad' (text field), 'Cobertura Internacional' (checkbox), 'Inicio Vigencia' (date field), 'Fin Vigencia' (date field), 'Género / Programa' (text field), 'Horario' (text field), 'No. Impactos Totales' (text field), 'Costo Unitario (en pesos)' (text field), 'Total emisor (en pesos)' (text field), and 'Formato Contratado' (dropdown menu). At the bottom right, there are two buttons: 'Capturar' and 'Eliminar'.

Figura 2. Línea de captura de espacio programático de Televisión.

3. Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar el botón 'Capturar'. (Para mayor información sobre cómo llenar el campo Nombre Comercial dirigirse al apartado de Proveedores).
4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).

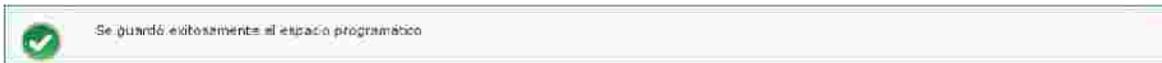


Figura 3. Notificación de registro exitoso de espacio programático.

- Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de espacio programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).

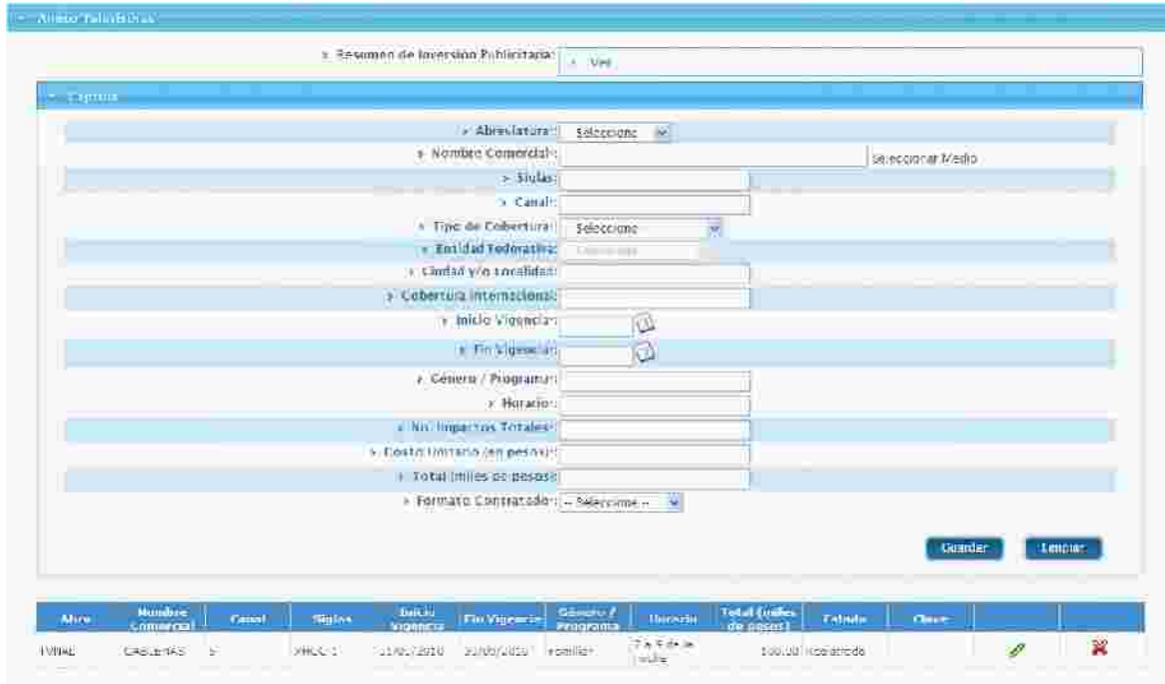


Figura 4. Anexo Televisoras posterior al registro de un espacio programático.

Modificar Espacio Programático de Televisión.

- Dentro de la pestaña de **Anexos**, ubicar la barra horizontal con el título **Anexo Televisoras**, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).

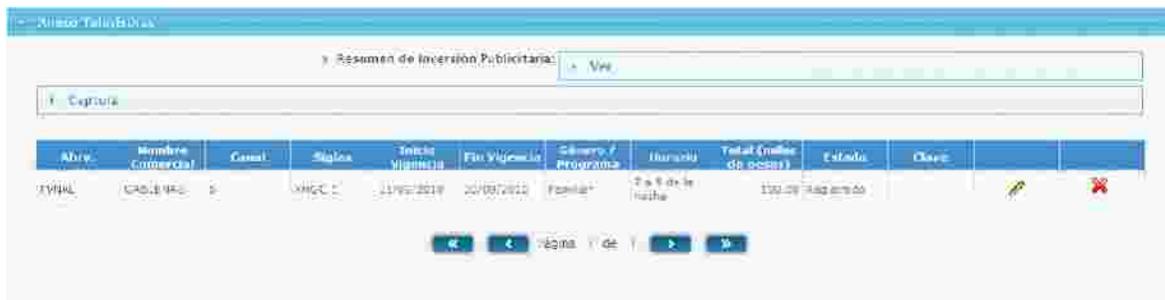
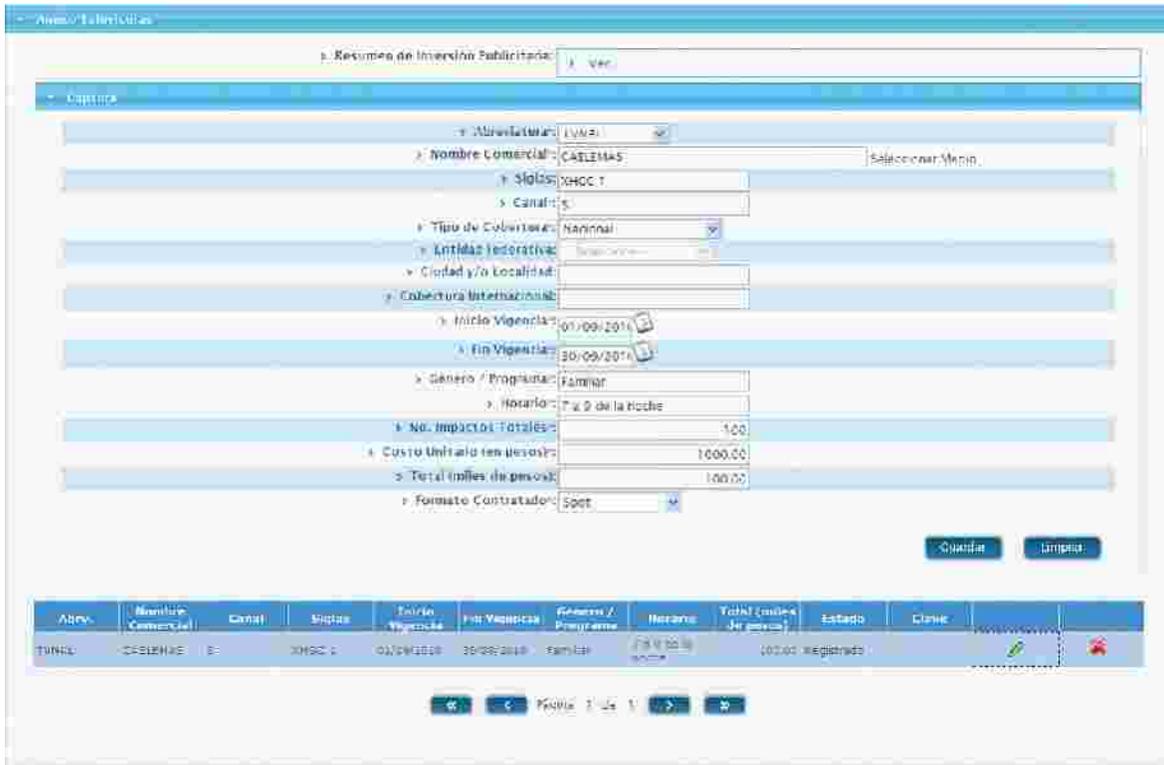


Figura 1. Anexo Televisoras desplegado – Listado de espacios programáticos registrados

2. Observar el listado de espacios programáticos registrados con anterioridad, y presionar la imagen , al hacerlo, el sistema desplegará la sección de **Captura** con los datos correspondientes al espacio programático seleccionado (Figura 2).



Resumen de Inversión Subicitada: Ver

Captura

Abreviatura: (LVAZ)

Nombre Comercial: CASTELLAS Seleccionar Mapa

Siglas: 000001

Canal: 1

Tipo de Cobertura: Nacional

Entidad Federativa: Sonora

Ciudad y/o Localidad:

Cobertura Internacional:

Inicio Vigencia: 01/09/2014

Fin Vigencia: 30/09/2014

Género / Programa: Familiar

Horario: 7 x 2 de la noche

No. Impactos Totales: 100

Costo Unitario (en pesos): 1000.00

Total (en miles de pesos): 100.00

Formato Contratado: Spot

Abrev.	Nombre Comercial	Canal	Siglas	Inicio Vigencia	Fin Vigencia	Género / Programa	Horario	Total (en miles de pesos)	Estado	Clave	
TUNEL	CASTELLAS	1	000001	01/09/2014	30/09/2014	Familiar	7 x 2 de la noche	100.00	Registrado		 

Página 1 de 1

Figura 2. Modificación de un espacio programático existente.

3. Modificar la información necesaria y pulsar el botón . (Para mayor información sobre cómo llenar el campo Nombre Comercial dirigirse al apartado de Proveedores).
4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).



Figura 3. Notificación de actualización exitosa de espacio programático.

5. Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de espacios programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).

Abrev.	Nombre Comercial	Canal	Siglas	Inicio Vigencia	Fin Vigencia	Género / Programa	Horario	Total (en miles de pesos)	Estado	Clave	
TUNEL	CASTELLAS	1	000001	01/09/2014	30/09/2014	Familiar	7 x 2 de la noche	100.00	Registrado		 

Página 1 de 1

Figura 4. Listado de espacios programáticos actualizado

Anexo de Radiodifusoras .

- Dentro de este anexo se pueden realizar las siguientes operaciones:
- Registrar Espacio Programático de Radio
- Modificar Espacio Programático de Radio

Eliminar Espacio Programático o Presupuesto de Estudios y Servicios

Registrar Espacio Programático de Radio.

1. Dentro de la pestaña de **Anexos**, ubicar la barra horizontal con el título **Anexo Radiodifusoras**, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).

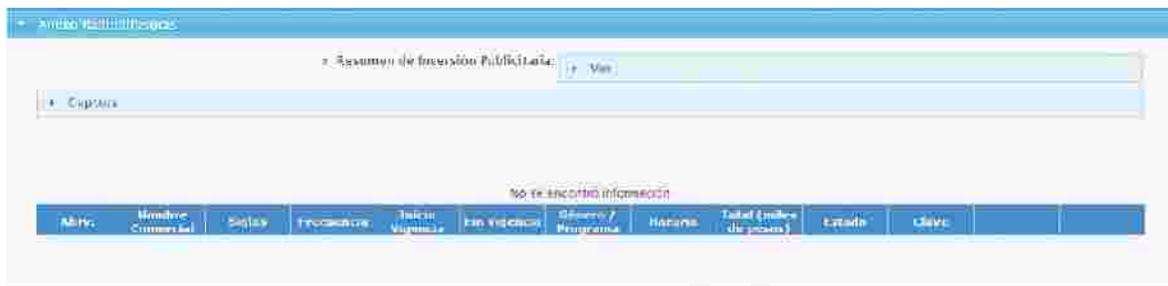


Figura 1 Anexo Radiodifusoras desplegado – Primera vista.

2. Pulsar la barra horizontal con el título **Captura** para registrar un nuevo espacio programático (Figura 2).

Figura 2. Línea de captura de espacio programático de radio.

3. Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar el botón . (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de [Proveedores](#)).

4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).

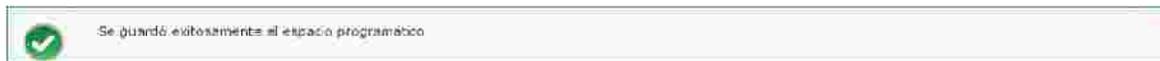
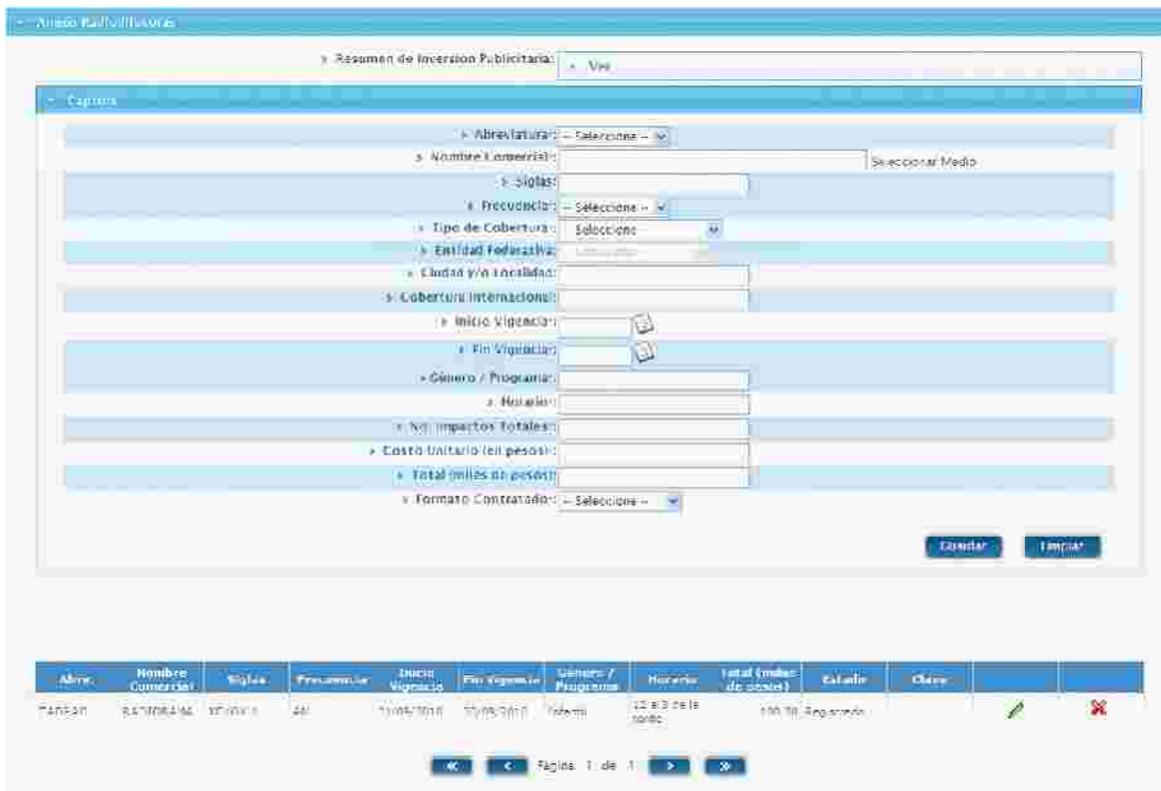


Figura 3. Notificación de registro exitoso de espacio programático.

1. Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de espacios programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).

A screenshot of a web application interface for managing advertising spots. The main area is a form titled "Captura" with a "Resumen de Inversión Publicitaria" header. The form contains several fields: "Abreviatura" (dropdown), "Nombre Comercial" (text input with "Seleccionar Medio" button), "Siglas" (text input), "Frecuencia" (dropdown), "Tipo de Cobertura" (dropdown), "Entidad Federativa" (dropdown), "Ciudad y/o Localidad" (text input), "Cobertura Internacional" (checkbox), "Inicio Vigencia" and "Fin Vigencia" (date pickers), "Género / Programa" (text input), "Relación" (text input), "No. Impagos Totales" (text input), "Costo Unitario (en pesos)" (text input), "Total (miles de pesos)" (text input), and "Formato Contratado" (dropdown). At the bottom right of the form are "Guardar" and "Limpiar" buttons. Below the form is a table with columns: "Abrev.", "Nombre Comercial", "Siglas", "Frecuencia", "Inicio Vigencia", "Fin Vigencia", "Género / Programa", "Horario", "Total (miles de pesos)", "Estado", "Clave", and "Acciones". The table contains one row of data. At the bottom of the page, there are navigation arrows and the text "Página 1 de 1".

Abrev.	Nombre Comercial	Siglas	Frecuencia	Inicio Vigencia	Fin Vigencia	Género / Programa	Horario	Total (miles de pesos)	Estado	Clave	Acciones
PANSA	ESTEREA	ESTEREA	48	11/04/2011	07/05/2011	Notas	12:00 de la tarde	100.00	Registrado		 

Figura 4. Anexo Radiodifusoras posterior al registro de un espacio programático.

Modificar Espacio Programático de Radio.

1. Dentro de la pestaña de **Anexos**, ubicar la barra horizontal con el título **Anexo Radiodifusoras**, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).

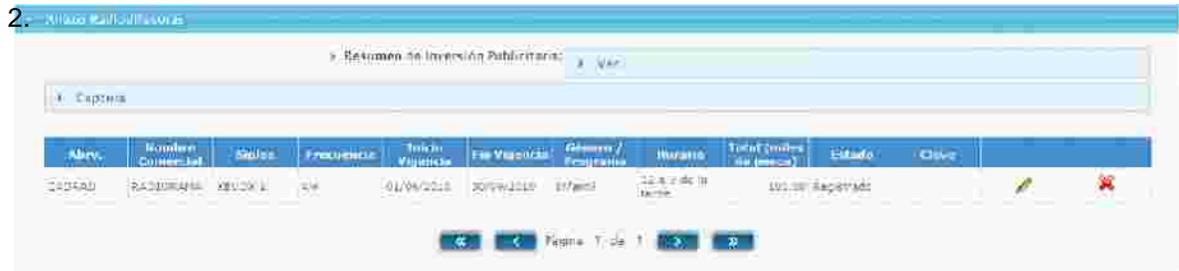


Figura 1. Anexo Radiodifusoras desplegado – Listado de espacios programáticos registrados

2. Observar el listado de espacios programáticos registrados con anterioridad, y presionar la imagen , al hacerlo, el sistema desplegará la sección de **Captura** con los datos correspondientes al espacio programático seleccionado (Figura 2).

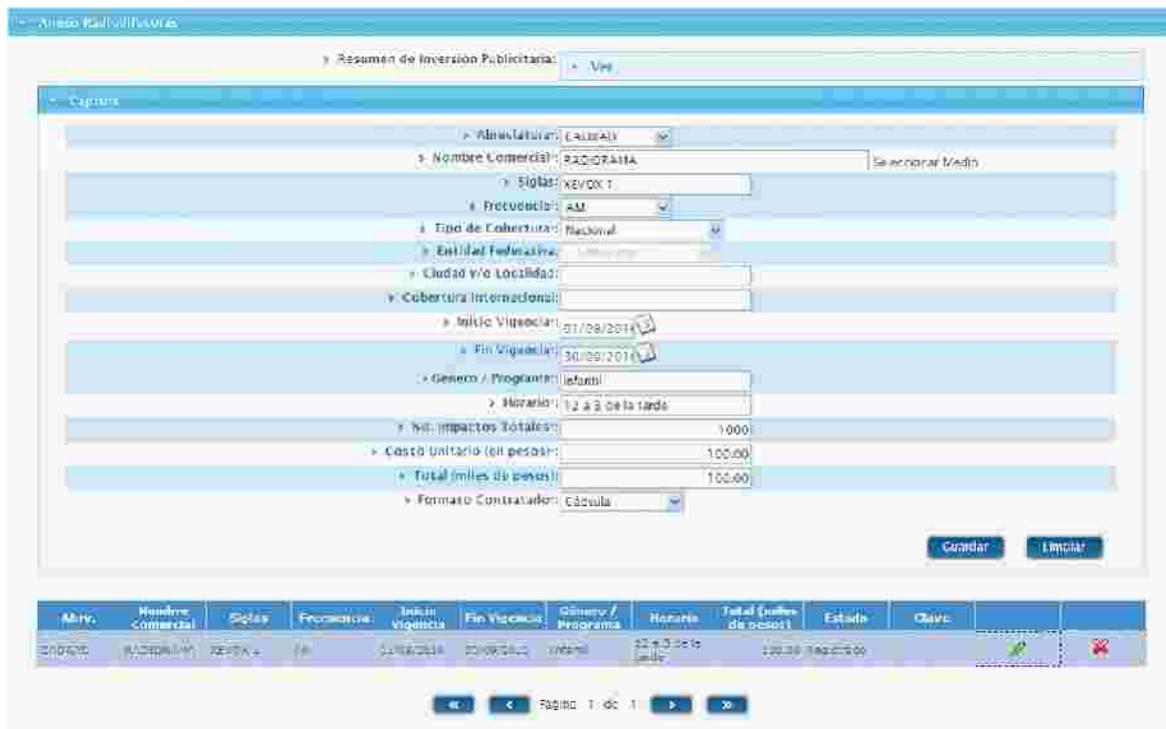


Figura 2. Modificación de un espacio programático existente

3. Modificar la información necesaria y pulsar el botón . (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de [Proveedores](#)).
4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).



Figura 3. Notificación de actualización exitosa de espacio programático.

5. Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de espacio programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).

ABV	Nombre Comercial	Siglas	Transmisión	Tipo de Vigencia	Fra Vigencia	Inicio / Programa	Horario	Total (Cuentas de grupo)	Estado	Clave
CARRAD	34-IMPRESA	KEYD-1	AR	01/09/2010	01/09/2010	11:00 y 12:00	12:00 de la tarde	10000	Registrado	

Figura 4. Listado de espacios programáticos actualizado.

Anexo de Medios Impresos.

- Dentro de este anexo se pueden realizar las siguientes operaciones:
- Registrar Espacio Programático de Medios Impresos
- Modificar Espacio Programático de Medios Impresos
- Eliminar Espacio Programático o Presupuesto de Estudios y Servicios

Registrar Espacio Programático de Medios Impresos Certificados.

1. Dentro de la pestaña de **Anexos**, ubicar la barra horizontal con el título **Anexo Medios Impresos**, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).

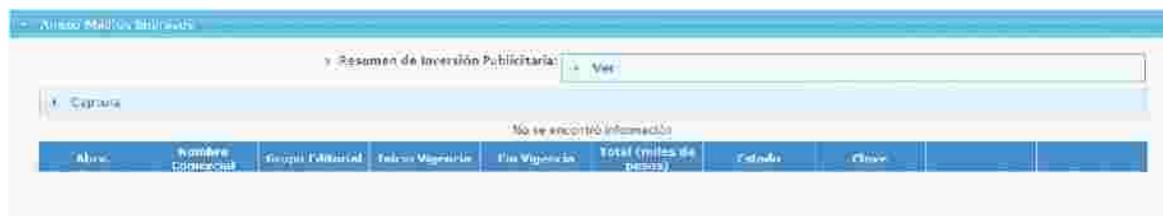


Figura 1 Anexo Medios Impresos desplegado – Primera vista.

2. Pulsar la barra horizontal con el título **Captura** para registrar un nuevo espacio programático (Figura 2).

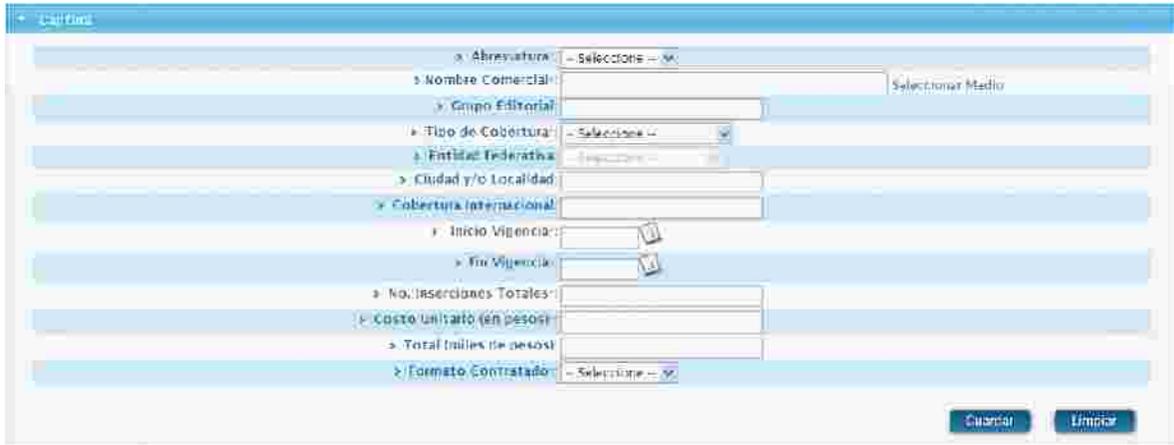


Figura 2. Línea de captura de espacio programático de Medios Impresos.

3. Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar el botón . (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de [Proveedores](#)).

4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).

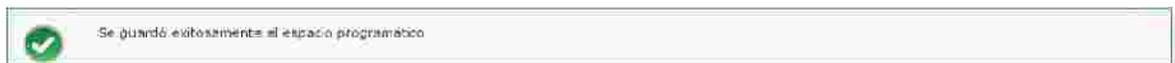


Figura 3. Notificación de registro exitoso de espacio programático.

- Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de espacios programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).

Resumen de Inversión Publicitaria

Captura

Abreviatura: [seleccione ->]
Nombre Comercial: [seleccione Medio]
Grupo Editorial: [seleccione ->]
Tipo de Cobertura: [seleccione ->]
Entidad (estacional): [seleccione ->]
Ciudad y/o Localidad: [seleccione ->]
Cobertura Internacional: [seleccione ->]
Inicio Vigencia: [seleccione ->]
Fin Vigencia: [seleccione ->]
No. Inserciones Totales: [seleccione ->]
Costo unitario (en pesos): [seleccione ->]
Total (miles de pesos): [seleccione ->]
Formato Contratador: [seleccione ->]

Guardar Limpiar

Nbrv.	Nombre Comercial	Grupo Editorial	Inicio Vigencia	Fin Vigencia	Total (miles de pesos)	Estado	Clave	
0001	ENTRADA DE MERCADO	VOICER SA DE ABRE	01/01/2010	30/09/2010	10000	Registrado		

Página 1 de 1

Figura 4. Anexo Medios Impresos posterior al registro de un espacio programático.

Modificar Espacio Programático de Medios Impresos Certificados.

- Dentro de la pestaña de **Anexos**, ubicar la barra horizontal con el título **Anexo Medios Impresos**, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).

Resumen de Inversión Publicitaria

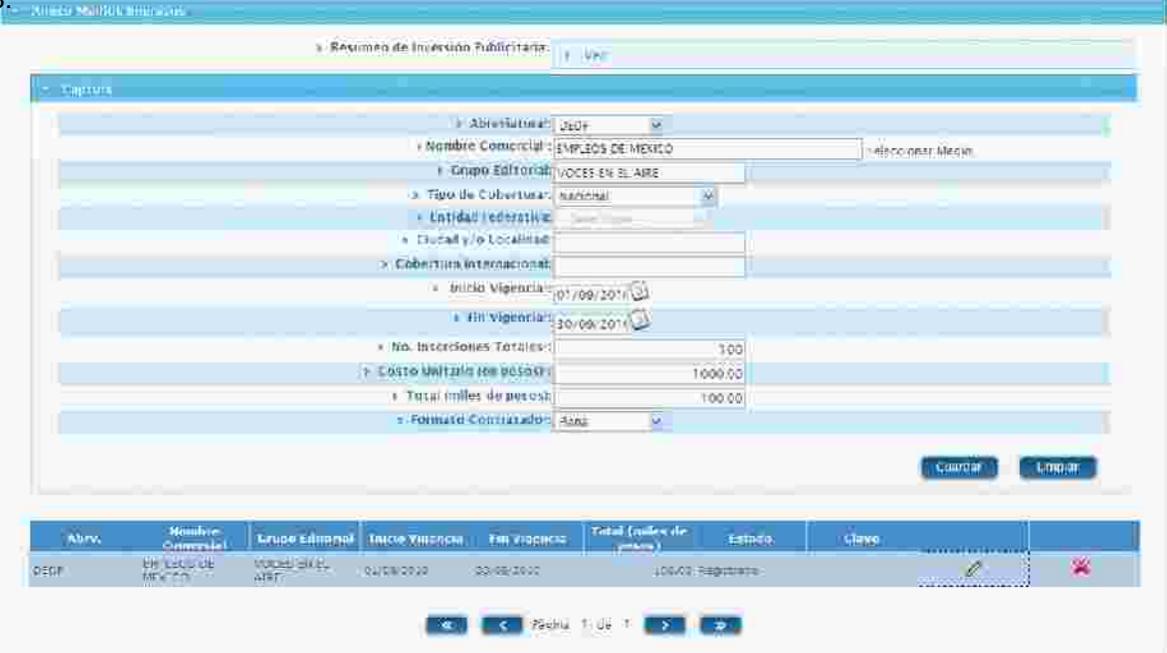
Captura

Nbrv.	Nombre Comercial	Grupo Editorial	Inicio Vigencia	Fin Vigencia	Total (miles de pesos)	Estado	Clave	
0001	ENTRADA DE MERCADO	VOICER SA DE ABRE	01/01/2010	30/09/2010	10000	Registrado		

Página 1 de 1

Figura 1. Anexo Medios Impresos desplegado – Listado de espacios programáticos registrados

2. Observar el listado de espacios programáticos registrados con anterioridad, y presionar la imagen  , al hacerlo, el sistema desplegará la sección de **Captura** con los datos correspondientes al espacio programático seleccionado (Figura 2).

3. 

Abrev.	Nombre Comercial	Grupo Editorial	Inicio Vigencia	Fin Vigencia	Total (miles de pesos)	Estado	Clave
DEEP	EMPLEOS DE MEXICO	VOCES EN EL AIRE	04/08/2010	30/09/2010	10000	Registrado	

Figura 2. Modificación de un espacio programático existente.

3. Modificar la información necesaria y pulsar el botón  . (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de [Proveedores](#)).

4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).

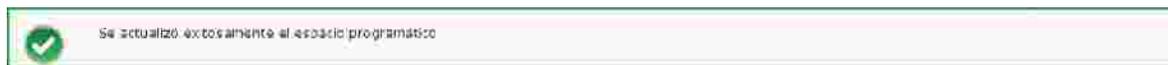


Figura 3. Notificación de actualización exitosa de espacio programático.

5. Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de espacios programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).



Abrev.	Nombre Comercial	Grupo Editorial	Inicio Vigencia	Fin Vigencia	Total (miles de pesos)	Estado	Clave
DEEP	EMPLEOS DE MEXICO	VOCES EN EL AIRE	04/08/2010	30/09/2010	10000	Registrado	

Figura 4. Listado de espacios programáticos actualizado.

Anexo de Medios Complementarios.

- Dentro de este anexo se pueden realizar las siguientes operaciones:
- Registrar Espacio Programático de Medios Complementarios
- Modificar Espacio Programático de Medios Complementarios
- Eliminar Espacio Programático o Presupuesto de Estudios y Servicios

Registrar Espacio Programático de Medios Complementarios.

1. Dentro de la pestaña de **Anexos**, ubicar la barra horizontal con el título **Anexo Medios Complementarios**, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).

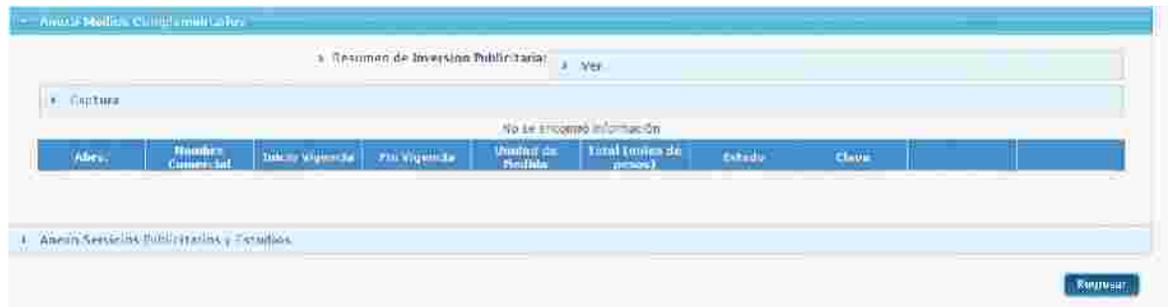


Figura 1 Anexo Medios Complementarios desplegado – Primera vista.

2. Pulsar la barra horizontal con el título **Captura** para registrar un nuevo espacio programático (Figura 2).

The screenshot shows a 'Captura' form with various input fields and dropdown menus. The fields include: 'Alquilatario' (dropdown), 'Nombre Comercial' (text), 'Tipo de Cobertura' (dropdown), 'Entidad Federativa' (dropdown), 'Ciudad y/o Localidad' (text), 'Cobertura Internacional' (checkbox), 'Inicio Vigencia' (date), 'Fin Vigencia' (date), 'Unidad de Medida' (dropdown), 'Cantidad' (text), 'Costo Unitario (en pesos)' (text), 'Total (mitos de pesos)' (text), and 'Formato Contrato' (dropdown). There are 'Guardar' and 'Limpiar' buttons at the bottom right.

Figura 2. Línea de captura de espacio programático de Medios Complementarios.

3. Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar el botón . (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de [Proveedores](#)).

4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).

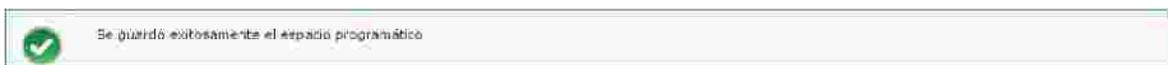


Figura 3. Notificación de registro exitoso de espacio programático.

5. Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de espacios programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).

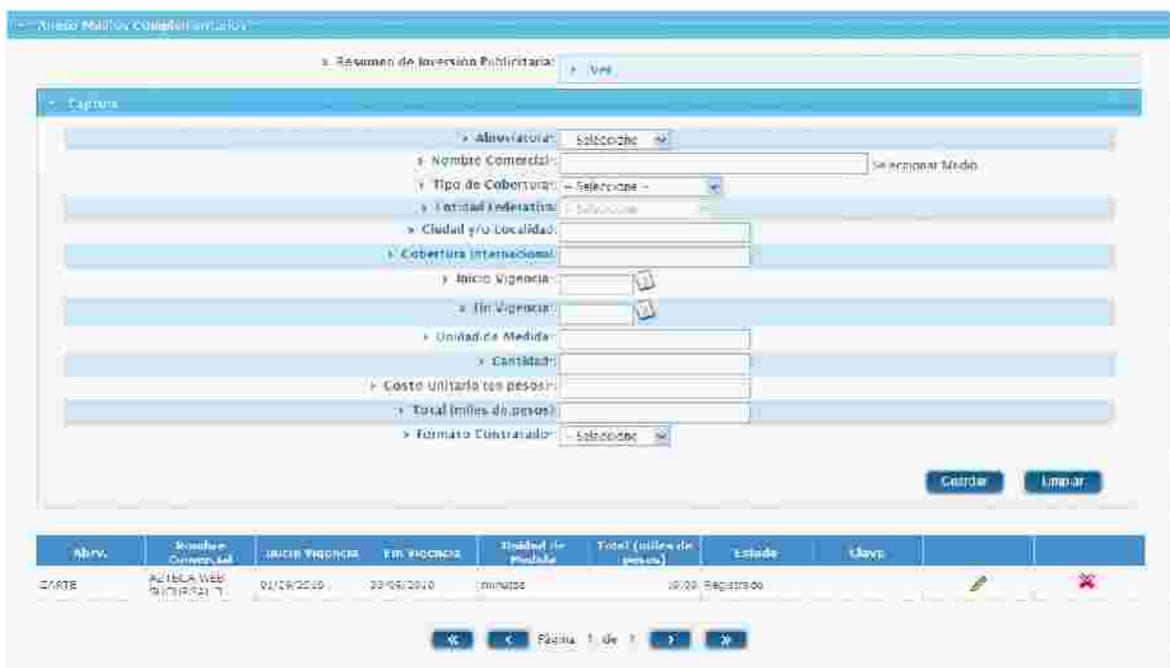


Figura 4. Anexo Medios Complementarios posterior al registro de un espacio programático.

Modificar Espacio Programático de Medios Complementarios.

1. Dentro de la pestaña de **Anexos**, ubicar la barra horizontal con el título **Anexo Medios Complementarios**, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).



Figura 1. Anexo Medios Complementarios desplegado – Listado de espacios programáticos registrados

2. Observar el listado de espacios programáticos registrados con anterioridad, y presionar la imagen , al hacerlo, el sistema desplegará la sección de **Captura** con los datos correspondientes al espacio programático seleccionado (Figura 2).

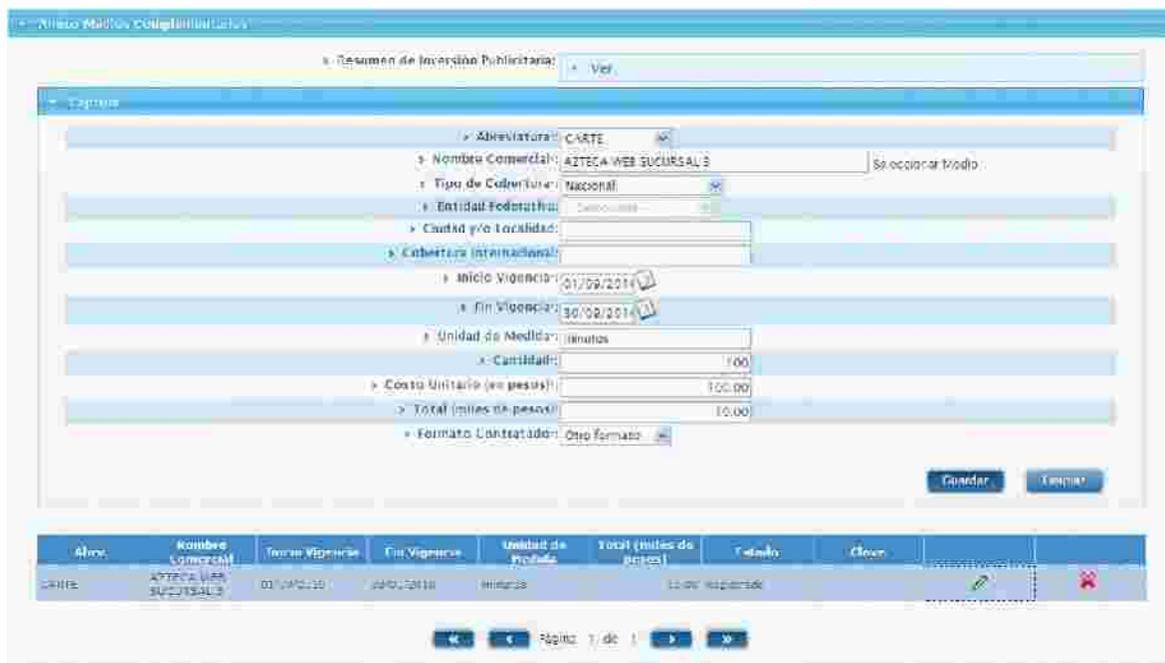


Figura 2. Modificación de un espacio programático existente.

3. Modificar la información necesaria y pulsar el botón . (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de [Proveedores](#)).
4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).



Figura 3. Notificación de actualización exitosa de espacio programático.

5. Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de espacios programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).

A screenshot of a table showing programmatic spaces. The table has columns: Anexo, Nombre Comercial, Inicio Vigencia, Fin Vigencia, Unidad de Medida, Total (límites de meses), Estado, and Clave. The first row shows "PARTI" as the Anexo, "ALICIA WEB" as the Nombre Comercial, "02/08/2010" as the Inicio Vigencia, "31/08/2010" as the Fin Vigencia, "servicios" as the Unidad de Medida, "10.00" as the Total (límites de meses), and "Reservado" as the Estado. There are navigation buttons below the table.

Figura 4. Listado de espacios programáticos actualizado.

Anexo de Servicios Publicitarios y Estudios.

- Dentro de este anexo se pueden realizar las siguientes operaciones:
- Registrar Presupuesto de Estudios y Servicios
- Modificar Presupuesto de Estudios y Servicios
- Eliminar Espacio Programático o Presupuesto de Estudios y Servicios

Registrar Presupuesto de Estudios y Servicios.

1. Dentro de la pestaña de **Anexos**, ubicar la barra horizontal con el título **Anexo Servicios Publicitarios y Estudios**, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).



Figura 1 Anexo Servicios Publicitarios y Estudios desplegado – Primera vista.

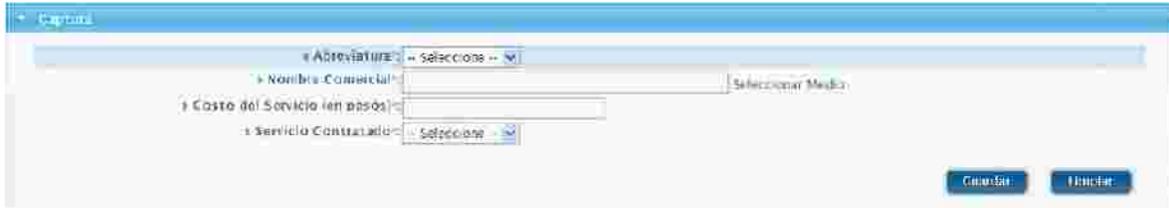


Figura 2. Línea de captura de presupuesto de Servicios Publicitarios y Estudios.

- Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar el botón . (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de [Proveedores](#)).
- El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del presupuesto (Figura 3).



Figura 3. Notificación de registro exitoso del presupuesto.

- Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de presupuestos (Figura 4).

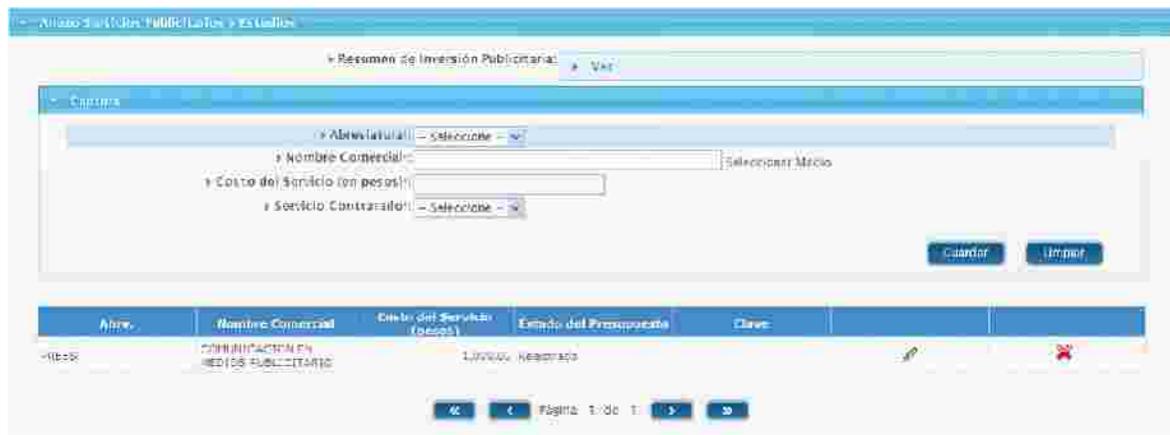


Figura 4. Anexo Servicios Publicitarios y Estudios posterior al registro de un presupuesto.

Modificar Presupuesto de Estudios y Servicios.

- Dentro de la pestaña de **Anexos**, ubicar la barra horizontal con el título **Anexo Servicios Publicitarios y Estudios**, y pulsar con el ratón sobre ella, al hacerlo se desplegará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).

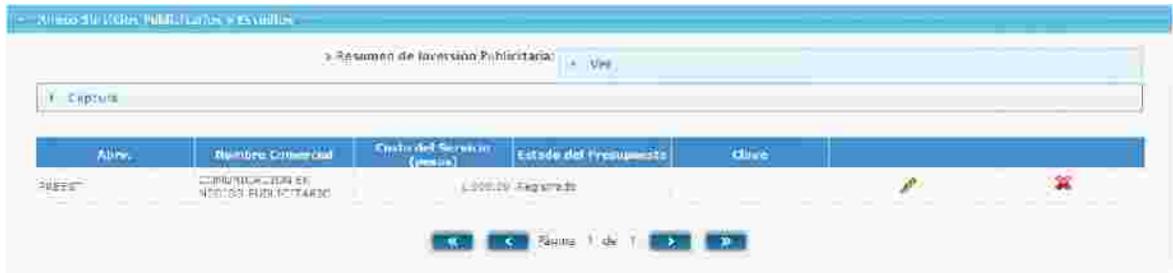


Figura 1. Anexo Servicios Publicitarios y Estudios desplegado – Listado de presupuestos registrados

2. Observar el listado de presupuestos registrados con anterioridad, y presionar la imagen , al hacerlo, el sistema desplegará la sección de **Captura** con los datos correspondientes al presupuesto seleccionado (Figura 2).

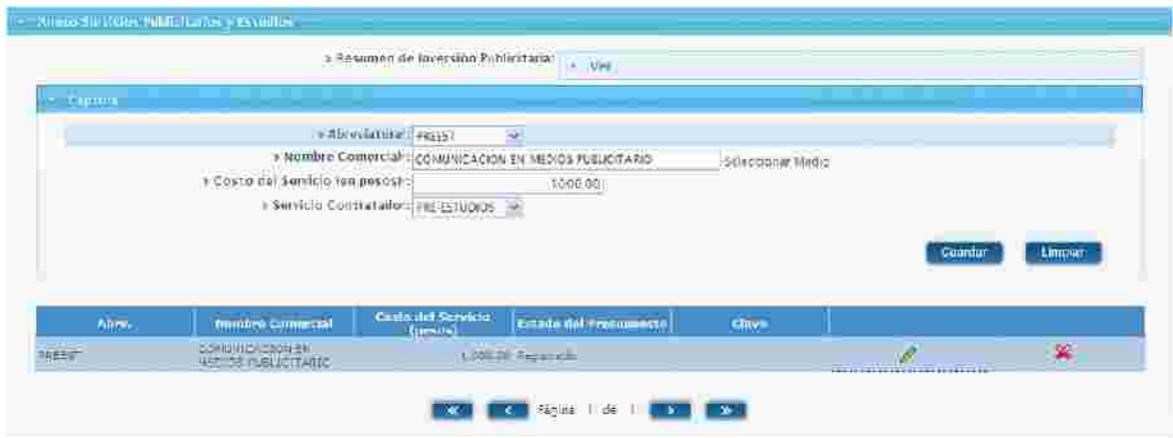


Figura 2. Modificación de un presupuesto existente.

3. Modificar la información necesaria y pulsar el botón . (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de [Proveedores](#)).

4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del presupuesto (Figura 3).

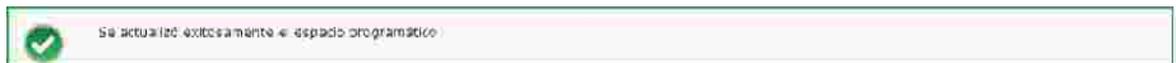


Figura 3. Notificación de actualización exitosa de presupuesto.

1. Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de presupuestos (Figura 4).

Abrev.	Nombre Comercial	Código del Servicio (Anexo)	Estado del presupuesto	Clave
PSB001	COMUNICACIONES MULTIMEDIALES	200000	Reservado	

Página 1 de 1

Figura 4. Listado de espacios programáticos actualizado.

Eliminar Espacio Programático o Presupuesto de Estudios y Servicios.

1. El procedimiento para eliminar un espacio programático o un presupuesto de estudios y servicios es el mismo, cuando se está en la pestaña de Anexos en modo de edición, los listados de espacios o presupuestos registrados, cada uno en su anexo correspondiente, se ubicar la imagen  para cada uno de estos registros (Figura 1 y 2).

Inicio Televisión

Resumen de Inversión Publicitaria: Ver

Exportar

Abrev.	Nombre Comercial	Código	Siglas	Inicia Vigencia	Fin Vigencia	Género / Programa	Horario	Total (millones de pesos)	Estado	Clave		
TV001	Canal 5	5	5000	11/05/2016	20/09/2016	Telenovelas	7 a 8 de la noche	100.00	Reservado			

Página 1 de 1

Inicio Radio

Resumen de Inversión Publicitaria: Ver

Exportar

Abrev.	Nombre Comercial	Siglas	Procedimiento	Inicia Vigencia	Fin Vigencia	Género / Programa	Horario	Total (millones de pesos)	Estado	Clave		
RD001	RADIOCAROLINA	RD001	AM	12/05/2016	20/09/2016	Información	12 a 3 de la tarde	100.00	Reservado			

Página 1 de 1

Figura 1. Listados de espacios o presupuestos y su botón para eliminar.

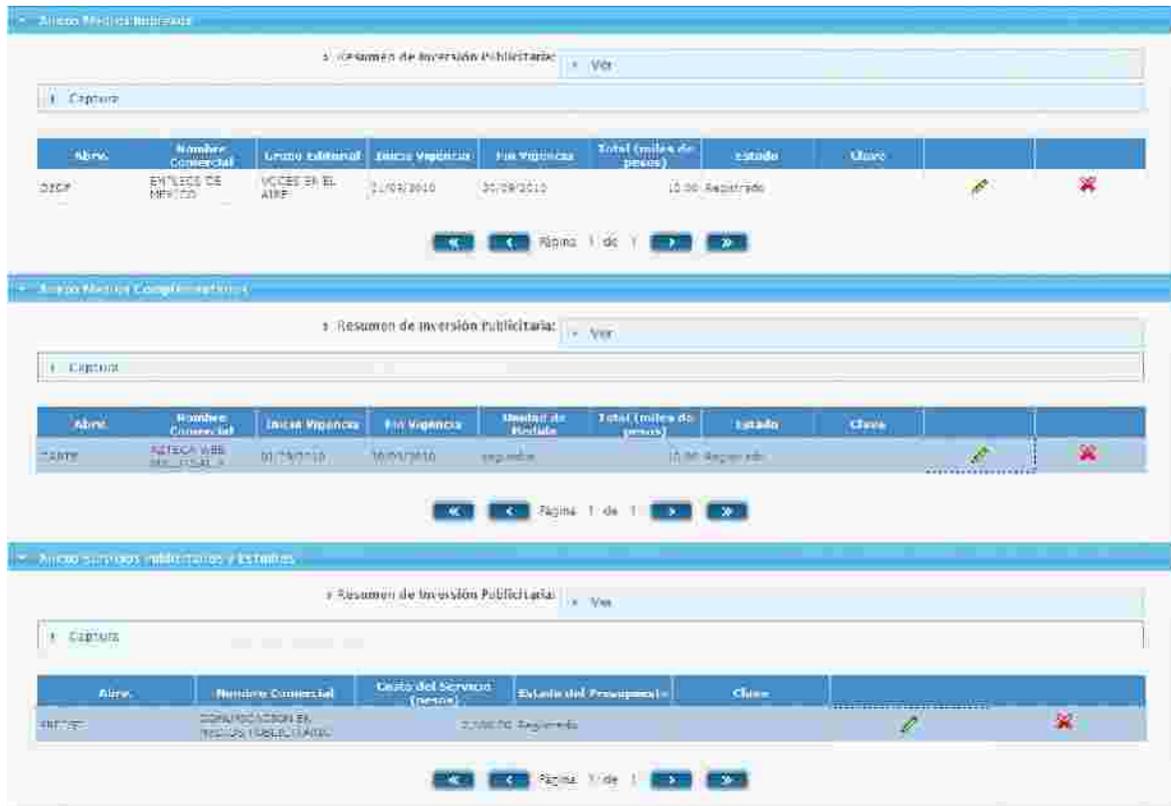


Figura 2. Listados de espacios o presupuestos y su botón para eliminar.

2. Una vez ubicado el espacio o presupuesto que se desea eliminar, pulsar sobre el botón recién ubicado

3. El sistema pedirá la confirmación de la eliminación de espacio o presupuesto seleccionado (Figura 3).

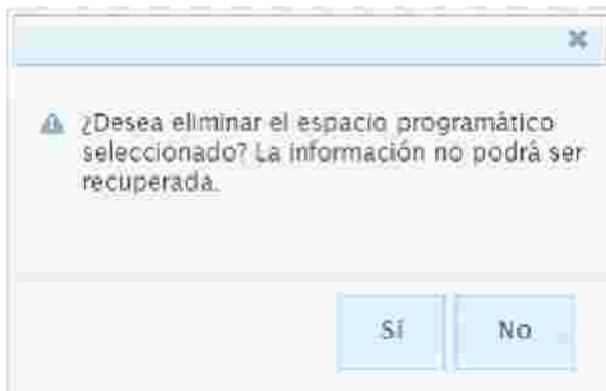


Figura 3. Confirmación de eliminación de espacio o presupuesto.

4. El sistema eliminará el espacio o presupuesto y notificará el éxito al realizar dicha operación (Figura 4), además el sistema actualizará el listado correspondiente.



Figura 4. Notificación de eliminación exitosa de espacio o presupuesto.

6. Evaluar Versión por Coordinadora.

1. Para evaluar una versión de campaña por la coordinadora de sector debe existir previamente una solicitud de la misma, enviada a la coordinadora para que esta pueda evaluarla.
2. Para realizar esta acción se deberá entrar al sistema con un usuario cuyo rol sea el de coordinadora de sector (Figura 1).

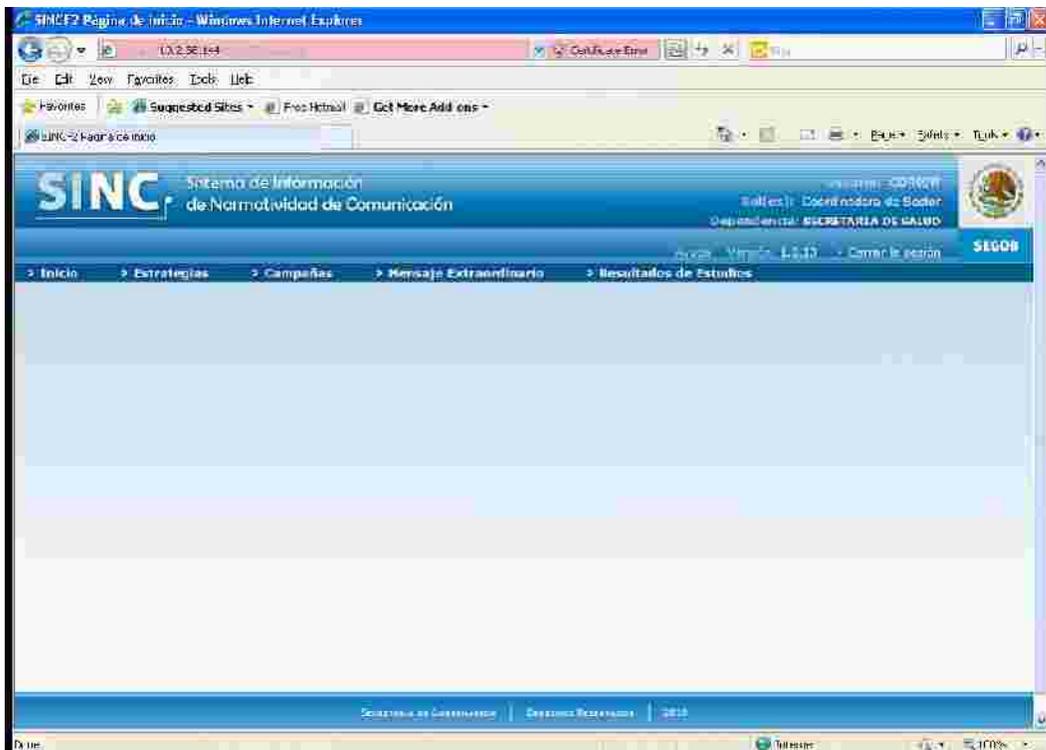


Figura 1 Pantalla de inicio.

3. Para iniciar la evaluación se deberá pulsar el Módulo de Campañas y pulsar la opción de Evaluar Versión por Coordinadora (Figura 2).

4. El sistema mostrará la siguiente pantalla a la Coordinadora de Sector listo para realizar la Evaluación de la Versión de Campaña (Figura 3).

Fecha Elaboración	Dependencia Entidad	Año Fiscal	Partida de la Campaña	Nombre de la Campaña	Nombre de la Versión	Vigencia Inicio	Vigencia Fin	Presupuesto de la Versión	Estado de la Versión	Tipo de Solicitud	Estado de la Solicitud
29/09/2010	CENTRO DE VIGILANCIA EPIDEMIOLÓGICA Y CONTROL DE ENFERMEDADES	2010	3701	VACUNAS INFANTILES	Concurso	01/10/2010	31/10/2010	1,370,373,7	RÉGISTRADA	Autorización	ENVIADA A CS

Figura 3 Evaluar Versión.

5. Una vez que se encuentra la versión de campaña en el buzón o Resultados de Versiones Pendientes de Evaluar se deberá pulsar el botón de Evaluar  y el sistema desplegará la información de la versión seleccionada para tener la opción de ver el detalle de la versión a evaluar, creatividades y anexos de la misma (Figura 4).



6. La coordinadora de Sector deberá pulsar el botón **Autorizar** para así concluir con la evaluación por parte de la coordinadora (figura 5).



Figura 5 Mensaje de éxito en la evaluación.

12. Ampliación de Vigencia.

1. Para solicitar la ampliación de vigencia sobre una versión de campaña de comunicación social la versión debe encontrarse en difusión (la versión debe haber sido autorizada por la DGNC y la fecha actual este dentro de la vigencia de la versión).
2. Para realizar esta acción un usuario con rol "Entidad" ó "Coordinadora de Sector" debe elegir la opción "Ampliar Vigencia" ubicada dentro del Módulo "Campañas > Comunicación Social" (Figura 1).

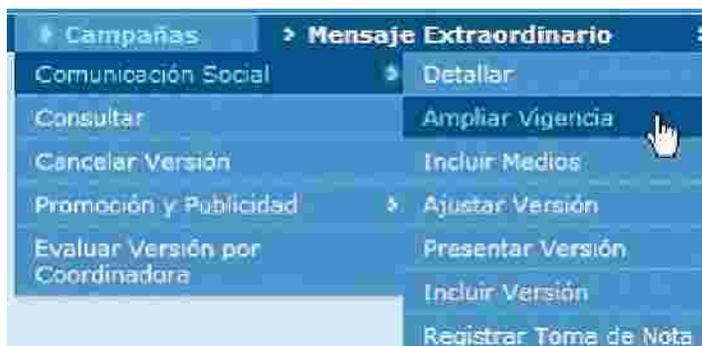


Figura 1 Módulo de Campañas > Comunicación Social > Ampliar Vigencia.

3. El sistema muestra la siguiente pantalla en la cual se tienen 2 tablas, la tabla de la parte superior muestra las versiones de campaña de comunicación social que se encuentran en difusión sin una solicitud de versión en Proceso y la tabla de la parte inferior muestra las versiones de campaña de comunicación social que se encuentran en difusión que tienen una solicitud de versión de tipo “Ampliación de Vigencia” en Proceso; ambas tablas mostrarán los registros en paginas de 10 registros cada una permitiendo navegar entre ellas (Figura 2).

Versiones Disponibles:

Año Fiscal	Nombre Campaña	Nombre Versión	Fecha Inicio Vigencia	Fecha Fin Vigencia	Estado Versión	Tipo Solicitud	Estado Solicitud
2010	TW22.01.00 Nombre Campaña 2: EC01	TW22.01.00 Nombre de la Versión 2	25/09/2010	05/10/2010	AUTORIZADA	Autorización	EVALUADA DGR-C

Solicitudes Pendientes:

Año Fiscal	Nombre Campaña	Nombre Versión	Fecha Inicio Vigencia	Fecha Fin Vigencia	Estado Versión	Tipo Solicitud	Estado Solicitud
2010	TW22.01.00 Nombre Campaña 2: EC01	TW21.01.00 Nombre de la Versión 1	25/09/2010	20/10/2010	AUTORIZADA	Ampliación de vigencia	CREADA

Figura 2 Versiones disponibles para solicitar su Ampliación de Vigencia.

4. Para solicitar la ampliación de vigencia de una versión o retomar una solicitud de ampliación de vigencia se debe elegir la opción “Editar”  (ubicada dentro de cada uno de los registros mostrados en las tablas). Al solicitar la ampliación de vigencia sobre una versión que no tiene una solicitud ampliación de vigencia en proceso (ubicadas en la tabla superior), el sistema solicita la confirmación de creación para la solicitud. (Figura 3). Al retomar una solicitud de ampliación de vigencia el sistema no mostrará mensaje de confirmación puesto que la solicitud ya existe.

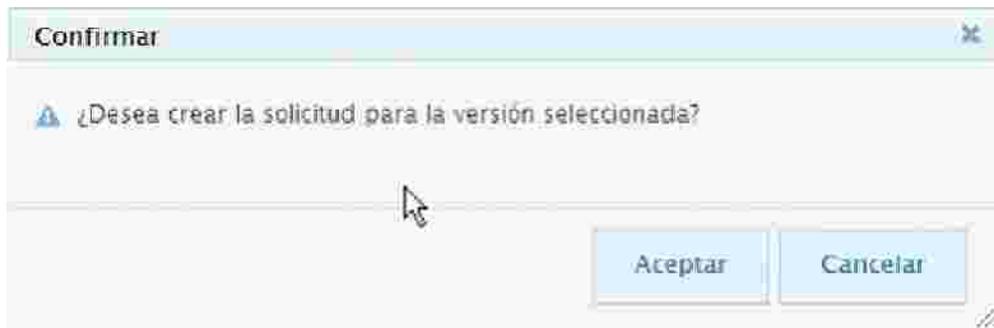


Figura 3 Confirmar creación de solicitud de ampliación de vigencia.

5. Al aceptar la confirmación o retomar una solicitud ampliación de vigencia el sistema desplegará la información de la versión en la pestaña permitiendo modificar datos como la fecha fin de la vigencia de la versión, el plan de medios a utilizar por la versión, actividades complementarias y las razones para la utilización de los medios en la versión. (Figura 4).



Figura 4 Ampliación de Vigencia de Versión de Campaña.

5. Dentro de la pestaña “Detallar” el sistema muestra las siguientes opciones “Anexos”, “Creatividades”, “Guardar”, “Enviar”, “Regresar” y “Cancelar”, además de permitir administrar notas (Figura 5).



Figura 5 Opciones permitidas al ampliar la vigencia de una versión.

7. La opción “Anexos” permite administrar (agregar, modificar o eliminar) espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios asociados a la versión para la cual se está solicitando una ampliación de vigencia (Figura 6).

Dentro de la pestaña “Espacios Programáticos” se muestran las opciones “Regresar” y “Cancelar”, donde la opción “Regresar” muestra la pestaña “Detalle” y la opción “Cancelar” muestra la pantalla inicial del sistema.

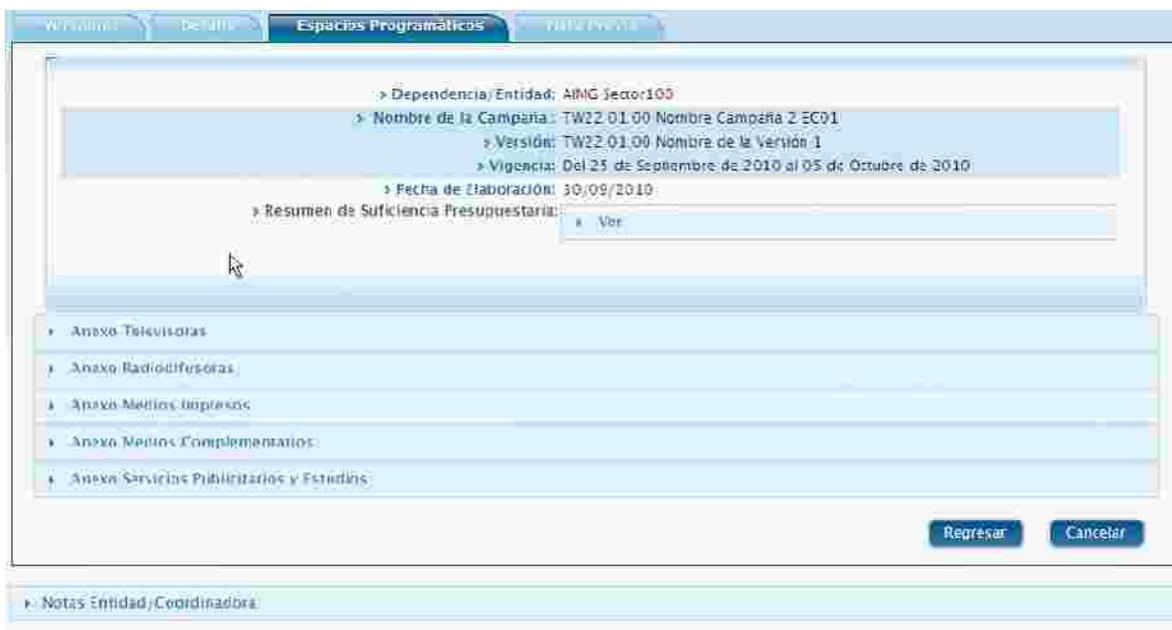


Figura 6 Administración de espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios.

8. La opción "[Creatividades](#)" mostrada en la pestaña "Detalle" permite administrar (agregar o eliminar) las creatividades asociadas a la versión.

9. La opción "Regresar" mostrada en la pestaña "Detalle" muestra la pestaña "Versiones", permitiendo consultar las versiones disponibles para solicitar su ampliación de vigencia.

10. La opción "Cancelar" mostrada en la pestaña "Detalle" muestra la pantalla inicial del sistema.

11. La opción "[Notas Entidad/Coordinadora](#)" permite administrar (agregar, modificar o eliminar) notas de la Entidad y/o Coordinadora asociadas a la solicitud de ampliación de vigencia que se tiene al momento.

12. La opción "Guardar" mostrada en la pestaña "Detalle" almacena la información especificada en la solicitud de ampliación de vigencia. Cuando la información especificada es correcta y se elige esta opción el sistema informa al usuario que la solicitud fue procesada exitosamente (Figura 7). Cuando la información especificada no es correcta o incumple una regla de negocio el sistema mostrará al usuario una excepción indicando el motivo (Figura 8).

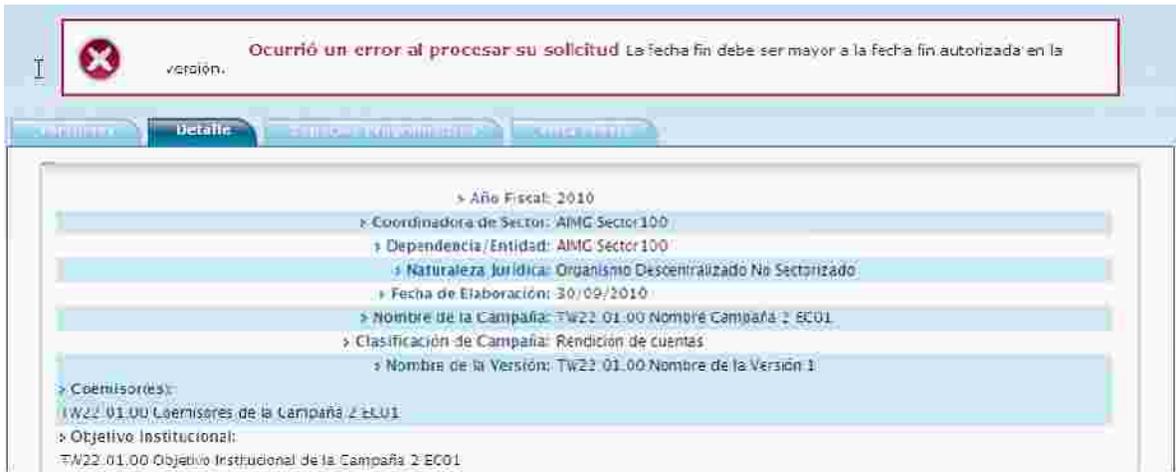


Figura 8 Mensaje de excepción al intentar guardar una regla de negocio.

de ampliación de vigencia cuando se incumple una

13. La opción “Enviar” mostrada en la pestaña “Detalle” muestra la vista previa (información en modo consulta) de la solicitud permitiendo al usuario corroborar la información de la solicitud antes de que sea enviada a la Coordinadora de Sector. Cuando la información de la solicitud ha sido almacenada, no cumple ninguna regla de negocio y se elige esta opción el sistema muestra la vista previa (Figura 9). Cuando la información de la solicitud ha sido almacenada pero se incumple al menos una regla de negocio y se elige esta opción el sistema mostrará al usuario una excepción indicando el motivo (Figura 10).



Figura 9 Vista previa de la solicitud de ampliación de vigencia



Figura 10 Mensaje de excepción al intentar enviar una solicitud de ampliación de vigencia cuando se incumple una regla de negocio.

14. Dentro de la pestaña “Versión / Mensaje” el sistema muestra las siguientes opciones “Anexos”, “Creatividades”, “Regresar” y “Confirmar”, además de permitir administrar notas (Figura 11).



Figura 11 Opciones permitidas dentro de la vista previa de una ampliación de vigencia

15. La opción “Anexos” permite consultar los espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios asociados a la versión para la cual se está solicitando una ampliación de vigencia.
16. La opción “[Creatividades](#)” mostrada en la pestaña “Versión / Mensaje” permite consultar las creatividades asociadas a la versión.
17. La opción “Regresar” mostrada en la pestaña “Versión / Mensaje” muestra la pestaña “Detalle”, permitiendo al usuario modificar la información de la solicitud de ampliación de vigencia.
18. La opción “Confirmar” mostrada en la pestaña “Versión / Mensaje” genera y muestra el formato de versión con la información especificada en solicitud de ampliación de vigencia (Figura 12), realiza el envío de la solicitud de ampliación de vigencia a la Coordinadora de Sector responsable de la Entidad o Coordinadora de que registro la solicitud de ampliación de vigencia, mostrando la pestaña “Versiones” para permitir al usuario solicitar o retomar una ampliación de vigencia sobre sus versiones disponibles para ello (Figura 13).

http://10.2.50.142/medioservicio/Presentador

PRESENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2010

Cólera de Sector: AIM5 Sector 02 Nivel de Jurisdicción: Organización Centralizado/No Centralizado
 Dependencia de Entidad: AIM5 Sector 100 Fecha de Elaboración: 30/09/2010

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA	
Nombre de la Campaña:	TW22.01.00 Nombre Campaña 2 ECG1
Versión:	TW22.01.00 Nombre de la Versión 1
Calificación de Campaña:	Retención de cuentas
Comisario(s):	TW22.01.00 Comisarios de la Campaña 2 ECG1
Objetivo institucional:	TW22.01.00 Objetivo Institucional de la Campaña 2 ECG1
Objetivo de comunicación:	TW22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 ECG1
Meta a alcanzar:	TW22.01.00 Meta de la Campaña 2 ECG1
Vigencia de Campaña:	FECHA DE INICIO: 25 SEP 2010 FECHA DE TÉRMINO: 20 OCT 2010
Población objetivo primaria:	SEXO: Mujeres y Hombres / EDAD: 13 A 18, 19 A 21 AÑOS / NSE: A6, C+, C-, D+ / POBLACIÓN: Urbana y Rural
Características específicas:	TW22.01.00 Características Población Primaria Campaña ECG1
Población objetivo secundaria:	SEXO: Mujeres / EDAD: 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44 AÑOS / NSE: C+, C-, D+ / POBLACIÓN: Rural
Características específicas:	TW22.01.00 Características Población Secundaria Campaña ECG1



Figura 13 Mensaje de éxito al confirmar el envío de un *de ampliación de vigencia.*

13. Inclusión de Medios.

1. Para registrar una inclusión de Medios, primero debe existir una estrategia, un programa y una versión de campaña en difusión.
2. Para realizar esta acción se deberá pulsar el Módulo de Campañas y pulsar la opción de Incluir Medios (Figura 1).

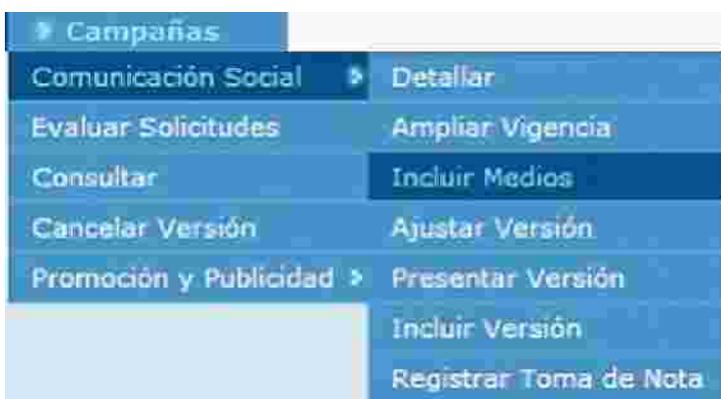


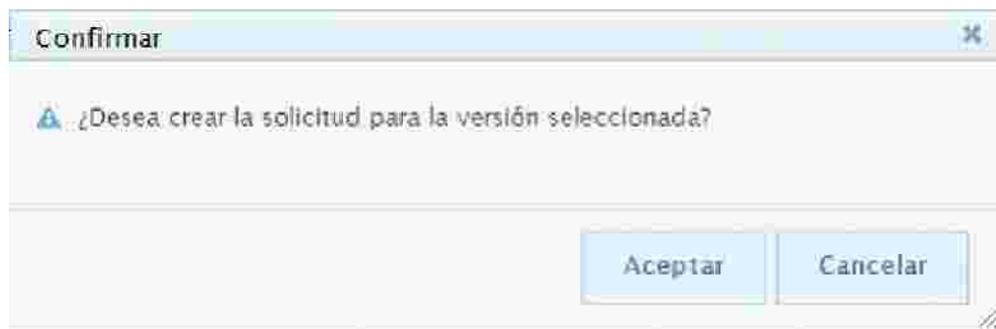
Figura 1 Módulo de Campañas>Incluir Medios.

3. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario listo para realizar la inclusión de Medios (Figura 2).



Figura 2 Incluir Medios.

4.- Una vez que se presentan la versiones de campaña en difusión en el zón o Resultados de Versiones disponibles para Incluir Medios se deberá pulsar el botón de detalle  y el sistema enviará un mensaje de confirmación para crear la solicitud de Inclusión de Medios. (Figura 3).



Nota: Si se elige Cancelar, el sistema no generará la solicitud de Inclusión de Medios.

Figura 3. Mensaje de Confirmación para Crear la solicitud de Inclusión de Medios.

5. Una vez que se confirma el mensaje, el sistema desp la información de la versión seleccionada para tener la opción de Incluir Medios. (Figura 4)

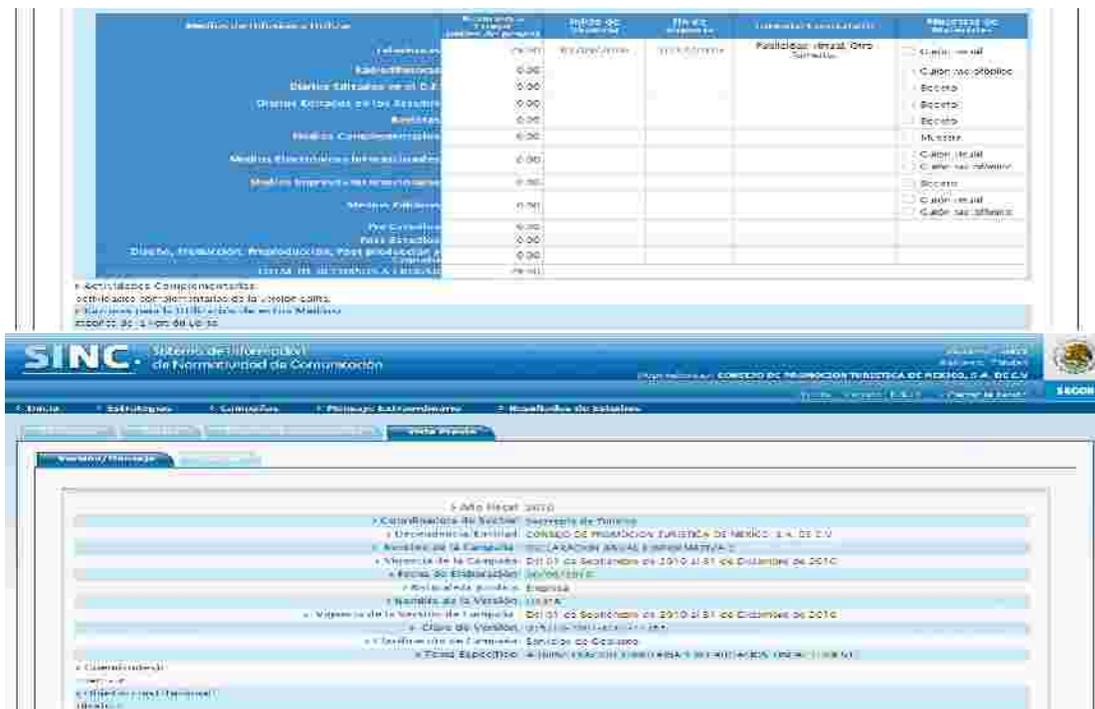
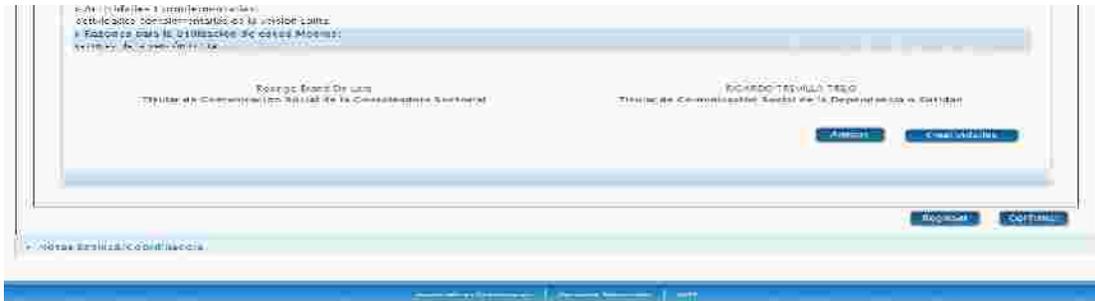
6. Para realizar la inclusión de medios es necesario que el usuario pulse el botón [Anexos](#)



7. Una vez realizada la inclusión de medios, para guardar los cambios de esta pantalla en el sistema es necesario que el usuario pulse el botón [Guardar](#).



8. Para enviar la solicitud a la Coordinadora de Sector es necesario que el usuario pulse el botón [Enviar](#).





9. El sistema presenta la vista previa de la solicitud a enviar (Figura 5) y el usuario debe

pulsar el botón Confirmar

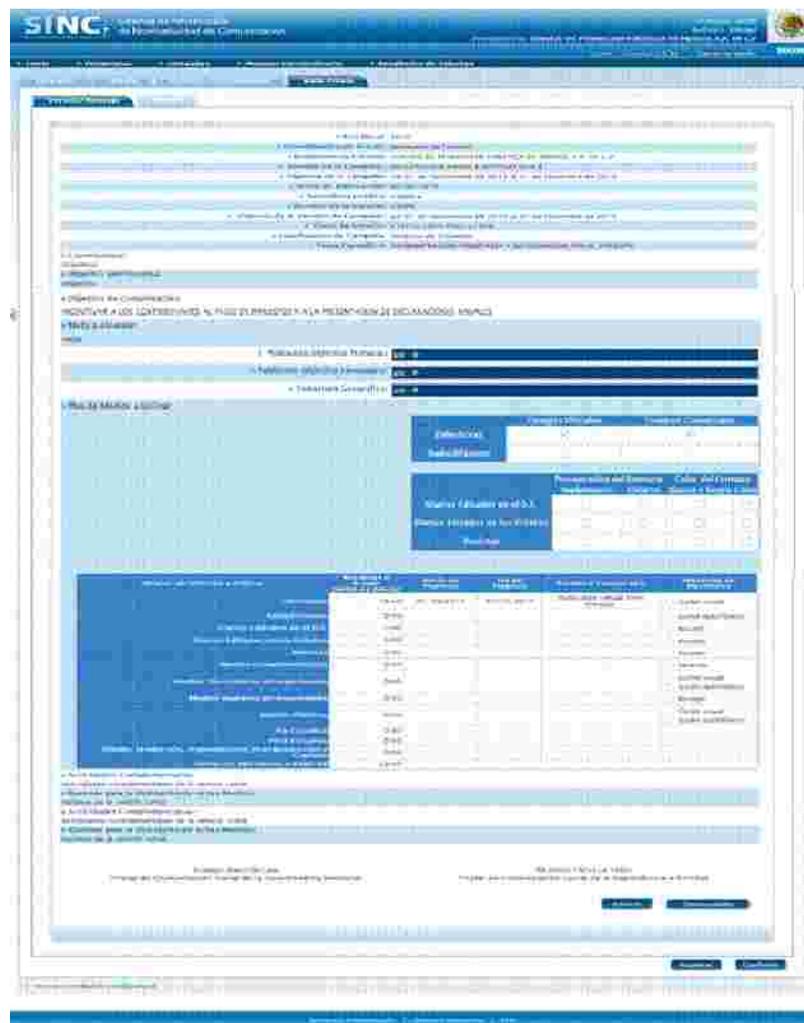


Figura 5 Vista Previa envío Inclusión de Medios .

10. El sistema mostrará al usuario un Mensaje indicándoles que Su solicitud fue procesada exitosamente (Figura 6).

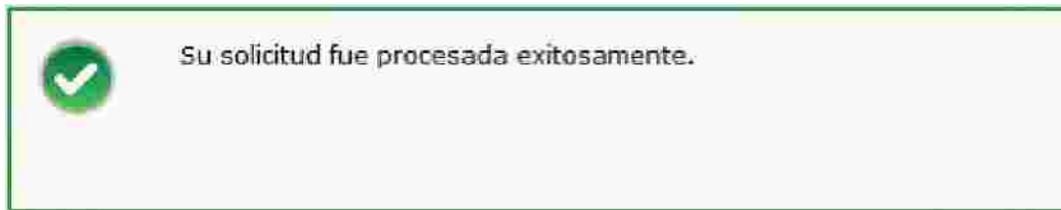


Figura 6 Mensaje de Guardado de Información de Inclusión de Medios .

INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA	
Nombre de la Campaña:	DECLARACIÓN ANUAL E INFORMÁTICA
Vehículo:	LULISA
Clasificación de Campaña:	Servicios de Gobierno
Objetivo social:	Desarrollo
Objetivo institucional:	Mejora
Objetivo de realización:	INCENTIVAR A LOS CONTRIBUYENTES AL PAGO DE IMPUESTOS Y A LA PRESENTACIÓN DE DECLARACIONES ANUALES
Meta a alcanzar:	Mejora
Vigencia de Campaña:	FECHA DE INICIO: 01-SEP-2010 FECHA DE TERMINO: 31-DIC-2010
Población objetivo campaña:	SEXO: Mujeres y Hombres / EDAD: 18 A 24, 25 A 31, 32 A 44, 45 A 64, 65 O MAS AÑOS / NSE: A, B, C+, C, D+ / POBLACION: Urbana y Rural
Características especiales:	PERSONAS MORALES Y FISICAS OBLIGADAS A PRESENTAR SU DECLARACION
Población objetivo secundaria:	SEXO: Hombres / EDAD: 0 A 12, 13 A 18, 19 A 24 AÑOS / NSE: C / POBLACION: Urbana
Características especiales:	Personas urbanas y rurales
Tipo de cobertura:	INMATRICULADA (Fiscal)
Entidades Federativas:	QUINTANA ROO
Instancias de realización:	Institucion

Figura 7 Formato PDF Solicitud de Inclusión de Medios .

14. Ajustar Versión de Comunicación Social.

1. Para solicitar el ajuste sobre una versión de campaña de comunicación social la versión debe encontrarse autorizada (la versión debe haber sido autorizada por la DGNC).
2. Para realizar esta acción un usuario con rol "Entidad" ó "Coordinadora de Sector" debe elegir la opción "Ajustar Versión" ubicada dentro del menú "Campañas > Comunicación Social" (Figura 1).



Figura 1 Módulo de Campañas > Comunicación Social > Ajustar Versión

- El sistema muestra la siguiente pantalla en la cual se tienen 2 tablas, la tabla de la parte superior muestra las versiones de campaña de comunicación social que se encuentran autorizadas sin una solicitud de versión en Proceso y la tabla de la parte inferior muestra las versiones de campaña de comunicación social que se encuentran autorizadas con una solicitud de versión de tipo "Ajuste" en Proceso; ambas tablas mostrarán los registros en paginas de 10 registros cada una permitiendo navegar entre ellas (Figura 2).



Figura 2 Versiones disponibles para solicitar su Ajuste.

- Para solicitar el ajuste de una versión o retomar una solicitud de ajuste se debe elegir la opción "Ajustar"  (ubicada dentro de cada uno de los registros mostrados en las tablas). Al solicitar el ajuste sobre una versión que no tiene una solicitud de ajuste en proceso (ubicadas en la tabla superior), el sistema solicita la confirmación de creación para la solicitud. (Figura 3). Al retomar una solicitud de ajuste el sistema no mostrará mensaje de confirmación puesto que la solicitud ya existe.

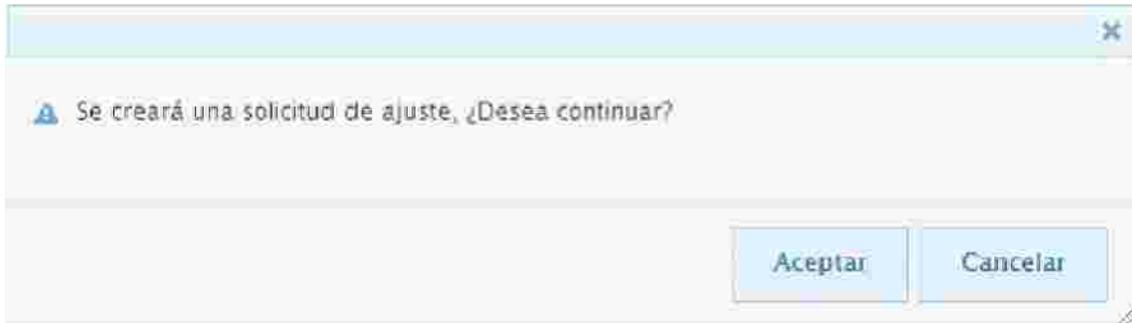


Figura 3 Confirmar creación de solicitud de Ajuste.

- Al aceptar la confirmación o retomar una solicitud de ajuste el sistema desplegará la información de la versión en la pestaña “Versión”, permitiendo modificar datos como el nombre de la versión, la vigencia de la versión, el plan de medios a utilizar por la versión, actividades complementarias y las razones para la utilización de los medios en la versión. (Figura 4).

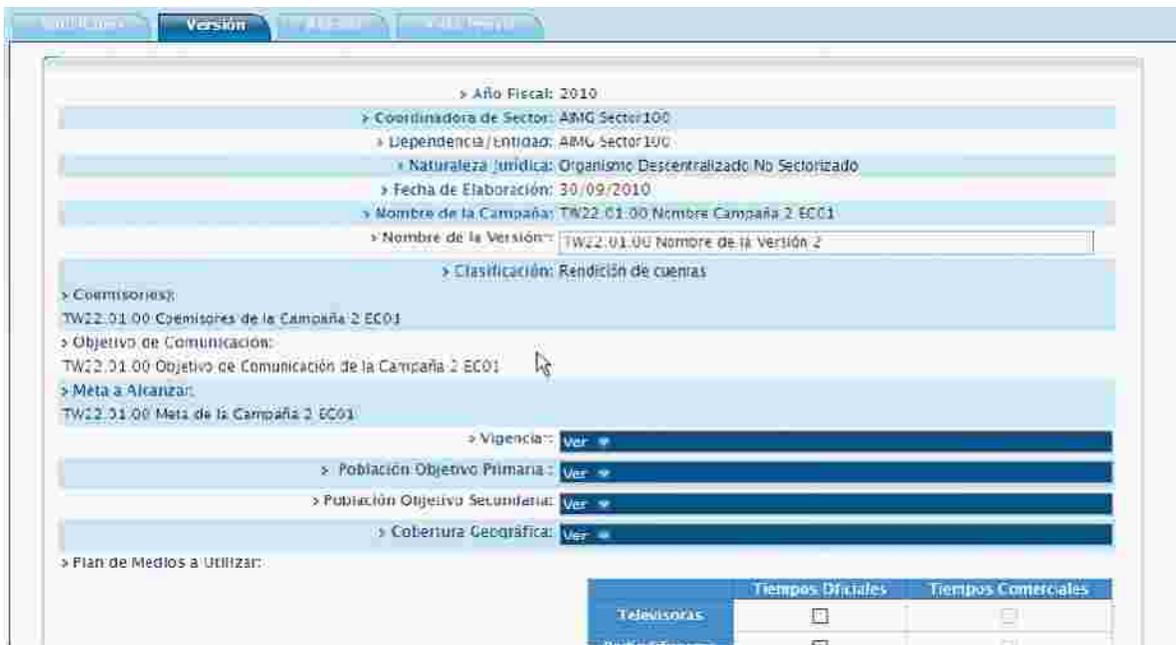


Figura 4 Ajuste de versión de Comunicación Social.

- Dentro de la pestaña “Versión” el sistema muestra las siguientes opciones “Anexos”, “Creatividades”, “Guardar”, “Enviar” y “Cancelar”, además de permitir administrar notas (Figura 5).



Figura 5 Opciones permitidas al Ajustar una versión de Comunicación Social.

7. La opción “[Anexos](#)” permite administrar (agregar, modificar o eliminar) programáticos y presupuestos de estudios y servicios asociados a la versión para la cual se está solicitando el ajuste (Figura 6).

Dentro de la pestaña “[Anexos](#)” se muestran las opciones “Regresar” y “Cancelar”, donde la opción “Regresar” muestra la pestaña “Versión” y la opción “Cancelar” muestra la pantalla inicial del sistema.

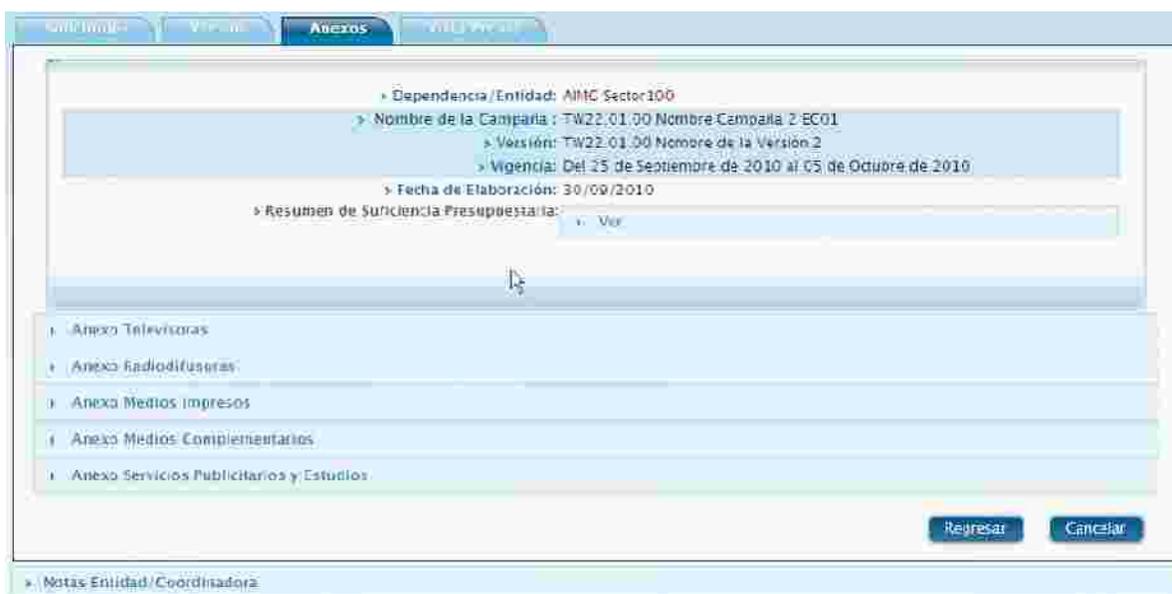


Figura 6 Administración de espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios.

8. La opción “[Creatividades](#)” mostrada en la pestaña “Versión” permite administrar (agregar o eliminar) las creatividades asociadas a la versión.

9. La opción “Cancelar” mostrada en la pestaña “Versión” muestra la pantalla inicial del sistema.

10. La opción “[Notas Entidad/Coordinadora](#)” permite administrar (agregar, modificar o eliminar) notas de la Entidad y/o Coordinadora asociadas a la solicitud de ajuste que se tiene al momento.

11. La opción “Guardar” mostrada en la pestaña “Versión” almacena la información especificada en la solicitud de ajuste. Cuando la información especificada es correcta y se elige esta opción el sistema informa al usuario que la solicitud fue procesada exitosamente (Figura 7). Cuando la información especificada no es correcta incumple una regla de negocio el sistema mostrará al usuario una excepción indicando el motivo (Figura 8).



Figura 7 Mensaje de éxito al guardar una solicitud de Ajuste de Versión de Comunicación Social.

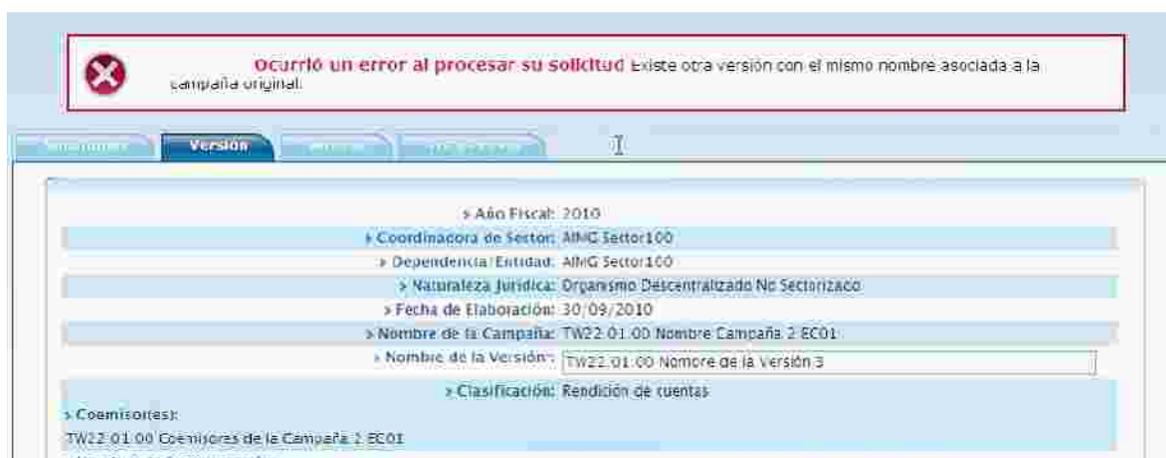


Figura 8 Mensaje de excepción al intentar guardar una solicitud de Ajuste cuando se incumple una regla de negocio.

12. La opción “Enviar” mostrada en la pestaña “Versión” muestra la vista previa (información en modo consulta) de la solicitud permitiendo al usuario corroborar la información de la solicitud antes de que sea enviada a la Coordinadora de Sector. Cuando la información de la solicitud ha sido almacenada, no incumple ninguna regla de negocio y se elige esta opción el sistema muestra la vista previa (Figura 9). Cuando la información de la solicitud ha sido almacenada pero se incumple al menos una regla de negocio y se elige esta opción el sistema mostrará al usuario una excepción indicando el motivo (Figura 10).



Figura 9 Vista previa de la solicitud de Ajuste de Versión de Comunicación Social.

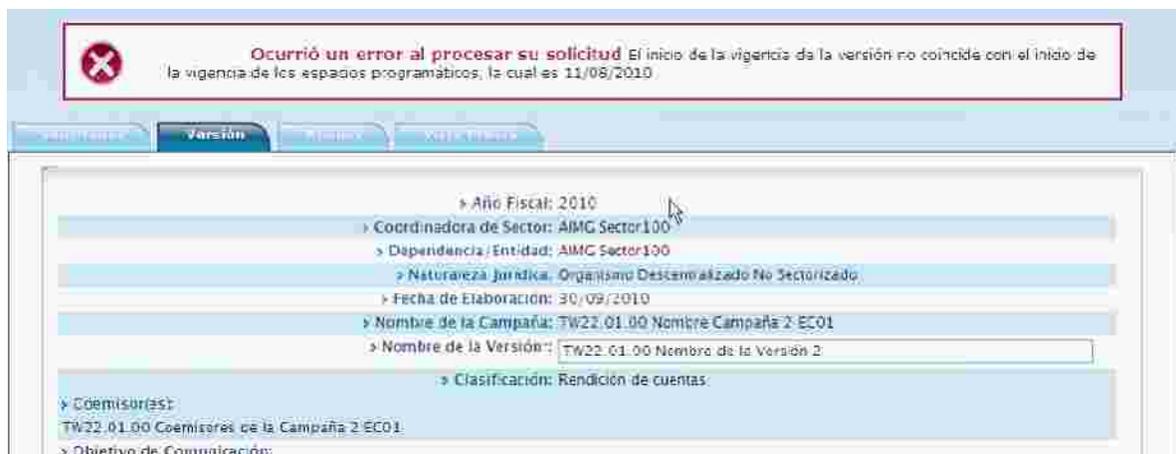


Figura 10 Mensaje de excepción al intentar enviar una solicitud de Ajuste cuando se incumple una regla de negocio.

13. Dentro de la pestaña “Versión / Mensaje” el sistema muestra las siguientes opciones “Anexos”, “Creatividades”, “Regresar” y “Confirmar”, además de permitir administrar notas (Figura 11).



Figura 11 Opciones permitidas dentro de la vista previa de un Ajuste de Versión de Comunicación Social.

14. La opción “Anexos” permite consultar los espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios asociados a la versión para la cual se está solicitando un ajuste.

15. La opción “[Creatividades](#)” mostrada en la pestaña “Versión / Mensaje” permite consultar las creatividades asociadas a la versión.

16. La opción “Cancelar” mostrada en la pestaña “Versión / Mensaje” muestra la pantalla inicial del sistema.

17. La opción “Confirmar Envío” mostrada en la pestaña “Versión / Mensaje” genera y muestra el formato de versión con la información especificada en la solicitud de ajuste (Figura 12), realiza el envío de la solicitud de ajuste a la Coordinadora de Sector responsable de la Entidad o Coordinadora de Sector que registro la solicitud de ajuste, mostrando la pestaña “Solicitudes” para permitir al usuario solicitar o retomar un ajuste sobre sus versiones disponibles para ello (Figura 13).

PRESENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2010	
Cabeza de Sector:	AIMS Sector100
Dependencia o Entidad:	AIMS Sector100
Naturaleza Jurídica:	Organismo Descentralizado No Sectorizado
Fecha de Elaboración:	30/09/2010
INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA	
Nombre de la Campaña:	TW22.01.00 Nombre Campaña 2 ECU1
Versión:	TW22.01.00 Nombre de la Versión 2
Clasificación de Campaña:	Realización de eventos
Contribución:	TW22.01.00 Contribución de la Campaña 2 ECU1
Objetivo Institucional:	TW22.01.00 Objetivo Institucional de la Campaña 2 ECU1
Objetivo de comunicación:	TW22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 ECU1
Méto a alcanzar:	TW22.01.00 Méto de la Campaña 2 ECU1
Vigencia de Campaña:	FECHA DE INICIO: 01-OCT-2010 FECHA DE TERMINO: 05-OCT-2010
Población objetivo primaria:	SEXO: Mujeres y Hombres / EDAD: 13 A 18, 19 A 24 AÑOS / NSE: AB, C+, C, C+ / POBLACIÓN: Urbana y Rural
Características específicas:	TW22.01.00 Características Población Primaria Campaña ECU1
Población objetivo secundaria:	SEXO: Mujeres / EDAD: 19 A 24, 25 A 34, 35 A 44 AÑOS / NSE: C+, C, D+ / POBLACIÓN: Rural
Características específicas:	TW22.01.00 Características Población Secundaria Campaña ECU1

Figura 12 Formato de versión generado al confirmar el envío de una solicitud de Ajuste de Versión de Comunicación Social.

15. Registrar Mensaje Extraordinario de Comunicación Social.

1. Para registrar un mensaje de esta naturaleza primero debe existir una solicitud previamente autorizada por la DGNC.
2. Para realizar esta acción se deberá pulsar el Módulo de Mensaje Extraordinario, pulsar la opción Comunicación Social y el apartado Registrar (Figura 1).



Figura 1 Módulo de Mensaje Extraordinario>Comunicación Social>Registrar.

- 3.- El sistema mostrará la siguiente pantalla al Usuario Entidad (Figura 2), en la cual se pueden observar dos secciones: en la primera de ellas se encuentra el campo para que pueda capturar el año fiscal al que corresponderá nuevo mensaje extraordinario; por otro lado, la segunda sección muestra un do de solicitudes pendientes.



Figura 2 Registrar Mensaje Extraordinario de Promoción y Publicidad

4. Después de haber capturado el año fiscal al cual el mensaje extraordinario corresponderá, el sistema despliega la línea de captura (Figuras 3-5).

Año Fiscal: 2010

Entidad: Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Dependencia/Entidad: Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, SA de CV

Naturaleza Jurídica: Empresa

Fecha de Elaboración: 30/09/2010

Nombre del Mensaje:

Clasificación del Mensaje:

> Comunicar(es):

> Objetivo de Comunicación:

> Justificación:

> Meta a Alcanzar:

Figura 3 Línea de captura de un Mensaje Extraordinario de Comunicación Social – Primera Sección .

> Vigencia: Ver

Inicio Vigencia:

Fin Vigencia:

> Población Objetivo: Ver

Sector:

Población:

Edades:

<input type="checkbox"/> 0 - 12 años	<input type="checkbox"/> 25 - 34 años
<input type="checkbox"/> 13 - 18 años	<input type="checkbox"/> 35 - 44 años
<input type="checkbox"/> 19 - 24 años	<input type="checkbox"/> 45 - 54 años
	<input type="checkbox"/> 55 o más años

Niveles Socioeconómicos (NSE):

<input type="checkbox"/> A+	<input type="checkbox"/> 0+
<input type="checkbox"/> C-	<input type="checkbox"/> 0
<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> E

Características Específicas:

> Población Objetivo Secundaria: Ver

Sector:

Población:

Edades:

<input type="checkbox"/> 0 - 12 años	<input type="checkbox"/> 25 - 34 años
<input type="checkbox"/> 13 - 18 años	<input type="checkbox"/> 35 - 44 años
<input type="checkbox"/> 19 - 24 años	<input type="checkbox"/> 45 - 54 años
	<input type="checkbox"/> 55 o más años

Niveles Socioeconómicos (NSE):

<input type="checkbox"/> A+	<input type="checkbox"/> 0+
<input type="checkbox"/> C-	<input type="checkbox"/> 0
<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> E

Características Específicas:

Cobertura Geográfica: **Voz**

- 1 Tipo de Cobertura
- 2 Entidades Federativas
- 3 Cobertura Internacional

Figura 4 Línea de captura de un Mensaje Extraordinario de Comunicación Social – Segunda Sección .

Plan de Medios a Utilizar

	Tiempo Original		Tiempo Comercial	
Televisoras				
Radiodifusoras				

	Presentación del Formato		Color del Formato	
	Suplemento	Encarte	Bianco y Negro	Color
Díarios Editados en el D.F.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Díarios editados en los estados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Medios de Difusión a Utilizar	Recursos a Erogar (Miles de pesos)	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Formato Contratado	Muestras de Materiales
Televisoras	0.00				<input type="checkbox"/> Cliché visual
Radiodifusoras	0.00				<input type="checkbox"/> Cliché radiofónico
Díarios Editados en el D.F.	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Díarios Editados en los Estados	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Revistas	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Medios Complementarios	0.00				<input type="checkbox"/> Muestra
Medios Electrónicos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Cliché visual <input type="checkbox"/> Cliché radiofónico
Medios Impresos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Medios Públicos	0.00				<input type="checkbox"/> Cliché visual <input type="checkbox"/> Cliché radiofónico
Pre-Estudios	0.00				
Post-Estudios	0.00				
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado	0.00				
TOTAL DE RECURSOS A ERGAR	0.00				

Actividades Complementarias:

Razones para la utilización de estos Medios:

Figura 5 Línea de captura de un Mensaje Extraordinario de Comunicación Social – Tercera Sección .

5. Llenar los campos solicitados y pulsar el botón *Guardar*. En caso de que todos los datos ingresados hayan sido correctos, el sistema notificará que la operación ha sido realizada exitosamente(Figura 6), en caso contrario indicará cuál fue el impedimento para el guardado del mensaje extraordinario.

6. Una vez que se haya guardado exitosamente el nuevo el sistema habilitará los botones de [Anexos](#), [Creatividades](#) y *Enviar*, los cuales le permitirán dar de alta espacios programáticos, administrar las creatividades y, como su nombre lo indica, enviar la solicitud de registro; respectivamente.

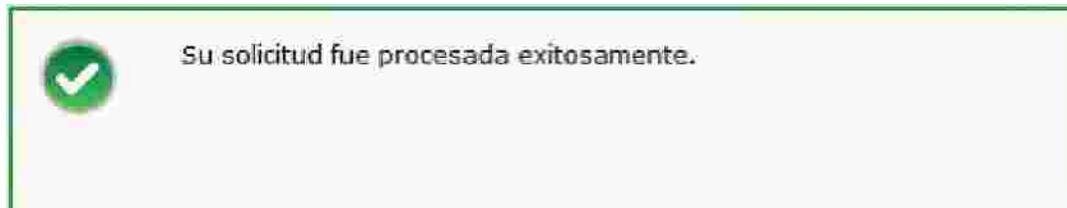


Figura 6. Notificación de éxito

7. Antes de pulsar el botón de *Enviar* es necesario que se registren espacios programáticos, para ello se debe presionar el botón [Anexos](#), al hacerlo el sistema lo llevará a la pestaña correspondiente donde podrá registrar, modificar o eliminar espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios (Figura 7).

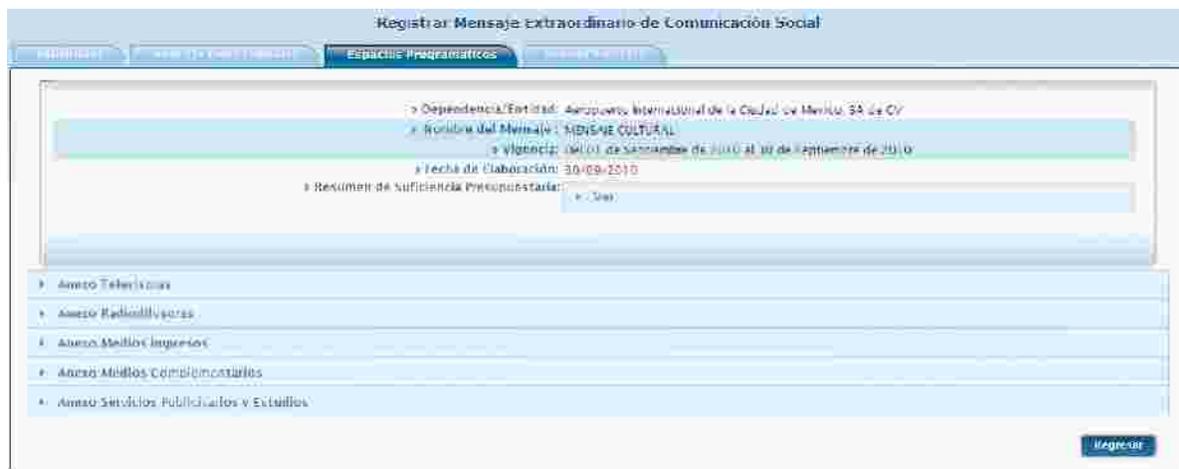


Figura 7. Pestaña Anexos

8. Una vez que se han administrado los anexos, se debe pulsar el botón [Regresar](#), el cual lo llevará a la pestaña **Mensaje Extraordinario**. Una vez en ella se podrá observar en la sección Plan de Medios a Utilizar ha cambiado (Figura 8 y 9).

	Tiempos Oficiales		Tiempos Comerciales	
Televisoras	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Radiodifusoras	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
	Presentación del Formato		Color del Formato	
	Suplemento	Encarfe	Blanco y Negro	Color
Diarios Editados en el D.F.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios Editados en los Estados	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figura 8. Subsecciones Tempos y Presentaciones.

9. La habilitación de las cajas de verificación de estas subsecciones dependerá de los espacio programáticos dados de alta en el paso anterior, opcionalmente puede seleccionarlos y presionar el botón  .

Medios de Difusión a Utilizar	Recursos a Erogar (Miles de pesos)	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Formato Contratado	Muestras de Materiales
Televisoras	200.00	01/09/2010	30/09/2010	Spot	<input type="checkbox"/> Cuiñ visual
Radiodifusoras	0.00				<input type="checkbox"/> Cuiñ radiofónico
Diarios Editados en el D.F.	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Diarios Editados en los Estados	100.00	01/09/2010	30/09/2010	1/2 Págs.	<input type="checkbox"/> Boceto
Revistas	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Medios Complementarios	0.00				<input type="checkbox"/> Muestra
Medios Electrónicos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Cuiñ visual <input type="checkbox"/> Cuiñ radiofónico
Medios Impresos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Medios Públicos	0.00				<input type="checkbox"/> Cuiñ visual <input type="checkbox"/> Cuiñ radiofónico
Pre-Estudios	0.00				
Post-Estudios	0.00				
Maquila, Producción, Imprimación, Post-producción y Copiado	0.00				
TOTAL DE RECURSOS A ERÓGAR	300.00				

Figura 9. Subsección Medios de Difusión a Utilizar

9. En esta otra subsección se muestran agrupados los recursos a erogar por medio de difusión, y se habilitan las cajas de verificación de  de Materiales, opcionalmente puede seleccionar alguna(s) y presionar el botón  .

10. Opcionalmente puede administrar las **Creatividades** por medio del botón **Creatividades**, al hacerlo el sistema mostrará una pequeña ventana donde le permitirá adjuntar sus **Creatividades** (Figura 10).

Creatividades

Versión/Mensaje: MENSAJE CULTURAL

Vigencia: Del 01 de Septiembre de 2010 al 30 de Septiembre de 2010

Creatividad: Browse...

Nombre:

Descripción: Puede escribir hasta 700 caracteres. Go

Guardar Limpiar

No se encontró información

Fecha/Hora	Nombre	Descripción
------------	--------	-------------

Descargar

Figura 10. Creatividades

11. Realizados los pasos anteriores, la solicitud está lista para ser enviada, se debe presionar el botón **Enviar**, el sistema cambiará a la pestaña **Detalle Mensaje**, en la cual se mostrará una vista previa de la solicitud a enviar (Figuras 11- 13).

Registrar Mensaje Extracurricular de Comunicaciones Social

Versión/Mensaje: MENSAJE CULTURAL

Vigencia: Del 01 de Septiembre de 2010 al 30 de Septiembre de 2010

Creatividad: [Image]

Nombre: [Image]

Descripción: [Image]

Inicio

Registrar Mensaje

Detalle Mensaje

Historial Mensajes

Configuración

Ayuda

Cerrar Sesión

Figura 11. Vista Previa – Primera sección.

> Población Objetivo Primaria: Ver >
 > Sexo: Femenino
 > Población: Urbana y Rural
 > Edades: 0 - 12 años, 13 - 18 años, 19 - 24 años, 25 - 34 años, 35 - 44 años, 45 - 54 años, 55 o más años
 > Niveles Socioeconómicos (NSE): A, B, C, D, E
 > Características Especiales: ALGUNAS DE LAS SIGUIENTES...
 > Población Objetivo Secundaria: Ver >
 > Sexo: Femenino
 > Población: Urbana y Rural
 > Edades: 0 - 12 años, 13 - 18 años, 19 - 24 años, 25 - 34 años, 35 - 44 años, 45 - 54 años, 55 o más años
 > Niveles Socioeconómicos (NSE): A, B, C, D, E
 > Características Especiales: OTRAS SON...
 > Coberturas Geográficas: Ver >
 > Tipo de Cobertura: Internacional, Nacional
 > Entidades Federativas:
 > Coberturas Internacionales: Francia, España

Figura 12. Vista Previa – Segunda sección.

> Plan de Medios a Utilizar:

	Tempos Oficiales	Tempos Comerciales
Televisión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radiofónicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Presentación del Formato Suplementario	Color del Formato Blanco y Negro	Color
Diarios Editados en el D.F.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios Editados en los Estados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Medios de Difusión a Utilizar	Ratificación Externa (miles de pesos)	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Formato Contratado	Muestra de Muestras
Televisión	200.00	01/09/2010	30/09/2010	Spot	<input type="checkbox"/> Cadenas visual
Radiofónicas	0.00				<input type="checkbox"/> Cadenas radiofónica
Diarios Editados en el D.F.	0.00				<input type="checkbox"/> Spot
Diarios Editados en los Estados	100.00	01/09/2010	30/09/2010	1/2 Rama	<input type="checkbox"/> Spot
Revistas	0.00				<input type="checkbox"/> Muestra
Medios Complementarios	0.00				<input type="checkbox"/> Cadenas visual
Medios Electrónicos Internacionales	100.00	01/09/2010	30/09/2010	Publicidad virtual	<input type="checkbox"/> Cadenas radiofónica
Medios Impresos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Spot
Medios Públicos	0.00				<input type="checkbox"/> Cadenas visual
Pre Estudios	0.00				<input type="checkbox"/> Cadenas radiofónica
Pos Estudios	0.00				
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Cobrado	0.00				
TOTAL DE RECURSOS A PAGAR	400.00				

> Actividades Complementarias:
 PROMOVER...
 > Razones para la Utilización de estos Medios:
 LA CULTURA...

Rosalva Barón de Lara
 Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial

Ricardo Treviño Trujillo
 Titular de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad

Figura 13. Vista Previa – Tercera sección.



Figura 16. Pantalla Final.

Es importante observar que a lo largo de todo el proceso de registro, en la parte inferior de la pantalla se puede observar la sección para administrar las [Notas](#).

16. Registrar Mensaje Extraordinario de Promoción y Publicidad.

1. Para registrar un mensaje de esta naturaleza primero debe existir una solicitud previamente autorizada por la DGNC.
2. Para realizar esta acción se deberá pulsar el Módulo de Mensaje Extraordinario, pulsar la opción Promoción y Publicidad y el apartado Registrar (Figura 1).

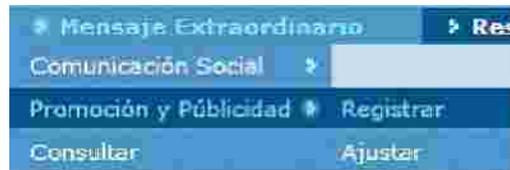


Figura 1 Módulo de Mensaje Extraordinario>Promoción y Publicidad>Registrar.

3. El sistema mostrará la siguiente pantalla al Usuario Entidad (Figura 2), en la cual se pueden observar dos secciones: en la primera de ellas encuentra el campo para que pueda capturar el año fiscal al que corresponderá el nuevo mensaje extraordinario; por otro lado, la segunda sección muestra un listado de solicitudes pendientes.

Figura 2 Registrar Mensaje Extraordinario de Promoción y Publicidad

4. Después de haber capturado el año fiscal al cual el mensaje extraordinario corresponderá, el sistema despliega la línea de captura (Figuras 3-5).

Figura 3 Línea de captura de un Mensaje Extraordinario de Promoción y Publicidad – Primera Sección .

Vigencia: Ver

Inicio Vigencia:

Fin Vigencia:

Población Objetivo: Ver

Sexo:

Publicidad:

Edades:

0 - 12 años 25 - 34 años

13 - 14 años 35 - 44 años

15 - 24 años 45 - 54 años

55 o más años

Niveles Socioeconómicos (NSE):

a+ d+

c+ d

c e

Características Especiales:

Cobertura Geográfica: Ver

Tipo de Cobertura:

entidades federativas:

Cobertura Internacional:

Figura 4 Línea de captura de un Mensaje Extraordinario de Promoción y Publicidad – Segunda Sección .

Plan de Medios a Utilizar

Medios a Utilizar	Presupuesto del Medios (Miles de pesos)	Distribución del Presupuesto		Cobertura del Medios (Miles de personas)	
		Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Formato Comprobado	Medios de Medios
Medios Entrados en el D.F.					
Difusión Folletos en los Estados					
Revistas					
Medios de Edición e Utiliza					
Televisión	0.00				<input type="checkbox"/> Cópia visual
Radiofonos	0.00				<input type="checkbox"/> Cópia rad cfo co
Medios Entrados en el D.F.	0.00				<input type="checkbox"/> Seceta
Medios Entrados en los Estados	0.00				<input type="checkbox"/> Seceta
Revistas	0.00				<input type="checkbox"/> Seceta
Medios Complementarios	0.00				<input type="checkbox"/> Muejira
Medios Electrónicos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Cópia visual
Medios Internos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Cópia rad cfo co
Medios Externos	0.00				<input type="checkbox"/> Seceta
Medios Externos	0.00				<input type="checkbox"/> Cópia visual
PMT- Estados	0.00				<input type="checkbox"/> Cópia rad cfo co
PMT- Internacional, Representación, Post-ordenado y Chicago	0.00				
TOTAL DE RECURSOS A UTILIZAR	0.00				

Actividades Complementarias:

Reasons para la Utilización de Estos Medios:

Inicio: Creación de Sec: Continúa: Enviar: Búsqueda: Cancela:

Figura 5 Línea de captura de un Mensaje Extraordinario de Promoción y Publicidad – Tercera Sección .

5. Llenar los campos solicitados y pulsar el botón *Guardar*. En caso de que todos los datos ingresados hayan sido correctos, el sistema notificará que la operación ha sido realizada exitosamente(Figura 6), en caso contrario indicará cuál fue el impedimento para el guardado del mensaje extraordinario.

6. Una vez que se haya guardado exitosamente el nuevo mensaje el sistema habilitará los botones de [Anexos](#), [Creatividades](#) y *Enviar*, los cuales le permitirán dar de alta espacios programáticos, administrar las creatividades como su nombre lo indica, enviar la solicitud de registro; respectivamente.

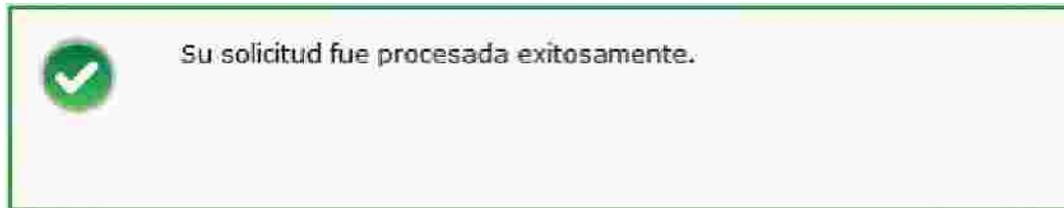


Figura 6. Notificación de éxito

7. Antes de pulsar el botón de *Enviar* es necesario que se registren espacios programáticos, para ello se debe presionar el botón [Anexos](#), al hacerlo el sistema los llevará a la pestaña correspondiente donde podrá registrar, modificar o eliminar espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios (Figura 7).

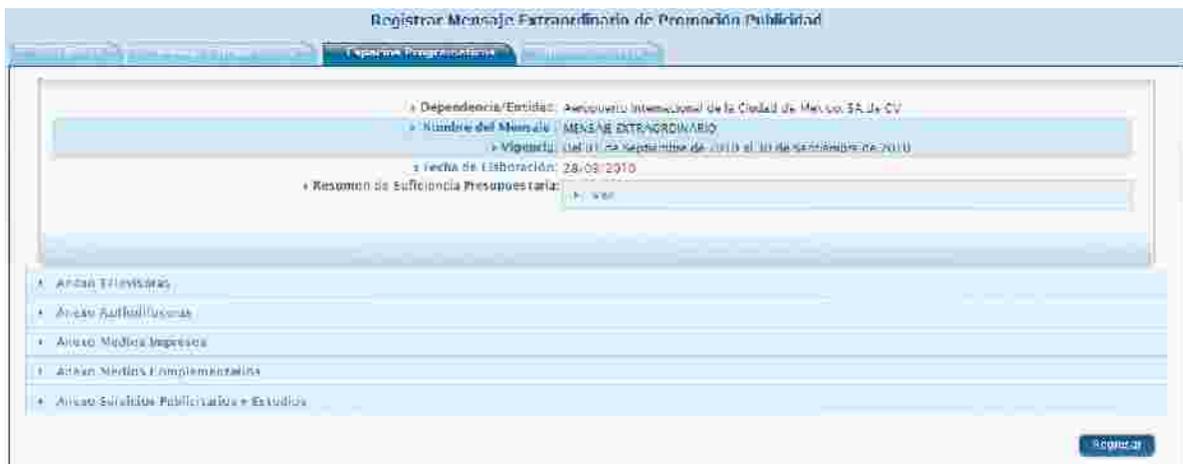


Figura 7. Pestaña Anexos

8. Una vez que se han administrado los anexos, se debe pulsar el botón [Regresar](#), el cual lo llevará a la pestaña **Mensaje Extraordinario**. Una vez en ella se podrá observar en la sección Plan de Medios a Utilizar ha cambiado (Figura 8 y 9).

	Presentación del Formato		Color del Formato	
	Suplemento	Encarte	Blanco y Negro	Color
Diarios Editados en el D.F.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios Editados en los Estados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figura 8. Subsección Presentación y Color de Medios Impresos

9. En esta subsección se han habilitado las cajas de verificación para Diarios Editados en el D.F. debido a que se dio de alta un espacio programático del tipo de medio impreso, opcionalmente puede seleccionarlos y presionar el botón **Guardar**.

10. Opcionalmente puede administrar las [Creatividades](#) por medio del botón **Creatividades**, al hacerlo el sistema mostrará una pequeña ventana donde le permitirá adjuntar sus [Creatividades](#) (Figura 10).

Creatividades ✕

Versión/Mensaje: MENSAJE EXTRAORDINARIO

Vigencia: Del 01 de Septiembre de 2010 al 30 de Septiembre de 2010

Creatividad #: Browse...

Nombre #:

Descripción: (Puede escribir hasta 700 caracteres) 700

Guardar **Limpiar**

No se encontró información

Fecha/Hora	Nombre	Descripción

Descargar

11. Realizados los pasos anteriores, la solicitud está lista para ser enviada, se debe presionar el botón **Enviar**, el sistema cambiará a la pestaña **Detalle Mensaje**, en la cual se mostrará una vista previa de la solicitud a enviar (Figuras 11- 13).



Figura 11. Vista Previa – Primera sección.

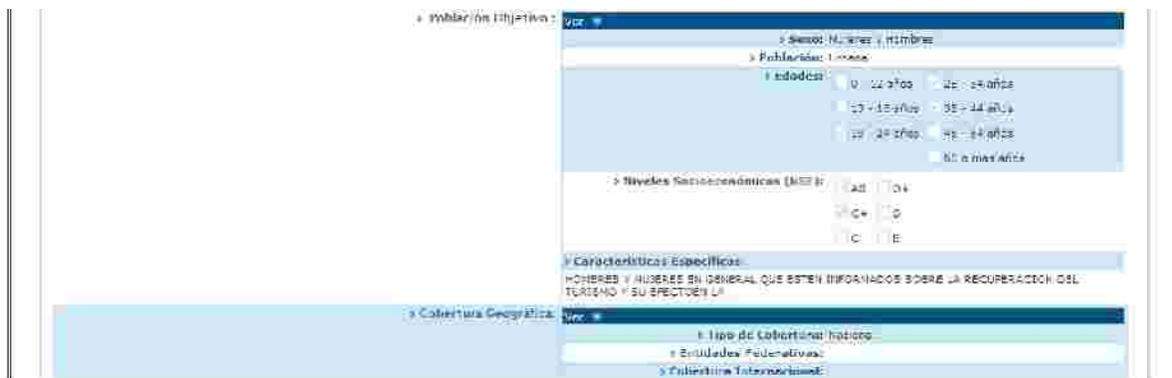
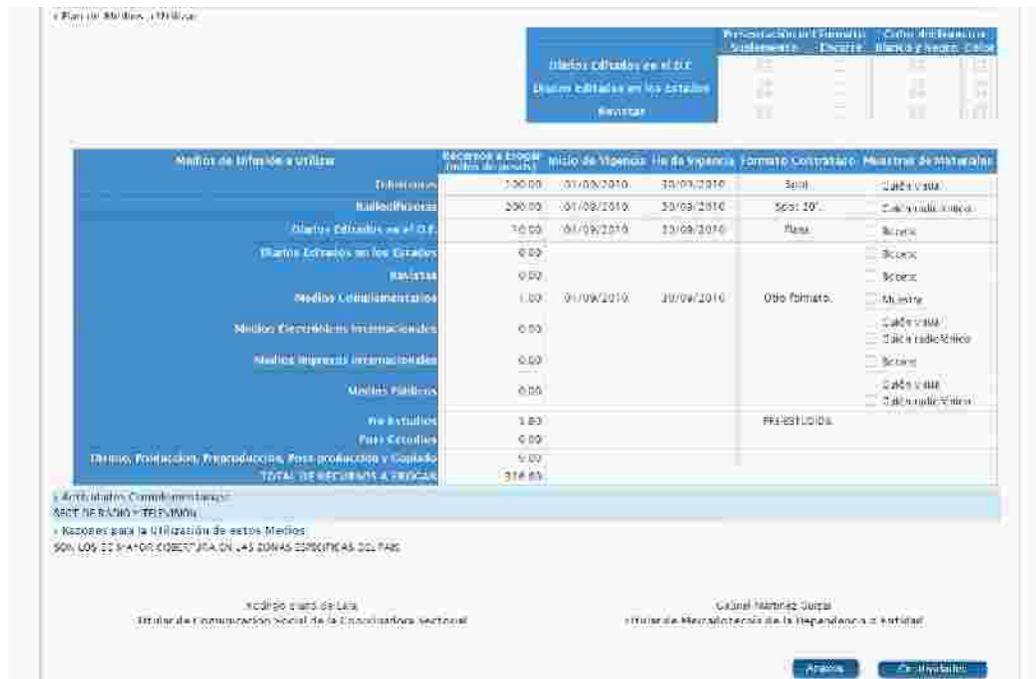


Figura 12. Vista Previa – Segunda sección.



12. En esta última sección se pueden observar los botones **Anexos** y **Creatividades**, los cuales al ser presionados mostrarán los componentes correspondientes pero en modo de “Solo Lectura”.

13. Revisar la información mostrada, y confirmar el envío por medio del botón **Confirmar**, al hacerlo el sistema pedirá la confirmación de envío (Figura 14).

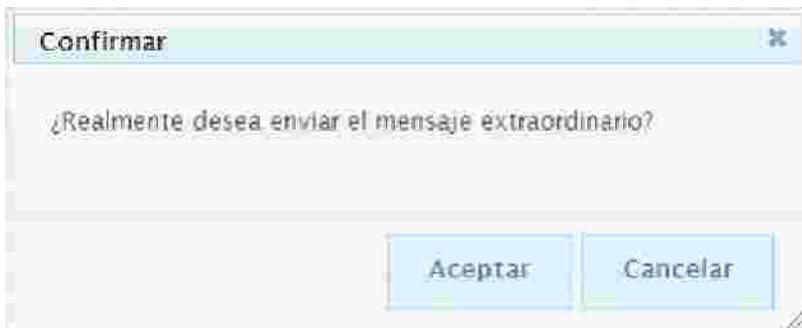


Figura 14. Confirmación de envío.

14. Al Aceptar el cuadro de dialogo, el sistema enviará la solicitud, generará el **Formato de Presentación** de Mensaje Extraordinario en otra ventana del explorador de Internet (Figura 15), desplegará la pantalla inicial del Registro de Mensaje Extraordinario de Promoción y Publicidad y notificará al usuario el éxito de la operación (Figura 16).

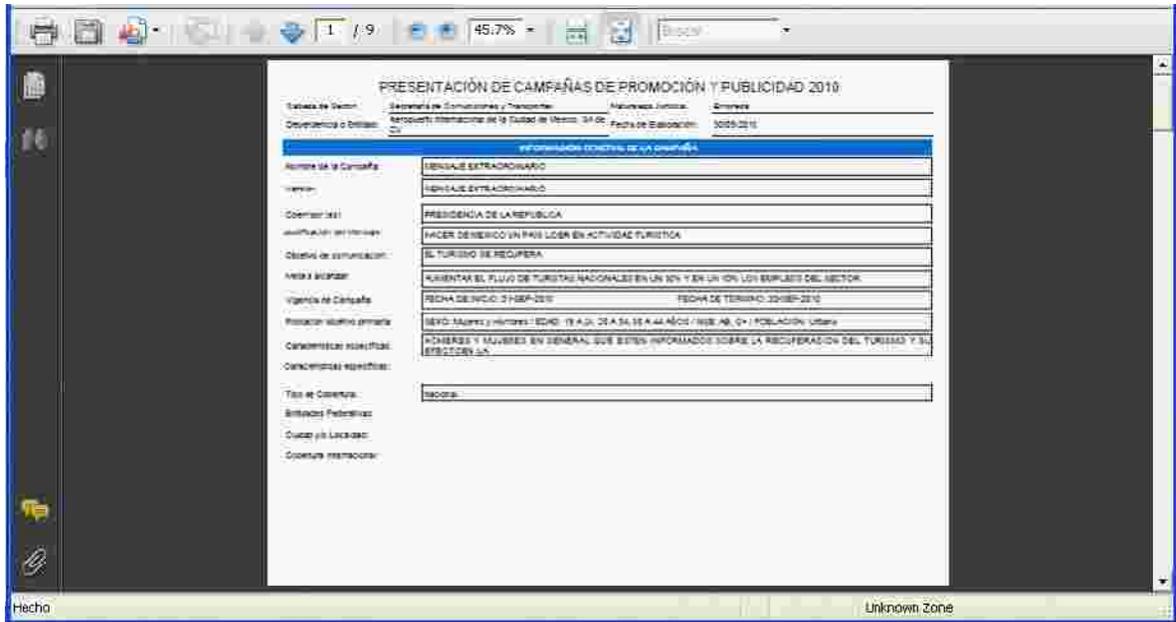


Figura 15. Formato de Presentación



Figura 16. Pantalla Final.

Es importante observar que a lo largo de todo el proceso de registro, en la parte inferior de la pantalla se puede observar la sección para administrar las [Notas](#).

17. Ajuste Mensaje Extraordinario 3701.

1. Para registrar un Ajuste de Mensaje Extraordinario, primero debe existir una estrategia, un programa y un Mensaje Extraordinario autorizados por la DGNC de la partida 3701.
2. Para realizar esta acción se deberá pulsar el Módulo de Mensaje Extraordinario la opción Comunicación Social > Ajustar (Figura 1).



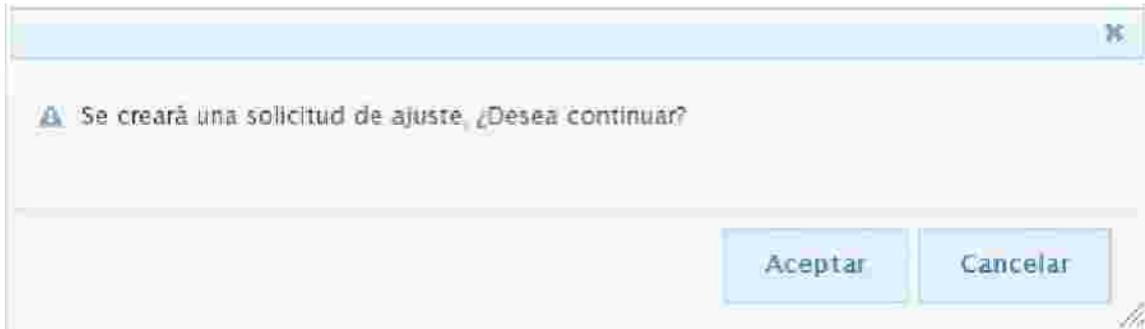
Figura 1 Módulo de Mensaje Extraordinario > Comunicación Social > Ajuste.

3. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario listo para realizar el Ajuste de Mensaje Extraordinario (Figura 2).



Figura 2 Ajustar Mensaje Extraordinario 3701.

- Una vez que se presentan los Mensajes Extraordinarios en el buzón o Resultados de Mensajes Extraordinarios disponibles para Ajustar, se deberá pulsar el botón de detalle  y el sistema enviará un mensaje de confirmación para confirmar la solicitud de Ajuste. (Figura 3).



Nota: Si se elige Cancelar, el sistema no generará la solicitud de Ajuste.

Figura 3. Mensaje de Confirmación para Crear la solicitud de Ajuste.

- Una vez que se confirma el mensaje, el sistema desplegará la información del Mensaje Extraordinario seleccionado para tener la opción de Realizar el Ajuste. (Figura 4).



MOTA S ALICORNAT
 MOTA S ALICORNAT CALAMITA E ESTACIONARIO

Vigencia: **Urb**
 Inicio: 03/10/2010
 Fin: 08/10/2010

Población Objetivo Primaria: **Urb**
 Sexo: **Mascul**
 Tipo de Población: **Urbano y rural**

Edades:

<input checked="" type="checkbox"/> 0 - 12 años	<input type="checkbox"/> 20 - 34 años
<input type="checkbox"/> 13 - 19 años	<input type="checkbox"/> 35 - 44 años
<input type="checkbox"/> 20 - 24 años	<input type="checkbox"/> 45 - 64 años
	<input checked="" type="checkbox"/> 65 o más años

Nivel de escolarización (Nº):

<input type="checkbox"/> 0a	<input type="checkbox"/> 2a
<input type="checkbox"/> 1a	<input type="checkbox"/> 3
<input checked="" type="checkbox"/> 2	<input checked="" type="checkbox"/> 4

Características Específicas:
 Sujetos Urbanos y rural: 0, 1, 2, 3, 4

Tabla de Medios a Utilizar

Medios a Utilizar	Cantidades	Tiempo Oficiales		Tiempo Comerciales	
		Inicio	Fin	Inicio	Fin
Televisivas					
Radiofónicas					
Diarios Editados en el D.T.					
Diarios Editados en los Estados					
Revistas					
Medios Complementarios					
Medios Impresos Intercontinentales					
Medios Impresos Nacionales					
Medios Públicos					

Clave: 01610-2001-TC03-2155
 Actividades Complementarias del Mensaje Litográfico

Razones para la Utilización de estos Medios:
 Razones del Mensaje Promocional

Anexos Características Guardar Limpiar Regresar Cancelar

Publicación de Objetos de Comunicación

Sección: [Seleccionar]

Tipo de Publicación: [Seleccionar]

Edades:

<input type="checkbox"/> 0 - 12 años	<input type="checkbox"/> 25 - 34 años
<input type="checkbox"/> 13 - 18 años	<input type="checkbox"/> 35 - 44 años
<input type="checkbox"/> 19 - 24 años	<input type="checkbox"/> 45 - 54 años
	<input type="checkbox"/> 55 y más años

Niveles Socioeconómicos (NSE):

<input type="checkbox"/> A	<input type="checkbox"/> C-
<input type="checkbox"/> B	<input type="checkbox"/> D
<input type="checkbox"/> C	<input type="checkbox"/> E

Características Específicas:

Personas Limas y Bona, S. de C. v.

Cobertura Geográfica:

Tipo de Cobertura:

Nacional e Internacional

Estados Federativos:

Industria Internacional:

Nacional e Internacional, etc.

6. Una vez realizado el Ajuste, para guardar los cambios en sistema es necesario que el usuario pulse el botón guardar  .

8. Para enviar la solicitud a la Coordinadora de Sector es necesario que el usuario pulse el botón enviar  .

SINC Sistema de Información de Normatividad de Comunicación

Departamento: CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MEXICO, S.A. DE CV

Inicio | Inicio de Sesión | Configuración | Ayuda

Inicio > Estrategias > Campañas > Mensaje Extrarrediano > Resultados de Estudios

Inicio > Mensajes > Mensaje Extrarrediano > Mensaje

Vista Previa

Versiones Mensaje

Año Fiscal: 2010

Coordinadora de Sector: Secretaría de Turismo

Dependencia/Entidad: CONSEJO DE PROMOCION TURISTICA DE MEXICO, S.A. DE CV

Nombre del Mensaje: Nombre de Mensaje Extrarrediano Nueva

Fecha de Elaboración: 20/09/2010

Naturaleza Jurídica: Empresa

Vigencia: Del 01 de Octubre de 2010 al 08 de Octubre de 2010

Código: 216 (0-200) (C02) 1225

Clasificación de Campaña: Campaña

Coordinación:

Carácter del Mensaje: Extrarrediano

Objetivo de Comunicación:

Objetivo de Comunicación del Mensaje Extrarrediano:

Justificación:

Justificación del Mensaje Extrarrediano:

» Meta a Alcanzar: Meta a Alcanzar del Mensaje Estratégico

» Población Objetivo Primaria: Ver »

» Población Objetivo Secundaria: Ver »

» Cobertura Geográfica: Ver »

» Plan de Medios a Utilizar

	Horarios Oficiales	Horarios Comerciales
Telerevistas		
Radiorretransmisiones		

	Presentación del Formato		Color del Formato	
	Audiovisual	Escrito	Blanco/Azul	Blanco/Verde
Medios Audiovisuales en el D.T.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medios Escritos en los Estados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Medios de difusión o medios	Recursos a Erogar (Miles de pesos)	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Frecuencia	Cant. Canal	Mensajes/día	Actividades
Telerevistas	0.00						<input type="checkbox"/> Audiovisual
Radiorretransmisiones	0.00						<input type="checkbox"/> Audiovisual
Medios Escritos en el D.T.	0.00	01/10/2010	05/10/2010	1/2 /hora			<input type="checkbox"/> Escrito
Medios Escritos en los Estados	0.00						<input type="checkbox"/> Escrito
Revistas	0.00						<input type="checkbox"/> Escrito
Medios Complementarios	0.00						<input type="checkbox"/> Escrito
Medios Electrónicos Intermedios	0.00						<input type="checkbox"/> Audiovisual <input type="checkbox"/> Audiovisual
Medios Impresos Internacionales	0.00						<input type="checkbox"/> Escrito
Medios Públicos	0.00						<input type="checkbox"/> Audiovisual <input type="checkbox"/> Audiovisual
Por Estudios	0.00						
Por Estados	0.00						
Diseño, producción, presentación, post-producción y montaje	0.00						
TOTAL DE RECURSOS A ERogar	0.00						

» Actividades Complementarias
» Actividades Complementarias del Mensaje Estratégico
» Razones para la Utilización de estos Medios:
Razones del Mensaje Estratégico

Rodrigo Fandi De los
Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial

RICARDO TORRES TELLO
Titular de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad

» Botones: ABRIR, CANCELAR

» Botones: Confirmar Envío, Regresar, Cancelar

» Notas Entidad/Coordinadora

» Botones: Botón de navegación, Botón de navegación, Botón de navegación

9. El sistema presenta la vista previa de la solicitud a enviar (Figura 5) y el usuario debe

pulsar el botón Confirmar



10. El sistema mostrará al usuario un Mensaje indicándoles que Su solicitud fue procesada exitosamente (Figura 6).

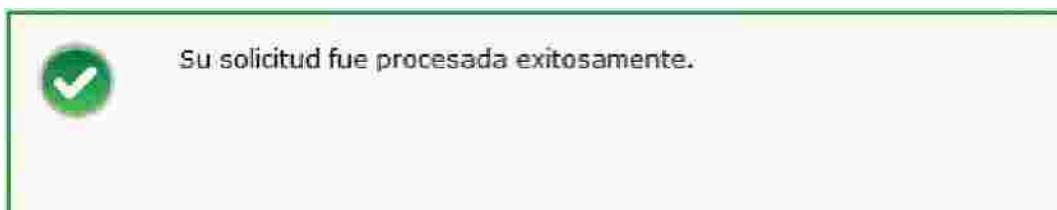


Figura 6 Mensaje de Guardado de Información de Ajuste .

11. El sistema genera el documento en PDF de la solicitud enviada (Figura 7).

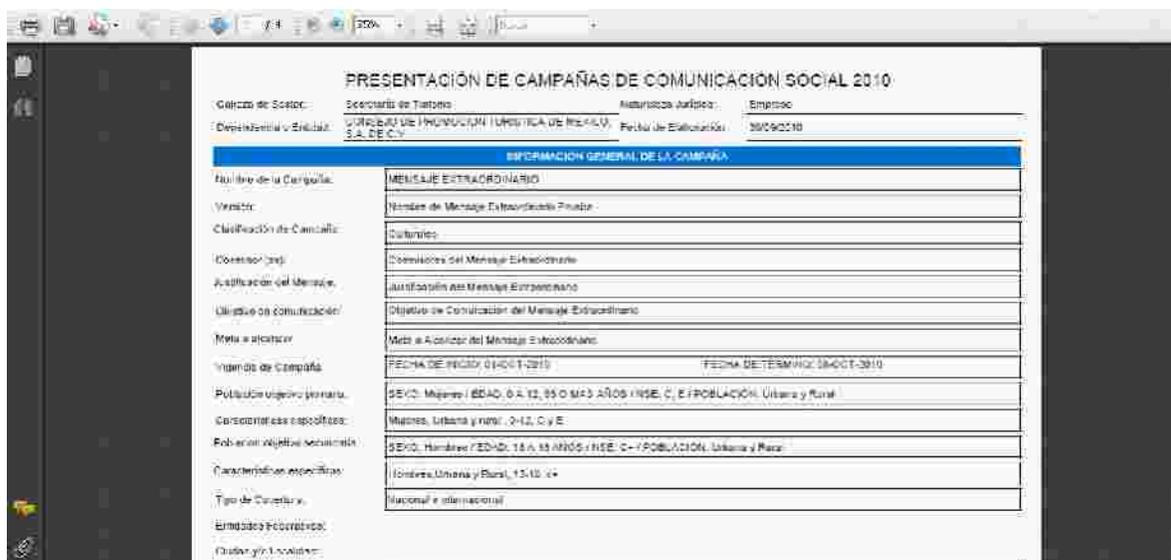


Figura 7 Formato PDF Solicitud Ajuste .

18. Ajuste Mensaje Extraordinario 3702.

1. Para registrar un Ajuste de Mensaje Extraordinario, primero debe existir una estrategia, un programa y un Mensaje Extraordinario autorizados por la DGNC de la partida 3702.
2. Para realizar esta acción se deberá pulsar el Módulo de Mensaje Extraordinario la opción Promoción y Publicidad > Ajustar (Figura 1).



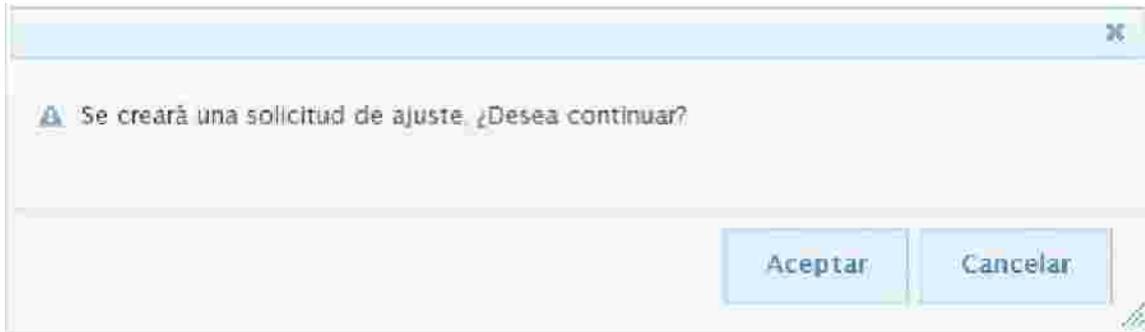
Figura 1 Módulo de Mensaje Extraordinario > Promoción y Publicidad > Ajuste.

3. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario listo para realizar el Ajuste de Mensaje Extraordinario (Figura 2).



Figura 2 Ajustar Mensaje Extraordinario 3702.

4. Una vez que se presentan los Mensajes Extraordinarios en el buzón o Resultados de Mensajes Extraordinarios disponibles para Ajustar, se pulsar el botón de detalle y el sistema enviará un mensaje de confirmación para crear la solicitud de Ajuste. (Figura 3).



Nota: Si se elige Cancelar, el sistema no generará la solicitud de Ajuste.

Figura 3. Mensaje de Confirmación para Crear la solicitud de Ajuste.

5. Una vez que se confirma el mensaje, el sistema desplegará la información del Mensaje Extraordinario seleccionado para tener la opción de Realizar el Ajuste. (Figura 4).

Mensaje de difusión a utilizar	Recursos a Estimar (Miles de pesos)	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Formato Contraste	Muestras de Materiales
Edificios	100.00	01/09/2010	30/09/2010	Color	<input type="checkbox"/> Guías Visual
Radiobifonías	100.00	01/09/2010	30/09/2010	Color 2D	<input type="checkbox"/> Guías táctil
Diarios Editados en el B.I.	10.00	01/09/2010	30/09/2010	Plano	<input type="checkbox"/> Braille
Diarios Editados en los Externos	0.00				<input type="checkbox"/> Braille
Resúmenes	0.00				<input type="checkbox"/> Braille
Medios Complementarios	1.00	01/09/2010	30/09/2010	Gráfico	<input type="checkbox"/> Muestra
Medios Electrónicos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Guías Visual
Medios Impresos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Guías táctil
Medios Públicos	0.00				<input type="checkbox"/> Guías Visual
Perifoneos	5.00			Predefinidos	<input type="checkbox"/> Guías táctil
Perifoneos Escritos	0.00				
Diseño, Producción, Reproducción, Post-producción y Entrega	0.00				
TOTAL	226.00				

A PLAZA:
018/10-2001-TC15-09421
Actividades Complementarias

FACT DE RAZÓN Y EFECTOS

Reasons for the utilization of these Media:
SON LOS DE MAYOR COBERTURA EN LAS ZONAS ESPECÍFICAS DEL PAS

Aceptar Crear Ajuste Guardar Imprimir Regresar Cancelar

Notas: Entidad: Gobernadora

Instituto de Capacitación y Rehabilitación 2010

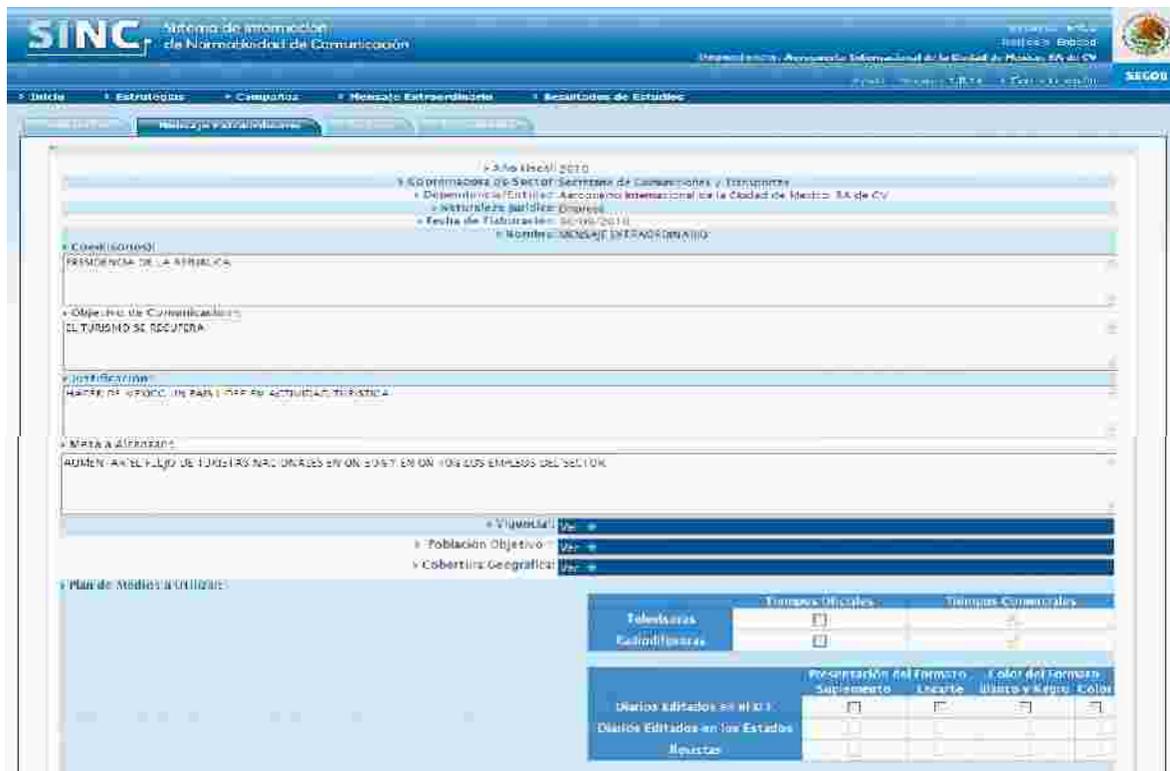


Figura 4 Registro Inclusión de Medios.

Nota: El usuario también podrá agregar Notas y Creatividades (Ver Sección de [Notas](#) y [Creatividades](#)).

6. Una vez realizado el Ajuste, para guardar los cambios en sistema es necesario que el usuario pulse el botón guardar .
8. Para enviar la solicitud a la Coordinadora de Sector es necesario que el usuario pulse el botón enviar .
9. El sistema presenta la vista previa de la solicitud a enviar (Figura 5) y el usuario debe pulsar el botón Confirmar .

Publicación Original

Nombre: Mujeres y hombres

Publicación: Nueva

Edición:

- 0 - 10 años
- 10 - 20 años
- 20 - 30 años
- 30 - 40 años
- 40 - 50 años
- 50 años +/a

Medios de Comunicación (MRE):

- 20
- 24
- 25
- 26
- 27
- 28

Características Especiales:

HOJERAS Y HOJERES EN GENERAL QUE ESTÉN INFORMADOS SOBRE LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO Y SU EFECTOS LA

Cobertura Geográfica:

- Tipo de Cobertura: Nacional
- Entidades Federativas:
- Cobertura Internacional:

Plan de Medios a Utilizar

	Preservación del formato	Color del formato
	Replanteamiento	Blanco y Negro (Cubo)
Diarios editados en el ICA	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medios editados en los Estados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hojeras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SINC SISTEMA DE INFORMACIÓN de Normatividad de Comunicación

Usuario: julio.rodriguez | Local: Ciudad de México

Dependencia: Secretaría de Gobernación de la Ciudad de México, SA de CV

Fecha: 20/09/2010 | Hora: 10:34 | Perfil: Usuario

Inicio | Estrategias | Campañas | Mensajes Extraordinarios | Resultados de Estudios

Vista previa

Versión: 10/09/2010

Ado Vigal: 2010

Coordinadora de sector: Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Dependencia/Entidad: Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, SA de CV

Nombre del Mensaje: MENSAJE EXTRAORDINARIO

Fecha de Publicación: 20/09/2010

Modalidad: (M) (B) (E) (D) (R)

Vigencia: (D) 01 de Septiembre de 2010 al 30 de Septiembre de 2010

Clave: 01810-2001701509451

Calificación:

PREVIDENCIA DE LA REPUBLICA

Objetivo de Comunicación: TURISMO EFERSUBPRA

Justificación:

ACCES DE MEX CO UN PAIS JEER ON ACTIVIDAD TURISTICA

Mensaje: Anuncio

COMENTARIOS: SUMO DE TURISTAS NAUUMBAO EN UN PAS TIEN EN LOS LOS EMBAJO DE SOLICIT

Medios de Difusión a Utilizar	Preservación de Formato (Medios de Difusión)	Color del Formato	Medio de Vigencia	Medio de Vigencia	Medio de Vigencia	Medio de Vigencia
Tubos	100.00	01/09/2010	30/09/2010	Spot	<input type="checkbox"/> Blanco y Negro	
Medios de Difusión	200.00	01/09/2010	30/09/2010	Spot	<input type="checkbox"/> Blanco y Negro	
Diarios editados en el ICA	0.00	01/09/2010	30/09/2010	Plan	<input type="checkbox"/> Blanco y Negro	
Diarios editados en los Estados	0.00				<input type="checkbox"/> Blanco y Negro	
Hojeras	0.00				<input type="checkbox"/> Blanco y Negro	
Medios de Comunicación	7.00	01/09/2010	30/09/2010	Objetivo	<input type="checkbox"/> Blanco y Negro	
Medios de Comunicación Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Blanco y Negro	
Medios de Comunicación Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Blanco y Negro	
Medios Públicos	0.00				<input type="checkbox"/> Blanco y Negro	
Pre-Estudios	5.00			INSTRUCIONES		
Post-Estudios	0.00					
Plan de Producción, Recopilación, Post-producción y Archivo	0.00					
TOTAL DE RECURSOS A PROCESAR	312.00					

Medios de Difusión a Utilizar:

Medios de Radio y Televisión:

Revisión para la liberación de espacios:

PLAN DE MEDIOS: CUBIERTA EN LAS ZONAS CERCANAS DEL AEROP.



Figura 5 Vista Previa envío Ajuste .

10. El sistema mostrará al usuario un Mensaje indicándoles que Su solicitud fue procesada exitosamente (Figura 6).

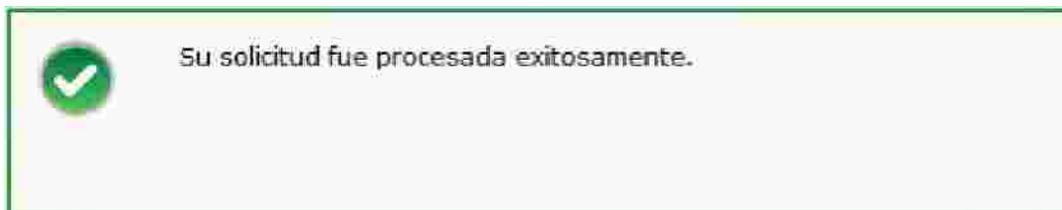


Figura 6 Mensaje de Guardado de Información de Ajuste.

11. El sistema genera el documento en PDF de la solicitud enviada (Figura 7).

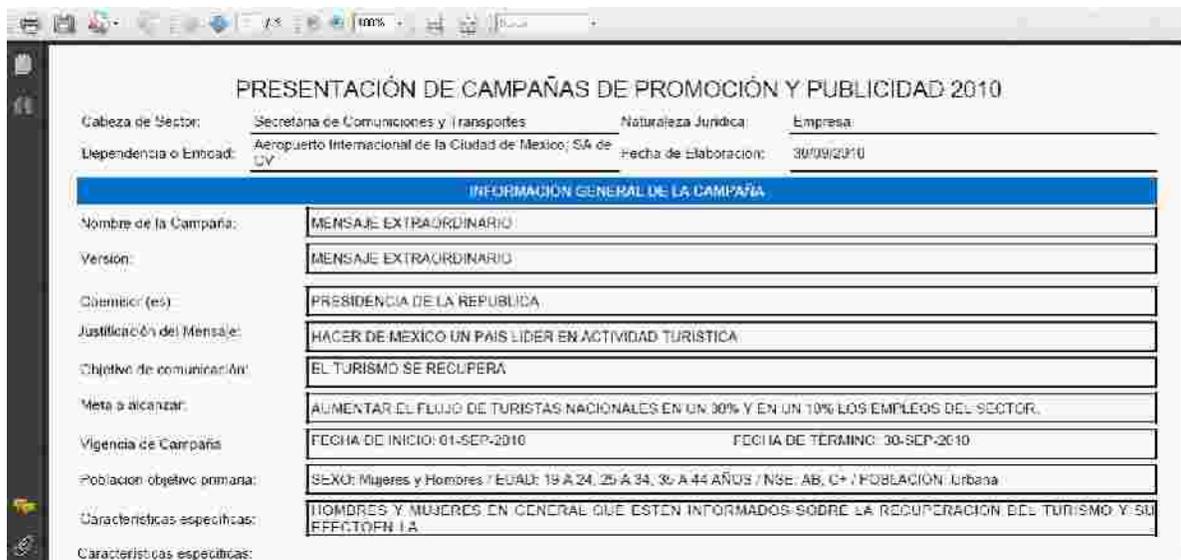


Figura 7 Formato PDF Solicitud Ajuste .

19. Cancelar Versión

1. Para poder cancelar una versión de campaña se deberá pulsar en el Módulo de Campañas y pulsar la opción de Cancelar Versión (Figura 1).

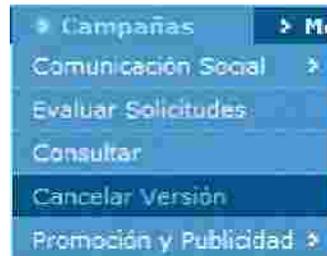


Figura 1 Módulo de Campañas>Consultar.

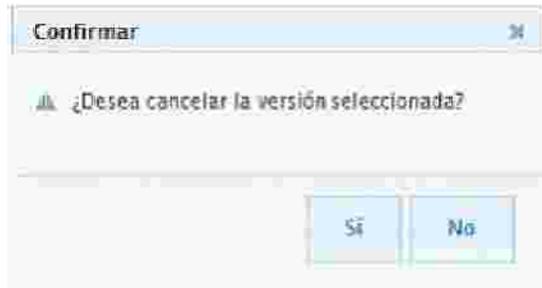
3. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario listo para realizar la cancelar una Versión (Figura 2).

A screenshot of a web application interface for canceling a campaign version. It features a search form with several dropdown menus and two buttons: 'Buscar' and 'Limpiar'. Below the form is a table titled 'Versiones disponibles para cancelar:' with one data row and a red 'X' icon in the last column. At the bottom, there is a section for 'Solicitudes de cancelación pendientes:' with the message 'No se encontró información.' and an empty table header.

Año Fiscal	Nombre Campaña	Nombre Versión	Partida	Estado Versión	Tipo Solicitud	Estado Solicitud	
2010	VACUNAS INFANTILES	Concurso	3701	AUTORIZADA	Autorización	EVALUADA DIGNO	X

Figura 2 Incluir Medios.

4. Para cancelar una versión se deberá pulsar el botón de detalle  y el sistema enviará un mensaje de confirmación para crear la solicitud de  lación de la versión. (Figura 3).



Nota: Si se elige Cancelar, el sistema no generará la solicitud de Cancelación.

Figura 3. Mensaje de Confirmación para la solicitud de la cancelación de una versión.

- Una vez que se confirma el mensaje, el sistema despliega la información de la versión seleccionada para tener la opción de Incluir Medios. (Figura 4).

Solicitar Cancelación de Versión de Campaña

Detalle

Versión/ Mensaje

» Año Fiscal:	2010
» Coordinadora de Sector:	SECRETARIA DE SALUD
» Dependencia/Entidad:	CENTRO DE VIGILANCIA EPIDEMIOLOGICA Y CONTROL DE ENFERMEDADES
» Nombre de la Campaña:	VACUNAS INFANTILES
» Vigencia de la Campaña:	Del 01 de Octubre de 2010 al 24 de Diciembre de 2010
» Fecha de Elaboración:	30/09/2010
» Naturaleza Jurídica:	Naturaleza Jurídica 09
» Nombre de la Versión:	Concurso
» Vigencia de la Versión de Campaña:	Del 01 de Octubre de 2010 al 31 de Octubre de 2010
» Clave de Versión:	021/10-2001-TC05-12960
» Clasificación de Campaña:	Clasificación de Campaña 09
» Tema Específico:	Salud para todos

Comisor(es):
Servicio de Administración Tributaria (SAT)

Objetivo Institucional:
Proponer, dirigir y controlar la política económica del Gobierno Federal en materia fiscal

Objetivo de Comunicación:
PROVEER A LA POBLACION INFANTIL EL ESQUEMA DE VACUNACION BASICO PARA SU DESARROLLO.

Meta a Alcanzar:
Lograr una recordación de 25% de la campaña entre la población objetivo

» Población Objetivo Primaria: Me +

» Población Objetivo Secundaria: Me +

» Cobertura Geográfica: Me +

Pre-Estudios	0.00				
Post-Estudios	0.00				
Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y Copiado	0.00				
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR	1,370.37				

Actividades Complementarias:
 Información impresa en los módulos y administraciones locales del SAT, además de información en diversas instalaciones del Gobierno Federal.

Razones para la Utilización de estos Medios:
 Medios electrónicos (radio y televisión) a través de tiempos comerciales y medios públicos para lograr cobertura, impacto y recordación. Se utilizan además medios impresos, de acuerdo al público objetivo para reforzar el mensaje de la campaña y complementar la información importante a los contribuyentes que deben cumplir con sus obligaciones fiscales. Se utiliza Internet para facilitar el acceso a la página del SAT y así fomentar que los contribuyentes ingresen a realizar sus declaraciones y mobiliario urbano para reforzar la recordación en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

RODRIGO BRAND DE LARA
Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial

RICARDO TREVILLA TREJO
Titular de Comunicación Social de la Dependencia o Entidad

[Anexo](#) [Creatividades](#)

[Enviar](#) [Regresar](#)

Notes Entidad/Coordinadora

Plan de Medios a Utilizar

	Tiempos Oficiales		Tiempos Comerciales	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Televisoras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Radiodifusoras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Presentación del Formato		Color del Formato	
	Suplemento	Encarte	Bianco y Negro	Color
Diarios Editados en el D.F.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diarios Editados en los Estados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Revistas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Medios de Difusión a Utilizar	Recursos a Erogar (miles de pesos)	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Formato Contratado	Muestras de Materiales
Televisoras	1,050.00	01/10/2010	22/10/2010	Spot 30"	<input type="checkbox"/> Guión visual
Radiodifusoras	320.37	14/10/2010	31/10/2010	Spot 30"	<input type="checkbox"/> Guión radiofónico
Diarios Editados en el D.F.	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Diarios Editados en los Estados	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Revistas	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Medios Complementarios	0.00				<input type="checkbox"/> Muestra
Medios Electrónicos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Guión visual <input type="checkbox"/> Guión radiofónico
Medios Impresos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Boceto
Medios Públicos	0.00				<input type="checkbox"/> Guión visual <input type="checkbox"/> Guión

Figura 4 Vista previa para enviar la solicitud de la cancelación.

6. Para realizar la cancelación de la versión es necesario que el usuario pulse el botón



7. Para enviar la solicitud a la Coordinadora de Sector es necesario que el usuario pulse el botón enviar y el sistema muestra un mensaje para la confirmación de la cancelación (Figura 5).

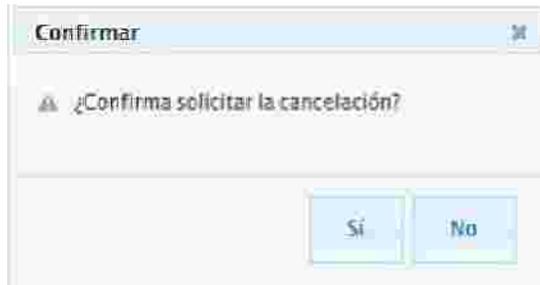


Figura 5 Mensaje para confirmar el envío de la solicitud de la cancelación.

9. Una vez que se confirmo el envío el sistema manda u mensaje indicando que la solicitud fue exitosamente (Figura 5)



Figura 6 Mensaje informativo de una solicitud procesada con éxito.

20. Consultar Versión

Consultar Versión de Campaña

1. Para poder consultar versiones de campaña se deberá pulsar en el Módulo de Campañas y pulsar la opción de Consultar (Figura 1).

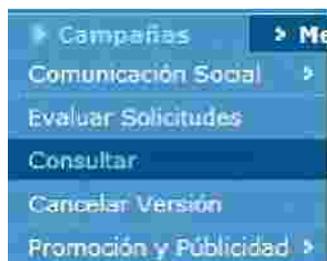


Figura 1 Módulo de Campañas > Consultar.

- El sistema mostrará una pantalla al usuario donde se presentan las opciones de Versión de Campaña y Mensaje Extraordinario, elegir la opción de Versión de Campaña (Figura 2).



Figura 2 Elegir Versión de Campaña.

- El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario donde se podrá realizar filtros para la búsqueda de las versiones con un listado de resultados correspondientes al año fiscal en curso (Figura 3).

Año Fiscal de la Estrategia	Coordinadora de Sector	Dependencia o Entidad	Nombre de la Campaña	Nombre de la Versión de Campaña	Partida	Estado de la Versión de Campaña	Tipo de la Solicitud	Estado de la Solicitud
2018	Coordinadora de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca	COORDINACIÓN NACIONAL DE AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA	RED DE CAMPAÑA 02	001	001	REGISTRADA	Subordinación	CREADA

Figura 3 Consultar Versión de Campaña.

- Si se desea filtrar los resultados obtenidos será necesario especificar por lo menos el año fiscal, ya que es dato requerido, los demás filtros de búsqueda son opcionales; una vez que se tengan definidos los filtros de búsqueda pulsar el botón **Buscar** (Figura 4). Si se desea limpiar los filtros de búsqueda pulsar el botón **Limpiar**.

Figura 4 Formulario de búsqueda en Consultar Versión de Campaña.

- El sistema mostrará el listado de resultados que coincidan con los filtros de búsqueda especificados (Figura 5), en caso de no existir resultados se mostrará la leyenda **No existen resultados** (Figura 6).

Figura 5 Resultados de la búsqueda filtrados.

Figura 6 Búsqueda que no arroja resultados.

- Una vez encontrada la versión que se desea consultar se deberá pulsar el botón de detalle  y el sistema desplegará la información de la versión seleccionada para su consulta (Figura 7).



7. Dentro del detalle de la versión será posible consultar tanto las [Creatividades](#) como los [Anexos](#) (Figura 8) y los [Oficios](#) (Figura 9).



Figura 8 Botones de Anexos y Creatividades.

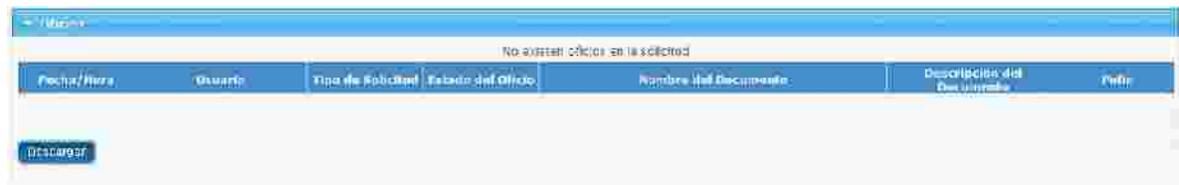


Figura 9 Sección de Oficios.

21. Consultar Mensaje Extraordinario

Consultar Mensaje Extraordinario

1. Para poder consultar los mensajes extraordinarios se deberá pulsar en el Módulo de Campañas y pulsar la opción de Consultar (Figura 10).

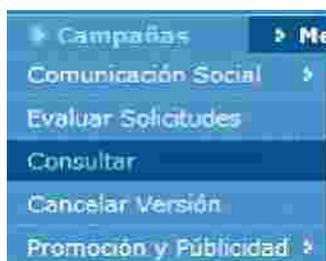


Figura 10 Módulo de Campañas>Consultar

2. El sistema mostrará una pantalla al usuario donde se presentan las opciones de Versión de Campaña y Mensaje Extraordinario, elegir la opción de Mensaje Extraordinario (Figura 11).



Figura 11 Elegir Mensaje Extraordinario.

3. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario donde se podrá realizar filtros para la búsqueda de los mensajes extraordinarios con un listado de resultados correspondientes al año fiscal en curso (Figura 12).

A screenshot of a web application interface for searching 'Mensaje Extraordinario'. The interface includes a search form with several filters: 'Año fiscal' (set to 2010), 'Coordinadora de Sector' (set to 'Coordinadora de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca'), 'Nombre del Mensaje Extraordinario', 'Partida' (set to 'Selección'), 'Estado del Mensaje Extraordinario' (set to 'Selección'), 'Tipo de la Última Solicitud' (set to 'Selección'), and 'Estado de la Última Solicitud' (set to 'Selección'). Below the search form are 'Buscar' and 'Limpiar' buttons. A table displays the search results with the following columns: 'Año Fiscal de la Solicitud', 'Coordinadora de Sector', 'Dependencia o Entidad', 'Nombre del Mensaje Extraordinario', 'Partida', 'Estado del Mensaje Extraordinario', 'Tipo de la Solicitud', and 'Estado de la Solicitud'. The table contains one row of data for the year 2010. At the bottom of the page, there are navigation controls including 'Página 1 de 1' and arrows for navigation.

Figura 12 Consultar Mensaje Extraordinario.

4. Si se desea filtrar los resultados obtenidos será necesario especificar por lo menos el año fiscal, ya que es dato requerido, los demás filtros de búsqueda son opcionales; una vez que se tengan definidos los filtros de búsqueda pulsar el botón **Buscar** (Figura 13). Si se desea limpiar los filtros de búsqueda pulsar el botón **Limpiar**. Cabe mencionar que en caso de que se desee filtrar por *Estado del Mensaje Extraordinario*, será necesario elegir un tipo de partida antes de elegir un estado del Mensaje Extraordinario.

Figura 13 Formulario de búsqueda en Consultar Mensaje Extraordinario.

5. El sistema mostrará el listado de resultados que coincidan con los filtros de búsqueda especificados (Figura 14), en caso de no existir resultados se mostrará la leyenda **No existen resultados** (Figura 15).

Año Fiscal de la Dependencia	Coordinador de Sector	Dependencia o Entidad	Nombre del Mensaje Extraordinario	Partida	Estado del Mensaje Extraordinario	Tipo de la Solicitud	Estado de la Solicitud
2010	Coordinador de Dependencia, Dependencia, Desarrollo Administrativo y Recursos Humanos	COMISION NACIONAL DE SEGURIDAD Y DEFENSA	EL TURISMO SE RECUPERA	3701	CREADO	Autorización	CREADA

Figura 14 Resultados de la búsqueda filtrados.



Figura 15 Búsqueda que no arroja resultados.

6. Una vez encontrada el mensaje extraordinario que se desea consultar se deberá pulsar el botón de detalle  y el sistema desplegará la información del mensaje extraordinario seleccionado para su consulta (Figura 16).

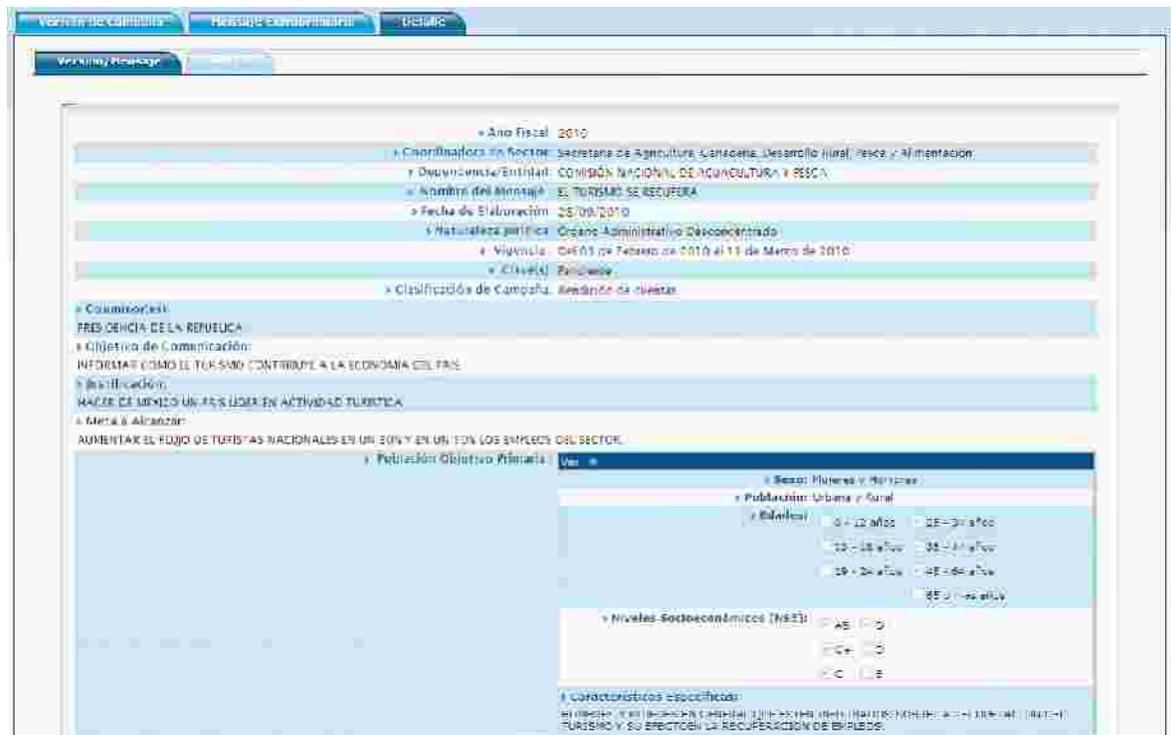


Figura 16 Detalle de la Versión de Campaña.

7. Dentro del detalle del mensaje extraordinario será posible consultar tanto las [Creatividades](#) como los [Anexos](#) (Figura 17) y los Oficios (Figura 18).

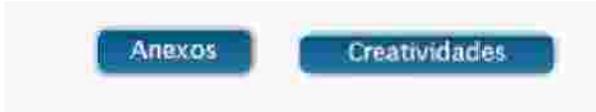


Figura 17 Botones de Anexos y Creatividades.



Figura 18 Sección de Oficios.

22. Informe Final de Avances de una Versión de Campaña de Promoción y Publicidad.

1. Para realizar el informe Final de Avances de una Versión de Campaña de Promoción y Publicidad primero debe existir una solicitud de avance de versión previamente autorizada por la DGNC.
2. Para realizar esta acción la Entidad o la Coordinadora de Sector deberá pulsar el Módulo de Campañas > Promoción y Publicidad y pulsar la opción de Informe Final (Figura 1).

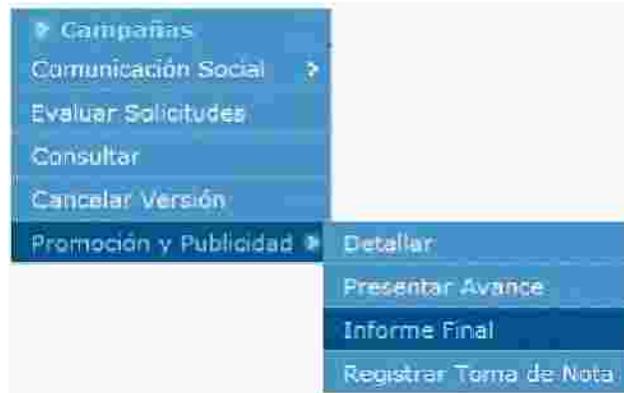


Figura 1 Módulo para realizar un informe final.

3. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario con las versiones disponibles para realizar el informe final de avances (Figura 2) que se divide en dos tablas, una de ellas se muestran las versiones que no cuentan con una solicitud iniciada mientras en la segunda tabla se muestran las solicitudes de informe final pendientes por enviar.



Figura 2 Versiones disponibles para iniciar un informe final.

4. Para realizar el informe final de una versión se deberá pulsar el botón de Iniciar informe final y el sistema desplegará el siguiente mensaje (Figura 3) para la confirmación del inicio siempre y cuando la versión no tenga una solicitud ya creada.

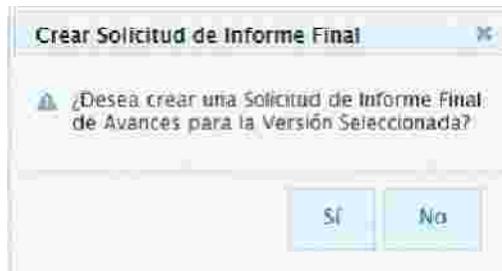


Figura 3 Pantalla de confirmación.

5. Al confirmar la operación el sistema desplegará la información de la versión seleccionada con la opción de modificar Nombre de la Campaña, Vigencia, así como el plan de medios a utilizar (Figura 4) por medio de la adición o eliminación de espacios programáticos.

> Año Fiscal: 2000
 > Coordinadora de Sección: SECRETARÍA DE ECONOMÍA
 > Dependencia/Entidad: FIDUCIARIO DEL PROGRAMA NACIONAL DE FINANCIAMIENTO AL MICROEMPRESARIO
 > Naturaleza Jurídica: Fideicomiso Público
 > Fecha de Elaboración: 30/09/2000
 > Nombre de la Campaña: CREDITO PARA MAS PRODUCTOS 2
 > Nombre de la Versión: Europa Cooperativa
 > Comisaría: Secretaría de Turismo
 > Objetivo de Comunicación: DAR A CONOCER LOS MODELOS, PLANES Y PROGRAMAS, ASI COMO OPORTUNIDADES, PLAZOS Y VENTAJAS QUE TIENEN LOS FINANCIAMIENTOS QUE OFRECE FINANAR PARA TENER MAS ACOMPTOS.
 > Mensaje a Avanzar: CONOCIMIENTO DEL SON DE LOS PRODUCTORES SOBRE LOS PLANES Y PROGRAMAS DE CREDITOS QUE OFRECE FINANAR
 > Vigencia: Ver >
 > Población Objetivo: Ver >
 > Cobertura Geográfica: Ver >

> Plan de Medios a Utilizar:

	Tiempo Ofertado		Tiempo Comerciales	
Televisión	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
Radio/Revista	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

Diarios Editados en el D.F. Diarios Editados en los Estados Revistas	Presentación del Formulario		Color del Formulario		Color
	Suplemento	Encarte	Blanco y Negro	Color	
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Medios de Difusión a Utilizar	Recursos a Utilizar (en miles de pesos)	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Formas de Mensaje	Nuestras de Muestras
Televisión	0.00				<input type="checkbox"/> Guión visual
Radio/Revista	0.00				<input type="checkbox"/> Guión radiofónico
Diarios Editados en el D.F.	0.00				<input type="checkbox"/> Bóveda
Diarios Editados en los Estados	0.00				<input type="checkbox"/> Bóveda
Revistas	0.00				<input type="checkbox"/> Bóveda
Medios Complementarios	0.00				<input type="checkbox"/> Muestra
Medios Electrónicos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Guión visual <input type="checkbox"/> Guión radiofónico
Medios Impresos Internacionales	0.00				<input type="checkbox"/> Bóveda
Medios Públicos	0.00				<input type="checkbox"/> Guión visual <input type="checkbox"/> Guión radiofónico
Pre-Estudios	0.00				
Post-Estudios	0.00				
Diseño, Producción, Reprografía, Post-producción y Copado	20.00			DISEÑO Y SERVICIOS PUBLICITARIOS	
TOTAL DE RECURSOS A UTILIZAR	20.00				

> Clave(s): 017/06-2001-TC16-00001
 > Actividades Complementarias:
 Actividades:

> Razones para la Utilización de estos Medios:
 Razones:

Aceptar Cancelar Guardar Enviar Cerrar

Figura 4 Pantalla para realizar el avance.

6. Para Guardar los cambios de esta pantalla en sistema es necesario que el usuario pulse el botón **Guardar**.
8. El sistema permite administrar las [Creatividades](#) mediante el botón **Creatividades**.
9. Para la administración de espacios programáticos se deberá pulsar el botón **Anexos**.
10. El sistema mostrará la siguiente pantalla para la administración anexos (Televisoras, Radiodifusoras, Medios Impresos, Medios complementarios y de Servicios Publicitarios y Estudios) (Figura 5).



Figura 5 Anexos de la versión.

11. Para agregar o modificar notas de la Entidad o de Coordinadora de Sector se deberá dar clic sobre la sección de notas **Notas Entidad/Coordinadora**.
12. Para enviar el informe final de avances de versión para que sea evaluada se deberá pulsar el botón **Enviar** dentro de la pestaña de la solicitud de Informe Final.
13. El sistema mostrará la siguiente la vista previa de la versión con la información de todos los avances presentados (Figura 6).

14. Para confirmar el envío del informe final de avances se deberá pulsar el botón **Confirmar Envío** y el sistema mostrará al usuario un Mensaje indicándole que su solicitud de informe generada fue enviada correctamente.

23. Resultados de Estudios de Versión de Campaña

1. Las operaciones que se pueden realizar en el sistema concernientes a los Resultados de Estudios son las siguientes:

- Registrar Resultados de Estudios
- Consultar Resultados de Estudios

23.1. Registrar Resultados de Estudio de Versión de Campaña

Registrar Resultados de Estudio de Versión de Campaña

1. Para poder registrar Resultados de Estudio de Versión de Campaña se deberá pulsar en el Módulo de Resultados de Estudios y pulsar la opción de Registrar (Figura 1).

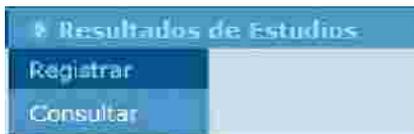
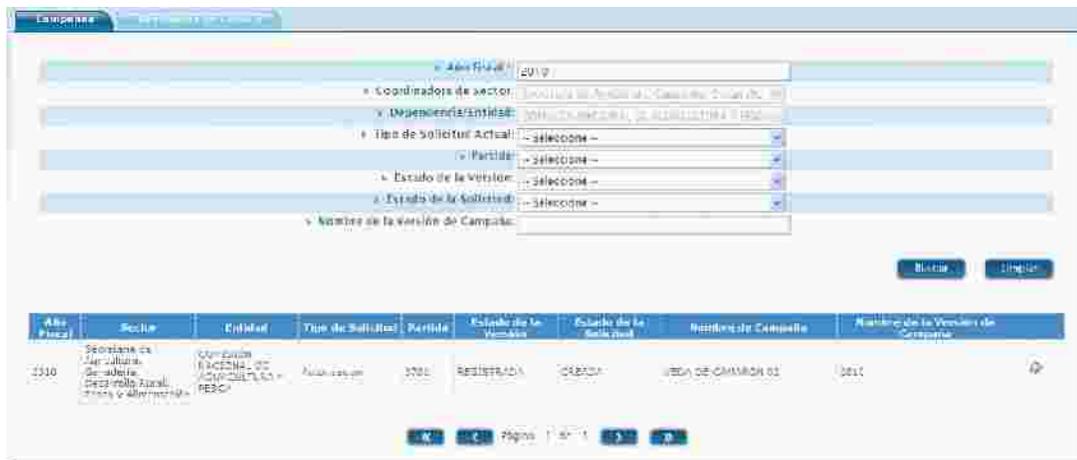


Figura 1 Módulo de Resultados de Estudios > Registrar.

2. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario donde se podrá realizar filtros para la búsqueda de las versiones disponibles para registrarles Resultados de Estudios con un listado de resultados correspondientes al año fiscal en curso (Figura 2).



3. Si se desea filtrar los resultados obtenidos será necesario especificar por lo menos el año fiscal, ya que es dato requerido, los demás filtros de búsqueda son opcionales; una vez que se tengan definidos los filtros de búsqueda pulsar el botón **Buscar** (Figura 3). Si se desea limpiar los filtros de búsqueda pulsar el botón **Limpiar**.

Figura 3 Formulario de búsqueda en Registrar Resultados de Estudio de Versión de Campaña.

4. El sistema mostrará el listado de resultados que coincidan con los filtros de búsqueda especificados (Figura 4), en caso de no existir resultados se mostrará la leyenda **No existen resultados** (Figura 5).

Año Fiscal	Sector	Entidad	Tipo de Solicitud	Partida	Estado de la Versión	Estado de la Solicitud	Nombre de Campaña	Nombre de la Versión de Campaña
2010	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Forestal	COMISION NACIONAL DE ACUACULTURA Y PESCA	Autorización	0701	REGISTRADA	CREADA	VEDA DE CAMARÓN DE	2010

Figura 4 Resultados de la búsqueda filtrados.

No existen resultados.

Año Fiscal	Sector	Entidad	Tipo de Solicitud	Partida	Estado de la Versión	Estado de la Solicitud	Nombre de Campaña	Nombre de la Versión de Campaña
------------	--------	---------	-------------------	---------	----------------------	------------------------	-------------------	---------------------------------

Figura 5 Búsqueda que no arroja resultados.

5. Una vez encontrada la versión a la que se le desea registrar Resultados de Estudio se deberá pulsar el botón de *Registrar Estudio*  y el sistema desplegará la siguiente pantalla con un formulario para el registro del Resultado de Estudio (Figura 6) y un listado con los Resultados de Estudio previamente registrados espondientes a la versión elegida.



Figura 6 Formulario para registrar Resultados de Estudio.

6. Para poder registrar Resultados de Estudio será necesario llenar la información marcada como requerida en el formulario de registro, para ello, en el campo *Resultado de Estudio de Versión de Campaña* se debe de pulsar el botón **Browse...** el cual mostrará una ventana como la que se muestra (Figura 7), en dicha ventana se elegirá el archivo que representa el Resultado de Estudio.

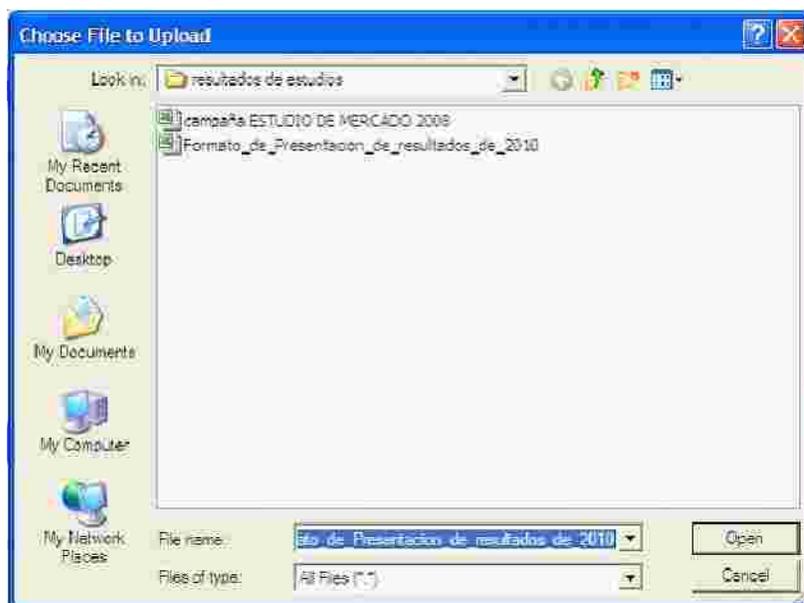


Figura 7 Se debe elegir un archivo.

7. Una vez que se eligió el archivo a adjuntar se deben llenar los demás campos del formulario de registro (Figura 8).

Figura 8 Formulario de registro listo para guardar.

8. Ya llenado el formulario de registro se procede al guardado del Resultado Estudio, para ello es necesario pulsar en el botón **Guardar**, si la información capturada y el archivo adjuntado son válidos el sistema guardara la información, limpiará el formulario de registro, informará del éxito en el guardado y refrescará el listado de resultados (Figura 9), en caso de que suceda algún error el sistema informará de dichos errores (Figura 10). Si se desea limpiar el formulario de registro solo se debe pulsar el botón **Limpiar**.

Nombre del Estudio	Tipo de Estudio	Descripción del Documento	Fecha de Creación	Autor	nombre del documento
Estudio de Mercado 2010	Estudio	CONOCER EL NIVEL DE PENETRACIÓN DE LA CAMPAÑA DE... COMPANICION DE SECTOR... ELEMENTOS DE SUBODOR... INFLUEN EN LA RECORDACIÓN Y COMPRENSIÓN DE SUS MENSAJES	28/09/2010	unidad de desarrollo	campaña 11111111 DE MERCADO... 000000

Figura 9 Éxito en la operación de guardado.

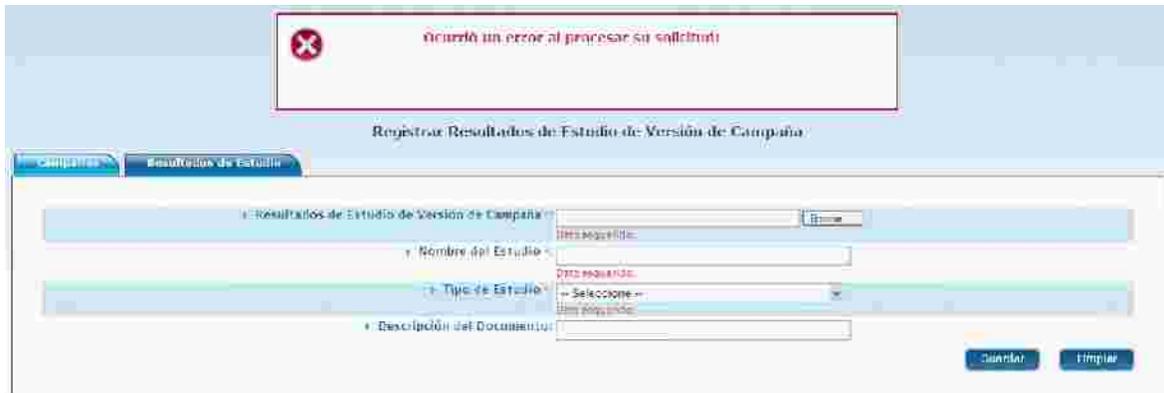


Figura 10 Errores en la operación de guardado.

Eliminar Resultados de Estudio de Versión de Campaña

1. Para poder eliminar Resultados de Estudio de Versión de Campaña se deberá pulsar en el Módulo de Resultados de Estudios y pulsar la opción de Registrar (Figura 11).



Figura 11 Módulo de Resultados de Estudios > Registrar.

2. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario donde se podrá realizar filtros para la búsqueda de las versiones disponibles y un listado de resultados correspondientes al año fiscal en curso (Figura 12).



Figura 12 Consultar Versión de Campaña disponibles.

3. Si se desea filtrar los resultados obtenidos será necesario especificar por lo menos el año fiscal, ya que es dato requerido, los demás filtros de búsqueda son opcionales; una vez que se tengan definidos los filtros de búsqueda pulsar el botón **Buscar** (Figura 13). Si se desea limpiar los filtros de búsqueda pulsar el botón **Limpiar**.

Figura 13 Formulario de búsqueda en Registrar Resultados de Estudio de Versión de Campaña.

4. El sistema mostrará el listado de resultados que coincidan con los filtros de búsqueda especificados (Figura 14), en caso de no existir resultados se mostrará la leyenda **No existen resultados** (Figura 15).

Año Fiscal	Sector	Entidad	Tipo de Solicitud	Partida	Estado de la Versión	Estado de la Solicitud	Nombre de la Campaña	Nombre de la Versión de Campaña
2010	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca	COMISIÓN NACIONAL DE ACUICULTURA Y PESCA	Autorización	0701	REGISTRADA	CREADA	VEDA DE CAMARÓN DE	2010

Figura 14 Resultados de la búsqueda filtrados.

Año Fiscal: 2011
 Coordinadora de Sector: SECRETARÍA DE ASISTENCIA COMUNITARIA ORIENTADA
 Dependencia/Entidad: COMISIÓN NACIONAL DE ACCIONES DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN
 Tipo de Solicitud Actual: Ampliación de vigencia
 Entidad: Selección -
 Estado de la Versión: AUTORIZADA
 Estado de la Solicitud: ACEPTADA CE
 Nombre de la Versión de Campaña:

No. Filas: 1 resultado(s)

Año Fiscal	Sector	Entidad	Tipo de Solicitud	Fecha	Estado de la Versión	Estado de la Solicitud	Nombre de Campaña	Nombre de la Versión de Campaña

Figura 15 Búsqueda que no arroja resultados.

5. Una vez encontrada la versión a la que se le desea registrar Resultados de Estudio se deberá pulsar el botón de *Registrar Estudio*  y el sistema desplegará la siguiente pantalla con un formulario para el registro del Resultado Estudio (Figura 16) y un listado con los Resultados de Estudio previamente registrados correspondientes a la versión elegida.

Resultados de Estudio de Versión de Campaña:
 Número del Estudio:
 Tipo de Estudio: Selección -
 Descripción del Documento:

Nombre del Estudio	Tipo de Estudio	Descripción del Documento	Fecha de Emisión	Usuario	Nombre del Documento
Estudio de Mercado 2010	Tráfico	CONOCER EL NIVEL DE PENETRACIÓN DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DE SECTOR, ASIGNAR IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DE AUDIO QUE PRESENTAN LA REGULACIÓN Y CUMPLIMIENTO DE SUS PRELIMINARES.	28/09/2010	entidad 02 capacitación	Campaña SETIEMBO DE HERCIBIO 2009.2.3

Figura 16 Formulario de registro y listado de resultados.

6. Para poder eliminar Resultados de Estudio será necesario pulsar sobre el botón  y el sistema abrirá un diálogo de confirmación (Figura 17).

Confirmar

 ¿Confirma la eliminación?

Figura 17 Diálogo de confirmación.

7. Una vez desplegado el diálogo, si se realmente se desea eliminar el Resultado de Estudio seleccionado se debe pulsar sobre el botón **Sí**, entonces el sistema procederá a la eliminación del Resultado de Estudio e informará al usuario del éxito en la operación, cabe mencionar que la información eliminada no podrá ser recuperada (Figura 18). En caso de que no se desee eliminar el Resultado de Estudio bastará con pulsar sobre el botón **No** y el sistema cerrara el diálogo de confirmación.



Figura 18 Eliminación exitosa.

23.2. Consultar Resultados de Estudio de Versión de Campaña

1. Para poder consultar Resultados de Estudio de Versión de Campaña se deberá pulsar en el Módulo de Resultados de Estudios y pulsar la opción de Consultar (Figura 1).



Figura 1 Módulo de Resultados de Estudios > Consultar.

2. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario donde se podrá realizar filtros para la búsqueda de las versiones disponibles y un listado de resultados correspondientes al año fiscal en curso (Figura 2).



- Si se desea filtrar los resultados obtenidos será necesario especificar por lo menos el año fiscal, ya que es dato requerido, los demás filtros de búsqueda son opcionales; una vez que se tengan definidos los filtros de búsqueda pulsar el botón **Buscar** (Figura 3). Si se desea limpiar los filtros de búsqueda pulsar el botón **Limpiar**.

Figura 3 Formulario de búsqueda en Consultar Resultados de Estudio de Versión de Campaña.

- El sistema mostrará el listado de resultados que coincidan con los filtros de búsqueda especificados (Figura 4), en caso de no existir resultados se mostrará la leyenda **No existen resultados** (Figura 5).

Año Fiscal	Sector	Entidad	Tipo de Solicitud	Partida	Estado de la Versión	Estado de la Solicitud	Nombre de Campaña	Número de la Versión de Campaña
2010	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca	COMISION NACIONAL DE ACUICULTURA Y PESCA	Autorización	7001	REGISTRADA	CREADA	VITA NUTRACIONAL	DATA

Figura 4 Resultados de la búsqueda filtrados.

No existen resultados.

Año Fiscal	Sector	Entidad	Tipo de Solicitud	Partida	Estado de la Versión	Estado de la Solicitud	Nombre de Campaña	Número de la Versión de Campaña
------------	--------	---------	-------------------	---------	----------------------	------------------------	-------------------	---------------------------------

Figura 5 Búsqueda que no arroja resultados.

5. Una vez encontrada la versión a la que se le desea registrar Resultados de Estudio se deberá pulsar el botón de *Registrar Estudio*  y el sistema desplegará la siguiente pantalla con un listado de los Resultados de Estudio previamente registrados correspondientes a la versión elegida y el botón **Descargar** (Figura 6). En caso de que no existan Resultados de Estudio registrados el sistema mostrará la leyenda **No existen resultados** (Figura 7).

Nombre del Estudio	Tipo de Estudio	Descripción del Documento	Fecha de Creación	Autor	Nombre del Documento
Estudio de Mercado 2010	Tracking	CONOCER EL NIVEL DE PENETRACIÓN DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN DE SECTUR. ASISTIR E IDENTIFICAR LOS ELEMENTOS DE AUDO QUE INFLUYEN EN LA RECOLECCIÓN Y CONSERVACIÓN DE SUS MENSAJES.	12/07/2010	Estudio de Investigación	Formato de Presentación de...

Página 1 de 1

Descargar

Figura 6 Listado de Resultados de Estudio disponibles.

No existen resultados

Nombre del Estudio	Tipo de Estudio	Descripción del Documento	Fecha de Creación	Autor	Nombre del Documento
--------------------	-----------------	---------------------------	-------------------	-------	----------------------

Descargar

Figura 7 Listado sin Resultados de Estudio disponibles.

6. Para poder descargar un Resultado de Estudio será necesario seleccionarlo pulsando sobre el registro deseado, una vez seleccionado el Resultado de Estudio pulsar el botón **Descargar** y el sistema mostrará una ventana como la que se muestra (Figura 8), en dicha ventana se elegirá alguna de las opciones según lo que el usuario requiera. En caso de que no se elija ningún Resultado de Estudio y se pulse sobre el botón **Descargar** el sistema enviará un error (Figura 9).

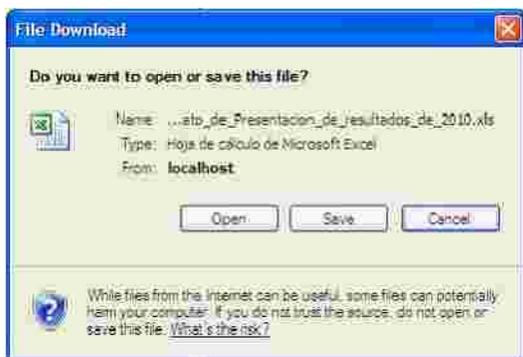


Figura 8 Descargar un Resultado de Estudio.

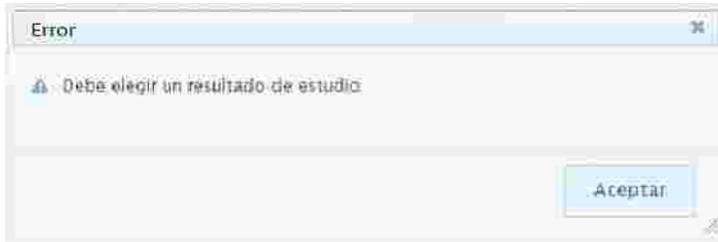


Figura 9 Error al descargar sin haber seleccionado un Resultado de Estudio.

24.Creatividades

1. A todas las versiones registradas en el sistema se les puede adjuntar los archivos de sus creatividades para su posterior consulta. El sistema cuenta con las siguientes funcionalidades con respecto a las creatividades:

- Administrar Creatividades
- Consultar Creatividades

24.1. Administrar Creatividades

Registrar Creatividades

1. Para poder registrar Creatividades será necesario pulsar sobre el botón **Creatividades**.
2. El sistema mostrará al usuario la siguiente pantalla donde se muestra el nombre de la Versión de Campaña o del Mensaje Extraordinario y su vigencia, se podrá registrar las Creatividades de la versión en curso y a su vez se mostrará un listado con las Creatividades previamente registradas a la versión, en caso de no existir Creatividades el sistema mostrará la leyenda **No se encontró información** (Figura 1).

The screenshot shows a web application interface for managing creativities. At the top, it displays 'Versión/Mensaje: EL TURISMO SE RECUPERA' and 'Vigencia: Del 03 de Febrero de 2010 al 11 de Marzo de 2010'. Below this is a form with three fields: 'Creatividad' with an 'Browse...' button, 'Nombre', and 'Descripción' (with a note '(Puede escribir hasta 700 caracteres)'). There are 'Guardar' and 'Limpiar' buttons. Below the form, a message states 'No se encontró información'. At the bottom, there is a table with columns 'Fecha/Hora', 'Nombre', and 'Descripción', and a 'Descargar' button.

/ Figura 1 Pantalla principal para la Administración de des.

3. Para registrar una Creatividad será necesario adjuntar el archivo de la Creatividad, para ello se debe pulsar sobre el botón **Browse...**, el sistema mostrará la siguiente pantalla (Figura 2) donde se deberá elegir un archivo, para completar el registro de la Creatividad se debe especificar un nombre y, opcionalmente, una descripción (Figura 3). Si se desea limpiar el formulario de registro se debe pulsar el botón **Limpiar**.

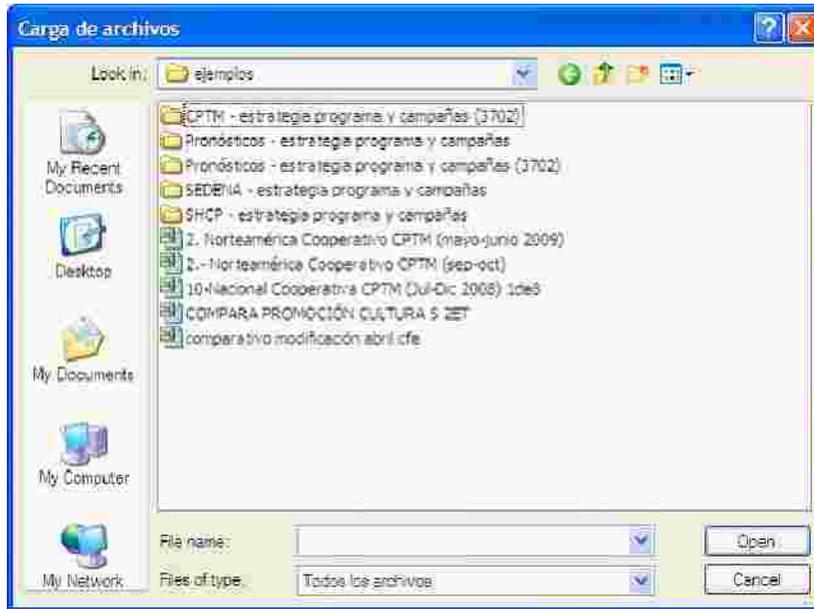


Figura 2 Debe seleccionar un archivo para adjuntarlo.

A screenshot of a registration form for "Creativities". The form has a light blue header with the text "Versión/Mensaje: EL TURISMO SE RECUPERA." and "Vigencia: Del 03 de Febrero de 2010 al 11 de Marzo de 2010". Below this, there are three main sections: "Creatividad" with a text field containing "res\Sample Pictures\Turismo_recupera.jpg" and a "Browse..." button; "Nombre" with a text field containing "Pancarta 'El turismo se recupera' 2010"; and "Descripción" with a text area containing "Imagen con las acciones representativas para la realización de 'El turismo se recupera' del año fiscal 2010." and a character count of "700". At the bottom of the form are two buttons: "Guardar" and "Limpiar".

Figura 3 Formulario de registro de Creatividades.

4. Una vez llenado el formulario de registro de Creatividades se debe pulsar sobre el botón **Guardar**.
5. Si la información capturada es válida el sistema procederá a guardar la Creatividad, limpiará el formulario de registro, notificará del éxito en la operación y refrescará el listado de Creatividades (Figura 4). En caso de que ocurra algún error al momento del registro el sistema informará cuál fue el error.

Su solicitud fue procesada exitosamente.

Versión/Mensaje: EL TURISMO SE RECUPERA

Vigencia: Del 03 de Febrero de 2010 al 11 de Marzo de 2010

Creatividad:

Nombre:

Descripción: (Puede escribir hasta 700 caracteres)

Fecha/Hora	Nombre	Descripción	
29/09/2010 10:48:55	Pancarta "El turismo se recupera" 2010	Imagen con las acciones representativas para la realización de "El turismo se recupera" del año fiscal 2010.	<input checked="" type="checkbox"/>

Página 1 de 1

Figura 4 Registro exitoso de Creatividades.

6. En caso de que se desee descargar alguna Creatividad será necesario seleccionar del listado de Creatividades el registro a descargar, una seleccionada la Creatividad pulsar el botón **Descargar** y el sistema mostrará una ventana como la que se muestra (Figura 5), en dicha ventana se elegirá alguna de las según lo que el usuario requiera. En caso de que no se elija ninguna Creatividad y se pulse sobre el botón **Descargar** el sistema enviará un error (Figura 6).

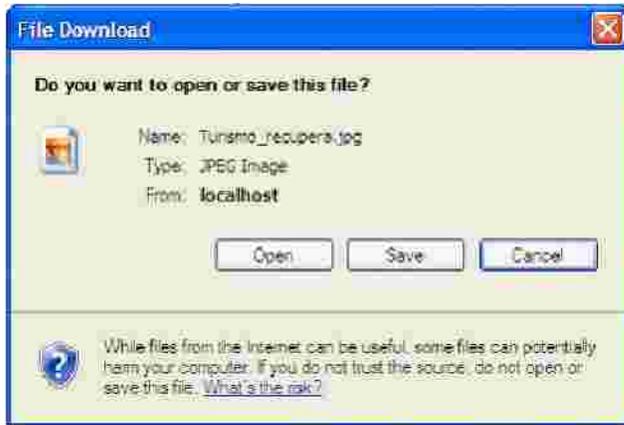


Figura 5 Descargar una Creatividad



Figura 6 Error al descargar sin haber seleccionado alguna Creatividad

Eliminar Creatividades

1. Para poder eliminar Creatividades será necesario pulsar el botón **Creatividades**.
2. El sistema mostrará al usuario la siguiente pantalla donde se muestra el nombre de la Versión de Campaña o del Mensaje Extraordinario y su vigencia, un formulario para el registro y un listado con las creatividades previamente registradas a la versión, en caso de no existir Creatividades el sistema mostrará la leyenda **No se encontró información** (Figura 1).

Fecha/Hora	Nombre	Descripción
------------	--------	-------------

3. Para eliminar una Creatividad será necesario pulsar sobre el botón  de la Creatividad que se desee eliminar, el sistema mostrará un diálogo de confirmación para la eliminación (Figura 2).

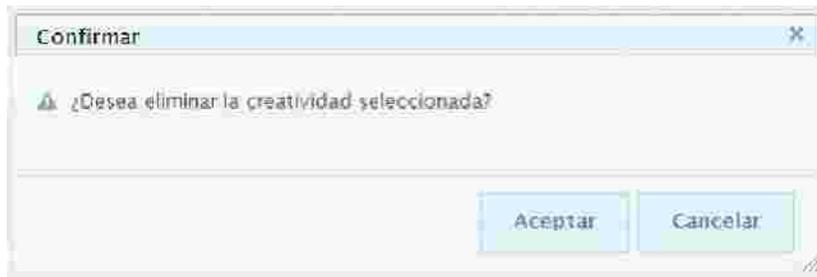


Figura 2 Diálogo de confirmación de la eliminación.

4. Si se realmente se desea eliminar la Creatividad se debe pulsar sobre el botón **Aceptar**, entonces el sistema procederá a la eliminación de la Creatividad, cabe mencionar que si se decide eliminar la creatividad la información no podrá ser recuperada, en caso de que no se quiera eliminar la creatividad elegida bastará con pulsar el botón **Cancelar** y el sistema cerrará el diálogo de confirmación.

24.2. Consultar Creatividades

1. Para poder consultar Creatividades será necesario pulsar sobre el botón **Creatividades**.

2. El sistema mostrará al usuario la siguiente pantalla donde se muestra el nombre de la Versión de Campaña o del Mensaje Extraordinario y su vigencia y un listado con las Creatividades previamente registradas a la versión, en caso de no existir Creatividades el sistema mostrará la leyenda **No se encontró información** (Figura 1).



Figura 1 Pantalla principal para la Consulta de Creatividades.

3. Para poder descargar alguna Creatividad será necesario seleccionar del listado de Creatividades el registro a descargar, una vez seleccionada la Creatividad pulsar el botón **Descargar** y el sistema mostrará una ventana como la que se muestra (Figura 2), en dicha ventana se elegirá alguna de las opciones según lo que el usuario requiera. En caso de que no se elija ninguna Creatividad y se pulse sobre el botón **Descargar** el sistema enviará un error (Figura 3).

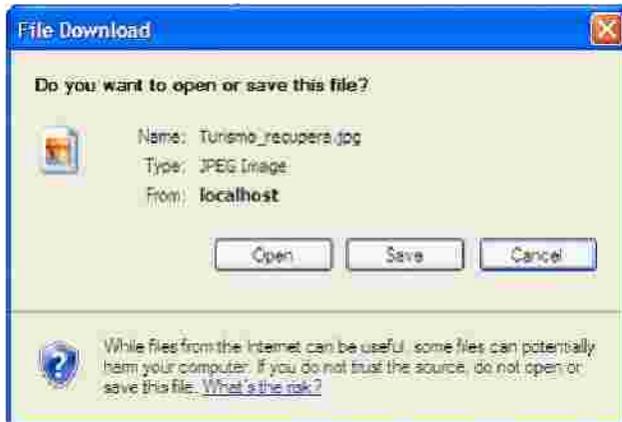


Figura 2 Descargar un Creatividad.



Figura 3 Error al descargar sin haber seleccionado alguna Creatividad.

Generación del Brief

1. Para poder genera el Brief será necesario entrar al módulo de **Consultar Creatividades**.
2. Ya en el módulo de Consultar Creatividades pulsar sobre el botón **Generar Brief** (Figura 4).

Versión/Mensaje: EL TURISMO SE RECUPERA		
Vigencia: Del 03 de Febrero de 2010 al 11 de Marzo de 2010		
Fecha/Hora	Nombre	Descripción
30/09/2010 10:00:02	Pancarta "El turismo se recupera" 2010	Imagen con las acciones representativas para la realización de "El turismo se recupera" del año fiscal 2010.

<< < Página 1 de 1 > >>

Descargar Generar Brief

Figura 4 Pantalla principal para la Consultar de Creatividades.

3. El sistema generará el Brief con la información correspondiente y mostrará la siguiente pantalla solicitando al usuario elegir la acción que desee realizar con el reporte generado (Figura 5 y 6).



Figura 5 Debe de elegir una acción.

Información del mensaje extraordinario:

Nombre del mensaje extraordinario: EL TURISMO SE RECUPERA

Vigencia del mensaje extraordinario: Del 03 de Febrero de 2010 al 11 de Marzo de 2010

Tema específico:

Justificación del mensaje: HACER DE MEXICO UN PAIS LIDER EN ACTIVIDAD TURISTICA.

Objetivo de comunicación: INFORMAR COMO EL TURISMO CONTRIBUYE A LA ECONOMIA DEL PAIS

Meta a alcanzar: AUMENTAR EL FLUJO DE TURISTAS NACIONALES EN UN 30% Y EN UN 10% LOS EMPLEOS DEL SECTOR.

Clasificación del mensaje: Rendición de cuentas

Comisor(es): PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA

• Población objetivo primaria

- Sexo: Mujeres y Hombres
- Población: Urbana y Rural
- Edad: 25-34, 35-44, 45-64 años
- NSE (Nivel Socio Económico): A1, C1, C2, D1
- Características específicas: HOMBRES Y MUJERES EN GENERAL QUE ESTEN INFORMADOS SOBRE LA RECUPERACION DEL TURISMO Y SU EFECTO EN LA RECUPERACION DE EMPLEOS.

Figura 6 Muestra del Brief.

25. Notas

1. Durante el registro y evaluación de las solicitudes de Estrategias y Programas, Versiones de Campaña y Mensajes Extraordinarios en la inferior de las diferentes pantallas se muestra una sección que corresponde a las Notas la cual se divide en dos, Notas Entidad / Coordinadora y Notas DGNC (Figura 1).

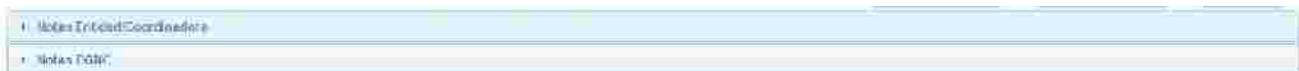


Figura 1 Notas Entidad / Coordinadora y Notas DGNC.

2. Al pulsar sobre cada una de éstas secciones se despliegan los campos de captura y el listado de notas registradas por los usuarios (Figura 2).

Figura 2 Campo de Captura y listado de Notas.

3. Para registrar una nueva nota se debe proporcionar la correspondiente sobre el campo Comentario y pulsar el botón **Guardar** (Figura 3 y 4).



The screenshot shows a web form titled "Notas DWH". At the top right, there is a link "Exportar notas" with a small icon. Below it, the "Comentario:" label is followed by a text input field containing the text "El presupuesto anual es menor al solicitado en el año fiscal anterior.". To the right of the input field is a "Guardar" button. Below the input field, there is a status message "No se encontraron registros" and a "Comentario" label. At the bottom right, there is an "Editar" button.

Figura 3 Registro de una nueva Nota.



The screenshot shows the same "Notas DWH" form, but now displaying a registered note. The "Comentario:" label is followed by a text input field containing the text "El presupuesto anual es menor al solicitado en el año fiscal anterior.". To the right of the input field is a "Guardar" button. Below the input field, there is a status message "No se encontraron registros" and a "Comentario" label. At the bottom right, there is an "Editar" button. Below the "Comentario" label, there is a list of notes with the following details: "Jefe de Departamento 05 Capacitación - Jefe de Departamento", "30 Septiembre 2010 17:13:39 hrs", and "El presupuesto anual es menor al solicitado en el año fiscal anterior.". To the right of the list, there is a small icon of a pencil.

Figura 4 Nota registrada.

4. Para modificar una Nota se debe pulsar sobre el botón **editar** que se encuentra al lado derecho de la Nota que se requiere cambiar, al realizar esto el sistema permitirá modificar la Nota en el campo de captura Comentario que se encuentra en la parte superior (Figura 5), el usuario deberá pulsar el botón **Guardar** para actualizar los cambios realizados a la Nota en el sistema. (Figura 6).



Figura 5 Modificación de una Nota



Figura 6 Nota actualizada en el sistema.