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 S INC

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 mplir con los siguientes requisitos:

S INC	Requisitos de Windows
Sis tema 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:

SINC	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 nte contraseña.

Cada cuenta de acceso tiene un Rol asignado.

Roles.

Un Rol es la función o las funciones que un usuario cu ple 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, ad nistrar los usuarios y auditar el sistema.

1.2. Ingres ar al Sis tema.

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

Ele Edi: View Higtory Bookmarks Tools Help	
🔄 🗁 🗢 🗶 🏫 📋 https://13.2.38.144/SINGF2/home.do	🔹 - 🚮 - posiție 🖉
📔 Musi Wisted 🗋 Celting Statled 🚋 Latest Headlines	

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).

nternet	Options ?
General	Security Privacy Contant Connections Programs Advanced
Home p	age
(To create home page tabs, type each address on its own line. http://go.microsoft.com/fwlink/7LinkId=69157
Релиси	Use <u>c</u> urrent Use de <u>f</u> ault Use <u>b</u> lank
	Delete temporary files, history, cookies, saved passwords, and web form information.
Search	Delete Settings
ç	Change search defaults.
Tabs -	
	Change how webpages are displayed in Settings tabs.
Appear	rance
	Colors Languages Fonts Accessibility
	OK Cancel Apply

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).

Internet Options 🔹 👔 🔀
General Security Privacy Content Connections Programs Advanced
Home page
To create home page tabs, type each address on its own line.
http://go.microsoft.com/fwlink/?LinkId=69157
Use current Use default Use blank
Browsing history
Delete temporary files, history, cookies, saved passwords, and web form information.
Delete Settings
Change search defaults.
Tabs
Change how webpages are displayed in Settings
Appearance
Colors Languages Fonts Accessibility
OK Cancel Apply

Conexiones	Programas	Opciones avanzadas
General	Seguridad Privaci	idad Contenido
Página principal		
Para c	rear pestañas de página princip a línea independiente.	pal, escriba cada dirección
http:	//www.microsoft.com/isapi/red	lir.dll?prd=ie&pver=6 🚬
		<u>×</u>
<u>U</u> sar actual	Uşar predeterminada	Usar página en <u>b</u> lanco
Historial de explo	ración	
Guard	archivos temporales, historial, adas e información de formulari	. cooliles, contraseñas ios web.
I Eli	nin ar al historial de aveleración	
	Eleie e	
Búsqueda —		Configuración
Búsqueda O Cambi predel	Eliminar el historial de egoloración Eliminar e las opciones terminadas de búsqueda.	Configuración
Búsqueda Cambi predei Pestañas	Eliminar el historial de egoloración Eliminar e las opciones terminadas de búsqueda.	Configuración
Búsqueda Cambi predei Pestañas Cambi web s	Eliminar en las opciones terminadas de búsqueda. e la forma en que las páginas e muestran en las pestañas.	Configuración
Búsqueda Cambi predei Pestañas Cambi web s Apariencia	Eliminar en las opciones terminadas de búsqueda. e la forma en que las páginas e muestran en las pestañas.	Configuración
Búsqueda Cambi predel Pestañas Cambi web s Apariencia Colores	e las opciones terminadas de búsqueda. e la forma en que las páginas e muestran en las pestañas.	Configuración Configuración Configuración Configuración
Búsqueda Cambi predel Pestañas Cambi web s Apariencia Colores	e las opciones terminadas de búsqueda. e la forma en que las páginas e muestran en las pestañas.	Configuración Configuración Configuración

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).

Temporary Internet Files and History Settings 🛛 🛛 🔯	\$
Temporary Internet Files	
Internet Explorer stores copies of webpages, images, and media for faster viewing later.	
Check for newer versions of stored pages:	
Every time I visit the webpage Every time I start Internet Explorer	
○ <u>A</u> utomatically ○ <u>N</u> ever	
Disk space to use (8 - 1024MB): 50 💮 (Recommended: 50 - 250MB)	
Current location: C:\Documents and Settings\jose.diaz\Local Settings\Temporary Internet Files\	
Move folder View objects View files	
History	
Specify how many days Internet Explorer should save the list of websites you have visited.	
Days to keep pages in history:	
OK Cancel	

the second se	t Explorer almacena co	opias de págir	nas web, imágene
nultime	dia para un acceso po	sterior más rá	ipido.
Iompro	bar si hay nuevas ver	siones de las	páginas guardada
œ	Cada vez que visite la	página web	
C	Cada vez que inicie Exp	plorer	
(C)	Automáticamente		
C	lunca		
ispacio (Rec	reservado en disco (8 omendado: 50 - 250Mi	- 1024MB); 3)	625
bicació	n actual:		
:\Doci ical\Ar	ments and Settings\Se hivos temporales de I	bastián\Conf nternet)	iguración
	carpeta Ver	objetos	Ver archivos
Mover			
Mover			
Mover storial Ispecii juarde	ique el número de días r la lista de sitios web	que Internel visitados.	: Explorar debe

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).

60		ZITE & Inclusion	R.
t= 12	New revenue and redu		
12 0	Confricte Bren Manapaton Bodina	(i) × (i) × (i) ⊨	eos - Etholice *
1	There is a problem with this website's accurity contribute.		1
	The security certificate presented by this velocity was not assued by a traced certificate authority. The wounty certificate presented by this velocity cardinate estimates according to a difference website's according to the second s		
	Security detrificate modulence may indicate an atlatted on find you're referingst any data ynu sierd to Server.	NG	
	We recommend that you close this webpage and do not continue to this vehicle.		
	W Care new to exce the subpage		
	Continue to this seture (not recommended).		
	S. More information		
	7.14	() Inortet	4.800

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).

SINC, Sistema de Información de Normatividad de Comunicación	GSICON
Bienvenido al SINC	
The Date of the Da	

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 dad podrá realizarlo en los siguientes apartados.

- El primer apartado se refiere a las solicitudes de Com nicación 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

unicación 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).

Consultar	Internal Interna						
			Año Fiscal I:				
							Registrar
			No se encontr	ó información			
Aiio Fiscal	Bartida .	Nombro.	Forba Inicial	Fecha Final	Estado Campaña	Estado Solicitud	Editar

Figura 3 Registrar Campaña de Toma de Nota.

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

	7 1	0	
	Aito Fiscal 12 2010		
	No se econtró información		Registrange.
(Figura 4).			
Figura 4 Registro de Toma de Nota			

6. Después de haber pulsado el botón de 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.

Could dear Registrat	
Año Fiscal: Partida:	2011/ 1
Hombre de la Campaña 9;	
Plan de faledlos +:	Televisoras Reditodifuioras Diarios Editados en el DF Diarios Editados en los Estados Revistas Medios Electrónicos Internacionales Medios Impresos Internacionales Medios Impresos Internacionales Medios Públicos Prestudios Post-Estudios Diseño, Producción, Preproducción, Port-producción y copiado
Fetha de Inicio 🗠	8
Fecha de Fin 8	
	Guardar Elixiar Calicelar

Figura 5 Registro de Toma de Nota para Comunicación Social.

COULDEER Registrat	
Alio Fiscal:	
Partida:	
Hombre de la Campaña ():	
Plan de filenios 🥲	
Fecha de Inicio *:	18
Fecha de Fin 12	
	Quantiar Envlar cancellar

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.

flombre 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
No. of Concession, Name of	Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado
recha de Inicio (3	
Fetha de Fin-s	181
	Guardar Euvlar Genestur

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).

8	Ocurrió un error al procesar su solicitud:	
Figura 8 Regist	tro de Toma de Nota.	

10. Si los datos requeridos fueron introducidos para la creaci

gistro de Toma de

Nota Para se deberá pulsar el botón guardar

11. El sistema mostrará un mensaje indicando que Su So ud 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).

👂 Estrategias y Progra	mas
Comunicación Social 🚯	Registrar Estrategia y
Promoción y Públicidad 👂	Programa
Evaluar Solicitudes	Solventar Estrategia y Programa
Consultar	Modificar Estrategia y Programa
	Ajustar Estrategia y Programa
	Cancelar Estrategia y Programa

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:		
		Registrar	Limpiar
Figura 2 Registro de Estr	rategias 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 que pertenece (Figural 4).

		> Ano Fiscal: 2010			
	> Coordin	adora Sectorial: JAQF Sector5			
	Depend	enria o Entidad: JAQF entidad50			P.
	> Nati	uraleza Jurídica: Organismo Desco	oncentrado		
	> Fecha de Elaboración	de la Solicitud: 23/08/2010			
Mision					
Plands excribic banks 700 cs	rameres				
					2
					52
> Visión:					
Poesic excelle taxa 200 ca	restaces)				
Ejes Rectores del	PND (Elija uno o más):				
ESTADO DE DER	ECHO Y SEGURIDAD				
	IPETITIVA V CENERADORA DE EMI	H ETYS			
I IGUALDAD DE C	PORTUNIDADES			1s	
U SUSTENTABILIDA	AD AMBIENTAL			16	
DEMOCRACIA E	FECTIVA Y POLÍTICA EXTERIOR RES	PONSABLE			

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 desple 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.

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 ntidad 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).



Los datos generales de la estrategia han sido guardados exitósamente.

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.

Acciones		Acciones		
› Programa y Apartado;"	3	Acciones Gubernamentales Prioritarias		 Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios:
(Puede escribir heats 200 caracteres)		Puede escribir kasta 200 caracterez)		Puede excibie hanta 200 caracteras)
	N.		2,	
	R		2	ä
				Guardar

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).

Programa y Apartado.	+ Acciones Gubernamentales Prioritarias*	 Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios:
Poede asserbir hasta 700 saraqueres)	(Paede escribir bassa 700 caracteres)	(Puede escribir hasts 700 varacteres)
Programa Ciudadano 2011	-Forestacion -Fomento a la Educacion -Leyes Civicas	Impulso al nacionalismo

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).

Programa y Apartado:"	 Acciones Gubernamentales Prioritarias; 	 Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios;"
Puede escrittor tasta 700 seracteres)	(Puede eseribir Pasta 700 caracteres)	(Pande escribir hasts 700 caracteres)
Programa Ciudadano 2011	-Forestacion -Fomento a la Educacion -Leyes Civicas	Impulso al nacionalismo
		Guardian Jin

Accionos

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).

Programa y apartado	Acciones gubernamentales prioritari	as Temas específicos derivados acciones gubernamentales prio	de las ritarias	
Programa Cludadano 2011	-Forestación > -Formento a la educación > -Leyes Civicas	Impulso al Nacionalismo	Z	٢
Programa Ciudadano 2011 A-223	Motivación ciudadana con la impreza	Cuidado Ecologico 2811	ê	8
	Panina I de I			

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).

riograma y opariabo.	 Acciones Gubernamentales Prioritaria 	 Temas Específicos Derivados Acciones Gubernamentales Price 	oritarios=
Puede escribir hasts 700 escateres)	(Fueds ecocities hasts 700 caracteres)	(Puede escribir hasts 700 caratteres)	
Programa Ciudadano 2011 A-2 I	Motivación ciudadana con la limpieza	Cuidade Ecologico 2011	
		Eulardar	
Programa y apartado	Acciones gubernamentales prioritarias	Temas específicos derivados de las	
Programa y apartado Programa Ciudadano 2013	Acciones gubernamentales prioritarias -Forestación -Formento a la educación - Leyes Crucas	Temas específicos derivados de las occiones pubernamentales prioritarias mpulso al Nacionalismo:	7 6
Programa y apartado Programa Ciudadano 2013 Programa Ciudadano 2011 A-223	Acciones gubernamentales prioritarias -Forestación > -Formento a la aducación > -Leyes Civicas Notivación cluidadana con la Impieza	Temas específicos derivados de las inclones pubernamentales prioritarias mpulso al Nacionalismo Widado Ecologico 2011	7 C 7 C

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).

0	Acción guardada exitósamente.
Figura 13 M	ensaje de Acción Modificada Guardada.

19. Una vez que el usuario haya guardado las Acciones ntes 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 61).

> Año Fiscal: 20	מו
> Coordinadora Sectorial: JA	QF Sector5
> Dependencia o Entidad: JA	QF entidad 50
 Naturaleza Jurídica: Or 	ganismo Desconcentrado
Fecha de Elaboración de la Solicitud: 24	/08/2010
 Presupuesto Anual; 	0.00 (miles de pesos)
Acumulado en Campañas:	0.00 (miles de pesos)
> Diferencia:	0.00 (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).



Figura 15 Registro de Programa

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

El programa ha sido guardado exitósamente.	
--	--

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).

Nombre de la Campaña **		
Tema Específico *:	-Seleccione	2
Objetivo de Comunicación 🕾	Ponde escribir hunta 200 caracteres)	
		26
er de las fortune dans		
Clasificación de la Campana -:	Seleccione	5
Coemisor(es):		

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).

Datos Generales	(1.2.dffbolinnlodffbla)	The second se	
	Nombre de la Campaña		
	Nombre de la campana	Recate al nacionalismo Mexicano	
	Tema Específico	Timpulso al Nacionalismo	2
	Objetivo de Comunicación	**Seleccione Cuidado Ecologico 2011	
		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).

Datos Generales Moor Construction of C	The matrix water-matrix
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
	Siguiente 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).

Datos Complementarios	A REAL PRODUCTS	
> Versio	nes ": Ver 🔹	
» Viger	ncia 🛫	
» Población Objetivo Prima	aria "Iver v	
> Plan de medios a ut	ilizar: Ver 💉	
		Guardar
	Uatos Complementarios > Versio > Vigen > Población Objetivo Prim > Plan de medios a ut	Datos Complementarios Creative control > Versiones :: Ver v > Vigencia :: ver v > Población Objetivo Primaria :: ver v > Plan de medios a utilizar: ver v

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).

20			
Fecha Inicio *:	27/08/2010	Fecha F	31/08/2010
			2
11			
	Nombre	Fecha de Fe inicio	cha de fin Estado

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 paña se deberá de pulsar el botón **X**.

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 pantal creatividad como se muestra a continuación (Figura 22).

Datos Generales Datos Complementarios	Creatividades
Nombre de la Versión	K Rescate al Macionalismo Menica
Inicio de Vigencia	BE 2010 08-25
Fin de Vigencia	2/010-08-26
Creatividad	Enowse.
Nombre	
Descripción	16 (Paede escribir hasta 700 excederes)
	-
	<u></u>
	Guardar Umpiar

Figura 22 Registro de Creatividad por Versión de Campa .

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 esta 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 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	I	Nombre	Descripción	
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar		Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.	×
1.2122 ed 1.97		-		_

Figura 24 Contenedor de Registros de Archivos de Creat vidad.

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).

	> Sexo*:	Mujeres y Hombres	~
	Población*:	Rural	¥
	> Edad*:	0 - 12 años ☑ 13 - 18 años ☑ 19 - 24 años □	25 - 34 años 35 - 44 años 45 - 64 años 55 o más años
	> NSE:	□ BA C+ □ C □	0+ □ D □ E □
	> Características (Puede escribir hasta	específicas: 700 caracteres)	
	Seguridad a person	nas mayores de 60 años y menores de	18 años de esdad

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 con los son los medios publicitarios (\$ costos) (Figura 27).

A MARATINE AND A MARK	
Medios a Utilizar Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
Televisión Telev	nőia
Radio Radio	Σ
> Recursos Programados por Tipo de Medi	9:
Televisoras	0.00
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
Medics Públicos	0.00
Pre-Estudios	0.00
Post-Estudios	0.00
Diseño, Producción, Preproducción, Post- producción y copiedo	0.00
Presupuesto asignado a la Campaña:	0.00 Miles de
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3701:	O No
Presuouesto disponible:	10,000,000 00 Miles de

Figura 27 Pantalla de Plan de Medios a utilizar de Cam ña.

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 1	liempos Comerciales
	🗹 Televisión 🧹 Televi	isión
	Radio Recursos Programados por Tipo de Medio	01
	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 Ca paña.

42. Para guardar cambios el usuario Entidad debe se 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 sera 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).

	1 all 8 11 1217	
	Considerations for more all the particular	
	 Description - Petric (197) PROVE 	
	r Asturaless Jurid a Organismo Deponentrado	
a Nota da i	Elaboración da la solicitud 24/08/2010	
10	 Laterie de la Estrategia El PEQCESO 	
13	tipo de la Ultima tello sud: Registro	
)) Est	ado da la Ultima telluterit (152404	
afrair ac is court d'Acor os is foite ve os, a carpa Longal Longably prisons	(a) A set of the se	ļ
Value.		
traff calls and a soft frag of constraints operated building and marked to be	, more define a new laber () the type register of the gradients and the value in y α register in the two set of the probability states (ľ
		h
SUSTEMPASE CAO AMERITAL CENOCRACIA ESTIVA Y POUT	CA EXTERIOR RESPONDANCE	
A02.278.8		
	Terms Dynething Sectors in an	1
and the second se	Appared Extended Therapide	
arug dana y ay artera		
Roginna y spatais Programa Gutanica 2011	Foreinder von Foreine is statister ann swei Orize	
Projema y servera Projema Octobre 2011 Autoroperatores	Fersinger very Fersing & a source of the source of functionalises and the source of th	

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 Envió (Figura 31).



Figura 31 Botón de Confirmación de Envió 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).

	ESTRATEGIA ANUAL	L DE COMUNICACIÓN SOCIAL I	PARA EL EJERCICIO FISCAL 2010	
	Calification in sectors	wata		
	Technia Administr.	26 钟 大 <u></u> 健康	18 2015	
Mis	ion.			
			÷	
N ^a si	011:			
	es estatus de PAG leija con ver Viria	45 1.5000 or fair 201 01 forthon Homolegy, f 1 for comprision 14 comprision 15 15	or doginang arged, ang tang ang ang ang arged and a	
	Approximately	a second designed in the second		
	Aprile Television (Tr.)	manufacturing, from extension (florg) -continue:		
		-18		

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).

8	🛅 🄬 · 🚳 🔺 🔅	2 / 2 💿 🜒 43.1% 🕶 📑	Esd"	Ť
<u>ک</u> ۱۹	PRO	SRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL I uno entración 21 de region de 2015	PARA EL EJERCICIÓ FISCAL	2010
			science of the	10.000.000000
	- Sector de la constant Sector	An and in many share the case. Received incidence file cases for (1992)	Normanne. Salain-Haureau Dinnes I Candonaur a Mr	51.000,000.00 0.00 0.00
	tajeo in majorite	Second and the second se	Same Eristic and a Design	000
	Confection in respects	Cutter samples y lanes ODHC	Sama Departmente Nama Indones Altra antes (
	(Antonio antonio antoni	CARLEN ALTER POLICE STREET FILE	And in the second s	24 (CB
		417 45	Pro Debater	
	(1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-1-		2005 http:///////////////////////////////////	
1				
Ø		Amono Gurup Pagesi George Amono Gurup Pagesi George Amono Amono Am	Jorge Accorn: Querce Program Lectures The In Chief Sector and Angenetic and	

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).

	> Añ	o Fiscal":		
				Limpi
	No se e	encontraron solicitudes pe	ndientes	
INTERNAL COLUMN	Estado de la Estademia	Tion de Solicitud	Fecha de Elaboración de la	Estado de la

Figura 34. Registro Terminado de Estrategias Y Programas.

Registro de Estrategia y Programa en Promoción y Publi ad.

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).

 Estrategias Comunicación Social 	1
Promoción y Públicidad >	Registrar Estrategia y Programa
Consultar	Solventar Estrategia y Programa Modificar Estrategia y
	Programa Ajustar Estrategia y Programa
	Cancelar Estrategia y Programa

Figura 35. Catálogo de Registro de Estrategia y Progra a.

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).

3	Año Fiscal:	
	Regis	trar Limpiar

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).

> Año Fiscal: 2010		
	Registrar	Limpiar
	14	

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).

	Estrategia	няканал	Рюцини	i Binnin	a Manufesta	-
		> Año Fiscal: 2010				
	> Coordinad	iora Sectorial: JAQF	Sector5			
	> Depende	encia/Entidad: JAQF	entidad50			
	> Natu	raleza Juridica: Organ	ismo Desconcentrac	io.		
2	Fecha de Elaboración d	le la solicitud: 27/0	8/2010			
> Misión*:						
(Puede ecceltáril) acta 700 caracteres	[
> Vision':						
(Readin countrie) have TVO consciences 1100						
					(

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 ntidad 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)



Los datos generales de la estrategia han sido guardados exitósamente.

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).

Enternos	Entorno de Mercado	6
≥ Entorno del Mercado;	> Metas Generales':	≥ Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas :
Web collar hats 750 casciers [38]	Punde extilled lights 700 Saischeren 100	/Unde essellar hatta 700) caracterest

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 de Mercado

Entorno del Mercados:	» Metas Generales ::	» Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas?
Punda ecoliti Balta 709 caracteres	Funds could have TO cardenate III	Puels comichana "00 casteres 1011
Programa Cludadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria. -Limpieza en Educación Secundaria -Limpieza en Educación Media Superior.	-Fortalecer la Salud Social -Fomentar el cuidado de Salones



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

racteres (1)
ud Social Iado de Salones

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	Netas Generales	Temas Específicos de Promoción y Publicidad γ/o Ventajas Competitivas		
Programa Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria. -Limpieza en Educación Secundaria. -Limpieza en Educación Media Superior.	-Fortaleper la Salud Social -Formentar el cuidado de Salones	2	0
Programa Ciudadano 2011 - 2	-Mejoramiento de la Vivienda -Abastecimiento de Canasta Básica -Estabilidad de la Maneda Nexicana	-Ayuda a la vivienda -Desarrollo a los más necesitados -Estabilidad de poder Adquisitivo	Ż	۵

Figura 45 Registros Guardados en Acciones.

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



16. Para modificar los datos guardado en Entorno el usuario Entidad deberá pulsar el

donde el sistema le permitirá cambiar la información del registro botón de seleccionado (Figura 46).

Entorno de Mercado

	Publicidad y/o Ventajas Competitivas':
arta PW caracteriat	Public signifier North 200 caracterizer (1992)
n Media y superior a los cuerpos s icia de Salarios de profesionistas a Policiacos	-Minorización de Corrupción -Mayor Seguridad Publica
	tuna ≫ sanctese [III] ón Media y superior a los cuerpos s nota de Salarios de profesionistas a Policiacos

Entorno del Mercado	Hetas Gonerales	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 -Formentar el cuidado de Salones	Z	۵
Programa Ciudadano 2011 - 2	-Mejoranvento de la Viviende Abastecimiento de Canasta Básica Estabilidad de la Maneda Mexicana	-Ayuda a la vivienda -Desarrollo a los más necesitados -Estabilidad de poder Adquisitivo	׎	O
«	Página 1 de 1	2		
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 ntes 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 Sec	tor5
> Dependencia o Entidad: JAQF enti	dad50
> Naturaleza Jurídica: Organism	o Desconcentrado
Fecha de Elaboración de la Solicitud: 24/08/2	010
Presupuesto Anual:	0.00 (miles de pesos)
> Acumulado en Campañas:	0.00 (miles de pesos)
> Diferencia:	0.00 (miles de pesos)

Figura 48 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 49)

> Año Fistal:	2010	
 Coordinadora Sectorial; 	JAQF Sector5	
> Dependencia o Entidad:	JAQF entidad50	
> Naturaleza Jurídica:	Organismo Desconcent	rado
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 p lsar el botón de guardar (Figura 50).

El programa ha sido guardado exitosamente.

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 Generalos Di El comunicación de la comunicaci	
> Nombre de la Campaña 1	T
Toma Especifico 1:Seloculone-	v
> Meta a Alcanzar 1	1
> Objetivo de Comunicación Planete Contentrate Too resolvere	
Sicilia	nte 🚺 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)

Datos fienerales		
> Nombr	re de la Campaña 1	
	Tema Especifico :Seleccione 😿	
) b	Meta a Alcanzar :Seleccione	
> Objetivo d	de Comunicación.": Hortver en la Salud Sonnal Economicar de poder Xidu	ISILIVO

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).

Datos Generales	Anne succession and the State	Contraction and the second
	2 Nombre de la Campaña	Cuida a México
	> Tema Específico	-Fortalecer la Salud Social -Formentar el cuidado de Salones 🥃
	> Meta a Alcanzar	Personas de Todas las Edades Ciudando un Mejor México
	> Objetivo de Comunicación	-Puede ecolor hanta 700 carecterar (211)
		Transmitir a las personas de todas las edades que hay que cuidar los patrimonios de la nacion y respetar lo que es de todos
		Sigularita (b. Limptar

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).

Datos Complementarios Complementarios
Versiones : Ver
> Vigencia 1
Población Objetivo Ver.
> Plan de medios a utilizar: Ver
Guardar

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 sister	ma procese una	o más versior	es es necesari	o pulsar el botón de
guardar	Guardar	(Figura 55).			

*:		
> Fecha Inicio *:	27/08/2010 Fecha Fin 31/08/201	0
	Cuardar 🔥	Limpiar
	Nombre Fecha de Fecha de Estado	
Quiere a Més	xico 1 28/08/2010 31/08/2010 REGIST &	e 🇯 🦉

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 paña se deberá de pulsar el botón **X**.

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 pantal de creatividad como se muestra a continuación (Figura 56).

Datos lumeralas Datais Complementarios	Creatividades
Nombre de la Version:	Quiere a México 1
Vigencia:	Del 28 de Agosto de 2010 al 31 de Agosto de 2010
Fin de Vigencia:	201624.65
Creatividad **	Browee
Nombre 3	
Descripción	(Puede sscribir lästa 700 Geesceres)
	
	X
	Guardar

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)

0	Su solicitud fue procesada exitosamente.

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 d	le 1 🎫 🐝	

Figura 58 Contenedor de Registros de Archivos de Creat vidad.

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).

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



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

	> Sexo*:	Mujeres y Hombres	~
	> Población*:	Rural	~
	> Edad*:	0 - 12 años ☑ 13 - 18 años ☑ 19 - 24 años □	25 - 34 años 35 - 44 años 45 - 64 años 65 o más años
	> NSE:	AB C+ C C	D+ D E
	> Características (Puede escribir hasta	respecíficas: 700 caracteres) (150)	
	Seguridad a person	nas mayores de 60 años y menores d	le 18 años de esdad

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 🕷	9
	> Medios a Utilizar Tiempos Oficiales T	iempos Comerciales
	V Televisión	sión
	Radio Radio	
	 Recursos Programados por Tipo de Medio 	й
	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	\$55.00
	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
	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 Cam aña

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 M	
	 > Medios a Utilizar Tiempos Oficiales ✓ Televisión ✓ Televisión ✓ Radio ✓ Radio 	iempos Comerciales sión
	> Recursos Programados por Tipo de Medi	b:
	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	\$55,555.00
	Presupuesto asignado a la Campaña;	5,166,467.00 Miles de
	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 Cam ña.

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

0	Su solicitud fue procesada exitosamente.
-	

Figura 63 Mensaje de Registro de Archivo para de Creat vidad.

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).

		> And Flocar 2010		
		Demonstration Function (ARCE Sectors		
		 Hataraliza (million) Granicina, Descriptionalizado 	8	
		Fecha ne Bishnesción de la Sollortoit: 27/06/2010	Α	
		II. Estale de la Estimuja en PROCESO		
		 Tipo de la Unima Solicitiza: Pegietro 		
		 Ectade da la Ultima Solicitori, CREADA 		
Minian				
Mana All Mer ettr appeters	Fodest			
Matin Alli Mar ette opposition	Fechanica			
Matin Alli Mer ette oppeffice Entornée	Frederica			
Slatin autoritis ette angestisch Batomis	Final Inc.		Noted Start Trees	
slatin attilitie etti oppefici Entomia				
Sjann Alli Mist o La oppositation Bistomica Transformica		Minist Growties	Top of EasterPoor	a Prosensation e Professional a / A many addre Garace
Sjanin Allinke olis oppilisi Eatomás Varial Listo de Sal		Ngine 1 de 1	Topol Contribution	

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 siguie donde deberá posteriormente

pulsar Confirmar Envío

Confirmar Envio

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).

	🕒 🍙 - 🍕) ->- 🕹 🔳 / 2	2 🕘 🕘 43.1% - 🕴	🖬 🚹 Eina	
ß		ESTRATEGIA ANU	AL DE FROMOCIÓN Y PUBLICID	AD PARA EL EJERCICIO FIS	CAL 2010
ØŤ.		Discontinuer (Introd) Heapting (Jurnal Colde to soliter Frain or estimation	Jack en Openen he JAAF 6 15 te Auge	anc mentair milite milite	
		Vesion:	na manya paman kanan ya kanan ya kanan kanan Manan ya kanan k	1	
		Ref of the set of	Inco Incomente alla filos non hormani activitati na la collanzación cuas contantación cuas contanta y organización dan side, desiriori de		96001464
		Figure Linear Ex.			
R		Jurge Artania Gurae	Frageou Sector	کارچند آمانیس کا بازید کا میروند کا محرف	
Ø			nana ini kumula jaipat	en (fra hillar a universita a a la sense	autors (

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).

Farestfaction (Tonital)			
Fatta (Exiliariya Diri	2 a vas a 270		
			HIRE SECTION IN CONTRACTOR OF
Province and the	And the case of th		
		Antimul Acid marchine Mark.	107023-0010
	Contration of the Contration o	and the second s	
	See protein	and the second s	and the second se
-	Sector Manager and Sector and		
things in to record a	Occurs of surfacements billing with	728/8/10	10000.2018
Deeper 2	Presses + Heuseborn Heusey VH (1021)	April Antonio Contra Co	0.05
and the second sec	THE OWNER WATCHING TO BE A DESCRIPTION OF THE OWNER OWNE	Dans Tahata et al 12-	000
College in complexity	Note baselist all contributions produced to many the excitation of Parameters	COURSE TRUTTE OF THE CAMPUS	0.00
Contractor to avoid	Color Labora presso	and a strength of the strength	
Convert.	20C	Martine Tourney of States in 1999	112
		which a surgery many house	
A	Circles - United States - States - States	The later of the later of the later	
	TA C. DICAMI, KICO	Distantia	100
	Hot is	Pallana	1.0
		Darks Propagate, Symptom, Fighermanner	0.01
Name in a caracter	31 - Ager & 201 (3) in Ager & 201		the second second
		Contraction on Colonia in Colonia	
			········
		UNITABLE DISSURPTION CONTRACTORS	
	ge Antonia Clutzz Fragona Saltas	2019 Artonia Guilest Projects Sactors	

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).

			R	egistrar Limpia
	No se e	ncontraron solicitudes pe	ndientes	
Año Fiscal	Estado de la Estrategia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración de la Solicitud	Estado de la Solicitud

Figura 67 Registro Terminado de Estrategias Y Programas.

1.3. Solventar Estrategias 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).

stedias disponible	s para solventar				
Ano Fiscal	Estodo de la Estratenia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración de la Solicitud	Estado de la Solicitud	
103	EN PROGESO	Registro	24/08/2010	OBSERVADA	P
«		Página 1 de 1			()
citudes de solvent	ación pendientes :				
A41 544 14	Estado de la	No se encon	tro información Encharde Elaboración	BREWS EN	i.
Ano Fiscal	Estrategia	Tipo de Solicitud	de la Solicitud	Estado de la Soncitud	

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

- 5. Se deberá de seleccionar la solicitud a solventar y pu botón de 🖉 (editar).
- 6. Cuando se haya pulsar 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).

	Condications Security (A0) Second
	# Cempendes.com/Contribution JAOF entitled 50
	 Maturatera Juniti = Orgunizatio - Desconden toxido
Netamic 1	Electra de Elaboración de la Solicitud Solicit, 2010
Not a self reaction to the second sec	
n Namill National (Samillanda) Ser ilmonda, vez a un intejor n'uniero de comunidades como lider, ul	ofrecer in mejor experiencia de gobierno para el dudadeno y el mejor lugar para trabajar para nuestras familias, derivado de una constante innovación óvica.
Namm ndr andfriktie Stractor, () Strift odd, vez a in hojor numero de comunidades como lider, id Ejest Festame del 1400 (Elija uno o mjasji sectame del 1400 (Elija uno o mjasji)	offecer in mejor experiencia de goblerno para el dudadano y el mejor lugar para trabajar para nuestras familias, derivado de una constante innovación divica
Namen Nete and (Nete Stancker, III) Strift out, vez + in never numero de comunidades como lider, al Ejes Restante del Milli Elija uno a myksjij III EST+DO OF BEREENO V SEGUEDERO V ECOMONIA CONSETTUES V DEBREGODE DE EN 106600	ofrecer in mejor experiencia de goblerno para el dudadano y el mejor lugar para trabajar para nuestras familias, derivado de una constante innovacion dvica
Namm ndi suntiriana 20 metao: [] Ser di osda, vez a un inavor numero de comunidades como lider, al Eges Restanas del 1940 Ellis uno o install Estrado del 1940 Ellis uno o installo Estrado del 1940 Ellis uno o installo Estrado del 1940 del 1940 Ellis del 1940 del 1940 Ellis del 1940	ofrecer in mejor experiencia de gobierno para el dúdadano y el mejor lugar para trabajar para nuestra: tamilias, derivado de una constante inno vadoa dvia.
Namm Inde entitiere Stenstee	offecer in mejor experiencia de goblerno para el dudadano y el mejor lugar para trabajar para nuestras familias, derivado de una constante innovación divia.
	offecer in mejor cyperfendix de gobierno para el dúdadano y el mejor lugar para trabajar para nuestras familias, definado de una constante inno vadon divin. NOLE

Figura 4 Solventación de Estrategias y Programas.

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

Guardar (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 falto 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 gura 7).

Acciones	Acciones	
s Programa y Apartado:"	Acciones Gubernamentales Prioritarias:	 Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios"
(Punde escribir Fassa 700 carasteres)	(2veck; excribir tasts 700 sammeres)	(Fueds estrillér hasts 760 zaracteres)

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).

Acciones

Programa y Apartado:*	 Acciones Gubernamentales Prioritarias." 	 Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios:"
Fuede excribie basts 700 execteres)	(Puede escribir hasta 700 caracteres)	(Puese astribit hasts /00 caracteries)
Programa Ciudadano 2011	-Forestacion -Fomento a la Educacion -Leyes Civicas	Impulso al nacionalismo
		Guardar JK, Limpiar

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 informacion ha sido guardada (Figura 9).

0	Acción guardada exitósamente.
Figura 9	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;" 	3 Acciones Gubernamentales Prioritarias:	> Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios:
(Puede escribir Nasta 700 coracterat)	(Punde #scribir hasts 700 caracteres)	(Purde excitive trasts 700 excepters)
Programa Ciudadano 2011 A-223	Motivación ciudadana con la limpieza	Cuidado Ecologico 2011
		Guardar

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	Acziones Robernamentales Prioritarias	Ternas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarias		
Programa Cludadano 2011	-Forestación «br» -Formento a la educación «br» -Lever Civicas	Impulso al Nacionalismo	/	*
(*)	Pagina Pagina	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 Adonde el sistema le permitirá cambiar la información del registro seleccionado (Figura 12).

	Acciones		
Programa y Apartado:"	Acciones Gubernamentales Prioritar	ias;" 6 Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios:"	
Puede escribir kasta 700 caracteres)	(Fuede accribit hasts 700 caracteres)	Buede escribir hasts 700 caracteres)	
Programa Ciudadano 2011 A-2]	Motivación ciudadana con la limpleza	Cuidado Ecologico 2011	ļ
Programa y apartado	Acciones jubernamentales prioritarias	Temas específicos derivados de las acciones gubernamentales prioritarias	
Programa Ciudadano 2011	-Forestación -Formento a la educación -Leyes Civicas	Impulso al Nacionalismo 🛛 🖉 🌾	Э
Programa Ciudadano 2011 Ar223	Motivación ciodadana con la impleza	Cuidado Ecologico 2011	3
	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).

0	Acción guardada exitósamente.

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).

 Coordinatora Sectoria: jac Dependencia/Entidad: jac 	ur secto <i>rs</i> QF entidad50					
 Naturaleza juritika: Or Esche de Elaboración de la Salicienda co 	ganismo Desconcen	ittado				
s Presupuesto Annal:	10,000,000.00 (r	miles de pes	5 s)			
> Acumulado en Campañas;	10,000,000.00 (r	miles de pes	39)			
> Diferencia:	a,co li	miles de pes	os)			
Campañas					_	
Nombre de la Campaña	Per C	eopresto Ganado	Tipe	Estado		
ecate al nacionalismo Mexicano	10.	000,000,00	eñegmeð	REGISTRADA	0	*
Página 1 de 1		-				
				(A)	jrega r Ĉ	มแหลอังระ
				(A)	jrega r Ĉ	เพชลอีระ

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 Trace Secondariamente Trace	
 Fombre de la Campaña 	Recate al nacionalismo Mexicano
» Tema Especifice	9 👎 Impulso al Nacionalismo 🛛 🔍
> Objetivo de Comunicación	n *: Pustesmilu) Kasta 700 castoes 💷
	Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus ciudadanos.
	May or transparencia en los procesos democráticos sea el partido que rija.
Clasificación de la Campañ	a 🗄 Cultura ciudadana y valoras 🔍
Coemisor(r	esi: DGNC
	Sigulerra Dundar

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	11 minute de mai i i li mai na mai	era duu dala 🦷	
	Nombre de la Campaña 🐃	Recate al nacionalismo Mexicano	
1	Tema Específico *:	Impulso al Nacionalismo	~
	Objetivo de Comunicación "	-Seleccione- Cuidado Ecologico 2011	
		Impuiso 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	or connective or a second	sense winnes	
	Nombre de la Campaña *:	Recate al nacionalismo Mexicano	
	Tema Específico	Impulso al Nacionalismo	4
	Objetivo de Comunicación "	(Puese uteribit, hazta 70fi zatackeyen)	
		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	8
	Clasificación de la Campaña "	Cultura ciudadana y valores	4
	Coemisor(es);	DENC	
		Siguiente	U.

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	Least des
> Versiones	Ver R
> Vigencia -	2
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).

i kes	cate al nacionalismo	Mexicano ver 2.00001	
> Fecha	27/08/2010	Fecha Fir	31/08/2010
		Gui	ardar 🕁 🛛 Limpiar
	Nombre	Fecha de Fec	ha de Estado
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 pantal de creatividad como se muestra a continuación (Figura 21).

Dotos Generales Datos Complementerios	Creatividades
Nombre de la Versión:	Rissiate & Nacionalismo Mexica
Inicio de Vigencia:	2010:08:25
Fin de Vigencia:	2010:08:26
Creatividad *:	Browse
Nombre *:	
Descripción:	(Puede escribir hause 700 caracteres)
	×
	Guardar

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 llora		Nombre	Descripción	
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar		Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.	×
		Pâgina 1	de 1	

Figura 23 Contenedor de Registros de Archivos de Creat vidad.

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).

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

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	v
	> Edad*:	0 - 12 años 🗹 13 - 18 años 🗹 19 - 24 años	25 - 34 años 🗍 35 - 44 años 🗍 45 - 64 años 🗹 65 o más años 🗹
	> NSE:	AB	D+ □ D □ E □
	 Características (Puede escribir hasta 7) 	específicas: 00 caracteres) [#10]	
	Seguridad a persona	us mayores de 60 años y menores de	18 años de esdad

Figura 25 Solventación de campo Población Objetivo Pri aria 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).

Contraction of the second s	
> Medios a Utilizar Tiempos Oficiales T	lempos Comerciales
Televisión Televi	sión
🗹 Radio 💽 Radio	
> Recursos Programados por Tipo de Medio	0¢
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	\$55.00
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
Porcantaje que representa la campaña en la partida 3701:	51:66) ^{%6}
Brazumunsta dispanible:	4 533 533 no Miles de

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 nte 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 q 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 Televisión Televisión Radio Radio Recursos Programados por Tipo de Medio: 	mpos Comercia ón	les
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
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3701:	51.66	%
3 Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de



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).

	The relation and the relation	
	And Fiscal 201	
	· Corronatora Sactoriat [6]	P 201002
	 Depandencia o Emidad JAL Naturaliza turaliza filo 	a cruiosavy
	Note de Richardo de la referir d'Afri	2111110 2220100 01200 09/3010
	A Estado de la Estratacia Al S	00080
	r Troo de la última Solicitud: Reg	sto
	a catado de la últime Solicitud. 000	ADA
Malán		13.0
atable al d'estation Vertit ficilité y alices ériones : l'omposité yo	se i fals a America de las y contacteres da angla a paga se las da partes dantes y las anglando partes na tanga a artística da	klas sidalinas presentes formente roo en y asís uto de rooz tos las si pri nasistras y us partes, o capitala del graveradoro, masi dedi yo prestas não é kingastre comente nila y (les, met no.)
Walón:		
Envira Bla vez a Unima (dr. Siger o'stall Ecologie d'stall fils	número se comunicasi is como coso a lote namej lemples, empleto de una como merir	s en a mej ares arten a de goñerno país el l'umbério y el mej or Venes 6 hij Ves
SUSTENTASUIDAD AN DEMOCRACIA SECTIV	ALENTAL /4. Y POLITICA EXTERIOR RESPONSABLE	
Accionex		
Faquera y Age	tera	news Prostanas
Programa Curbaneto 2011	Gonatación cora donará cora dayas Orica	o a la educación Induño al Vacoralismo
Autorizationes		

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

= Notas Entidad/Coordinatora da	
s Comentario*: Prefr appbulta fa 700 cazateer	Exportar notas 📆
	Citearelar

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).

- Notas Entidad/Coordinadora 🔤	
Comentario	Exportal notes, 🛅
41-14	
	Outersten.

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 DGIIC, seleccionar la información del oficio deseado y pulsar el botón

de Descargar . (Figura 34).

- Constitution	Official Dates and					
Pecha/linea	Usuario	∏pa d= Sobcitud	Estado del Oficio	Nombre del Rocumento	Descripción del Documento	Felia
30/06/2010 10:35	Melibea Reves Jacinto	Registro	Autoneado	ScreenHumer_Q1 Aug, 30 09.45.gff	005	0005
Descargat				Bàgina i de i 🎫 🗪		

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 siguie 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.

<u>Solventación de Promoción y Publicidad > Estrategias y Programas</u>

 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 i	Estrategia y Program	a	
trategia Programa	1 10 2 3	194-10- N		C T RUISE	
Estrategias disponibles	para solventar.				
Año Escal	Estado de la Esbratogea	Tipo de Solicitud	Facha de Eluboración de la Solicitud	Estado de la Solicitud	
2010	EN PROCESO	Registro	27/08/2010	OBSERVADA	<u>/</u>
*		Página de	1	•	*
Solicitudes de solvent	ación pendientes :				
		llo se encor	strò información		
Año Fiscal	Estado de la Estrategia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración de la Sulicitud	Estado de la Solicitud	

Figura 36 Comunicación Social >Solventación de Estrategias y Programas.

5. Se deberá de seleccionar la solicitud a solventar y ulsar el botón de 🎤 (editar).

6. 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).

A	¿Dese estrat	a iniciar la egia selec	a solven scionada	tación di v?	e la
			ſ	<i>s</i> ;	NLS

Figura 37 Registro de Estrategias y Programas.

7. En caso de que el usuario pulse el botón de No se c 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 38).

		> Alio F	iscal: 2010		
	R.	Coordinadora Sect	iorial: JAQF Sector5		
	1	Dependencia/Ent	tidad: JAQF entidad50		
		🚯 Haturaleza Juri	Idica: Organismo Desco	ncentrado	
	۶ Fecha de Elab	oración de la Solic	citud: 30/08/2010		
Misions					
Pende establishanta 700 caracteres 1000					
promocionar las campañas de	vācuna.				
promocionar las campañas de	vaquna				
promocionar las campañas de > Vision*: Pedicecelor facto 700 caracteraci (NE)	vaquna				
promocionar las campañas de • Vicion*: Pediceseticitada 70 castes: [99] publicidad a las campañad de	vaquna YaQunadon				
promocionar las campañas de > Vición*: Pedicesolis facta 700 casciansi (ME) publicidad a las campañad de	vaquna YaQunación				

Figura 38 Solventación de Estrategias y Programas.

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

Guardar 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 falto 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).



Los datos generales de la estrategia han sido guardados exitósamente.

Figura 40. Mensaje de Estrategia Guardada.

14. Cuando se haya guardado la información requerida e 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 siguie ntana (Figura 41).

Entornos	Entorno de Merc	ado
) Entorno del Mercado";	> Metas Generales':	▷ Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas ¹ :
Overles control hant a 710 c apo terezi	(Augda a action in art a 300 ca actional)	Predescriby harts 300 caracters (19)
Entorno del Mercado	Métais Génerales	Temas Específicos de Promoción y Poblicidad y/o Ventajas Competitivas

Entomo del Mercado	Metas Lenerales	y /o Ventajas Competitivas	1	
Piógrama Cludadano 2011	-Limpleza en Educación Primaria. -Limpleza en Educación Secundaria -Limpleza en Educación Media Superior.	-Fortalecer la Salud Social -Formentar al cuidado de Salones	Ø.	×
	Página 1 de 1	(2)		

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).

Entorno del Mercado	Metas Renerales	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/e Ventajas Competitivas		
Programa Giudadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria. -Limpieza en Educación Becundaria. -Limpieza en Educación Media Superior.	-Fortalecer la Salud Social -Formentar el cuidado de Salones	0	×
«	Página 1 de 1	• 2		

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 *M*donde el sistema le permitirá cambiar la información del registro seleccionado (Figura 44).

	HITCHING REALING BAR	-
> Entomo del Mercado):	> Metas Generales':	> Temas Especificos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas*:
Reads southin hasts 700 same tonin 1995	Aved a semilar his part 700 caract see	- Aveals establishasta 706 caracters (1996)
Programa Ciudadano 2011	- Umpieza en Educación Primaria, Kors- Umpi Educación Secundaria, Kors- Umpieza en Edu Media Superior,	ieza en - Fortalecer la Salud Social dor>- Fomentar el cuidado de ucación Salones
Entórno del Mercallo	Netas Senerales	Guerder Limplar Temus Específicos de Premoción y Publicidad
	-Umpieca en Educación Primaria.	V/o Ventajastompetuvas
Program's Ciudadano 2011	-Umpleza en Educación Sacundaria. -Umpleza en Educación Media Superior.	-Fomentar el cuidado de Salones

Enformo de Mercado

Figura 44. Modificación de Acciones Registradas.

>

33

Pàgina 1 de 1

21. El Usuario Entidad ya que haya modificado la información de Entornos deberá salvar los cambio 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.

SK.

٤

23. Una vez que el usuario haya guardado los Entornos ntes 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).

		 Coordinadora Sectoria 	de lant carrant					
) Dependencia Entidad	d: JAOF entidad50					
		> Naturaleza Juridic	a: Organismo Desconce	entrado				
	> Fecha de E	laboración de la Solicitur	d: 30/08/2010					
		» Presupuesto Anua	10,000,000,00	(miles de pesos)				
		Acumulado en Campaña	5: 10,000,000,00	(miles de pesos)				
		> Diferenci	a: 0.00	(miles de pesos)				
Campañas				Manual Control Control of Control				
	-0		P	resuppesto		-		
	Normality of	na sampana		Asignates	MB6	6516109	-	1000
Recete al nacionalismo	Mexicano		13	0,000,000.00 Ca	mpaña	REGISTRADA	P	*
«	. C	Pàgina 1 de 1		-		.		
						_ AA q	renan e	ampalia

Figura 46 Solventación de Programa.

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

0	El programa ha sido guardado exitósamente.
	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).



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	Bosted for advantising of	The work the drag	
	Nombre de la Campaña	Recate al nacionalismo Mexicano	
	Tema Específico	Timpulso al Nacionalismo	~
	Objetivo de Comunicación	 -Seleccione- 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 Annus i mini în 16600	anna di successi da success
Nombre de la Cam	maña ** Recate al nacionalismo Mexicano
Tema Espe	cifico 🗉 Impulso al Nacionalismo 🛛 🕅
Objetivo de Comunic	ación * Preset esorier tassa 780 careaterai 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 Cam	ipaña 🐃 Cultura ciudadana y valores 🛛 😽
Coemi	sor(es): DGNC
-	Siguiente

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 Prevalitations	
> Versiones : Versiones :	
> Vigencia *:	
* Población Objetivo Primaria ***********************************	-
Plan de medios a utilizar: Ker -	
	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 Vor Res	cate al Nacionalismo M	exicano Ver 2.000	01	
	> Fecha Inicio *:	27/08/2010	Fecha I	Fin 31/08/201 Suardar (h)	0 関
		Nombre	Fecha de Fe	echa de Estad	¢
	Rescate al Na Ver 1.0001	acionalismo Mexicano	25/08/2010 26	/08/2010 REGIS	т 🧷 💥 🖄
		K K Pá	jina 1 de 1 🖠	>	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 X.

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 pantal de creatividad como se muestra a continuación (Figura 54).

Datos Generales Datos Complementarios	Creatividades
Nombre de la Versid	Respite a'Nacionallamy Mexica
Inicio de Vigenc	a: 1/010-08-25
Ein de Vigenc	a: 2010-08-25
Creatividad	Erowse.
Nombre	*
Descripció	N: (Puederescribir hasta 700 catacteres)
	Guardar Limpiar

Figura 54. Registro de Creatividad por Versión de Camp ña.

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).



Su solicitud fue procesada exitosamente.

Figura 55 Mensaje de Registro de Archivo para de Creat vidad.

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	_ 1
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar		Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.	*

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).

> 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+ [
	6+ 🗔	p (
	с 🗆	εE
 Características (Puede escribir hasta 	respecificas:	
Seguridad a persor	nas mayores de 60 años y menores de	e 18 años de esdad
S N	2	

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 Tie	empos Comerciales
	🗹 Televisión 🕑 Televisi	ón
	🔽 Radio 🔤 Radio	
	Recursos Programados por Tipo de Medio:	
	Televisoras	22,222.00
	Radiodifusoras	222.00
	Diarios Editados en el DF	\$,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-	555,555.00
	Presupuesto asignado a la Campaña:	5,166,467.00 Miles de
	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 Tie Televisión Televisión Radio Radio Recursos Programados por Tipo de Medio;	mpos Comercia ón	les
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 nesos
Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:	51.66	¶a
Presupuesto disponible:	4,833,533.00	Miles de pesos

Figura 60 Registro de Plan de Medios a utilizar de Cam aña.

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 Creat idad.

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).

		3 400 filosat 2010		
		 Councilinations Section at 140F Sectors 		
		Propertiend a Entidade (AOF entidad50		
		Maturialeza Juticitati Orgenizmo Discontent	nda .	
		a Frank de la state de la France de maño para		
		 Tipo de la Utimita Solicitud: Saluareasan 		
		 Estado de la Ultima Solicitudo o grana 		
NU ATTAC		STATE .		
Ň				
Lig Material I and American And	09829			
kašin necest i ≥ or pi ² o ir o	(0)(2))			
katin Heset i > ongli > H o Ditomire	constat	Malas (biomales	Teams Easter Stars de Parenciar y Publish dy/s Usedain	
kišini j nezera nas onaličo en e hitomicz nasny cubite (u)	constit model Records			
	coman men del il secondo	Hite Groundes State & Landson	Transa Faces for the Parameters y Published y/s Verdade National Science (Cong National Sci	
nitorniz Ritorniz		Halas Georgean States of Same States and Same	Traver Francisco de Provider y Robbind y/s Nordele Nythere & Legit (Core Parametri a constatt d'Engen. 2 2 2	

Figura 62. Vista Previa de Estrategias y Programas.

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

- Boles Salided/Coordinators (
> Comentario'; Null suid (anti-No case and)	Exportar hótas. 🛐
	Sua rear

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)	
- Noras entidad/Coordinadora In	
* Comentario*: Puete is dui fueria 700 case tanat	Exportar notas 📆
	Guardar

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).



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 DGIIC, seleccionar la información del oficio deseado y pulsar el botón

de Descargar (Figura 66).

- Comulta de	aficles PONC 🖑					
Fechavillorae	Usuario	Tpo de Solicitud	Estado del Oficio	Nombre del Documento	Descripción del Documento	Tolior
80/08/2010 L0:39	Mellbes Reyes Jacinto	Registre	Autorizado	StreamHunter_01 Aug. 30.09.45 gif	005.	00.05
		1	« <	Pàgina 1 de 1 🤛 🔛		
Designmen						

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.

<u>Comunicación Social >Modificación de Comunicación Social >Estrategias y</u> <u>Programas</u>

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 1 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).

etr stor	las disponibles b	ata Modificat				
scieribe	Año Hiscal	Estado de la Estrategia	Tipo de Solicitod	Fecha de Flaburación de la Solution	Estado de la Solicitud	
2010		AUTORIZADO	Solventación	30/08/2010	EVALUADA DONC	0
	des de Modificaci	ôn Pendientes:		u nondientes de envior		
olicitu		No existen i	CHERLIGES DE MOCIMESCION			

3. Se deberá de seleccionar la solicitud a modificar y pulsar el botón de 🥒 (editar).

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

commu		Î
▲ ¿Desea iniciar estrategia sel	la modificación eccionada?	de la
	G	No

Figura 3 Modificación de Estrategias y Programas.

5. En caso de que el usuario pulse el botón de No se c este proceso para esta solicitud.

6. En caso de pulsar el botón Si la solicitud cambiara a en proceso de Modificación.

7. Se podrá modificar la información que contenga la solicitud (Figura 4).

	a de Bocal 2010	
	 C - Must as Security Jugst species 	
	 Capendearca: Entitladi JAOF entidad 50 	
	Chartenatera Junificat. Organismo: Desconten texto	
NAMES OF CONTRACT, NAMES OF	Fedra IIs Elaboración de la Solicitudi 30/00/2010	
Filestere		
Warmin .		
Wamern nel aufliffente 20 autors - 🛄 Striffrauda, vez a un ina jar numero de comunidades co	io lider, al officier la mejor experiencia de gobierno para el dudadano y el mejor lugar para trabajar para nuestras famillas, derivado de una constante innovación d	vica.
Namen ex exhisten e 10 aector. In Ser ifr odde vez e ve meyor numero de comunidades co Tigas Festerve del 1400 (Eligauno e mazen	o lider, «Fofreet la mejor experiencia de gobierno para el didadano y el mejoe lugar para trabajar para nuestras familias, derivado de una constante innovación d	vica.
Namm di antificana secara . Er di ada, vez + un insvar numero de comunidades co Fins Festorus del 1400 Eligauno u mascri Estado de DEPERIO y SEGURIDAD	o lider, «l'officer la mejor experiencia de gobierno para el didadano y el mejor lugar para trabajar para nuestras familias, derivado de una constante innovación d	kia
Vianni de andrese a server prince de comunidades co Frifrade, vez + un insvar numero de comunidades co Fins Festarue del 1960 Eligane a miser Estado de DEPERIO V SEGURIDAD Estado de DEPERIO V SEGURIDAD	o lider, «I officer la mejor experiencia de gobierno para el didadano y el mejor lugar para trabajar para nuestras familias, derivado de una constante innovacion d Integos	sia
Viamin de andrinene Se annae	o lider, «I officer la mejor experiencia de gobierno para el didadano y el mejor lugar para trabajar para nuestras familias, derivado de una constante innovacion d IPLEOS	sia.
Viament de antificiente 20 antipaso Er dir onde, vez e un integrar numero de comunidades co Fins Factores del 1900 Etiga uno e instant Estado de DEPERIO y SEGURIDAD Estado de DEPERIO y SEGURIDAD ECONOMIA COMPETITIVA X ERIERADORA DE I (CUALDAD, DE OPORTUNIDAD ES. SU STENTARIJUDAD INMISIENTAL	o lider, «l'offecer la mejor e periencia de gobierno para el dadadano y el mejor lugar para trabajar para nuestra: familias, derivado de una constante innovacion d IPLEOS	cia.
Viament Hel sufficients 20 enclose Ser drowds, vez a va interior numero de comunidades co Ejes: Factores del 1940 (Elija uno o myžen) Estado o figerecino y sejourbano Economia competitiva y cenenadora de Gualdado de opoartumidades. Su Stentabilidadi abilistata Deblochacia efectiva y Politica enterior	io lider, al officer la mejor e periende de gobierno para el dadadeno y el mejor lugar para trabajar para nuestra: familias, derivado de una constante innovadon d VIDLEOS	via [

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 fina dad de mostrar al Sector o Entidad que su operación de alta de estrategia fue exitosa (Figura 6).



Los datos generales de la estrategia han sido guardados exitósamente.

Figura 6. Mensaje de Estrategia Guardada.

12. Cuando se haya guardado la información requerida e 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 siguie ntana (Figura 7).

Acciones	Acciones	
» Programa y Apartado;*	Acciones Gubernamentales Prioritarias:	Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios."
(Punde escribir hasts 200 carocleres)	(Puede escribir hasta 700 caracteres)	(Peede escribir basis 700 caracteres)
	8	21 (H
	L.	en
		Guardar 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).

Acciones

Programa y Apartado."	Acciones Gubernamentales Prioritarias."	 Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios: 	
(Puede escribir hesta 700 caracteres)	(Puede escribir hasta 700 caracteres)	(Puede escribir basts 700 escateres)	
Programa Ciudadano 2011	-Forestacion -Fomento a la Educacion -Leyes Civicas	Impulso al nacionalismo	
		Guardar h	

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).

0	Acción guardada exitósamente.
Figura 9 I	Mensaje de Acción Guardada.

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

	Accones	
» Programa y Apartado:	Acciones Gubernamentales Prioritarias:*	۶ Temas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios:"
(Puede escribir hasta 700 esracteres)	(Punda sucribir hasta 700 caracteres)	(Punde escribir hasts 700 caracteres)
Programa Ciudadano 2011 A-223	Motivación ciudadana con la limpieza	Cuidado Ecologico 2011
		Guardat Limplar

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	Accimes Gubernamentales Prioritarias	Temas Específicos Derivados de las Acciones Gobernamentales Prioritarias		
Programa Ciudadano 2011	. •Forestación ≺br> •Fomento a la educación •Leves Civicas	Impúlso al Nacionalismo	1	*
	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 嵳 según sea el criterio del usuario Entidad.

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

Acciones

Acciones

Programa y Apartado:"	 Acciones Gubernamentales Prioritària: 	 Ternas Específicos Derivados de las Acciones Gubernamentales Prioritarios:
Punde escribir Paste 709 carecteres)	(Freedy exactle) hasts 700 caracterest)	(Finds easibilit hasts 700 caracteres)
Programa Ciudadano 2011 A-2 I	Motivación ciudadana con la limpieza	Cuidado Ecologico 2011
		Guardar Limpiar
Programa y apartado	Acciones oubernamentales orioritarias	Temas específicos derivados de las
Programa y apartado	Acciones gubernamentales prioritarias	Temas específicos derivados de las cciones gubernamentales prioritarias
Programa y apartado Programa Ciudadano 2011	Acciones gubernamentales prioritorias -Forestación -Fomento a la educación -Forestación -Fomento a la educación (In	Temas específicos derivados de las cciones gubernamentales prioritarias npulso al Nacionalismo
Programa y apartado Programa Ciudadano 2011 Programa Ciudadano 2011 A-223	Acciones gubernamentales prioritarias ar -Porestación -Porestación -Porestación ciudadana con la lángueza Ciudadana con la límpieza Ciu	Temas específicos derivados de las cciones gubernamentales prioritarias npulso al Nacionalismo uidado Ecológico 2011

Figura 12 Modificación de Acciones Registradas.

20. El Usuario Entidad ya que haya modificado la información de Acciones deberá salvar los cambio 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).

0	Acción guardada exitósamente.
T • 1	

Figura 13 Mensaje de Acción Modificada Guardada.

22. Una vez que el usuario haya guardado las Acciones ntes 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).

	 Coordinadora Sectorial: JAC 	F Sector5			
) Dependencia Entidad: JAO	F emidad50			
	» Batmaleza (midica: On	janismo Desconcentraco			
	> Fecha de Elaboración de la solicitad: 31,	(DB) 2010			
	 Presupues to Aqual: 	10,000,000.00 (miles de pesos)			
	» Acumutado en Campañas:	10,000,000,00 (miles de pesos)			
	• Diferencia:	OOC (miles de pesos)			
Campañas				_	
	Hamber de la Campaña	Presujuestu Ti Asianisto Ti	ian Tatada	1	—
Recate al naciona ismo Me	xicano	10,000.000.00 Campa	AIS REGISTRADA	1	*
C.	Página 1 de 1				
			C A	gregar C	งการสัง
				_	

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 sel ionar la versión de campaña deseada y pulsar el botón de 🖉 (editar).

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

s nombre de la campana	Recate al nacionalismo Mexicano
Tema Específico	Impulso al Nacionalismo
» Objetivo de Comunicación	*: Annde expeliie ham a 100 saastees 👘
	Poder transmitir el cambio de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus cludadános. Mayor transparencia en los procesos democraticos sea el partido que itija.
Clasificación de la Campaña	*: Cultura ciudadana y valores

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).

Datos Generales	Sinki manalanan zilik	d Concelling 2	
	Nombre de la Campaña 🗆	Recate al nacionalismo Mexicano	
	Tema Específico "	Impulso al Nacionalismo	~
	Objetivo de Comunicación	Seleccione Cuidado Ecologico 2011	
		Impalso al Nacionalismo	

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).

Datos Generales TRAXII CHRIII HIIIGIRG	ETT=AUVOINT >
Nombre de la Campaña	Recate al nacionalismo Mexicano
Tema Específico **	Impulso al Nacionalismo
Objetivo de Comunicación *	Puelle escribir Neste 700 (zracierts)
	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
	Siguiente

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).

Datos (Celtora) es	Datos Complementarios	er- arourae-
	> Version	es 💱 Ver 🐨
	> Vigeno	cia n
	Población Objetivo Primar	ria 5 Ver 🔹
	> Plan de medios a util	izar: Ver 💌
		Guardar

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).

2 I	Fecha nicio *:	27/08/2010	影 Fech	a Fin 21/00	
				21/00	/2010
		Nombre	Fecha de	Fecha de E	stado
I R	tescate al Na /er 1.0001	acionalismo Mexican	G 25/08/2010	26/08/2010 R	EGIST 🥖 嶈

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 pantal de creatividad como se muestra a continuación (Figura 21).

With a series of the series and the series of the series o	Creatividades
Nombre de la Versión:	Noscere III. Nacionaliumo Mexica
Inicio de Vigencia:	2010-08-23
Fin de Vigencia:	2010-08-26
Creatividad *:	Browee
Nombre 1	
Descripción:	(Fuede escribir hasta 700 coratteres)
	<u>Vec</u>
	Guardar Umplar

Figura 21 Modificación de Creatividad por Versión de C mpaña.

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).

0	Su solicitud fue procesada exitosamente.
	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	Description
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar	Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo. 🛛 🎇
	Panina I	

Figura 23 Contenedor de Registros de Archivos de Creat vidad.

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).

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

Figura 24 Llenado de Vigencia.

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

۶

Población Objetivo Primaria	Ver 🖌 🌆		
	> Sexo*:	Mujeres y Hombres	*
	> Población*:	Rural	×
	> Edad*:	0 - 12 años ⊻ 13 - 18 años ⊻ 19 - 24 años □	25 - 34 años □ 35 - 44 años □ 45 - 64 años ☑ 65 o más años ☑
	> NSE:	AB <u> C</u> + <u> C</u> + <u> C</u>	D+ D D E
	 Características e (Puede escribir hasta 700 Seguridad a personas 	specíficas: 0 caracteres) est mayores de 60 años y menores de 1	8 años de esdad 🔄

Figura 25 Modificación de campo Población Objetivo Pri aria 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 lit	lizar		
Tiemp	os Oficiales	Tiempos Comercia	les
V Televisión	Tala	visión	
Padro	Pade	0	
LEL NOWIN		94 I	
Recursos Pr	ogramados por Tipo de Mec	lio:	
Televisoras		22,222.00	
Radiodifusoras		222.00	
Diarios Editado	s en el DF	5,742.00	
Diarios Editado	s en los Estados	55.00	l .
Revistas		555.00	Į.
Medios Comple	mentarios	555.00	
Medios Electrón	icos Internacionales	8,888.00	
Medios Impreso	os Internacionales	22,220.00	[
Medies Públicos	1	4,545.00	
Pre-Estudios		454.00	ĺ
Post-Estudios		4,545,454.00	
Diseño, Produc producción y co	ción, Preproducción, Post- opiado	555,555.00	
Presupuesto	asignado a la Campaña:	5,166,467.00	Miles de
Porcentaje gu	ie representa la campaña e	n 51.60	¢%a
to partia 371	6.4 +		

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			
	🗹 Televisión 🗹 Tel	evisión			
	🗹 Radio 🗹 Rad	lio			
	> 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	\$55.00			
	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			
.2	Porcentaje que representa la campaña la partida 3701:	en 51.66 %			
3	Presupuesto disponible:	4,833,533.00 Miles de pesos			

Figura 28. Registro de Plan de Medios a utilizar de Ca paña.

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).

	/ And Piscal: 2010			
	· Coundinations textonial JAC Se	etor5		
) Dependencia o Entidad (AQE 61	Octobitn		
	+ Naturaleza Junisita Organi	arno Cesso nertredo		
 Year de 	Einbernum de la Sellutud 23/02/	2010		
10	· Antarin fie fe Tatente pin (2) 7920	CEBG		
6	Tipo da la Ultima Solicitudi Registio	0		
1.61	nado da le Ultima Solicitudi (075AGA	A;		
entra fizica e congra de las de las esta fizicas e vacares apriliega el pratejo organização poterendo	la transfer le las lineada es conte Annas em las betras de las estas leceta refer un par así así esta	-21 - 22 - 24 - 442 - 27 - 26 - 26 - 26 - 27 - 26 - 28	Complete point and the second se	
Without .				
chartesta yaa a lahmii dir ilimiin a	s i brius asces i o mo forgis i offeitor Los orniado as las tomante mov	12 10 0 C 21 C 10	nat grätters satt einnat	115.V 81 m pr 🗉
and it was president from the root of \$10				
tys(s) Andor(ss) que Reps(s) el Pr SETADO DE DESEMO Y SECURIO ECONOMEN COMPETITIVA Y C	ograma da Comunicación AD EXERADORA DE ENJEJOS			
Eye (a) Eactor (au) que Experior el Fr SETADO DE DERECHO Y SECURIO EDONONIA COMPETITIVA Y O CUALDAD DE OPOETUNIDADES SUETENTARLIDAD AMERITIAL DEMIDIORACIA JECTIVA Y POLT	ograma da Comunicación AO EXELADORA DE ENIRICOS TIGA EXTERIOR RESPONSABLE			
Eye (x) Exector (xx) que Experior el Fr SETADO DE DESEMO Y SECURIO ECONOMIA COMPETITIVA Y O SUALDAD DE ONOETUNIDADES GUETENTARLICAD AMERITIAL DE MIDOCACIA SECTIVA Y POLI factoria	ograma da Comunicación RO Exeladora de Indracos Tica Exterior Reportable			
Eye(a) Bactor(ad) que Repai(d) el Pr SETADO DE DERECHO Y SECURIO ECONONEIA COMPETITIVA Y O XUBALDAD EL OROSTUNICADES SUETENTARILIDAD ANSENTAL OEMODERACIA HECTIVA Y POLY Accience	ograma da Comunicación AO EXERACIDA DE ENIRECIS TIGA EXTERIOR RESPONSABLE	e Telebola	Zener Apolitan Sein	iar de las: Foculocias
Eyeld Backsolad que Ropald el Fr SETADO DE DERECHO Y SECURIO ECONOMIA COMPETITIVA Y O ICUALDADIE OROETUNICADES SUETENTARILIDAD AMERITIAL DE MODERACIA ESCTIVA Y POLI Actiones Programa y Securit Tegene Competition	ograma da Comunicación AO EXERACIDA OS ENIRECIS TIGA EXTERIOR RESPONSABLE ADMENSION CON ACTUALS ADMENSION CON ACTUALS ADMENSION CON ACTUALS	a Pérdénana Banduartor	Tema Grantina Sera Astrona Grantina Prana Chantana	Han de Inc. 1702 Julie
Eyeld Bactor(+d que Repaid el Fr SETADO DE DERECHO Y SECURIZ ECONOMEA COMPETITIVA Y O XUBALDAD DE OROSTUNICADES SUETENTIABLICAD AMBERITAL OEMBORACIA HECTIVA Y POLY Accience Processes Processes Supreme Custome 2011	ograma da Comunicación KO RIERADORA DE ENJRICOS TICA ENTRIJOR RESPONSABLE Active Comunicación Comunicación de Scharter e Comunicación de Scharter e Comunicación de Scharter e		Terrer Greeffren Seine Acter a Greeffren Seine Seine auf Schermen der	dan dé ter: 1922 - Star Sela

Figura 30 Vista Previa de Estrategias y Programas.

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

• Refer Enrichtif (Soundinedere and	
» Comentatio*:	Exportar notas. 🛅
	Guardár
Figura 31. Notas de Entidad / Coordinación de Estrategias y Programas.	

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

orus Entidad/Coordinadora da	
Comentario":	Exporter
nin companya nin calanters and	

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 DGIIC, seleccionar la información del oficio deseado y pulsar el botón

de Descargar (Figura 34).

- innentende	- Consulta de Oficios D'ARC 🧄									
Feelaw/Hore	Usuanu	Tipe de Solicitud	Estado del Olicio	Sembre del Decomente	Descepción del Documiento	Film				
30/05/2010 10138	Mathea Rayas Jadinto	Registro	Automzado	SpreenHuritar_01_Aug. 30 0.9.46.36	005	0005				
Dencerger;		1		Página 1 de 1 🥜 😥						

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 siguie 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

 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).

trategias disponibles (para solventar.				
Año Fiscal	Estado de la Estrategia	Tipo de Solicitud	Fechil de Elaboración de la Solicitud	Estado de la folicitud	1
0.4.0	EN PROCESO	Regatio	27/08/2010	OBSERVADA	1
*	e (Pagina 1 de 1	1	- >	*
		Federica 1 de 1			

Figura 36 Comunicación Social >Modificación de Estrategias y Programas.

4. Se deberá de seleccionar la solicitud a modificar 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 Modificación de la estrategia (Figura 37).

					ļ
	;Desse	inicier le n	oodificación	de la	- L
10.4	estrateg	jia selecci	onada?	de la	Ē
			1177-2918-10-1		_

8

Figura 37 Registro de Estrategias y Programas.

6. En caso de que el usuario pulse el botón de No se c este proceso para esta solicitud.

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

8. Se podrá modificar la información que contenga la solicitud (Figura 38).

erentifine Y unt _{Ol} e	Cetu ategia	an a	le grant V	and and a second	WITCHTOM	
		2 Allo Fi	scal: 2010			
1	R	Coordinadora Secto	orial: JAQF Sector5			
	i i i i i i i i i i i i i i i i i i i	Dependencia/Enti	idad: JAQF entidad50			
		> flaturaleza Juri	dica: Organismo Descr	incentrado		
	> Fecha de Elab	oración de la Solic	itud: 30/08/2010	a set half of second of		
Mision :			V			
Westernibithana 700 calattes) (1011						
» Visión':						
(Peocle ascillate (Nastra, 799 paracteres)						
publicidad a las campañad de v	lounadión					
L						
			1 Ohine	dan timpian	Regressir	te Cana

Figura 38 Modificación de Estrategias y Programas.

9. Si son modificados los datos por alguna razón se de pulsar el botón guardar 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 falto 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).



Los datos generales de la estrategia han sido guardados exitósamente.

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).

(Enformes	Entorno de Mercado	2		
Entorno del Mercado':	⊁ Metas 6enerales¹;	> Temas Especificos de Promoción y/o Ventajas Competitivas ³ :	i y Pul	ilicidad
Angle szülfün katta 140 zasaztasza 🔚	iPilede escillul faitte 700 catairtean 👘	Wedeessiluk karta 700 caastaes) - [mil]		
Entorno del Mercado	Metas Generales	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas	Lin	islar
Programa Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Primalla. -Limpieza en Educación Secundaria. -Limpieza en Educación Media Superior.	-Fortalecer la Salud Social -Formentar al cuidado de Salones	P	×
	Păgina 1 de 1			

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 Adonde el sistema le permitirá cambiar la información del registro seleccionado (Figura 44).

Entorno de Mercado

Entoriso del mercado :) Metas Generales*:	Temas Especificos de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas!:
Rocke examining the Table and the set and the set	(Prede capitin hasta 200 caractees)	Producted in harts 700 caracters
Programa Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria, «br>-Limpieza Educación Secundaria, «br>-Limpieza en Educac Media Superior;	i enFort alecer la Salud Social ≺br>-Fomentar el cuidado de iónSalones
Entorno del Mercado	Metas Generales	Guardar Limpiar

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 Enti la información con el que se había registrado la solicitud anteriormente (Figura 46).

 Coordinations Sectorial: Loc 	en overheiden				
Demendensia Englady inc	er sectors				
 Baturaleza Juridica: pro 	r enclaadoo				
> Fecha de Elaboración de la Solicitud: 30					
> Presupuesto Annal:	10,000,000.00 (miles de pesos)				
> Acumulado en Campañas:	10,000,000.00 (miles de pesos)				
> Diferencia:	000 (miles de pesos)				
Campañas					_
Nombre de la Exmpaña	Presupensite Asignado	Про	E Gide		1
Recate al nacionalismo Mexicano	10,000,000.00 Ca	npaña	REGISTRADA	P	*
Răgina 1 de 1					
			A	rega <i>r</i> C	empaña)

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).

Dates tenerales (Date Man Jone Series) In Sec	a we have
» Rombre de la Campaña	* Forestación urbana
» Tema Específico.	🗄 Fortalecer la Salud Social -Fomentar el cuidado de Salones 🛛 🔗
Meta a Alcanzar	Medio ecologico
» Objetivo de Comunicación *	: Poulescollbirharta VII caastaur 💷
	Conservación del medio ambiente
	Siguierre

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).

Datos Generales	Mall V - and 5-arabit May	- 6 (20 (1 (1 (1 (1 (1 (1 (1 (1 (1 (
	Nombre de la Campaña	Recate al nacionalismo Mexicano	
	Tema Específico	Timpulso al Nacionalismo	~
	Objetivo de Comunicación	Seleccione Cuidado Ecologico 2011	
T: 7	0 S dessión de Obietine de Communie	Impulso al Nacionalismo	1

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 cumulamentaria	Creating officies
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):	
	Siguiente

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	A CALE AND A
	s Versione	es n: Ver 🐨
	> Vigenci	ia 4
न	Población Objetivo Primari	ia "Ver
	> Plan de medios a utili	zar: 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).

**					
> Fecha Inicio *:	27/08/2010	题 Fech	a Fin 31/	08/2010	
	Nombre	Fecha de	Fecha de	Estado	
Rescate al Na Ver 1.0001	acionalismo Mexicano	25/08/2010	26/08/2010	REGIST 🥖	8

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 pantal de creatividad como se muestra a continuación (Figura 54).

Paine	Seneroles Datos Complementarios	Creatividades
	Nombre de la Versión:	Rescare al Nacionalismo Merica
	Inicio de Vigencia:	2010.08.25
	Fin de Vigencia:	2010-08-26
	Creatividad ::	Browse
	Nonibre *:	
	Descripción:	Puede escribir hasta 700 carocleres)
		Guardar

Figura 54. Registro de Creatividad por Versión de Camp ña.

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).

0	Su solicitud fue procesada exitosamente.

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	<u> </u>	Nombre	Descripción	
2010-08-24 13:25:31.0	ejemplar		Bjemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.	×
		🥂 🦳 Página I	de 1 🔊 🔊	

Figura 56 Contenedor de Registros de Archivos de Creat vidad.

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).

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

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 *: Var y Mujeres y Hombres Sexo*: v Población*: Rural V. > Edad*: 0 - 12 años 9 25 - 34 años 13 - 18 años 1 35 - 44 años 19 - 24 años 45 - 64 años Y 4 65 o más años > NSE: AB D+ C+ n 🗐 ε□ ε) Características específicas: (Puede escribir hasta 700 caracteres) Seguridad a personas mayores de 60 años y menores de 18 años de esdad 1

Figura 58 Modificación de campo Población Objetivo Pri aria de Campaña.

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

lan de medios a utilizar: Ver 💉		
 Medios a Utilizar Tiempos Oficiales Televisión Televisión Radio Radio Recursos Programados por Tipo de Medios 	empos Comercia ión	les
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	1
Medios Electrónicos Internacionales	8,888.00	
Medios Impresos Internacionales	22,220.00	
Medios Públicos	4,545.00	
Pre-Estudios	454.00	Ì
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

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

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 Televisión Radio Radio 	liempos Comerciales Isión
	Recursos Programados por Tipo de Media	01
	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
	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 Cam ña.

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).

0	Su solicitud fue procesada exitosamente.

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).

Evitoment	To tame and Harrison	Pala Greeka		Noomalities of publicities by your want to be the report
Britonius (1)	ter ini Haraki	Matax Committee	Manual Scientific Har	Promitički v Putobilikali v Jurverski jas Carepoli
Eritomua	The second second	and a first state of the	Terms Sensitive data	Annuality a Buildwined of a Mantalian Connect
Entomet				
	I STATIC			
(Chine)				
D>				
energy of the second	i minini			
Million				
		Estate da la Ultima effectuel careana		
		J. Entrale de la Entralezia EN PROCESO		
		 Fecha de Elaboración de la Soficitud: 30/00/2010 		
		Taturaleza humbus Organismo Desconcentres	dø):	
		Toponifesce Enviral JAQF entided 50		
		V Coundings or Section JACE Sector5		

Figura 62. Vista Previa de Estrategias y Programas.

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

- Roras Entidad/Coortilinations alim	
s Comentario': Anderediologan 70 careters (1911)	Exportar notas, 🔚
	Countes?

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).

Su solicitud fue procesada exitosamente.

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 DGIIC, seleccionar la información del oficio deseado y pulsar el botón

Fecha Hora	Ostanto	Tipe de Solicitud	Estado dal Díficio	Nombre del Documento	Descripción del Documento	(ealis
0/08/2010 0.35	Melibea Rever Jasinta.	Registre	Automzado	ScreenHunter_01 Aug. 30 07.45.gif	005	0005

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

do Descargar (Figuro 66)

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

<u>Comunicación Social > Ajuste Estrategias y Programas</u>

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).

Estrateglas disponible	s para ajustar				
Año Fiscal	Estado de la Estrategia	Tipe de Solicitud	Fecha de Elaboración de la Solicitud	Estado de la Solicitud	
2010	AUTORIZADO	Modificación	01/09/2010	EVALUADA DONC	Ø
Solicitudes de ajuste (pendientes :	No se encontraron solici	tudes pendientes de aiust	A .	
Ann Fiscal	Estado de la Estratoria	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración	Estado de la Solicitud	

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).

Co	nfirmar	
A	¿Desea iniciar el ajuste de la estrategi seleccionada?	a [

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).

> Fecha de Ela Mision:	Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5 > Dependencia Entidad: JAQF entidad50 > Naturaleza Juridica: Organismo Desconcentra boracion de la Solicitud: 01/09/2010	de
> Fecha de Ela Misiou:	 Dependencia Entidad: JAQE entidad50 Naturaleza Juridica: Organismo Desconcentra boración de la solicitud: 01/09/2010 	ıdc
> Fecha de Ela Mision:	 Naturaleza Juridica: Organismo Desconcentra boracion de la Solicitud: 01/09/2010 	sdc
> Fecha de Ela Mision:	boración de la Solicitud: 01/09/2010	
Misiou:		
141.401.		
¥15308;		
Consider a profession of the second states of the		
200000000		
Entornos:		
Entorno del Harmado	Vietnis Generalies	Temas Esperancos de Promoción y Publicidad y lo Ventajas Compolitivas
	Hinmieza en Etiloarión Direcada	
		-Fortalecer la Salud Social
Programa Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Secundaria -Limpieza en Educación Madia Supenor.	-Fortalecer le Salud Social -Formentar el mudado de Salonae
En tórno del Marcado	Velay Smerides	Temas Específicos de Promoción y Publicidad y /o Ventajús Compolitivas

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).

	Alio Fiscal: 20	10				
	 Coordinatora Sectorial: JA 	2ESector5				
	Dependencia Erridad: JA	2Fentidad50				
	> Naturaleza Jumlica: Or	ganismo Desconcent	rado			
	Fecha de Elaboración de la Solicitud: 01	/09/2010				
	 Presupuesto Anual: 	ac abecabate i i	(miles de pesos)			
	y Acumutado en Campañas:	Continue ab	(miles de pesos)			
	► Diferencia:	1.0	(miles de pesos)			
Campalias						
				_		_
	Nombre de la Campaña		Presupuesta Reignado	mps	Estado	
Pecate al nacionalismo Mexicano			10,000,000.00 C	ampaña	REGISTRADA	<i>9</i> 0.
	Pagin	i de a 👘 👘				

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 co el usuario entidad lo decida (Figura 7).

» flombre de la Campaña:	Recate al nacionalismo Mexicano
) Tema Específico;	impulso al Nacionalismo
 Objetivo de Commicación : 	White stall if () atta 200 caracterics [1]
	Poder transmitir el cambie de valores y costumbres como una evolución del Pensamiento a sus ciudadanos
	Mayortiansparencia en los procesos democraticos sea el partido que rija.
Clasification de la Campaña:	A INTRAST STUDIES AND A VIOLAND
(gemisores):	Contrate Claude and A Values
	Siguisate

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).

Dato: Gelikrales Dato: Complementarios
► Versiones *: Ver
> Vigencia:
› Población Objetivo:
) Plan de Medios a Utilizar: <mark>Par se</mark>
Guardan.

Figura 8 Pantalla de Datos Complementarios.

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

> Nombre		
> Fecha Inicio *:	Fecha Fin	18
Nombre	Fecha de Fecha de Estado	
Rescate al Nacionalismo Mexicano Ver 1.0001	25/08/2010 26/08/2010 REGIST	¥

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

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).

Datos Generales Datos Complementarios	Creatividades
Nombre de la Versión:	Rescate al Nacionalismo Mexi
Inicio de Vigericia:	2010-08-25
Fin de Vigencia:	2010-08-26
Creatividad 🕫	Browse
Nombre *:	
Descripción:	Funde escribir hasta 700 caracteres)
	2
	1

Figura 10 Vista de Creatividad por Versión de Campaña.

l

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

» romation unjetive	Xex 🛩		
	> Sexo:	Majeres in Hombres	M.
	> Población:	Append & Stars	¥I [
	> Edades:	0 - 12 años	25 - 34 años
		13 - 18 años	35 - 44 años
		19 - 24 años 🗸	45 - 64 años
			65 a más años
	s Niveles Socioeconómicos:	AB	D + []
		C+	D 🗔
		¢	E 🗌
) Características Espe	cíficas:	
	aasd		

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 	mpos Comercia	les
Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window State Image: Window Stat	in	
> Recursos Programados por Tipo de Madio:		
Televisoras	22,222.00	
Radiodifusoras	222.00	
Diarios Editados en el DF	\$,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	
Medics 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	0/a
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 Televisión Televisión Radio Recursos Programados por Tipo de Media 	liempos Comerciales Isión
	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
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 Ca paña.

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).

	+ Ale Barah 2010	
	> Coordinations Sectored (6.05 Sector)	_
	1 Dependencie p Inteller (405 stridet)0	
	Weight and Jurisburg organization Organizations	
) New	a de Eleboración de la toricitad 24/08/2010	
24	 tasile de la taratage Si ROCESC 	
(***) Tipo de la Ultima Solicitud. Repúblic	
	e evente de la litera solonial creace	
Weder.		
ATT IN CONTRACTOR OF	no ése une or en estadores pouses restrictions destructions de la companya de la companya de la companya de la	1 K.
up (11/1-07/k yw/910, 31/11)	care of the second state within the second state of	- F
CHICAGO DE LA COLLEGA DE LA	owned to a second s	2
Walter-		
the left have been all the second second		
	at her i was it has been upper and it is simply a box, and he is should be its out the harden want is because it is a	and the second sec
and the first state of the second	nt se li celu riske fance ne li cen strone Anal region e den fan is de gelak met sees alle valaer op it e Annese ne rakte se una constante e rakase filmes	
NAME AND ADDRESS OF	na na konsultaza taran ina kara konsultar na una previdenten ja terapitak menana pili sabar kara har National da mateu da una constantar mateura di men	
Lan yon fattar per factar. Lan Astarian ge Renna BETRO 25 ERENN Y SEG SCOLOM (A COMPETTIVA	n os Lonandez Island de Lonandez (nom era long era erandez) ale general de bilades era ha Nome denede di una combinar erana eranom (Programs de Comunicación eran) Y reserviciona de enferens	
Carlos Status de Sector de Sector de Carlos Regeletar Estado de Estado y secu Socieción a compatitiva Carlos de Carlos de Carlos Subtorta Labora de Carlos Estadocar de Carlos y a Actividad	n na Lanandez (situal na lati (nomi vita ing situation) and parenta per parenta Nomi, Breeke Boya na babata verses of ensi Ricean Y deservizora de envelope, SE Ricean Y deservizora de envelope, SE Ricean Na Statica properos deserviendes	
Carl you Bitter and Sector Sector Ander and sum Reported BIT ADD 25 EXECTOR Y 800 BIOMONIA COMPETITIVA ISUAL DED 25 OFORTWINDED DISTRICTABLICAD AMBELT CENNOCLACIE BECTIVA Y B Antones	n os Lonandos to carona de la complete versas e deves Antes - Brede B. carona de la complete versas e deves Programa de Comunicación REGAD Y CENERADORA DE ENFRECE SE FA OLITICA ENTREIOS SESSONIBALES Carona de La complete versas de la complete de	
Carl van Bitter (en oan Ropente) Berkoo de Beecko Y secu Bookowik Cowert waa Dualoo de Destriko Y secu Dualoo de Destrukcio Dualoo de Destrukcio Dualoo de Destrukcio Dualoo de Destrukcio Bakeccacia Bertika Y A Antones	 de La Camaldas de Las constructives de la construcción de	
Carl Con Tables and Particle Service Constrained Service Scotton (Carl Constrained Conton (Carl Constrained Conton (Carl Constrained Conton (Carl Constrained Conton (Carl Constrained Conton (Carl Constrained Conton (Carl Constrained) Conton (Carl Constrained)	Construction of the second	
Can yon Stitler per receive Stract per de la Service estracto de Exectivo Y secu concomita constitutiva ouertentasuidad America de Moccacia Electrica y la Acamera Acamera Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita Securita	n na landales is un inclui forma de angles a sub de parte de plantes de la des de plantes (Programs de Comunicación REGRI) Y deservicios de extreters REGRI Stational de extreters REGRI California de la deservición REGRI California de la deservición California de la deservición Californi Califo	
Carl Carl Bitter (FD 1903) Carl Carl Bitter (FD 1903) Electronic States	n de la constitue te un los (normalis de los partes de la constitue de la cons	

Figura 15 Vista Previa de Estrategias y Programas.

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

- Hotas Entidad/Coordinadora 🤖	
 Comentatio¹: Their embinance We can used [1] 	Exportar notas 🛐
	Guardar

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).

- Notes Entided/Countinedore Ja	
• Comentario': disensediilasta 700 sasetass (10)	Exportar notas. 🛐
	cuprelar

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

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 > Ajus te 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).

* Estrategias Comunication Social	
Promoción y Públiadad >	Registrar Estrategia y Programa
Consultar	Solventar Estrategia y Programa
	Modificar Estrategia y Programa
	Ajustar Estrategia y Programa
	Cancelar Estrategia y Proprama

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).

ategias disponibli	es para ajustar				
		No se encontraron estrat	egias disponibles para apustar	G	
Anothiseal	Estado de la Estrutegia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración de La Solicitud	Estado de la Solicitud	
citudes de ajuste	pendientes				
citudes de ajuste Año fical	pendientes Estado de la Estralagia	Tipe de Selicitud	Fecha de Efaboración de la Solicitud	Telado de la Solicitud	

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 $\mathscr{P}(editar)$ a la solicitud, aparecerá un mensaje de confirmación para comenzar la Ajuste de la estrategia (Figura 22).

20	ntirmai	ŗ				1
A	¿Desea selecci	i iniciar el a onada?	juste c	le la est	rategia	
			1	24	115	h

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).

	Año Fiscal: 2010	
	 Coordinadora Sectorial: JAQF Sector5 	
	> Dependencia, Entidad: JAQF entidad50	0
	Haturaleza Juridica: Organismo Desconcentra	4b
> Fecha de	Elaboración de la Solicitud: 01/09/2010	
é Mislón:		
· Vision:		
• Vision: Markanan Alatikan Markana (Kanada)		
e Vision: Maria dat sintermaniat e recensión) e Entornos:		
 Vision: Internet data contraction Enternes: Enternes: 	stetus fijnteralkin	Temas Especificas de Promoción y Publicidad y/o Ventajas Competitivas
 Vision: Entomos: Entomos: Programa Ciudadano 2011 	-Umpless en Educatión Primaris. -Umpless en Educación Primaris. -Umpless en Educación Secundaria. -Umpless en Educación Media Superior.	Tethias Especificus de Promución y Publicidad y/o Ventajas Competitivas -Fortalecer la Salud Social -Formentar el cuidado de Salones

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 Mencado	Metas Generales	Temas Expecificos de Promoción y Publicidad y /o Nentojas Competitivos
Programs Ciudadano 2011	-Limpieza en Educación Primaria. - Limpieza en Educación Secundana. - Limpieza en Educación Media Superior.	-Fontsles≤r la Salud Social •Formentar el cuidado de Salones
	🚾 💽 Página 1 de 1 🎫 🚺	20



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

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

	Franklin stars Contraints (201)					
	 Denendencia/Fotidad: (AQ) 	entidad50				
	> Haturaleza Jurídica: Org	anismo Desconc	entrado			
	▶ Fecha de Elaboración de la Solicitud: □1/1	09/2010				
	> Presupuesto Annal:	55.530.00	(miles de pesos)			
	> Acumulado en Campañas;	10 Saron	(miles de pesas)			
	> Diferencia:	3500	(miles de pesos)			
Campalias						
	Nombre de la Campaña		Presupuesto Asignado	100°	Estado	
Fonestación luibana			55,500.00	Campaña	REGISTRADA	2
	Página	1 de 1 💽				

Figura 25 Ajuste de Programa.

12. Para mostrará 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).

handling data and a second	dellociti (anpine)	
Datos Generales	MTTEL 120 - MARSHA	
] 2010	iombre de la Campaña: Forestación urbana	
	Tema Específico: Portalecer la Salud Social Fomentar el cuidado de Salones	
	Meta a Alcanzar:	
≶ 0bjet	tivo de Comunicación complitura Micaacture III	
	Convervacion del medio ambiente	Sigurente
Fietas Entidad/Coordinadora		
		Regret at

Figura 26 Pantalla de Datos Generales de Campaña.

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

Dittos-Generales	Datos Complementarios	value (Without)
	s Versiones	Ver 💌
	> Vigencia	**
	Población Objetivo Primaria	Ver 👁
	> Plan de medios a utiliza	R Ver 👷
		Guardar

Figura 27 Pantalla de Datos Complementarios.

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



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).

Dalos Generales Datos Complementarios	Creatividades
Nombre de la Versión:	Rescate al Nacionalismo Mexi
Inicio de Vigencia:	2019-08-25
Fin de Vigencia:	2010-08-25
Creatividad *:	Browse
Nombre *:	
Descripción:	(Puede escribir nasta 700 ezranteres)
	- YN
	v/

18. Plan de Medios a Utilizar es un campo requerido donde se puede Ajustar la información de los medios publicitarios donde estará c
31).

Plan de medios a utilizar:	Ver 👻	
	> Medios a Utilizar Tiempos Oficiales T	iempos Comerciales
	🗹 Televisión 🗹 Televi	sión
	🔽 Radio 🗹 Radio	
	> Recursos Programados por Tipo de Medio	N
	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
	Porcentaje que representa la campaña en la partida 3702:	51.66 %
	Presupuesto disponible:	4,633,533.00 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 T	iempos Comerciales
	🗹 Televisión 🧹 Televi	sión
	🔽 Radio 🔍 Radio	
	> Recursos Programados por Tipo de Medio	21
	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 Cam ña.

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).

		7 Ann Trasak 2010		
		D. Combinators Sectorial LADE Sectors		
		3 Department Entitled 140F entided 50		
		 Pasturisiera Jumiliera Organizme Desconcentrado 		
		Facha de Elaboración de la Solicituril 30/06/2010		
		Betatis de la Cetrategia EN PROCESO		
		> Tipo della Ulturna ficticitudi Solventazion		
		 Estado dela Unina Policitiati Ober0 a 		
hiaom				
12 Marine				
Nain Main Vir Mysi	r - Martin			
Midine Middine Bratomice				
Maton Maton Botomee	e en Generale I	H a tiljä tärinirsiksa	Tuiling Expectance	ic Provideddia's Picebiodaud y /o Ykyddybiol Ychigae
Maine Maine Branne Colore Colores 700	e an skennedel '		Autor a seguration Concerning of and inter	in Provinsioni i Priotocomi i Za Waldani Caligo Maryan
Maine Addition of the surgest Entering of the surgest Constant of the surgest	e en General (Hattist Unnerstan Hattist Unner		ie Profilizioni i Pandonani v fo Valdajimi Caligo Forma
Nain Hain - La Lapor Entomole Lapore Colone, 100 Autorizationes	z en secandar (Exclutivitat de l Materiado	Haddi denerates Friend Lingua Contracto Bigina (1 de 1)	The second	is Providenti i Publicatud v/o Weblighet College

Figura 34 Vista Previa de Estrategias y Programas

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

- Notas Entidad/Coordinadore a	
» Comentario": Nedescull/inarta 700 carstorer [10]	Exportar notas. 👔
	crawlin

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

(Figura 36).

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

o tas. Enclidad/ Coordinadore . In	
Comentario*:	Exportar, notas.
de eccébie Neuta 700 da sofieisi	
	1

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

Guardar

28. Al Confirmar Envió 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).

I Estrategias	-
Comunicación Social	Registrar Estrategia v Programa
Evaluar Solicitudes	Solventar Estrategia y Programa
Consultar	Modificar Estrategia y Programa
	Ajustar Estrategia y Programa
	Cancelar Estrategia y Programa

Figura 1 Catálogo de Cancelación en Comunicación Socia 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).

		Solicitar Can	celación de Estrate	gia y Programa		
Estrategias	100-00 T	againe 1 To	NUMBER OF TERM			
Estrategias disponible	s para cancelar					
AirorFiscal	Estado fetralegia	Tipo Solicitud	Fecha Babaración	Estado Selis Dad	Fotio Oficio	1
2010	AUTORIZADO	Apuste	01/09/2010	EVALUADA DONG		×
			Pagina: T de 1	> >		
			C Hagina: I de I			
station v in	12 m =					
Solicitudes de cancel	ación pendientes :	No se enco	ntraron solicitudes pendier	ites de cancelar		
Año Fiscal	Extado Estratensa	Tipo Solicitud	Fecha Elaboración	Estado Solicitud	Folio Oficio	

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

4. Se deberá de seleccionar la solicitud a solventar y ulsar 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).

<u>A</u>	¿Desea estrate	a iniciar la Igia selecc	cancelac sionada?	ión de	la

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).

	- Add Flocal 2016	
110	Commenting Sectional (Additional)	
10	Druchildricha Entholat: 140Fendeled30	
Tarta di Para	I FIGHT - E A FIGURE CONTRACTOR - LACONSTITUTE DE	
	Table of Last trade is a Ref PO00508	
1 TEPP (usts Utting Soliciting, Canal Sion	
· Estamo	rrets String Softstree (#E4Ds	
(1000)		
and the second standard of the standard standard standard standards.		
a ullia		
	na a su a	
igo: Nec (Seeg) (IIII (Agos))) (H Moguros de Sommitica; Joy		
es: Tes form: (me falgo)) # Poyrana de Jonanica (o) 1957 400 EF 25 Roto - 3 Robinso		
es: Vectore) (mcAlgel)) # Poylanode) ommission Es 1460 (IRDER:40 + s 60/01040		
1955 BIC TOFRED ON CENTRON OF POSTUME OF SOMEONIC SCION TET FACO TE CENTRO & SOCIALIZATION TE CONCILITA A CONFERTITI ILA IN CENTRA ADORIA DE 19.14000		
es Testores un chigos) el Programe de Commissión Es TAGO LE DERIN de la Socializad Es Canolin a Confermitiva y cales adona de El regori en la nun a Confermitiva y cales adona de El regori		
1951 TEC FOR BEI UN ERIGENTI A TO UNIT A DE SAMANTIEX ION ES TARDE LE LOS DATOS Y O SOLVITURA ES CONCILTA & CON HEITTI DA Y COMBE ADOR A DE 19. NALION INFRALDAD DE OPORTMINIA DOS		
1955 TALE (19692) CHI (Filgen) CHI (Forgani (1955) Samani (1955) 1957 TALE (1955) CHI (1955) Samani (1955) 1955 CHI (1955) CHI (1955) CHI (1955) CHI (1955) CHI (1955) 1955 CHI (1955) CHI (1955) CHI (1955) CHI (1955) 1955 CHI (1955) CHI (1955) CHI (1955) CHI (1955) 1955 CHI (1955) CHI (1955) 1955 CHI (1955)		
1921 TRE TONE I UN ELIGIONI II TO PURA DE L'AMMAILE INF ESTADO LE DEBIGNI I 2000/ILLE ESTADO LA CONFETTA LA VERE ADORA DE ELIPIDO INFALLIDO DE OPORTIMINADE INFITATABUI DO INFUENTAL		
RES TREATER DE LEGE BARIOL A DE VIE MUNICIPAL DE LEGEN ALLE EN TARIO DE LEGE BARIOL A DE VIE VIE MUNICIPAL DE RELACION RECONOLINE A CON METTET NA NA CEMER ALDORA DE RELACION TRATELIDAD DE OPORT TIMELTADES (MINITERIT ARUI DADA DE INTERNA SERVIDORA-SIAL ERISTI VIA Y TOLITIS A DE VIERVOR, RELTORIR ANNE SERVIDORA-SIAL ERISTI VIA Y TOLITIS A DE VIERVOR, RELTORIR ANNE		
ез Тасточка типейского на Усраини de Iomunicación 15 7400 ПЕ СЕЛЕКТИ, и о ОСУЙЦЕНО 15 ОМОЛ III и СОЛИЧЕТТИ III и Каназијора до 15 годор 15 ОМОЛ III и СОЛИЧЕТТИ III и Каназијора до 15 годор 15 ИСТИ И Такат свој до 25 годор 15 ИСТИ И Такат свој до 25 годор 16 ИСТИ И Такат свој до 26 годор 16 ИСТИ И Такат свој до 26 годор 17 ИСТИ И Такат свој до 25 годор 17 ИСТИ И Такат свој до 25 годор 17 ИСТИ И Такат свој до 26 годор 17 ИСТИ		
IRS: FASE (Server) (INFERTION of PAY young of the Sommittic King) IRS: FASE (INFERTION of SOMMITTICA IRS: SOME AND A CONTENT TO THE A COMPANY OF THE SOME AND A IRS: SOME AND A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME AND A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME AND A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME AND A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME AND A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME A CONTENT OF A CONTENT OF A CONTENT IRS: SOME A CONTENT		
ESS TRE TREAD OUT E Figure) - H YN grann a de Ynononis ac ing EST TREAD TE ESTENTI - A Y SWINEGO RE ONCH MA KON MENTTH I A Y KONES ADON A DE BLAFLOOM I REFRELDIOD TE OPORT THINDADES I HI Y TERT - BULGAD: HI NUBERT NL SRE (I OSRACH - BEK TI V A Y FOLLTIK A EN TERIOR FELTONS ABLE UMMATE		
RS - Rec foreas) for Folgenni al Polymonia de Comunicas (o): EFT 4400 EE 425 EFT 410 - S 600 VIII EA Rec Gondon III à Convertit Thi is y cares abona de 8 verdoro Folgebold de Organisatione Folgebold de Organisatione Trais Tata T- auto do Millowet T-L De JUCKACIA - BRI TUYA y FOLLTIS A EXTERIOR ABLE Universit		
Res Tex Tex B) (III (Folger)) of We prove de Formanica link ET TARE DE DE DE DATA A SOLVIDEAD IEX CONST. IN A CON METTY I A A V COMBE ADDR A DE BLANDON TEXTELDAD DE OPORT TIMENADE INVETTER T-BULGID I BLANDAT EL BE JOS A-SCA IBR. TUY A Y FOLLTIS A EXTERIOR (ED TOR) - ALL Universit		
аз. Так болар, пак бідені на Кордань фа Алансьіскі інд. ВТ ТАВО ТВЕРБІСНІЙ У ЭКОЙЦІВД ВО КООЛІ А КОЛИЧЕТТ ТІ А. У КАНБ 4000-20 С. В. НАЦОН НАЧАДАО БЕ ОКОРТ ТІШБАНСЕ: ЗАЧТАТАТ АВЦИРАСТ МІЛІТА А. ОК 1007-2014 БІКТТУК У ГОЦТІХ А.ЕНТЕРІОК АБЦ ОКІЗАНЦЕ. Шаната		in terior
ISS: TAES (Sever) and Eligion) of No years of B Sommittics (or ISS: TAES (LEGES SHI), S SOLVIUS-D ISC (SOL) (A CONVECTITI (A COMBER ADOR A DE BLACCO) ACTIVIDAD DE OPORT THIM A COMBERADOR ACTIVIDAD DE OPORT THIM ACTIVIDAD (MITTER T ANU (PAD. MITTER T AL PE 10052-541A BBK THY A Y POLITIK A ENTERIOR PER FORMALE United United United		
es: Tec fores) more flagen) el Programa de Lamancica ins Es TARO ILEGER-la y o ROVIIJAN ROVALDO DE OPORT MILLADE INFORMATIONALE INFORMATIO	jirss, det nie Guing Reprin artistito	in natur
25. Так токис () инс () (он) из 76 уница de () оница () () () () Так токис () ули () () () () () () () () () () () () ()	jungs, dets kins Guinty Engeno mitidatto Kamme del Titutie a commission Sider Segaro mitidatto	
Ins: Tex York: (un Eligion) & No you o de l'amoni Lik iou E TARO LE LES BARO A JORNIDUA REVOLTA A CON METTITI I À L'ARRE ADOR À DE BLANDOL INFALDAD DE OPORT THUMA-DE UNITET - BULDAD AI (UNB TIL BE 105/2-51 à BR. TUY A Y (DUTIT) À EN TENSOR (EL TONI A-BLI UNITET Desent a l'Arres Desent a l'Arres Desent a l'Arres Longe de Novie d'Arme: Report Report Report Annous e d'Attitute de l'Arme: Report Report Report	interne d'a Tribular d'une Gane and an Gane a Britan Interne d'a Tribular d'une Gane and an Sparse an Balad S Kampe d'a Tribular d'une Gane and an Sparse an Balad S	

Figura 4 Cancelación de Estrategias y Programas.

9. El u	suario Entidad	podrá revis	sar la estrate	gia si pulsa	la pestaña	de
Esh	rategias Es	strategia (Figu	ra 5).			
		Solicitar Cance	elación de Estrate	gia y Programa		
Estrategias	helt de	- kinantenar	1 and also	Attention	S	
Estrategias disponible	es para cancelar			alt v		
		No se encontra	ron estrategias disponit	oles para cancelar		
Año Fiscal	Estado Estrategia	Tipo Solicitud	Fecha Elaboración	Estado Solicitud	Folio Oficio	
Solicitudos da cancal	ación nondiantec					
soncicoues de cancer	asion pendiences					
Año Fiscal	Estado Estrategio	Tipo Solicitud	Fecha Elaboración	Estado Solicitud	Folio Oficio	1
2010	EN PROCESO	Cancelasion	01/09/2010	CREADA		0
			Parura 1 da 1			4
			ragina i de li			
·						

Figura 5 Cancelación de Estrategias y Programas.

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

Programa

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

> Ano Fiscal: 2010			
> Coontinadora Sectorial: JAOF Sector5			
> Dependencia/Entidad: JAQF entidad5	0		
> Fecha de Elaboración de la Solicitud: 01/09/2010			
> Presupuesto Anual: 10,000,000,000	(miles de pesos)		
» Acumulado en Campañas: 10,000,000.00) Imiles de peses		
> Diferencia: 0.00) (mlés de pesas)		
Campañas:			
Nombre de la Campaña	Presupuesto Tipo Asignado Tipo	Estado	
Recate al nacionalismo Mesicano	10,000,000.00 Campaña	REGISTRADA	Q.
🔦 🔿 Página 1 de 1	> >>		
201229100 Ha 3555 All			
Autorizaciones			
Jorge Antonio Quiroz Fragoso SectorS	Jorge Antonio Quiroz Fragos	o entidad50	
Nombre del Titular de Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial 🛛 Nombre d	lel Titular de Comunicación Social c	le la Dependencia o	Entidad.

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).

	> Rompre de la (Campaña: Recate al nacionali	amo Mexicano	
	(b)	Vigencia: Del al		
s Versiones:				
		No se encontraron registros		
Nombre de la Versión	Fecha de Inicio	Feeba de Fin	Glaves de la Versión	Crown bing is leading
Impulso al Nacionalismo > Objetivo de Comunicación:				5 S
Impulso al Nacionalismo > Objetivo de Comunicación: Poder transmitir el cambio de valor el partido que rija. > Clasificación de la Campaña: Cultura ciudadana y valoree	res y costumbres como una evol :	lución del Pensamiento a sus c	iudadanos. Mayor transparencia en h	os procesos democraticos se
Impulso al Nacionalismo > Objetivo de Comunicación: Poder transmitir el cambio de valor el partido que rija. > Clasificación de la Campaña: Cultura ciudadana y valoree > Coemisor(es):	res y costumbres como una evol	lución del Pensamiento a sus c	iudadanos. Mayor transparencia en li	os procesos democraticos se
Impulso al Nacionalismo > Objetivo de Comunicación: Poder transmith el cambio de valor el partido que rija. > Clasificación de la Campañia: Cultura ciudadana y valores > Coemisor(es): DGNC	res y costumbres como una evol	lución del Pensamiento a sus c	iudadanos. Mayor transparencia en li	os procesos democraticos se
Impulso al Nacionalismo > Objettivo de Comunicación: Poder transmitte el cambio de valor el partido que rija. > Clasificación de la Campaña: Cultura ciudadana y valores > Coemisor(es): DGNC	res y costumbres como una evol : Población Objetiro	ución del Pensamiento a sus c Primaria:	iudadanos. Mayor transparencia en li	os procesos democraticos se

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).

» Sexo:	MULWER HOMMONY	
Pohlación:	QBARK > INEN	
> Edades:	0 - 12 años	25 · 34 años
	13 - 18 sños	35 · 44 años
	19-24 silos	45 - 64 años
		65 a más años
s Niveles Socioeconómicos:	AB 🔽	D+
	C+	8
	c 📃	E
Características Espe	cíficas:	
aasd		

Figura 8 Vista de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

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

Plan de Medios a Utilizar:	Ver 🔍	
	> Tiempos Oficiales	Tiempos Comerciales
	▼ T.V.	τ.ν.
	Radio	Radio
	> Recursos Programados por Tipo de Medio:	
	Televisoras	00,000,000,00
	Radiodifusoras	0.00
	Diarios Editados en el DF	0.00
	Diarios Editados en los Estados	0.00
	Revistas	00 0
	Medios Complementarios	
	Medios Electrónicos Internacionales	000
	Medios Impresos Internacionales	12 (30)
	Medios Públicos	6 00
	Pre-Estudios	0.00
	Post Estudios	0.00
	Diseño, Producción, Preproducción, Post-producción y copiado	0.00
	Presupuesto Asignado a la Campa	na: 10,000,000.00 Miles de Pesos
	Porcentaje que Representa la Campa	ňa: 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

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

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



Figura 10 Ventana de Confirmación de Envió 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 envió 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).



<u>Cancelación de Promoción y Publicidad > Cancelar Estrategias y Programas</u>

 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).

Ann Fiscal	tstado Estratagia	Tipo Solicitud	Fecha Elaboración	Estado Solicitud	Tolia Oficio	
2010	AUTORIZADO	Ajuste:	01/09/2010	EVALUADA DIGNO		×
licit de const	-Tou second as a		C Página 1 de 1	> >>		
olicitudes de cancela	ción pendientes :	No se encor	C Pagina de	> >		

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

4. Se deberá de seleccionar la solicitud a solventar y ulsar 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 ud donde mostrara la pestaña de Detalle (Figura 15).

	 #7# Ros# 2010 	
	 Constitution Section at JAOF Sectors 	
	 Engineering Environment JRQF environment 50 	
	P Platin dens Astronom Organizmo Descances frada	
	Factura de Etabloración de la Solicitud: 01/09/2010	
	I. Establi (Estad strategia, en proceso	
	 Tip= delat. Ittima Solicitud: Cancelation 	
Warren 11	 Estado de la Uniera Solicizado Calagoa 	
Nilash		
Mallor constant to the community		
Maler Sousses : « He people ex seconder.) Enterne e		
Willing observer a net properties are reconnected Enterne a	Wides Securities	Terman Experience dia Provinciality of Publications y //> Yord Jajan Competitional
Ville operation and population of community Enterney Community Community	MARTINE CONTRACTOR	(17)
Willia Comment of the properties are commented Enterned Comment for Research Comment for Research	Nature Streamson Annual of The and Stream of Streamson Annual of The and Stream of Streamson Annual of Streamson Streamson Annual of Streamson Streamson Annual Streamson Streamson Annual Streamson Streamson Annual Streamson Streamson Annual Str	Process Topics (France 10) Process (Sive Problem (17/2) Verdicipes (Competitions
Maine opposite and populate an expension Enternal Contract (Children)	Printers December Printers of State of State of State Printers of State of State of State Printers of State of State of State Printers of State of State of State of State Printers of State of	France, Dependence de l'accession y fondériques y/o Ventreses (compositions Seconda y a la composition y Remain y a la composition en

Figura 15 Cancelación de Estrategias y Programas.

9. El usuario	Entidad podrá	revisar la	a estrategia	si	pulsa	la	pestaña	de	
Estrategias	Estrategia	(Figura 16)							
	0								
	Solicitar Ca	ncelación de	Estrategia y P	rogra	ama				

Estrategias	V CALL	Arrentin T	Souther 1	Received M 8		
Estrategias disponible	es para cancelar					
		No se encontrar	ron estrategias disponib	iles para caricelar		
Año Fiscal	Estado Estrategia	Tipo Salicitud	Fecha Elaboración	Estado Solicitud	Folio Oficio	
Solicitudes de cancel	ación pendientes :					
Año Fiscal	Estado Estrategia	Tipe Solicitud	Fecha Elaburación	Estado Solicitud	Folio Oficio	
2610	EN PROCESO	Cancelación	61/09/2010	CREADA		2
		« <	Página 1 de 1	>		
4						

Figura 16 Cancelación de Estrategias y Programas.

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

Programa

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

	Año Fiscal: 201	â	
	· Coordinadora Sectorial: 140	D Carrant	
	Pependencia Entidad: Jac	Fentidad50	
	» Fecha de Elaboración de la Solicitud: m /	10/100000	
	> Presuppresto Annal: 55 /	(00.00) (miles de pesos)	
	> Acumulado en Campañas: 51	00 00. /miles de pasos	
	 Diferencia: 	0.00 (miles de nesos)	
Campañas:		standards affinitions on the filter of all	
	Nombre de la Camp di a	Presupo esta Asignado: Tipo	Estado
prestación urbana		55.500.00 Campaña	REGISTRADA
	Página		
Autorizaciones			
	Antonio Quiroz Fragoso Sector5	Jorge Antonio Quiroz Fragoso Sec	tor5
Jorge	Comunicación Social de la Coordinadora Sectorial	Nombre del Titular de Mercadotecnia de la Depe	andericia o Entidad.
Jorge Nombre del Titular de		The state of the	CRUME FRANCE CON CALCE OF SUBJECT OF
Jorge Nombre del Titular de			

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).

	a nonine de la	 Vigencia: Enrestación urbana. Vigencia: Del al 		
Maximum.				
		No se encontraron registros		
Nontine Stella Versión	Fecha de Luicio	Freebalides Eta	Classes de la Vanitio	Freationbades
The life of				
Tema Especifico:	l an internet in a state a st			
Tema Especifico: Fortalecer la Salud Social - Fornentar e Ideta a Akanzar:	l cuidado de Salones			
Tema Especifico: Fortalecer la Salud Social - Fornentare Ideta a Akanzar: Obletico de Commicación:	l cuidado de Salones			
Tema Especifico: Fortalecer la Salud Social - Formentar e Ideta a Alcanzar: Objetivo de Comunicación: Ionservación del medio ambiente	l cuidado de Salones			
Tema Especifico: Fortalècer la Salud Social -Fornentar e Ideta a Akanzar: Objetivo de Commikación: onservación del medio ambiente	l cuidado de Salones • Poblacio	n Objetivo: 1970		
Tema Especifico: Fortalècer la Salud Social - Fornentar e Ideta a Akanzar: Objetivo de Commikación: onservación del medio ambiente	l cuidado de Salones • Poblacio	n Objetiwo: Ver		

Figura 19 Detalle de Campañas.

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

» Poblacion Objetivo:	Ver 🛩		
	> Sexo:	Majones precedents	
	> Población:	Nitona y Rune 🔍	
	> Edades:	0 - 12 años	25 - 34 años
		13 - 18 años	35 - 44 años
		19 - 24 años 🗹	45 - 64 años
			65 o más años
	s Niveles	6B V	D+
	SOCIOECONOMICOSE		
		C	E
) Características Espe	cíficas:	
	aasd		

Figura 20 Vista de campo Población Objetivo Primaria de Campaña.

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

> Tiempos Oficial	Tiempos Comerciales
₹ T.V.	I.ν.
Radio	Radio
Recursos Programados	por Tipo de Medio:
Televisoras	D (1) D
Radiodifusoras	[0.00]
Diarios Editados en el DF	0,10
Diarios Editados en los Est	ados 01/0
Revistas	0.00
Medios Complementarios	0.00
Medios Electrónicos Intern	acionales 0.00
Medios Impresos Internac	onales 0.00
Medios Públicos	0.00
Pre-Estudios	σπα
Post-Estudios	0.00
Diseño, Producción, Prepro Post-producción y copiado	ducción, aun
Presupuesto As	ignado a la Campaña: 10,000,000.00 Niles de Pesos
Porcentaje que Re	presenta 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

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

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



Figura 22 Ventana de Confirmación de Envió 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 envió 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).



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 de tener en cuanta 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 solitudes.

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).

Ano Fiscal	Tipo de Partida	Nombre de la Entidad	Presupuesto Asignado	Estado de la Estralegia	Tipo de Solicitud	Fecha de Elaboración	Estado de la Solicitud	Extemporána	
201.0	3701	JAQF entidad50	10,000,000.00	EN PROCESO	Registro	24/08/2010	ENVIADA A CS	•	a,

Figura 2 Listado de Solicitudes por Valorar.

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

	7 100 000	Shahat		
	 Coordinators Servariat 	LANE Sectors		
	Dependencia o Entidad	IAOF emided50		
	 Nacurajeza juridica: 	Querismo Desconcentres	de l	
1 Fech	a de Baberación de la Selicitud:	24/08/2010		
) Estado de la Estrategia	EN PROCESO		
	> Tipo de la Ottima Soficitud.	Registro		
	» Estado de la Oltima Solicitud:	ENVIADA A CS		
Mistani				
Szteibeler (an neceszt kiszus r. 17. nieszta filosofa (niejiaca, oran) latolon (zital riomatika din obtato	ed o âno âne o riar ced ardino regarer ana rêse prija presentas enfociesses parter ana roje a	in Socie edines pale rivelogi pri publici c Maratabilito rigenti	ವನ್ನ ಗೆಂಗಲಗಳುವರಿ ಈ ನಗರ ಬಾರ ನೇ ಸಂಪರಣ ಬಗೆಗೆ ಗೂರು ಇದರ ಪ್ರತನ್ನ ಪ್ರಾಂಕ್ಷನಿಂದ ಕ ಹೈಗರ ಗಂಗ್ರಹ್ಮ ಸಂಗ್ರಹಾಗಿದ್ದ ಗ್ರಹಕ್ಷಿಗೆ ಪ್ರಚಿಂ	
Mellin				
Servicia da vesta un in everción ligara en finitar por viverna	era des años d'Alessania (der Hanilik, derendo d'Alam Loran	el diffectes la mislion qual erà ente diversanta del coloce r	en in die spätisje progen kalt den by Krieg of	ľ
				-5
EDNORAL OF DEBCHO Y SECUR ECONORIA COMPETITIVA Y D ICUALDAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABUDAD AMBENTA	idad Izmesadora de emplecis S			
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONONIA COMPETITIVA Y D ICUALDAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABUDAD AMBENTA DEMOCRACIA PECTIVA Y RX Acciones:	IDAD IENERADORA DE EMPLECIS S L ITICA EKTERIOR RESPONSABLE			
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONOMINA COMPETITIVA Y D IOUALOAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABLIDAD AMBENTA DEMOCRACIA PECTIVA Y POL Acciones:	IDAD IZNERADORA DE EMIRIEDS S L ITICA EKTERIOR REPACINSABLE			
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONONRIA COMPETITIVA Y D IOUALDAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABUDAD AMSENTA DEMOCRACIA PECTIVA Y POL Acciones:	DAD ISNESADORA DE EMIRIEDS S ITTICA EXTERIOR REMONSAILE	erreritailas #imritarias	Taman Capel Zitza Matanika da Isa Azirtza Girtana andales Piteritatian	
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONONINA COMPETITIVA Y D IGUALDAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABUDAD AMBENTA DEMOCRACIA EFECTIVA Y POU Acciones: Programe y Alpellante Programe Sudaliane 2011	DAD EXHERADORA DE EMIRIECS S L ITICA EXTERIOR RESPONSABLE Parendania (Dr.) (dr.) - dr. es Conati	normalitati Pirmilianan Mamania i la sciutazion	Terma Capez/Aspa Decientes de las Ascistas Classes en la Cardinada de las Ascistas Classes en la Cardinada	
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONONRIA COMPETITIVA Y D IGUALOAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABUDAD AMBENTA DEMOCRACIA EFECTIVA Y POU Acciones: Programe y Alpertante Programe Sudalane 2011	DAD ISNERADORA DE EMIRIECS S L ITICA EXTERIOR RESPONSABLE Parendadio (Dr.) - Origina Contan - Arrendadio (Dr.) -	normalista Pirrollanas Normalista la sociazión	Termas Capes Procession de las Acciseras Capes Procession de las Acciseras Calvanas en la francés de las Imagenes al Naciona hama	
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONONINA COMPETITIVA Y D IGUALOAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABLIDAD AMSENTA DEMOCRACIA PECTIVA Y POL Acciones: Pregneme Cudadane 2011 Pregneme Cudadane 2011 AUTORIZACIONES	DAD ISNERADORA DE EMIRIECS S L ITICA EXTERIOR REMONSARIE Paramento de la composición	nomentalises Primoteneses Primorenese a las socialises P	Terres Capes Providenda da las Activas Clarana valativa Pinadacias Imaulas al Nacionalisma	
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONONRIA COMPETITIVA Y O IQUALDAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABLIDAD AMSENTA DEMOCRACIA PECTIVA Y PX Acciones: Pregrame Cudellane 2011 Automazetores Jorge Antonio Qu Nombre del Tituliar de Compu Su	DAD ISNESADORA DE EMIRIEOS S L TICA EXTERIOR REMONSAILE 	Nombre del Travi	e Antonio Quitoz Fragoso entidad50 ante comunicación Social de la Dependencia o Entidad.	
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONONINA COMPETITIVA Y D IOUALOAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABUDAD AMBENTA DEMOCRACIA PECTIVA Y ROU Acciones: Pregrama Codedane 2011 Pregrama Codedane 2011 Seguenas Codedane 2011 Seguenas Codedane 2011 Seguenas Codedane 2011 Seguenas Codedane 2011 Seguenas Codedane 2011	DAD EXERADORA DE EMPLECI S ITICA EXTERIOR RESOLUE ALLE Provinción de la Coordinador ettorial	Nombre del Titur	Encode Caree Asses the reader do her Acciones Chromosouri des Printitation Imades al Nacionaliens e Antonio Quiros fragoso entidad50 ante Concuricación Social de la Dependencia o Entidad.	
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONONIA COMPETITIVA Y O IOUALOAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABUDAD AMBENTA DEMOCSACIA PECTIVA Y RX Acciones: Programe y Apoltado Programe y Apoltado Acciones: Jorge Antonio Qu Nombre del Titulio de Comuni Se Nombre del Titulio de Comuni Se	DAD EXERADORA DE EMPLECI S I ITICA EXTERIOR RESOLUEARE According de la Coordination etotal	Nombre del Titur	e Antonio Quitoza Fragoso entidad50 ante Consumento da las Entidad.	
ESTADO DE DERECHO Y SECUR ECONONINA COMPETITIVA Y O IOUALOAD DE OPORTUNIDADE SUSTENTABUDAD AMBENTA DEMOCRACIA PECTIVA Y RX Acciones: Incurrent Apolitate Pregrame Cudellane 2011 Automátic Iones Jorge Antonio Qu Nombre del Tituliar de Comuni Se Nombre del Tituliar de Comuni Se	DAD EXERADORA DE EMPLECI S I ITICA EXTERIOR RESOLUE ALLE International de la Coordination eronial	Nombre del Titur	e Antonio Quiroz Fragoso entidad50 ante Consumistion Social de la Dispondencia o Entidad.	

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).

+ Acciones:		
Programa y Apartado	Acciones Gubernamentales Provifiarias	Temas Específicos Derivados de las Acrones Gubernanien Dies Prioritacias
Programa Ciedadano 2011	Forestación (br> Fomento a la educación - Layes Cryices	Impulso al Macionalismo
	Página 1 de 1	
		A. D

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).

	a Alina Fisca	0 2010			
1	5 Coordinadora Sectorial:	IADE Sectors			
-	3 Dependencia o Entidad:	JACF entitad50			
) Fect	la de Elaboración de la Solicitudi	24/08/2010			
	i Presupuesto Anual	10,000,000,00	éniles de pessel		
	 Acumulado en Campañas: 	10,000,000,00	(miles de pessa)		
	s Diferencia	0.00	(miles de pesas)		
+ Campañas					
Chantage of the Chergenites	Preseputatio Alignada	Tites	(61)		
Residante	10,000,000.00 Ca		REGISTRADA	30	
		Pagina 1 de 1		x	20
Autorizaciones	3	Pagina 1 de 1			20
2 Autorizaciones		Pagina 1 de 1		2	33
2 Autorizaciones Jorge Antonio	s Quiraz Fragaso Sactoro	Pagina 1 de 1	Jarge Arttonic (urez Figgio entila	1 20
Autorilästiones Jorge Antonio Noniore del Titular de Com	Quinzz Fragoso Sector3 unicación Sociel de la Coordinatora Sectorial	Pagina de	jarge Antônio (sbre del Titular de Comu	urroz Fragoso entida Ricación Social de la Entidad	ed50 Depensensia ja
Autorijästiones Jorge Antonio Nonsore del Tituler de Com	Quinzz Fragoso Sector3 unicación Sociel de la Coordinatora Sectorial	Pagina 1 de 1	jorge Antonio C sore del Titular de Comu	Urroz Fragoso entida Rozeión Social de la Entidad	ad50 Pependenxia (o
Autorijastiones Jorge Antonio Nonsore del Tituler de Com	Quinzz Fragoso Sector3 unicación Sociel de la Coordinatora Sectorial	Pagina 1 de 1	jorge Antonio C sore del Titular de Comu	Urroz Fragoso entida Iscación Social de la Entidad	ad50 Dependencia (o
Autorijasciones Jorge Antonio Nonsore del Tituler de Com	Quinzz Fragoso Sector5 unicación Sociel de la Coordinatora Sectorial	Pagina 1 de 1	jorge Antonio C sore del Titular de Comu	urez Fragoso entida Reación Social de la Entidad.	ad50 Dependencia (o Bagya
Autorilästiones Jorge Antonia Nonsore del Tituler de Com	Curaz Fragaso Sector3 numicadón Social de la Coordinadora Sectorial	Pagina 1 de 1	Jorge Antonio C sbre del Titular de Comu	uroz Fragoso entida teación Social de la Entidad.	ad50 Dependencia jo Baga
Autorilactiones Jorge Antonio Noniore del Titular de Com	e Quiraz Fragaso Sector5 numicadón Social de la Coordinadora Sectorial	Pagina 1 de 1	Jorge Antonio (sore del Ticular de Comu	Urruz Fragoso entida Inicación Social de la Entidad	ad50 Dependencia jo Recyc

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 compañas deberá pulsar el botón 🧖 editar.

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

	 Nonitive (te la Campaña: Recate al na	cionalismo Mexicano		
		» Vigencia: Del 25 de aç	osto de 2010 al 25 de agost	o de 2010	
> versiones:					
Nombre de la Versión	Fecha de Inicio	Fecha de Fin	Claves de la Vers	ón Creativi	tades
Rescata al Nacionalismo Mexicano Ver 1.0001	25/08/2010	25/08/2010	Pendiente	Ø	
		Pagina 1 de 1			
F Tema Específico:					
Impulso al Nacionalismo					
 Objetiva de Comunicació 	ti:				
Poder transmitir el cambio de procesos democraticos sea	e valores y costumbres con el partido que rija.	no una evolución del Pensamie	nto a sus ciudadanos . Mayor	transparencia en los	
Clasificación de la Camp	aña:				
Cultura ciudadana y valores					
Coemisores:					
DGNC					
	a Población Obj	etivo Primaria: Ver 🕤			
	> Flan de Me	dios a Utilizari 🛛 🗸 👘			

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 1.000	91
	Vigencia;	Del 25 de Agosto de 2010 al 26 de Agost de 2010	Q
	Creatividad 1	Browse	
	Nombre 1		
	Descripción	Plante statible hatta 760 catarreest	
			25
			.32
			_
		Guardar Limpi	ar
		Guardar	ar
		Guardar Limpi	ar
		Guardar Limpi	ar
echa Hora	Nombre	Guardar Limpl Descripción	ar
echa Hora 010-08-24 3136:53:0	Nombre Ejemplar 2	Guardar Limpi Descripción Ejemplo 2	ar
xha Hora 010-08-24 3:36:53.0 010-08-24 3:25:31.0	Nombre Ejemplar 2 ejemplar	Guardar Limpi Descripción Ejemplo 2 Ejemplar es el nombre de archivo de asta ejemplo.	ar 🗐
echa Hora 010-08-24 3:36:53.0 210-08-24 3:25:31.0	Rombre Ejemplar 2 ejemplar	Guardar Limpl Descripción Ejemplo 2 Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo	ar ¥
scha Hora 010-08-24 3:36:53.0 010-08-24 3:25:31.0	Rombre Ejemplar 2 ejemplar	Guardar Limpl Descripción Ejemplo 2 Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo:	ar 👘
-cha Hora 010-08-24 3:36:53.0 010-08-24 3:25:31.0	Rombre Ejemplar 2 ejemplar	Guardar Limpl Descripción Ejemplo 2 Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo:	ar
-cha Hora 010-08-24 3:36:530 010-08-24 3:25:31.0	Rombre Ejemplar 2 ejemplar Examplar Pagina	Guardar Limple Descripción Ejemplo 2 Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo. I de I	×
echa: Hora 010-08-24 3:36:53.0 010-08-24 3:25:31.0	Nombre Ejemplar 2 ejemplar	Guardar Limple Descripción Ejemplo 2 Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo. I de 1	3.r
echa Hora 010-08-24 3:36:53:0 010-08-24 3:25:31.0	Rombre Ejemplar 2 ejemplar Ragina	Guardar Limple Descripción Ejemplo 2 Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo. I de I > Descar	ar X
cha Hora 010-08-24 3:36:53:0 010-08-24 3:25:31:0	Rombre Ejemplar ejemplar K Pägina	Guardar Limple Descripción Ejemplo 2 Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo: Secondaria 1 de 1 > > >	ar ×
echa Hora 010-08-24 3:36:53.0 010-08-24 3:25:31.0	Rombre •Ejemplar 2 •gemplar	Guardar Limple Descripción Ejemplo 2 Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo. Ejemplo 2 I de I >	ar ¥

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 ascribit Nassa 700 catactures)
La Contraction	
* 0	
	20
	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	Description	
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.	×

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 ECerrar.

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

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).



Figura 11 Notas de Entidad/Coordinadora.

11. Cuando la coordinadora termine de poner las notas a la solicitud debe ulsar 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 unto 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

15. Se pueden editar las Notas de la coordinadora si se pulsa el botón de la coordinad

portar notas. 📆
0
Uardar
Editer
0

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).

0	Su solicitud fue procesada exitosamente.
	↓

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).

=	Apoyo a la Evalloación	
	Officios	
	· Analisis	

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).

- Jeranguization			
daveCampania I	Importencia	Тепіа денегаї	Ganaia
3701	Alto	Nacionaliamo 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 **Cenerar Reporte** (Figura 19).



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 evalua la solicitud elegirá según haya sido se dedición 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 detal 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).

mbre de la entidad	Ann Fiscal	Nombre	Estado		
entidad50	2010	Alimentando a México	FROGRAMADA	0	

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 Fisca	E 2010
Econditivadora de Sector.		A/# SectorS
+ Dependencia/Entitlad:		1 JACF entidad50
) Naturaleza Juridica:		Cogenismo Desconcentado
Homore de la Campaña:		Alimentando a Mexico
	• Vigenci	2. Del 07 de Septiembre de 2010 al 30 de Noviembre de 2010
	i Estatu	e frocramada
	 Versiones 	
> Objezivo de Comunica	i Man	
E CORTINIA ST	Action to Boostate and the state of the second	
XH CC		
<u>ц</u>		
 Objectio Inscitucional² 	5	
4		
Meta a Alcanizat*:		
-		
	> Foblación Cibjetn	u 1991 -
		Million at the second s
Guede		Carteliar
Curte		Centerior

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).

> Nombre	Campaña Alimentando a México	
> Fecha de Inicio *:	07/09/2010	
> Fecha de Fin *:	30/11/2010	
	Guardar (Ing	
Nombre F	echa del Fecha Estado	

Figura 4 Versión(es) de Campaña(s).

þ.

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 X.

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).

Dati	s Generales	Gatos Complementarios	Creatividades
		Nombre de la Versión:	Rescate al Nacionalismo Mexica
		Inicio de Vigencia:	2010 08-25
		Fin de Vigencia:	2016-08-26
		Creatividad **	Browse
		Nombre *:	
		Descripción:	Pante escribir hasta 700 caracteires)

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 c 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 I usuario Entidad de que la información ha sido guardada correctamente (Figura 7).



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
 ajemplar
 Ejemplar es el nombre de archivo de este ejemplo.
 X
13. Para continuar el usuario Entidad deberá de pulsar la (Figura 9).

lamada Campaña

Campanas a Detallar Campana Creatividades	
Nombre de la Versión	Campaña Alimentando a México
Vigencia	a: Del 07 de Septiembre de 2010 al 30 de Noviembre de 2010
Creatividad	TI BICHARE
Nombre	r
Descripción	N. Hunde Assession Tables Tablesenergent (1991)
	10
	Guardar Limpiar
No se e	ncontró información
Fecha/Hora Nombre	Descripción
	Descargar
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).

	2010
2 Coordinadora de Sector	IAOF Server5
1 Dependencia/Entidad	JAOF errided50
x Naturáleza juridica.	Graniza a Desconcentrato
Numbre de la Compaña:	Alimentando a México
* Vigancia	: Del 07 de Septiembre de 2010 al 50 de Noviembre de 2010
> Extention	PROCRAMADA
/ Versiones to	Ver 1
	Sec. 1
Objetivo de Comunicación:	NU. 31. 33. 3
umat die ac bestonat ei Geneur te fiseocribe wat hoi etta esterilleura euroii	TADA MIRE COCHDAEL
(Cosmixories)	
XHGC	8
Objetive Institucional*	
Macero un toda la sociedad se siste il se	
	3
Mate a Menuration	
Meta a Alcanzar:	
Meta a Alcanzar:: Que se re duaza el nivel de enfem e de de se inponga mos el ejen plo j	para las païses vecinias
Meta a Alcanzar:: Que se re duars el nivel de enfem e de de se inpongo mos el ejen plo j	para kas paizes vecinias
Meta a Alcanzar:: Que se re duzza el nivel de enfem e de de se inpongamos el ejen plo j	para kas peirar s vecan as
Meta a Alcanzar: Que se re duzza el nivel de enfem e de de se inpongamos el ejen plo j	para kas paījar s vecinijas
) Meta a Alcanzart: Que se re duzza el nivel de enfem e de de se inpongamos el ejen plo p A Población Objectivo	para kas peīje s vēcinijas



para que el sistema

15. El usuario deberá de pulsar el botón de guardar realice los cambios de dicha solicitud.

16. El sistema regresará un mensaje indicando que los de guardado ha sido realizados. (Figura 11).



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).

> Población Objetivos	Ver 💌						
oojeavo.	> Población Objetiv	/o Primaria:			> Población Objetiv	o Secundaria:	
	> Sexo:	Mojérez y Honhren		8	> Sexo*:	-Seleccione-	
	 Tipos de Población: 	Sciedolarie V.			Población*:	-Seleccione- 💌	
	\$ Edad:	0 - 12 años 13 - 18 años 19 - 24 años 1	25 - 34 años 35 - 44 años 45 - 64 años 65 o más añ	05	> Edad*:	0 - 12 años 🗍 13 - 18 años 🗍 19 - 24 años 🗍	25 - 34 años 🗍 35 - 44 años 🗍 45 - 64 años 🗍 65 o más años
	> Nivel Socioeconómico;	AB □ C+ ₪ C □	D+ D E	1	> Nivel Sociaeconómico*:	AB □ C+ □ C □	D+ 🗹 D 🗆 E
	 Características E Édad de 5 en 5 años 	specificas:		1	 Características Es (Puete escrihir heste 700) 	pecíficas: arecteres) 706	
				1	<u></u>		

Figura 12 Registro de Población Objetivo Secundaria.

18. Se deberá de pulsar el botón de guardar Guardar pa cambios de solicitud.

para que el sistema guarde los

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).

> Campañas	
Comunicación Social 🔹	Detailar
Evaluar Solicitudes	Ampliar Vigencia
Consultar	Incluir Medios
Cancelar Versión.	Ajustar Versión
Promoción y Publicidad >	Presentar Versión
	Incluir Versión
	Registrar Toma de Nota

Figura 1 Módulo de Campañas para incluir Versión.

3. A continuación el sistema presentará la siguiente pantalla de incluir Versión de Campaña (Figura 2).

	Incluir	ersión de Can	ipaña		
Version					
	+ Año Fiscalt:				
				Buscar	Limplar
· · · · ·	No se	encontro informació	n:		
Año Fac≢	Rombre de la Cempeña		Entedo de la	Compaña	

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	Hombre de la Campaña	Estado de la Campaña	
2010	BECLARACIÓN ANUAL E INFORMATIVA 2010 - 1	PROGRAMADIA	0
2010	APOYOS & INFRAESTRUCTURA 1	PROGRAMADA	P
2010	DECLARACIÓN PERSONAS MORALES 2010 - 1	PROGRAMADA	P
2010	DECLARACIÓN ANUAL E INFORMATIVA 2010 - 2	DETALLADA	e

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).

Versión Detalle			
Nombre Versión *:			
> Fecha Inicio Versión 🕆	3		
> Fecha Fin Versión 🕆	3		
		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).



Figura 5 Registro de Introducir Versión de Campaña.

9. Una vez que el sistema haya agregado la nueva Versión a la Campaña seleccionada le mostrará al usuario un mensaje indicando que se inc uyó la versión (Figura 6).



Figura 6 Mensaje de Versión de Campaña.

3. Presentar Versión de Campaña.

- 1. 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.
- 2. Para presentar una Versión se deberá pulsar el Módu de Campañas, luego la opción de Comunicación Social y finalmente la opción de Presentar Versión (Figura 1).

🕨 Campañas 🔷 🕨	ensaje Extraordinario
Comunicación Social 🗦	Detaller
Evaluar Solicitudes	Ampliar Vigencia
Consultar	Indur Medios
Cancelar Versión	Ajustar Versión
Promoción y Publicidad >	Presentar Versión
	Incluir Versión
	Registrar Toma de Nota

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 (Figura 2).

Año Fiscal	Nombre d	e la Compaño	Nombre de la Versió	n Estado de la V	ersion	
10	Alimentando	в Межсо	Campaña Alimeritando a México	REGISTRADA	0	
10	Alimentando	a México	Campañal Alimentando e México	REGISTRADA	1	
olicitudes de Prese	ntación de Detaile V	ensión:	No se encontraron regist	mos		
Año Fiscal	Nombre de la Cempaña	Nombre de Versión	la Estado de la Versión	Fecha de elaboración de la solicitod	Estado de la solicitud	

4. Una vez que se encuentra la versión de campaña que desea presentar se deberá

pulsar el botón de Ver Detalle vel sistema desplegará la información de la Versión y permitirá modificarla y complementarla (Figura 3).

×A	ño fiscal: 2010				
» Coordinatora d	e Sector: JAQE SectorS				
▶ Dependentia	Entidad: JAQF entidad50				
» Hatinaleza	a Juridica: Organismo Desconcentrado				
> Fecha de Ela	boración: 07/09/2010				
) Nombre de la f	Campaña: Alimentando a México				
F Clasificación de (Campaña; Prevención				
s Vigencia de la G	Campaña: 07 de Septiembre de 2010 al :	30 de Noviembre de	2010		
5 Hombre de la	Version ': Campaña Alimentando a Mé	éxico			
> Clave de	e Version: Pendiente				
a Coen	alsories): XHCC				
a Objetivo Insti	itucional: Hacer que toda la sociedad se) sisibilise			
> Objetavo de Com	mit acton; Hacer que las personas en ger sociedad	neral se preocupe ma	is por esta enfe	rmedad encontrada en	la
» Meta a	Alcanzar: Que se reduzca el nivel de en	ifermedades e inpon	aamos el ejemp	lo para los países vecir	nos
**	Vigencia :: Ver				
· Población Objetivo	Filmaria: Nor				
» Población Objetivo Se	cundaria: Wasa				
• Cobertina Ge	ourafica: https://www.courafica.				
	Televisoria	1	0		
	Radio4ifesoras		5		
	Radio/if asoras	Presentución Suplemento	del Formiato	Eolor del Formu	ato Cold
	Radiodifesoras Diarlos Editados es ej 0.1.	Presentución Suplemento	del Formuto Elicarie	Color del Form Blanco y Regro	ato Cele
	Radiodifesoras Diarlos Editados en el D.T. Diarlos Editados en los Estados	Presentación Suplemento	del Fermuno Encarte	Color del Forma Blainco y Regro	sto Celt
	Radiodiffisoras Diarlos Editatios en el D.T. Diarlos Editatios en los Estados Revistas	Presentautón Suplemento	del Férminto Eticarte	Color del Formi Bianco y Regro	nto Cek
Medio de Difúsión a utilizar de	Radiodiffisoras Diartos Editados en el D.T. Diartos Editados en los Estados Revistas Recuisos a Erogar nites de pesos / J.V.A. Inicio de Vigenci incluído)	Presentación Suplemento	del Formato Escarte	Color del Formi Blanco y Begro	sto Cok
Medio de Difusión a utilizar de Televisoras	Radiodiffisionas Diartos Editatios en el D.T. Diartos Editados en los Estados Revistas Recursos a Erogar niles de pepus / T.V.A. Inicio de Vigenci (actuido) 0.00	Presentación Suplemento	del Ferminio Encarte	Eolor del Formu Llanco y llegro magic Muestnas de M	eto Cok ateria
Medio de Difusión a utilizar de Televisorar Radiodifusoras	Radiodiffisionas Diarlos Editatios en el D.T. Diarlos Editatios en los Estados Revistas Recursos a Erogar niles de pesos / J.V.A. Inicio de Vigensi incluído) 0.00 0.00	Presentación Suplemento	del Fermano Escarte	Color del Formu Blainco y Blegro Insuje Muestnas de M Guión visua	aterial
Medio de Difusión a utilizar Televisoras Radiodifusoras Diviso Mitudos en el Di	Radiodiffisionas Diartos Editatios en el D.T. Diartos Editados en los Estados Revisitas Recursos a Erogar niles de pasos / I.V.A. Unicio de Vigenci incluído) 0.00 0.00	Presentautión Suplemento	del Ferminio Elicarte	Color del Formi Lianco y Regro California California de M Galifor visua Galifor visua	aleria főnico
Medio de Difusión a utilizar de Televisoras Radiodifusoras Díarios Editudos en el Df	Radiodiffisionas Diarlos Editatios en ej 0.T. Diarlos Editatios en los Estados Revisitas Recursos a Erogar nitos de pesos / I.V.A. Inicio de Vigenci incluido) 0.00 0.00	Presentación Suplemento	del Formano Encarte	Color del Formu Elainco y Regro Color del Formu Elainco y Regro Color del Formu Calión visua Calión radiot Boceto	ateria tonica
Modio de Difusión a utilizar Televisorar Radiodifusorar Diarios Editados en el Df Diarios Editados en los Estados	Radiodiffisionas Diarlos Editatios en el D.T. Diarlos Editatios en los Estados Revistas Recursos a Erogar niles de pesos / T.V.A. Inicio de Vigenci incluído) 0.00 0.00 0.00	Presentación Suplemento	del Ferminito Encarte	Color del Formi Illiano y Viegro Illiano y Viegro Vieg	aleria tőhica
Medio de Difúsión a utilizar Televisorar Radiodifusoras Diarios Editados en los Estados Reaistas	Radiodiffisoras Diartos Editados en el D.T. Diartos Editados en los Estados Revistas Recursos a Erogar nitos de pepos / I.V.A. Inicio de Vigenti incluído) 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00	Presentautión Suplemento	del Fermino Elicarte	Eolor del Formu Illanco y Regro mauje Muestnas de M Guión visua Guión visua Boceto Boceto Boceto	aterial I
Medio de Difusión a utilizar Televisorar Radiodifusoras Diarios Editados en los Estados Revistas Medios Comptementarios	Radiodiffisionas Diarlos Editados en el D.T. Diarlos Editados en los Estados Revistas Recursos a Erogar niles de pisos / J.V.A. finicio de Vigensi incluído) 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00	Presentautión Suplemento	formato de Me	Color del Formi Illainco y Regro magie Muestous de M Guión visua Guión radio Boceto Boceto Boceto Muestra	aleita d
Medio de Difusión a utilizar de Televisoras Radioditusoras Diarios Editados en el Df Diarios Editados en los Estados Revistas Medios Electrónicos Internacionales	Radiodiffisionas Diartos Editatios en el D.T. Diartos Editatios en los Estados Revisitas Revisitas Revisitas Recursos a Erogar nites de pasos / I.V.A. Unitio de Vigenti incluido) 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.	Presentación Suplemento	formatu de Me	Color del Formu Blainco y Regro Guión visua Guión visua Guión radiot Boceto Boceto Muestra Guión radiot Guión radiot	tio Colo Aterial J tônica
Medio de Difusion a utilizar de Televisorar Radioditusoras Diarios Editados en el Df Diarios Editados en los Estados Revistas Medios Comptementarios Medios Electrónicos Internacionales Medios Impresos Internacionales	Radiodiffisionas Diartos Editados en el D.T. Diartos Editados en los Estados Revisitas Revisitas Revisitas Revisitas 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.	Presentación Suplemento	formatu de Me	Color del Formu Blainco y Riegro magie Muestous de M Guión visua Guión visua Boceto Boceto Boceto Guión visua Guión visua Guión visua Guión visua	aterial Laterial L L L L L L L L L L L L L L L L L L L
Medio de Difusión a utilizar 9 Televisorar Radioditusoras Diarios Editados en los Estados Revistas Medios Enerrónicos Internacionales Medios Impresos Internacionales Medios Endos Públicos	Radiodiffissoras Diartos Editatios en el D.T.: Diartos Editatios en los Estados Revistas Revistas Revistas Recursos a Erogar nites de pepos / I.V.A. Inicio de Vigenti incluido) 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.	Presentautión Suplemento	formatu de Me	Color del Formu Illuinco y Illegro magie Muestous de M Guión visua Guión visua Bodeto Bodeto Bodeto Bodeto Bodeto Bodeto Bodeto Guión visua Guión visua Guión visua Guión visua Guión visua	tio Cold Aterial U tónico
Medio de Difusion a utilizar de Teixvisorar Radiodi tusoras Diarios Editados en los Estados Revistas Medios Comptementarios Medios Electrónicos Internacionales Medios Inpresos Internacionales Medios Públicos	Radiodiffissoras Diartos Editados en el D.T. Diartos Editados en los Estados Revistas Revistas Revistas Recursos a Erogar nites de pasos / I.V.A. Unicio de Vigenti incluido) 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.	Presentautión Suplemento	formatu de Me	Color del Formi Ilianco y Illegro Guión visua Guión visua Guión visua Boceto Boceto Muestra Guión radiot Boreto Guión radiot Boreto Guión radiot	tio Colo Aterial J tômico d
Medio de Difusión a utilizar de Televisorar Radioditusoras Diarios Editados en el Of Diarios Editados en los Estados Reuistas Medios Electrónicos Internacionales Medios Electrónicos Internacionales Medios Impresos Internacionales Medios Impresos Internacionales Medios Electrónicos Internacionales Medios Electrónicos Internacionales Medios Electrónicos Internacionales	Radiodiffissoras Diartos Editados en el D.T. Diartos Editados en los Estados Revisitas Revisitas Revisitas Revisora Erogar nites de pesos / I.V.A. Initrio de Vigenti incluido) 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.	Presentautión Suplemento	del Ferminio Escarte	Color del Formu Elainco y Regro Gaión visua Gaión visua Gaión visua Boceto Boceto Boceto Muestra Gaión visua Gaión radiot Boreto	ateria Ateria d fónico d fónico
Medio de Difusión a utilizar de Televisoras Radioditusoras Diarios Editados en el Of Diarios Editados en los Estados Resistas Medios Comptementarios Medios Electrónicos Internacionales Medios Impresos Internacionales Medios Impresos Internacionales Medios Impresos Internacionales Medios Publicos	Radiodiffusionas Diartos Edificados en e) D.T. Diartos Edificados en los Estados Revisitas Revisitas Revisos / I.V.A. Inicio de Vigensi incluido) 0.00	Presentautión Suplemento	del Ferminio Encarte	Color del Formu Elainco y Regro Guión visua Guión visua Guión visua Boceto Boceto Boceto Guión radiot Boceto Guión radiot Boceto	aterial Aterial d fónico d

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).

» Actividades Complementarias"; » Razones para la Utilización de estos Mediosª;					
	An 0 2 0 2	Creativ III vak	i Gint Set Sart	En vier	Caricelar

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 Ca 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).

Ana Fiscul	Rombre de la Campaña		Nombre de la Versión	E928	do de la Versión	
010 VLAJA	CON TU VALE EN MANO 2	VIA:A		MOCRAHADA		14
		×	< Régino 1:do 1 →	30		
sicilures Pend	ntes:	NP 6	Pégino 1 do 1 💽	38		

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).

}

Versión Seleccionada?	Versión Seleccionada? Jimestre: 1	Versión Selecciona	d a th
imestre: 1 💌)imestre: 1 🐱		da /'
		mestre: 1 🐱	

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 co lementarla (Figura 4).

6.464 (Press) 2017							
a the second							
) Departorization Competito De ARCH	SO DHITCH STOCK DE II	E(100, E4, E5)	сW.				
n Montes Junior Storer							
A End a Mitta and Astronomy and Ast	EU MALIE T						
e Woenen de la Carrante Carlle da Contra de	DILLA E CARCINE	a 2010					
1 Romber de la tensione de la tensione de la tensione			1				
+ I service(as)							
utility in the family of the second states in	FOR FOR FOR	A SECOND	SE CALER DE LA	FR.N			
 Mitta Allemant, Market, Weitersch 	certitine intraction	e manazi an					
							_
A PERSONAL ACCOUNTS OF							
1100.040003.0.400.00C		-			-		-
		Suffr		Brankr	- 24	CALL DIVISION	(Delas
Elister Column	0.000			M		15	1.1
Accessed on Ballion and	A ATOMA			JTL		10.	1.00
Cores.		1 3		1		10.	1. 11.
ă.	free and the	_		-	_		_
Bell with Dilators of Blanc	maria (mar	di Serak 1	1 al Vacua	2-18		Restored and	their ers
- And -	1.11	_			_	Charles and	
	10.90	-				A Hinney	ic.
	140					100	
	144	-				1 DOGRAE	
	1.11					a car	
Letter	0.00	_				= #00000H	
	2, 2110					19442)m	
- Marine Personal Annual An	()448)62 Ca	E
	1.645					14.10	
		_		F			
	10.00					N.S. Brand	in the second
257.00	- 340	_		-			A-17.
	1996			1			
The first of the f	UANC .						
The state of the s	5.40						
100 C 200 T 200 C							
It date Conference in							
realization Restorments Provide and Provid	100 100 100 100						
TH N 2017 (2017)							
							-
ennergale a fill ware been will der							
							100
							-

7. Hereinen Alternet

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).



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

(Figura 1). Existen dos modos en que esta sección se puede desplegar: consulta y

edición, esto dependerá de la pantalla en que el botón Anexos haya sido presionado.

		S. Rombre del I	ALL CONTRACTOR OF A LONG AND AND A	TRACCIN S DATA			
		- monifice dest	entreda nerside re	107040.00146069			
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·			NUBRINGHT SELLCED DEC	e trae inicke die 2070	al su ce sagte m	089 C 9 2 9 3 9 1	
	507 E 10	Freesa de Lia	DOCUCIONI: 2 STORE 201	0			
	1.102 Million 1.1.6	Senceloria meziti	DARY FILLS				
Banks Talaster							
Survey a survey of							
Aneso and adding of 24							
Assess & Walling Interaction							
Approx Commiss Incluse and							
Anexo Medios Complementarios							
A second of the second se	LUKER:						
Alterabilitien include annual anna a ser	00105						

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 desple spondiente a este tipo de medio (Figura 1).

Alless Talla	BOUL										
			¥ ithsee	nen de taver	sión Publicitari	al Ver					
1 Capture											
	-				No le	Hepitrö in form	tarçêçir.	-		_	
adare.	Humbre Guillerstel	Const	202 Aug	Annenn Migerine Ser	Ten Signatio	Gamere 7 Propratoa	Humania	Control Consideration of the president	exterio	date	
- West											

Figura 1 Anexo Televisoras desplegado – Primera vista.

2. Pulsar la barra horizontal con el título Captura para registrar un nuevo espacio programático (Figura 2).

4	(a) the			
	> Abresistury:	- Seleccione M		
	Nombre Comercialid			Sejectionar Medio
	> Siglas:			
	2 Canalt			
	5 Tipo de Cobértore:	-Seleccione -	195	
	CENtillad Foldeativa:	 MERVILLE 	ET.	
	> Ciudail y/o Localidad:			
	 Cobertura Internacionali 			
	 Infels Vigenelar 			
	a Fin Vigencia :	E.		
	5 Cénero / Programan			
	5 (Huisai Kin)			
	> No. impactos Totales -			
	> Costo Unitatio (en peros) (
	 Tota milos de pasos); 			
	# Formato Contratadon	- telectione - 🖗		
				Caseday Einablay

Figura 2. Línea de captura de espacio programático de Televisión.

- 3. Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar 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 espacio programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).

 Seminaria de Intersión Anticitada: 	A Ver
Taxana a	
/ # Abreslatore:	Selectione in
 Nombre Comercial: 	Strecopour Media
> 31ulas:	
o Canale	
 Tipe de Cobertural 	Seleccione w
* Entidad Todorativa:	Lawyer and the second
 Cindád y/o sociálidas: 	
> Cobertura Internacional:	
 Inicia Vigencia: 	D
it Fin Vigwellari	<u>a</u>
 Génerar / Programari 	
x Horacio:	i i i i i i i i i i i i i i i i i i i
a Nic Imperiors Totales-	
 Existin Umrano (en pesovir) 	
+ Total (milles po #6563);	
 Formato Constatador: 	Seleccime 👻
- 111 - 111 - 111 - 111 - 111	
	Gander
Numbre Const Sintas Baild	Zanaro / Bureate Tetal (miles Tetalin Once

Figura 4. Anexo Televisoras posterior al registro de un espacio programático.

Modificar Espacio Programático de Televisión.

1. 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).

unessi tahu	ABOLLS'											
			y Resi	imen de lacer	eion Publicitari	at in Net						
i Certu												
Million.	Hombre	Genet	Sides	Jonalia Vicentica	Fin Yigentia	Storrad Programa	Hurseld	Telat (miles db peses)	Estada	Gere.		
PITTUL	Chaldrane is		WHERE S	11/10/2010	20/09/2011	Famila1	2 n 8 de le	TW OF 1	100000		e	×

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).

». Kesumen de Inversión Publicita	niac X Vec		=
Autor			
er Mirestal	wart types 🛛 🐷		
> Nombre Comerc	AN CATLEMAS	Salacore	ner-Mercin;
1 Slo	ILIST XHOC T		
5 Ca	nate(s) ()		
 Time de Coberta 	HA Namnai		
+ Kritidaz Jedera	tiva:		
Cioitad y/o kocali	dadti		
2 Cobertura listemazio	ULBRE		
 Inicia Maan 	Caresteering tal		
A Fig Vigen	11 100/00/001		
> Género / Progra	ma Fammar		
 Hota 	forting 9 della tipche		
» No. Impactor Tota	100		
 Costo Unitado ten pesi 	00.001		
5 Tettal (milles du pro	50.001		
r Formato Contrata	don: Sant w		
			Guardiar Dimpeta
Norw. Manifus. const Status (2017).	a Pregrame Necame Total	tendes extents to	17HE
at -Stellenale e- xxxxx of/owidth solas/anto	Similar Fayman	(03:03 жедіктика)	/ / ×

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).

104ypty	convertial Ganel	Sights	Ibiicae Vigenetia	Fin Vicencia	entera / Programa	Harahio	Tatlaf (replese de pestra) Estado	Line		
T-MAL	CARLENAS I	81921	\$1,930mic	20.21.2010	facilie -	1.8.8.06.30	SOLIO Repairs		e.	*
			-	-	Mana I de					
E	4 1 4 1 1	•			rașină i ce					

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).

2008616500	IIIII:sees									
		a Assume	n de faces	ión Publicitari	· in Wat					
· Capson										
-			_	NO TR	Encontro inform	incidit		_	_	
Million	Commercial	 treasure	diam'r.		Minerer/ Pengeranna	Hotoma	Dated (miles)	terrede	el me	

Figura 1 Anexo Radiodifusoras desplegado – Primera vista.

2. Pulsar la barra horizontal con el título **Captura** para registrar un nuevo espacio programático (Figura 2).

Lander		
2 Aberiature:	Séleccione) 😿	
Or Nombro Comorcials:		Salped once Media
> Sigtas	1	
r Paestaetaclar:	- seleccione 😒	
5 Tipo de Coperturar	- Seleccione - 🕺	
> Entidad Federathia	10-000- DC	
* Cional y/o becalillad		
 Cohectura internacional: 		
 Inicio Vigencia* 	<u>a</u>	
s: fiis Algenetar:	<u>U</u> .	
Genero / Programan		
r Roratio		
IN NO. Impactos Tetalles I		
 Costo Unitario (en pesos); 		
 Total (miles de pesest 		
Formato Contratado	- Seleccione - M	
		Giandar Linesar

Figura 2. Línea de captura de espacio programático de dio.

3. Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar el botón **Cuardar**. (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de <u>Proveedores</u>).

4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).

	0	Se puardó exitosamente al espacio programático	
Ì	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).

y Resumen de Incersion Publicitaria:	* Net
fagues	
 Abrevlature: 	- Selezioner - W
s Acoust Lowerist:	Seeccoral Medio
s bigtas:	
i Precudector:	- Seleccione - W
» Tipo de Cobertura :	Seleccione ····
 Entified Federativa; 	
 Eludad y/n Localidad; 	
S Coberturalinternacionali	
+ Inicia Vigencia :	E .
 Fin Wigenetary 	(i)
 Ginnero / Programa: 1 	4
· Monatori	
a bit measter fotblar	
a Post interaction of the second	
A TATA MULTING AN ANGAIN	
- Departs Contestion	
2	 EXcident - Excidence
dere Honders Siglas Presamular Uniciti Pin Vagemun ja	simutes / Horavia Initial (milles sugrame de poste)
eau allocation and the state of the state and the	anti tala anti ing tangaranan 🦯 🎽

Figura 4. Anexo Radiodifusoras posterior al registro de un espacio programático.

Modificar Espacio Programático de Radio.

 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).

			S/REBUR		AND REPORTS ALSO	8 84e						
 Capte 	98.											
40ev.	Kondere Conter-Jal	- Andrea	Freedoments	Trainin Vigiensia	File Visigentials		Illuratio	Total (miles	Citado	Oike:		
1025633	RA32084944	X81.0X 1	58	01/06/2218	2012/04/2010	1174001	122.4 2 de 18 Decte:	101.00	açaradı.		P	8

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).

» Recomende Inversi	on Publicituria	
1 Classifier of the second	· Vel	
Capture		
	 Ministaturati caucati 	
s Nom	Dre Comercial : PJOGFAMA	Secondar Medin
	> SIGNAS XEVOX T	
	* Precodecipi: A.g.	
i Tipd	de Enhertister Nacional 44	
) End	idael Federativa.	
+ Cludad	a w/a Localidad:	
iv: Cobertain	a International:	
	alitic Viteoclari, 01/08/2011	
9	Fin Argumentari 30 201201	
CK Gene	NON / Programman istanti	
	> Morarishi 12 a 3 de la tardo	
y hut unter	antos Totales 1000	
+ Casto Unita	(00.000 100.000)	
 Futal in 	niles de pensal 100.00	
> Fermat	o Contratador: Cabula	
		Cantolar Lamonar
Many, Kandere Selay Promettine vigencu	Fin Viscours, Programs, Horaris, dispersion	Etals Care
DEVE RUDBALM REVEX. (A SUBSCRIPT	Constant (12:03:0010 122	28 3425730
	Laur.	
_	a final second second second second	

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 <u>Proveedores</u>).
- 4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).



5. Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de espacio programáticos del tipo correspondiente (Figura 4).

abey.	Conversion	siste	Tr-same	Tent or Vigenicas	the Augentia	Timerre /	HARDIN	Tablet (milles de acces)	EXTRA L	1400		
CADRAD	38/105-005	TEATE 1	di .	m 29/2016	10051200	liifard I V	1002 de 11 1	KOD NO	Regencies and		8	*
						Ngea (1 Bai	1	20				
		F	igura 4. Li	istado de	espacios j	program	íticos acti	ualizado.				

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 desp gará la sección correspondiente a este tipo de medio (Figura 1).

KIIKOO MEHUKON BHUK	1998							
		y Rest	men de taversión	Publicitaria:	Vet]
1. Carnes								
				No se encor	tés información			
Cebose	th graither of	TOTOPHI ISANAHOR	Telese Vigenieles	the vigencial	Total (miles de	Colori a	(1966)	

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).

۰.	Landon L		
	a Abreviature	- Seleccione - M	
	s Nombre Comercial:		Selectional Madio
	 Gropo Editorial 	Ti li	
	 Tipo de Cobertura: 	- Salacciona - 😥	
	a Entidat Inderativa	Internet in the	
	 Cludad y/o Localidad 		
	* Cobertura Internacional		
	 Inicio Vigion ciaca 	D.	
	 Fin Migenrile 	<u> </u>	
	No.:Inserciones/Totales/1		
	 Costo unitato (en pesos) 		
	 Total tuilles de pesos) 		
	> Formato Contratador	- Seleccione - 90	
			Cuartal

Figura 2. Línea de captura de espacio programático de Medios Impresos.

3. Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar el botón **Cuardar**. (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de <u>Proveedores</u>).

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).

no ABRICCHINI CAS	
x Resumen de Inversion Publicitaria: K Vel	
 Almeviaturari – seleccore – wi 	
+ Nombre Comercial:	Seconar Vielin
+ Grupp Editorial:	
• Tipt de Coberturar: - Satargiane	2
- Entitlat (electric)	
 Clinital y/e basialidad. 	
> Cobertum (nternacional)	
s Inicia Vigencius 13	
3 Ein Vignecia:	
a No. Insectiones Totales:	
+ Costs unitario da petati-:	
 total (miles be pesoan) 	
• Formato Constantidori - Salace dia - 14	
	The second se
	Geoster
And a second sec	-1004
Abry, Conterctal Grupo Editorial Taicio Vigencia Fin Vigencia: patient)	Estado (Clave
e mexico apello considere activitatio societatio sociale	enstract 🖉 🎽
C C Sabana 1 do 1 🗲	2

Figura 4. Anexo Medios Impresos posterior al registro de un espacio programático.

Modificar 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).

ITERS MODICS	шаралы —	a lins	imen de Inversii	ល់ត ចារាំពីលើផ្លែកគេ					
i <u>vaptara</u>				an a					
Where.	Normbert Competent	Ginne Eddmid	thillie Mg A	n (m.Vojenin ^V	olaf (miles de . Deleca)	Telefold .	(Harr)		
HERF	THE CORDE	VOCTO THEN	di Ustavisi	- 200 (00) 2000	forder a	10/27 alla		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 *n*, al hacerlo, el sistema desplegará la sección de Captura con los datos correspondientes al espacio programático seleccionado (Figura 2).

	1 RASI	neo de Inversio	Publicitaria:	1 WHI					
- Estatut	-								
		- 19	Aburnationat	Jelle W					
		(Noribi	e Comercial :	MPLEOS DE MENICO		heleco	oper Mean		
		1.60	apo Editoriali	VOCES EN EL AIRE	1	J contra	anserantes res		
		a Tigo d	e coberteas	NinhicHall	14				
		+ Entid	d lederative.	Section 1					
		a Ducaty	/o Localitian						
		> Coberties	interconditional						
		1 (B)	rio Viennia :	15/102/201/01					
		14	fin vigeoriari	30/09/201					
		× No. Inservice	HIES TOTALES		300				
	1	E0910 UNITE	1 12 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0		1000.00				
		i Turai imi	es da pasosh		100.00				
		= Formate	Contrianadore	Alana 💌					
							-	-	
							CLICOWARD ()	MOREONE	
Abry, Menul	C. Leuse Edmand	Ince Thiston	THE VERSE	a Total (ailes)	···	Gane			
EGP EHCLEG	DE VORDELIGIKEL ATET	21/58/2929	2046/2007	106-	C2 Reputrene		1		6

Figura 2. Modificación de un espacio programático existente.

2

3. Modificar la información necesaria y pulsar el botón **Guardar**. (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de <u>Proveedores</u>).

4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).

0	Se actualizó exitos amente el espacio programático

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).

Alling	Commission	Interpretations	snien wynnew	HINTERATION	Total (mliewder gewyn)	- Little -	*dave		
TERN	BRADE DE	VDCEL EVE	EN INCOME.	anitectum	DOM: N	segiltona -		1	*
				С Ларан	1 MF 1 🗩 👔	70			

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).

No Le Inco	nicenses on		
	and a state of the		
Phi vigenia Strates	arcore)	stado Cla	

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).

> Almeidunds	-Seleccione - M	
 Nombra Comarclatid 		Saleccionar Madio
 Tipo de Cobertorar 	Veleccione M	
 Entidad Føderatival 	March-1 Pell	
 Cluded y/o Localidad: 		
 Cobertura internacionali 	n	
 fulcio Vigenzia); 	12	
> Tin Vigencia (8	
> tinidad de Medida::		
 Centined: 	ii ii	
> Costo Unitario (en pesos):		
a Total (mites de perox)		
5 Formato Comita Lador	Salaccione 🔣	

Figura 2. Línea de captura de espacio programático de Medios Complementarios.

Guardar

3. Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar el botón (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de <u>Proveedores</u>).

4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del espacio programático (Figura 3).

0	Se guardó exitosamente el Arpadio programático
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).

	a sestimen de incersion foi	Hindana:	Vel.				
fageurs.							
	755ala	www.accinaec	Selecoptic 🕺				
	s Nombre Co	omeretz) :			Sectional M	ndio :	
	+ Tipa de Co	berturan -	Seleccione -	e			
	. s. t extrated as	eletatite:	Silocon				
	So Clisidail g/oli	olocalifdad:					
	+ Cobertura Inter	114Gam/					
	 Apricio 1 	NIGHTHAN	101				
	= tin:	Vigeneously	E C				
	 Uniñadida 	Medida		-1			
	3.4	anside to		1			
	F Costo Unitado te	a pesosi-i					
	to total (miles a	h prosent)					
	> Formato Con	avanialize:	Selection 👻				
					19	ditrolar 🚺 🚺 kun	mar
and the second s			-				_
Abry, Scoutter, 18	KAN THERMORE INTO AN COMPANY	Products	Hotel (IIIIIA's de	Terstade	Class		
E ALTELA WEB DI	29/2019) 29/25/2010 (mm	NATOR	18:38 B	B(2:3375-00)		1	×
Mindiffatt 1							

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).

(Allow)	Conservat	Initia September	THE VERMISSIO	Dentidad de	Total (miles de	Edited at	Cleve		
11111	DELES MA	0010000000	20700/323391	*******	12:46 10	10 (0 set)		ø	*

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).

 Tesumen de Inversión Publicitaria; 	 Ver. 		
/ / XBREVIEWDER'	CARTE M		
 Nontiste Comercial: 	AZTECA WEB SUCURSAU S	Salecgiocal tradio	
 Tipo de Colevitorari 	Nacconal 🙁		
+ Entidal Foderathia	Service 19		
 Coulid y/e tocalidad: 			
s Cobertura International			
()) Millio Viouncia-1	01/10/201		
. Fin Stopplan	30.02.201-04		
) Unidad da Medidari	(illinuitize)		
>: Cantilitalit;	/00		
 Costo Unitario (en pesus): 	100.00		
> Total inities the peaked/	10.00		
• Formato Lontratador:	Otep Yermatio		
			_
		Gened	ACC CONDUCT
A Rombre A R	Total (miles de	Anna I	ũ –
store senseed montheaster to Account and	(difted)	1900	un de la companya de
 Avient Methy Burghtstation Avient Methy Burghtstation Burghtstat	LLOV Kiperide		2 8
			-5445 ¹ -6e

Figura 2. Modificación de un espacio programático existente.

- 3. Modificar la información necesaria y pulsar el botón **Cuardar**. (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de <u>Proveedores</u>).
- 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).

Ahnu	Gombre	The Contraction	the Vigences	Unided do Noticia	Total Tailes de Destas J	(Estate)	(State)		
TARTE	ASTRCA VEW	R370.0/2010	1010002010	8221102A	10.00 3	to metro		p.	*
				Regina	3 & 1 12	30			

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).

	NUMBER OF STREET	charles recorder				 	
		j- Rei	omeo da Inversión Púb	Acitaria: 3 Nec.			
- 6	 Captora 						
				No se enoretim información			
	Altim.	Baildine Connected	Center del Barrente (pases)	Estudo del Hirriquesta	en sub		

Figura 1 Anexo Servicios Publicitarios y Estudios desplegado – Primera vista.

éacciona 💌			
	Seferzionar Media		
Redecione 🛁			
		Consultati	Linnster:
	facciona 💌	Rections M Selectionar Medici Rectionar M	Baccione - V

Figura 2. Línea de captura de presupuesto de Servicios Publicitarios y Estudios.

3. Capturar correctamente los datos solicitados y pulsar el botón **Guardar**. (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).



5. Una vez que se ha desplegado el mensaje de éxito, el sistema actualizará el listado de presupuestos (Figura 4).

	* 55	eennen se immeration se	poortanat a Vat			
- Enimita					_	
		Natural - Steccome	- 82			T
	s Nombre Co	unerdial-		Selectionar Matio		
	1 Corto del Sardelo for	pesatin	1			
	# Secticio Can	tramilo" Seleccide				
					Candor	(18thannet)
A877.	Hamilee Conserval	Citable dell Servicio (Desals)	Estado del Pressuorente	Dave		
WESS.	COMUNITAZIEN EN	1.000	U. Kendrada		8	*
	HEALING SCOPE STRAMES					
		-	The second works of the	(mm)		
			Figinia 1700 17 00	20		

Figura 4. Anexo Servicios Publicitarios y Estudios posterior al registro de un presupuesto.

Modificar 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).

	2.84	sumen de Roversión Publ	iritaria) + Viel			
Captura						
Alley.	Number Constitut	Constantied Secondaria (pressue)	Estado del frequentita	dire		
	CONTRACTOR EN	1.00000	Aircraft.		100	*

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).

Kineco Sile Kohn, Multic Lanke, y Axvialities

 Anne Comparison Publicitation
 Altreviantine Pages
 Altreviantine Pages
 Nombre Comparison
 Konstre Comparison

Figura 2. Modificación de un presupuesto existente.

3. Modificar la información necesaria y pulsar el botón **Cuardar**. (Para mayor información sobre cómo llenar el campo **Nombre Comercial** dirigirse al apartado de <u>Proveedores</u>).

4. El sistema desplegará una notificación para indicar el correcto almacenamiento del presupuesto (Figura 3).

	0	Se actualizó exitosamente el espacio programático)
--	---	---

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).



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).

		s iteran	men de invers	ión thiblicitar	rik' i Ver						
e Capto	-										
Abres	Hundard Comercial Casal	Siglos	lokui Vigencia	Fin Vigenda	Programa	Hüranii	Tedad (million dis permit	Eilikk	dave		
Mahal	Crack 912 S	stiller -	11/06/2010	10/09/2011	TANKIN' -	7.4.5.46.9e	100.04	lag gyradd		R	*
			-		lagina i do	1.000	20				
							-				
linto peil	hiddidi, good i				-						
		>: Besto	nen delinvers	oon Publicitae	riac (+ Aver.)						
 Experior 	196										
 Experio 	108										
1 Expto	Mondure Connercial Socials	freedlot	Tarican Viginicia	hin vigence	Séarro/ Programa	Harana	Tastad (milles de permi)	tatada	cl.wc		
 Exactor Matrixe Matrixe Matrixe 	Monthrey Connectal Social Manuford Marcol	freese line	unita unitation universitate	tin Tidaka Tyledad	GEnero/ Henorama	Hotsine 12 = 3 to is all.	Tatel (miles de pers) 10076	tatada Naziorento	there	,	*

Figura 1. Listados de espacios o presupuestos y su botón para eliminar.

Missio Madilisa	10010000								
		5 (0#4	men de aucersid	w Poblicitaria:	Ver				
1 Capture									
				_		_			
60.000	frambre Conterctal	Group subtainal	Lilics, Vapidi Sta	i faiteat	Total (miles de pesse)	estudu	Uma		
2154		VÇCÊS BA EL ADRE	\$110323010	30/08/2010	10.00	Septimpido		B	*
				Ripina	i de Y 💼	20			
1-yingkeng		4							
		\$\B&R	terrori de inversió	n fullicitaria:	Ver.				
e Eligitoria									
_	_					_			
Kebmet	Gunner dat	Inicia Viplences	110 Wegemeis	The state	Total (miles da provas)	Latadar	date	ļ	
12,019	ALTECA WILL	01/19/2014	10/01/9610	and a second	in en	ban de la competencia de la co		<u> </u>	*
				Fagina	1:44 T				
01123220101233	OT ALL AS TOMOS AS			or Buildford arts					
		1	and the states are	a round taka	7.00				
1 Captura									
A004		https://www.sid	Cento del Serv (pesos)	nan Balantinatio	(2000-H)	chin-	1		
00757	100-100 100-100	ICACION EN (TREACCIÁNEC	3	units togenesis			e		*
					var di internet				
				AND CALLER	NGE A MARIN				

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).

4	2Desea elimi seleccionad	inar el espacio programàtico o? La información no podrà sei
	recuperada.	

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.

0	Se eliminó extosamiente el espacio programático
Figura 4	4. Notificación de eliminación exitosa de espacio o presupuesto.

6. Evaluar Versión por Coordinadora.

- 1. Para evaluar una versión de campaña por la coordina 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 Módu 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 Dependent Elaboració Entidad	Ailo Fiscal	Partida de la Campaña	Nombre de la Campaña	Nombre de la Versión	Vigencia Inicio	Vigencia Fin	Presupues de la Versión	Estado de la Versión	Tipo de, Solicitud	Estado de In Solicitud	
CENTRO DE UIGILACIA 29/09/2010 PPIDEMIOLO Y CONTROL DE ENFERMEDA	2010	3701	VACUNAS	Concurso -	01/10/2010	31/10/2010	1,370,373,7	REGISTRAD	Autorización	ENVIADA A CS	ß

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 ¹⁰ 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 evaluación por parte de la coordinadora (figura 5).



Initian	> Estrategias	Gampañas	> Mensaje Extraordinario	o 🔹 Resultados de Estudios
	🥑 Se evaluó I	a solicitud de versio	in de campaña exitosamente	
		Eva	aluar Versión de Camp	aña por Coordinadora
Vensio	nes de Campaña per	idioștes de evoluiai	a consideration and the condition	namas pamiliantiis des avalutar 💦 👘 Linne nichter, micht aussinger 🔊
			DOLUG SCHUMAR	
			No se encontró i	nformación
Fecha Elabora	a Dependeas Ai Icio Entidad Fis	io Partida I de la cal Campaña C	Nombre Nombre Vigenc de la de la Inicio ampaña Versión Inicio	a Vigencia Presupues de la Estado de Tipo de la la Versión Solicitud Selectud
		Constitution of the	AND ADDRESS OF ADDRESS	
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 encontrase en difusión (la versión debe haber sido autorizada por la DGNC y la fecha actual este den 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).

Año Fiscal	Nombre	Nombre Version	recha (nicio Vigencia	Fecha ran Vigensia	Estudo Version	Tipo Solicitud	Estudo Solicitud	
010	WZZ01.00 Rombie Compaña 2 FCD1	TW22:01:00 Nombre de la Versión 2	25/09/2010	05/10/2018	AUTORIZAD4	Autorización	EVAJUADA DONC	1
				Página 1 de 1		i.		
dicitudas Pendi	antés	I						
Alio Fiscal	Nombra	Hambre Versión	Fecha Inicio Vigencia	Fecha Fin Vigendia	Estado Versión	Tipo Selicitad	Estado Solicitud	_
910	"W22.01.00 Nombre Compaña 2	TW22.01.00 Nombre de la Versión 1	25/09/2010	20/10/2010	AUTORIZADA	Ampliación de vigencie	CREADA	P

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).

> Año Fiscal:	2010
> Coordinadora de Sector:	AIMG Sector 100
Dependencia/Entidad:	AIMG Sector 100
> Naturaleza Jurídica:	Organismo Descentralizado No Sectorizado
 Fecha de Elaboración; 	30/09/2010
> Nombre de la Campaña	TW22 01.00 Nombre Campaña 2 EC01
> Clasificación de Campaña:	Rendición de cuentas
» Nombre de la Versión:	TW22.01.00 Nombre de la Versión 1
 Coemisor(es): TW22.01.00 Coemisores de la Compaña 2 EC01 	
Objetivo Institucional:	×.
TW22.01.00 Objetivo Institucional de la Campaña 2 ECO1	13
 Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 	
- Meta a Alcanzar: TW22.01.00 Meta de la Campaña 2.5501	
> Vigenciar;	Ver 💌
	> Inicio Vigencia: 25/09/2010
	5 Fin Vigencia:
> Población Objetivo Primaria:	Ver 🔻
> Población Objetivo Secundaria:	Ver 💌
Cohomist Coordination	

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).

	Alexan	Greatividades	Guarcar	Enviet	Regressit	Gamelar
		Dg				
 Nofas Entidiad / Coordinadosa 						
	Stortoin	at Geleten acrise 🕴 Berrower	TELESCOIL 200			

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 a ciados 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.

Vermine Condition Especies Programaticos	TRANK AL
> Dependencia) Entidad; > Nombre de la Campaña :	AlMAG Sector100 TW22 01:00 Nombre Campeña 2 5001 TW22 01:00 Nombre de la Versión 1 Del 25 de Septembre de 2010 al 05 de Ottubre de 2010 30/09/2010
k	
Anoxo Televisoras	
) Anaxo Radiodifesoras	
a Apaxo Metting Impressis	
Anexo Nestos Complementatios	
 Amexic Servicing Publicitation y Estudies 	
	Regresær Cancelar
 Notas Entidad/Coordinadora 	

Figura 6 Administración de espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios.

8. La opción "<u>Creatividades</u>" 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 "<u>Notas Entidad/Coordinadora</u>" 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).

Su solicitud fue procesada exitosamente	
Detaile	
+ Año Fiscal: 2010	
Coordinatora de Sector: MMG Sector100	
 Dependencia/Entidad: AMAG SectorIG0 	
» Naturaleza Juridica: Organismo Descentralizado No Sectorizado.	
v Fecha de Elaboración. 30/09/2010	
> Nombre de la Campaña: TW22 01 00 Nombre Campaña 2 EC01	
 Clasificación de Campaña: Rendición de cuentas. 	
a Nombre de la Versión: TW22 01 0/ Nombre de la Versión 1	
Coemisones:	
TW12-01-00 Coemisores de la Campaña 2 EC01	
* Objetivo Institucional:	
THIS AT A Contract light contract of the Contract 2 1 17 (3)	

Detelle	
	> Año Fiscal: 2010
1	e Coordinadora de Sector: AIMG Sector 100
	» Dependencia/Entidad: AIMG Sector 100
	3 Naturaleza Juridica: Organismo Descentralizado No Sectorizado
	+ Fecha de Elaboración: 30/09/2010
	> Nombre de la Campaña: TW22 01-00 Nombre Campaña 2 6001.
	> Clasificación de Campaña: Rendición de cuentas
1	» Nombre de la Versión: TW22.01.00 Nombre de la Versión 1
> Coemisor(es);	
W22 01 00 Coemisores de la Ca	ampaña 2 ELUI
> Objetivo Institucional:	

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 mple ninguna regla de negocio y se elige esta opción el sistema muestra la vista previa (Fi 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).

Año Fiscal: 2010 COUNTINADUS DE Sector: AUNG Sector 100 Opendancia (Entidad: Organismo Descentralizado No Sectorizado Nombre de la Versión: TW22.01.00 Nombre de la Versión Nombre de la Versión: TW22.01.00 Nombre de la Versión Opendancia (Entidad: Organismo Descentralizado No Sectorizado Nombre de la Versión: TW22.01.00 Nombre de la Versión Octave da Versión: TW22.01.00 Nombre de la Versión Sclasificación de Campaña: Del 25 de Septiembre de 2010 al 20 de Octubre de 2010		
Año Fiscal: 2010 Coondinatous de Sector: ANG Sector 100 Sopendencia/Entidad: ANG Sector 100 Sopendencia/Entidad: ANG Sector 100 Sopendencia/Entidad: ANG Sector 100 Source de la Campaña: 2 M22 01:00 Nombre Campaña: 2 EC01 SVigencia de la Campaña: Del 21 de Julio de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Sector de Ensurración: 30/09/2010 Source de Versión: 70/22 01:00 Nombre de la Versión 1 Source de Versión: 70/22 01:00 Nombre de la Versión 1 Sudere da Versión: 70/22 01:00 Nombre de la Versión 1 Sudere da Versión: Pendeente SCasificación de Campaña: Rendición de cuentas Source da Versión: 70/22 01:00 Tema experifice EC01 Source da Versión: 70/22 01:00 Tema experifice EC01 Source da Versión de Campaña: Rendición de cuentas Source SU Vigencia de la Campaña: 2 EC01 Sobjetivo Institucional M22.01:00 Objeti/o Institucional Vigencia de la Campaña 2 EC01 Sobjetivo de Commenciación: Vigencia de la Campaña 2 EC01 Sobjetivo de Commenciación: Mata a Alcanzar:	nsion/Menseje	
Año Fiscal: 2010 Cobidinatura de Sector: AING Sector 100 S Dependencial Entidad: AING Sector 100 S Dependencial Entidad: AING Sector 100 S Dependencial Entidad: AING Sector 100 S Nombre de la Campaña: 2 M22 01:00 Nombre Campaña: 2 EC01 S Vigencia de la Campaña: Del 21 de Julio de 2010 al 20 de Octubre de 2010 S Fecta de Etaporación: 30/09/2010 S Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado No Sectorizado S Nombre de la Versión: TW22 01:00 Nombre de la Versión 1 S Vigencia de la Versión: Pendiente S Clave de Versión: TW22 01:00 Tema experiênce EC01 S Coemisor(es) TW22.01:00 Coemisores de la Campaña: 2 EC01 S Objetivo Institucional TW22.01:00 Objeti/o fasturaleze EC01 S Objetivo de Compaña: 2 EC01 S Objeti		
Año Fiscal: 2010 Coordinators de Sector: ANG Sector 100 S Dependencia (Entidad): ANG Sector 100 S Dependencia (Entidad): ANG Sector 100 S Dependencia (Entidad): ANG Sector 100 Nombre de la Campaña: 17022.01.00 Nombre Campaña: 2 ECOI S Vigencia de la Campaña: 00 21 de Julio de 2010 al 20 de Octubre de 2010 S Fecta de Etadoración: 30/09/2010 S Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado No Sectorizado Nombre de la Versión: 17022.01.00 Nombre de la Versión 1 S Vigencia de la Versión: 17022.01.00 Nombre de la Versión 1 S Vigencia de la Versión: 17022.01.00 Nombre de la Versión 1 S Vigencia de la Versión: 17022.01.00 Nombre de la Versión 1 S Clave de Versión: 17022.01.00 Nombre de la Versión 2010 S Clave de Versión: Pendeente S Clave de Versión: 17022.01.00 Tema esperifico ECO1 S Comisor(esx TW22.01.00 Coemisores de la Campaña: 2 ECD1 S Objetivo Institucional TW22.01.00 Objetivo Institucional de la Campaña: 2 ECD1 S Objetivo de Commenzación: TW22.01.00 Objetivo de Comminicación de Campaña: 2 ECD1 S Objetivo de Commenzación: TW22.01.00 Objetivo de Commenzación: TW22.01.00 Objetivo de Commenzación: TW22.01.00 Objetivo de Commenzación: TW22.01.00 Objetivo de Commenzación: S Tema Especifico 2 ECD1 S Objetivo de Commenzación: TW22.01.00 Objetivo de Commenzación: TW22.01.00 Objetivo de Commenzación: TW22.01.00 Objetivo de Commenzación: TW22.01.00 Objetivo de Commenzación: S Tema a Alcanzación: S Tema a Alcanzación: S Objetivo de Commenzación: S Tema a Alcanzación: S Sector 2 Secto		
Coordinatoura de Sector: AING Sector 100 Sependencia/Entidad: AING Sector 100 Secto	> Año Fiscali 2010	
S Dependencia/Entidad: AING Sector100 Nombre de la Campaña: 2 TW22-01.00 Nomore Campaña: 2 ECO1 Nombre de la Campaña: Del 21 de Julia de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Neturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado No Sectorizado Nombre de la Versión (2000) Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado No Sectorizado Nombre de la Versión (2000) Nombre de la Versión: TW22-01.00 Nombre de la Versión 1 Vigencia de la Versión de Campaña: Del 21 de Julia de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Nombre de la Versión: TW22-01.00 Nombre de la Versión 1 Vigencia de la Versión de Campaña: Del 25 de Septiembre de 2010 al 20 de Octubre de 2010 S Clave de Versión: Preze Del 25 de Septiembre de 2010 al 20 de Octubre de 2010 S Clave de Versión: Peresente S Clavificación de Campaña: Rendición de cuentas S Tema Esperificm: TW22-01.00 Tema esperifico ECO1 S Coemisor(esX TW22-01.00 Openilores de la Campaña: 2 ECD1 Objetivo Institucional de la Campaña: 2 ECD1 Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Openilores de la Campaña: 2 ECD1 Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Openilores de la Campaña: 2 ECD1 S Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Openilores de la Campaña: 2 ECD1 S Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Openilores de la Campaña: 2 ECD1 S Objetivo ada Campaña: 2 ECD1 S Objetivo ada Comunicación: TW22.01.00 Openilores de la Campaña: 2 ECD1 S Objetivo ada Comunicación: TW22.01.00 Openilores de la Campaña: 2 ECD1 S Objetivo ada Comunicación: TW22.01.00 Openilores de la Campaña: 2 ECD1 S Objetivo ada Comunicación:	 Cobidisadura de Sector: AING Secto 100 	
Nombre de la Campaña: 1 W22.01.00 Nomore Campaña 2 EC01 Vigencia de la Campaña: 0el 31 de juio de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Pectra de Etaburación: 30/09/2010 Neturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado No Sectorizado Nombre de la Versión: 1 W22.01.00 Nombre de la Versión 1 Nogencia de la Versión de Campaña: 0el 25 de Septiembre de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Scave de Versión: 1 W22.01.00 Nombre de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Scave de Versión: 1 W22.01.00 Nombre de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Scave de Versión: 1 W22.01.00 Nombre de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Scave de Versión: 1 W22.01.00 Tema experiênce 5C01 Scave de Versión: 1 W22.01.00 Tema experiênce 5C01 Scave de La Campaña: 2 EC01 Sobjetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Sobjetivo de Comunicación: W22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 Sobjetivo de Comunicación: W22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 Sobjetivo de Comunicación: W22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 Sobjetivo ad Real X Versión de Lampaña 2 EC01 Sobjetivo ad Real X Versión de Lampaña 2 EC01 Sobjetivo ad Real X Versión de Lampaña 2 EC01 Sobjetivo ad Real X Versión de Lampaña 2 EC01 Sobjetivo ad Real X Versión de Lampaña 2 EC01 Sobjetivo ad Real X Versión de Lampaña 2 EC01 Sobjetivo ad Real X Versión de Lampaña 2 EC01 Sobjetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Sobjetivo Institución de La Campaña 2 EC01 Sobjetivo	> Dependencia/Entidad: AIMG Sector 100	
Vigencia de la Campaña: Del 21 de julio de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Fecta de Efacturación: 30/09/2010 Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado No Sectorizado Nombre de la Versión: TW22 01:00 Nombre de la Versión 1 Vigencia de la Versión: TW22 01:00 Nombre de la Versión 1 Vigencia de la Versión: Del 25 de Septembre de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Vigencia de la Versión: Pendente Sclasificación de Campaña: Rendición de cuentas Sclasificación de Campaña: Rendición de cuentas Sclasificación de Campaña: 2010 00 Tema experiênce EC01 Sobjetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Objetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Objetivo de Comunicación: TW22.01:00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 Sobjetivo de Comunicación Wata a Alcanzar:	> Nombre de la Campaña : TW22.01.00 Nombre Campaña 2 ECOI	
	» Vigencia de la Campaña: Del 21 de Julia de 2010 al 20 de Octubre de 2	010
Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado No Sectorizado Nombre de la Versión (1922/01/00 Nombre de la Versión 1 Nigencia de la Versión de Campaña : Del 25 de Septiembre de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Nichare de Versión (Pendiente) Classificación de Campaña: Rendición de cuentas Sicare de Versión (1922/01/00) Tema experiênce ECO1 Sicare de Lambana 2 ECO1 Objetivo Institucional de la Campaña 2 ECO1 Objetivo Institucional de la Campaña 2 ECO1 Objetivo de Comunicación: TW22.01/00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 ECO1 Sicare a Alcanzar:	» Fectia de Etaporación: 30/09/2010	
Nombre de la Versión: TW22.01.00 Nombre de la Versión 1 Vigencia de la Versión de Campaña 1 Del 25 de Septiembre de 2010 al 20 de Ocuutre de 2010 Vigencia de la Versión: Pendiente S Clasificación de Campaña: Rendición de cuentas S Clasificación de Campaña: Rendición de cuentas S Tema Esperifico: TW22.01.00 Tema esperifico EC01 Coemisores de la Cambana 2 EC01 Objetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Objetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Objeti/o de Comunicación de la Campaña 2 EC01 S Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 S Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 S Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 S Meta a Alcanzar:	»Naturaleza Jurídica: Organismo Descentralizado No Sectorizado	
Vigencia de la Versión de Campaña : Dej 25 de Septiembre de 2010 al 20 de Octubre de 2010 Vigencia de la Versión: Pendiente Sclave de Versión: Pendiente	> Nombre de la Versión: TW22 01:00 Nombre de la Versión 1	
Clave de Versión: Pendiente Clave de Versión: Pendiente Clave de Versión: Pendiente Clave de Versión: Rendición de cuentas Clave de Campaña: Rendición de cuentas Some Esperifico: TW22.01.00 Tema esperifico EC01 Coemisories: VW22.01.00 Coemisores de la Campaña 2 EC01 Cobjetivo Institucional TW22.01.00 Objetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Objetivo de Comminicación: TW22.01.00 Objetivo de Comminicación de la Campaña 2 EC01 VW22.01.00 Objetivo de Comminicación de la Campaña 2 EC01 Meta a Alcanzar:	Vigencia de la Versión de Campaña : Del 25 de Septiembre de 2010 al 20 de Octub	re de 2010
S Clasificación de Campaña: Rendición de cuentas S Tema Esperifico: TW22 01:00 Tema especifico EC01 Coemisor(es): TW22.01:00 Coemisores de la Cambaña 2 EC01 Objetivo Institucional TW22.01:00 Objetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Objetivo de Comunicación: TW22.01:00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 Meta a Alcanzar:	Clave de Versión: Pendiente	
s Tema Esperifico: TW22 01 00 Tema esperifico EC01 Coemisor(es): W22/01 00 Coemisores de la Cambana 2 EC01 Objetivo Institucional TW22.01 00 Objetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Objetivo de Comunicación: TW22.01 00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 Meta a Alcanzar:	> Clasificación de Campaña: Rendición de cuentas	
Coemisories:: W22:01:00 Coemisores de la Campaña 2 EC01 Objetivo Institucional TW22:01:00 Objetivo Institucional de la Campaña 2 EC01 Objetivo de Comunicación: W22:01:00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 Meta a Alcanzar:	» Tema Especificm: TW22 01:00 Tema especifico EC01	
(W22.01.00 Coemisores de la Cambana 2 EC01 E Objetivo Institucional TW22.01.00 Objetivo institucional de la Campaña 2 EC01 E Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 EC01 E Meta a Alcanzar:	> Coemisor(es):	
o Objetivo Institucional TW22.01.00 Objetivo Institucional de la Canepaña 2 ECD1 > Objetivo de Contunicación: TW22.01.00 Objetivo de Contunicación de la Campaña 2 EC01 > Meta a Alcanzar:	(W22.01.00 Coemisores de la Cambana 2 EC01	
TW22.01.09 Objetivo Institucional de la Canapaña 2 ECD1. > Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 ECD1 > Meta a Alcanzar:	e Objetivo Institucional	
» Objetivo de Comunicación: TW22.01 00 Objeti/o de Comunicación de la Campaña 2 EC01 » Meta a Alcanzar:	TW22.01.00 Objetivo Institucional de la Campaña 2 ECD1	
TW22.01.00 Objeti/o de Conjunización de la Campaña 2 EC01 > Meta a Alcanzar:	a Objetivo de Comunicación.	
> Meta a Alcanzar:	TW22.01 00 Objeti/o de Contunicación de la Campaña 2 ECO1	
	> Meta a Alcanzar:	

Figura 9 Vista previa de la solicitud de ampliación de vigencia

Ocurrió un error al procesar su solicitud El inicio de la vigencia de la versión no coincide con el inicio de la vigencia de los espacios programáticos, la cual es 12/07/2010

- Figura 10 Mensaje de excepción al intentar enviar una de ampliación de vigencia cuando se incumple una regla de negocio.
- 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 "<u>Creatividades</u>" 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://10.2.00.142/campe	ions/penie el Presentación 🔔 👘		(b) = E	Hage + D tools
81	1 🔬 - 18 1 14 1	🕸 🗊 /S (10 🔮 17 15 -			
s	ĺ≩	PRESENTACIÓN DE CA	MPAÑAS DE COMUNICA	CIÓN SOCIAL 2010)
66 II.	Capeza de Sector	AIMO Sector 100	Material and Arrights	Diganiston Descentralizado I	in Securitatio
	Deservices is a Enddact.	AIMG Sector I C	Fecha de Europación	30/09/2210	
		MEDE	INVOIDE OF STREET, THE I A CLAMPARA		l l
- 0	Nombre de la Campaña:	TW22.01.00 Nomike Campaña	3 EC01		1
	Stotolon:	TW22.01.00 Notititive de la Vers	ion t		
	Classificación da Compolític	Rendición de cuertas			
	Coemisch (esb)	TW22-04.00 Coethisored be lat	Campaña 2 ECO:		
	Obistivo institucionali	TW22.01.00 Objetive Institucion	aEdicia Campañíla 2 EC01		
	Citienvo de comunicación	TV/22.01.00 Otjetizo de Coma	scavión de la Campaña 2 ECO I		1
- 0	Meta a alcanzar:	TW22.01:00 Meta de la Campa	fia 2 8001		
u.	Vigencia de Campalla.	FEGHALIE MICIU 25 SEP 20	to Fech	A DE LESMINO: 20 OCT 2010	
	Poplación objetivo primaria	SEXC: Migeree y Hombree / EC	AD: 13 & 18, 19 A 21 ANOS / NSE: AB. (DH, C, DH, DI/ POBLACIÓN: UN	ana y Ruraj
	Caractoristicas copecificas	1W22-01.00 Corpetenences Po	Sibbión Primara Gamopila ECU1		
150	Población objetivo secunda	a SEXO: Mujeres / EDAD: 18 A 2	4 25 A 34 35 A 44 AÑOS / NSE: C C.I	D1: D1 FOBLACIÓN: Rura	
Ø	Conscientificat especificat	TW22/81.98 Cetacletisticas Po	blación Secundaria Campaña ECO1		

rsiones Cilspoi	nibles		4	÷				
Año Fiscol	Nomhra	Kombre Version	Fecha Inicio Vigencia	Fecha Fin Vigencia	Estado Veraión	Tipo Solicitud	Estado Solicitud	
110	TW22.01.00 Nombre Campalle 2 ecos	TW22.01.00 Nombre de la Versión 2	25/09/2010	05/10/2011	AUTORIZADA,	Autorización	EVALUADA DENC	9

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).

Million Composition Memory Extended from the	SINC.	R Sistema ad inten de Normatividae	nación I de Comunicación			Decembraries		teri Marija Na Andrea da Parta an	unio consta ocho England a Nacho Recardo	۲
Market Market<	100 CU						47 <u>1</u> 07	VERMITTER TO SA	har Siggin	55564
Versiones Dispensive:	North Contract									
State (14) Ministry Comparis Ministry Seconds Pecha SHIP Ministry										
Zang Data A Number Comparia Number Compari	versiones 2 spicielore									
Vitement	1000000	franks a start	a the first sectors	Pesha Innap		THE WAR	The Sole dist	I fatalusation		
No. VE Excent/S ALICITADES predicinal Min. 1952/J Hombers Campania Min. 1952/J Hombers Campania	1919	DECOMPCION ARRIANT DECOMPCTORES	47.01	ULIPSCOIL	310122515	AUTOREGADA	- Aufiliate.coli	UNAMIASA 2010	í	
Solit (Lidas Pr) Querras No 16 escourto sciluttades produktes Alla (Estado Versión) Presión Presión Presión Stado Versión Zuo Bolicitud Estado Golicitud				11531 ES	(April 1 de 1					
No 16 secondo selectudes pendientes Adm/ESC27 Hombes Compaña Hombee Versión Pereza Status Velenco Estado Velecitori Estado Selecitori Estado Selecitori	Solid tadas Per Querry	¥.								
Aller Fiscal Highline Comparia Hombre Version Profession Fields The Version States Version Tupo Bolicitud Estado Solicitud				10.775	-	initiani.				
	Allereisen	Homber Company	(ribushèe Viesida)	Paralle Instant	Findra Ella Vilgencia	Estada Vehildel	7106 Enlightud	Estatio enlicitud		

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 vel el sistema enviará un mensaje de confirmación para crear la solicitud de Inclusión de Medios. (Figura 3).

	3
rsión seleccionada?	
	rsión seleccionada?

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)



Figura 4 Registro Inclusión de Medios.

Nota: El usuario también podrá agregar Notas y Creatividades (Ver Sección de Notas y Creatividades).

6. Para realizar la inclusión de medios es necesario que el usuario pulse el botón <u>Anexos</u>

7. Una vez realizada la inclusión de medios, para guar los cambios de esta pantalla en el sistema es necesario que el usuario pulse el botón uardar .

8. Para enviar la solicitud a la Coordinadora de Sector es necesario que el usuario pulse

ootón enviar					
s At () blacker 1 (m)((emer) eller)					
 Faborice para la utilización de estas Montas: 					
Roungs from Dy usin			10	CARDO TREVILLO TREJO	
The start of the contraction of the start of the Contraction of the	control (High Straighter	aller Southil Verla, Deputyelon	saa, va. Siini totaari
				America	C. Constantial Marine
					AND SHOT SOUTHING
Near mealing to constrain the set					
		HIRDS SE	Inve	In the second second second	Million Control of Con
12 A 1	and the And Distances	An Oral June	and the second second	Faultoidan virraat, Orro v	and a second sec
Late 17 years	0.00		11-50-000-0	-Settentle-	Curon we stoplice
Chiefer and second to a	0.00				- Bcceta
Process Accession and the Accession	0.00				(Beceta
	6.00				Ecceto
And the stand of the	vi der				C GARDH (HE ARE
	0.00				Carle National Second
Provide Annaly Street and An					Culor ce jul
C COMPANY AND A DESCRIPTION	31.31				Gade sat sheets
ALL REAL PROPERTY AND A RE	0.00				
A DE LO, TERRORA PROVINCIÓN DE LOS PORTOS	0.00				
• Servidence Complementation					
e choiceadeo con pleminitarios de la visolor comes e Marcinese fisica la UCID e de la entre de la Marcines					
#100/07.3011-07.08.40-30					
INC. Schemenski in Commencia					ALL DESCRIPTION OF THE OWNER OF T
Charles Contract Contract International Contract Contract Contract				realized to add to have a	CARENTRICOLS A DECV
	a la			- 10 - 20 - 20 - 20 - 20 - 20 - 20 - 20	Fall - Were Million
	THE PERMIT				
ST COMMUNICAS					
b Warned autom	5 Min Hegat (2007)	ñ			
• Dependence	is a trailed con	NOT DE PROMINER	w nationale bet	enico ani be c.v	
 Newting or - Newting or 	A Campana Dill	ARADINA AS AL	2+ 2010 11-81 KM	D-Lamber de 2010	
a fermi de	Etsbacachief Service	96/1197 E			
T Warning a	a la Versión (III)	TA:			
- Vignee to de la Sanchine I	e Tarrige Sa Edit	1) de Seullens	21 2010 2(31 24)**	E-dominie os 2010	
- v kaselin - vije	in Comments Spri	2 21 CO CO 1100	COLUMN A DOOR TOOL	Table Contraction of the Party of the	
r Giendindesh	+ #4PSC()20 +)	Investigation of the second se	0044450 000300	esta descritato	
a Chief on A law (I be manual)					
Regulation and Advantage of the second s					

 E.MOTELETISSICOLE 						
meta						
	 Fobiacion Objet 	tico Primeria : Dez en				
	E Phiblicid's Objection	o second atta water				
	4 Coloritui	a Cengrafica: www.				
		Televines :	Themaso Officiales	Thermos	N Comercal	es 🛛
		IIIIIa000000				
		Dataothiennas	ricean an in a	Al futuratio Contacto - It		mate s Colar
		United United and	niisemeeto Septemeeto Dat	il interit Graite h		
		Blattoittiikmes Diattos Eililiaeten ert ei Diattos Eililiaeten ert eil	ni setueda Stillemento stelato	Al Lumato Catalità II		

9. El sistema presenta la vista previa de la solicitud a enviar (Figura 5) y el usuario debe

pulsar el botón Confirmar

			1001 - 100 -	
- standard and a second second	Reading and			
the state of the s				
	PARTY DOLLAR DATA	-		
-				
a desired and the second se	Discourse of the local sector of the local sec		-	
	A REPORT OF A PERSON AND A DESCRIPTION OF A DESCRIPTION O	Conception and States		
l	Treat Specific & Designation	the second second second	A DECEMBER OF THE OWNER.	
a man in second a				
+ plieting de communite				
INCOMENTATION CONTRACTORY IN THE PROPERTY IN	a with billing strength incorrection	10 100/023		
- National Contract of Contrac	(address) in some of females			
	Tenation Securities Balls			
Weat of Marine Alexandre				
		A REAL PROPERTY AND A REAL		
			Annual International Concerns of	Contractor I
			Television in the second state	The second second
		And in case of the second		0 0
		-		51 1
There are a second		-	100000000000000000000000000000000000000	
ولي ا ا	1 015.073	TTA AND TAKEN	States and states	and the second
- Constanting				Acres 1
and the second second				
				and the second
the second s	the second s			And the second s
				State and Street
	and a second sec			
Contract of the second second second second				
Contraction of the second				11.11
A Contrast and a Contrast of the American State				
initia in a subscript of the				
In party of the Color Anna	a desta de la companya de la company	246.3	In the state of the second second	
Contraction of the local	(1) · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·			
			and the second second	

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).



👜 🗒 🍓 이 이 문의 🐳 🛯 🕫 🖉 📷 🖓 👘 Ŧ PRESENTACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2010 Cabaca de Septor: Se anniar III de Turtismo 66 Dependence of Billing CONSELS DEPENDICION TURNETICA DEMENCO, From the Execution 30/06/2010 BITCHING'S OFFIC cielle L'anifalin DECLARACION ANDAL F INFORMATINA 3 LOLIN. Vetolog Clasificación de Campella Sprieten die Goldierno Common Intro licemost Station indianees RINNYE Incentrane a com contregoventes al fago de movestor y a la presentación de declaraciónen ancalen Olijetico de au susilization Metal attendent itt with PECHA DE VACAD 01-38P-3010 FECHA DE TERMINO: 31-ENC-2010 igence on the spirits SEX0, Muleren y Humilien / EDID: 19 A 24, 25 A 24, 25 A 44, 15 A 44, 45 O MAS AÑOS I NSB: AB, C 4, C, D+, D / POBLACION Uniona y Humil Fideration of years and and Caracteristicas escueliticas PERSO 16 WORKLES Y FISICIA OBLISHORS & PRESENTIAR SU DESLIARICION doladóm obtetivo eletrondoria: SEXCHAMBER / EDAD: 3 A 12: 13 A 18: 10 A 24 ARDS / NSE: 0 / POBLACION: UN Carselerisitude seperificae: policies Littlenis y cars The de Cubertura: Internacional, Tratical Fulldades Tederature OURST AND FIGHT Churled Just Installant miliman

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 encontrase autorizada (la versión debe haber sido autoriza 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 ulo "Campañas > Comunicación Social" (Figura 1).



Figura 1 Módulo de Campañas > Comunicación Social > Ajustar Versión

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 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).

2010	TW22.01.30 2 001	Nonibre Campaña IV Ve	Zalotalo nombre de la relaria	AUTOREZADA	s Versión	0
			Panina 1 de 1			
		N N				
olicitudes de Ajust	Pondientes de Alendor					
100.00	Nombre de la	Nombre de la Versión	Estado de la Varsión	Fechn de Elaboración	Estado de la Solicitad	
AUSTRATION						

Figura 2 Versiones disponibles para solicitar su Ajuste.

4. 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 na solicitud de ajuste en proceso (ubicadas en la tabla superior), el sistema solicita la confirmación de creación para la solicitud. (Figura 3). Al retomar na solicitud de ajuste el sistema no mostrará mensaje de confirmación puesto que la solicitud ya existe.

		1
Se creará una solicitud de ajuste, ¿Desea contir	nuar?	

Figura 3 Confirmar creación de solicitud de Ajuste.

4. Al aceptar la confirmación o retomar una solicitud de juste 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).

Countinadora de Sector 2MIG Sector 100 Lependencia / Entidad; AMIG Sector 100 Lependencia / Entidad; AMIG Sector 100 Naturaleza Juridica: Organismic Descentralizado No Sectorizado Secha de Elaboración: 30,09/2010 Nombre de la Campaña; TM22 01:00 Nombre Campaña 2 6001 Nombre de la Versión: TW22 01:00 Nombre Campaña 2 6001 Sociastificación: Rendición de cuentas Coemisories; TW22 01:00 Coemispres de la Campaña; 2 6001 Sociastificación: Rendición de cuentas Coemisories; TW22 01:00 Opjetivo de Comunicación de la Campaña; 2 6001 Sociastificación: Ver Sociastificación: Ver Sociastificación: Ver Sociastificación: Ver Sociastificación: Ver Sociastificación Objetivo Secundania Sociastificación: Ver Sociastificación: Ver	> Aflo Fiscal:	2010		
Lependencia/Entildad: AMU Sector 100 Naturaleza Juridica: Organismo Descentralizado No Sectorizado Secha de Elaboración: 30/09/2010 Nombre de la Campaña: TR22.01:00 Nombre Campaña 2 EEC1 Nombre de la Versión: TW22.01:00 Nombre Campaña 2 EEC1 Nombre de la Versión: TW22.01:00 Nombre de la Versión 2 Secontratizado No Sectorizado Secontratizado No Sectorizado Nombre de la Campaña: TR22.01:00 Nombre Campaña 2 EEC1 Nombre de la Versión: TW22.01:00 Nombre de la Versión 2 Secontratizado No Sectorizado Secontratizado Secontenación Secontratiz Secontratiz Secontratizado S	> Coordinadora de Sector	AMG Sector 100		
Naturaleza juridica: Organismo Descentralizado No Sectorizado Secha de Elaboración: 30/09/2010 Nombre de la Campaña: TR22.01:00 Nombre Campaña 2 EEC1 Nombre de la Versión: TW22.01:00 Nombre Campaña 2 EEC1 Nombre de la Versión: TW22.01:00 Nombre de la Versión 2 SElasificación: Rendición de cuentas Coemisories de la Campaña: 2 EEC1 Vizz.01:00 Objetivo de Comunicación: TW22.01:00 Objetivo de Comunicación: TW22.01:00 Objetivo de Comunicación de la Campaña: 2 EEC1 Vigencia:: Vizz.01:00 Objetivo de Comunicación de la Campaña: 2 EEC1 Vigencia:: Vizz.01:00 Objetivo de Comunicación: TW22.01:00 Objetivo de Comunicación: TW22.01:00 Objetivo de Comunicación: TW22.01:00 Objetivo de Comunicación: TW22.01:00 Objetivo de Comunicación de la Campaña: 2 EEC1 Vigencia:: Vigencia::: Vigencia:::: Vigencia::: Vigencia:::: Vigencia:::: Vigencia:::: Vigencia:::: Vigencia::::: Vigenc	» Dependencia/Entratado	AIMG Sector LUC		
	 Naturaleza (módica: 	Organismo Descentraliza	do No Sectorizado	
Nombre de la Campaña: TR22 01:00 Nombre Campaña 2 6001 Nombre de la Versión: TW22.01:00 Nombre de la Versión 2 Clastificación: Rendición de cuentas Coemisories de la Campaña 2 6001 Objetivo de Comunicación: TW22.01:00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 601 Vigencia:: Ver Vigencia:: Ver Población Objetivo Secundenta: Población Objetivo Secunden	> Fecha de Elaboración:	30/09/2010		
Nombre de la Versión* TW22.01.00 Nombre de la Versión 2 Clasificación: Rendición de cuentas Coemisories de la Campaña 2 ECO1 Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 ECO1 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 ECO1 Vigencia:: Ver Vigencia:: Ver Población Objetivo Secundanta: Ver Your Cobertura Geográfica: Ver Your Your	> Nombre de la Campaña:	TN22 01 00 Nombre Ca	mpaña 2 6001	
	> Nombre de la Versión	TW22.01.00 Nombre de	e la Versión 2	
	> Clasificación	Rendición de cuentas		
> Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 ECO1 > Meta a Alcanza: TW22.01.00 Meta de la Campaña 2 ECO1 > Vigencia:: Ver * > Población Objetivo Primana : Ver * > Población Objetivo Secundente: Ver * > Población Objetivo Secundente: Ver * > Cobertura Geográfica: Ver *	> Coemisories): TW22.01.00 Coemisories de la Camoaña 2 EC01			
> Meta a Alcanzar. TW22 01 00 Meta de la Campaña 2 6001 > Vigencia:: Vez • > Población Objetivo Primana : Vez • > Población Objetivo Secundanta: Vez • > Cobertura Geográfica: Vez • > Flan de Medios a Utilizar:	 Objetivo de Comunicación: TW22.01.00 Objetivo de Comunicación de la Campaña 2 ECO1 			
Vigencian: Ver Ver	> Meta a Alcanzar. TW12.01.00 Meta de la Campaña 2 6001			
Población Objetivo Primana : Ver Publación Objetivo Secundaria: Ver Cobertura Geográfica: Ver Pian de Medios a Utilizar:	♦ Vigencia::	Var 💌	_	_
> Publicción Otijetivo Secunifana: Ver > > Cobertura Geográfica: Ver > > Flan de Medios a Utilizar:	> Población Objetivo Primaria :	Verse		_
> Cobertura Geográfica: Ver a	> Population Objection Secondation	Vær v	=	
> Flan de Medios a Utilizar:	X CONTRACTOR STILLING STREAM STREAM	- Martin - Contraction - Contr		
	> Cobertura Geográfica:	Ver 🔹		
	> Public tim Otherism Secondatum	Ver 👻		
Tiempos Diniales Tiempos Comercials	Cobertura: Geográfica:	Ver		
	> Cobertura Geográfica:	Ver +	Tiempos Dintales	Tiempos Comerciales

Figura 4 Ajuste de versión de Comunicación Social.

6. Dentro de la pestaña "Versión" el sistema muestra las siguientes opciones "Anexos", "Creatividades", "Guardar", "Enviar" y "Cancelar", además de permitir administrar notas (Figura 5).

		Anexos	Greiathidades	Guardau	Enviar	Cancelar	
	La .						
 Notas Entidão/Coordinadora. 				_			
	/ Heards	ent Commercia	Disconfermine 2	316			

Figura 5 Opciones permitidas al Ajustar una versión de Comunicación Social.

7. La opción "<u>Anexos</u>" 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 "<u>Anexos</u>" 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.

	Dep	endencia/Entidad:	AINIC Sector 100			
	> Nomb	re de la Camparia :	TW22.01.00 Nombre Ca	mpaila 2 EC01		
		> Vezsion:	TW22 01:00 Nombre de	la Versión 2		
		> Vigencia:	Del 25 de Septiempre d	2010 al C5 de Octubre de	2010	
	5 Fei	cha de Elaboración:	30/09/2010			
	» Resultien de Suficien	icla Presupoestalla:	ii Vor			
		15				
		15				
Anexa Televisoras						
Anexo Radiodifus	4f=4					
Anexa Wedlos Imp	ຫຣິດ					
Anexo Medios Col	niplementatios					
Anexo Servicios Pr	ublicitarios y Estudios					
					In succession	C Providence and

Figura 6 Administración de espacios programáticos y presupuestos de estudios y servicios.

8. La opción "<u>Creatividades</u>" 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 "<u>Notas Entidad/Coordinadora</u>" 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).

Versión	guardada ex	itosanente	
Versi		a of management of	
		> Año Fiscal: 2010	
	13	» Coordinadora de Sector: AIMG Sector 100	
		> Dependencia/Entidad: AIMC Sector100	
		A Natura leza Juridika: Organismo Descentralizado No Sectorizado	
		> Fecha de Elaboración, 30/09/2010	
		> Nombre de la Campaña: TW22.01.00 Nombre Campaña 2 8001	
		> Nombre de la Versión*: TW22 01 00 Namore de la Versión 2	
		> Clasificación: Rendición de cuentas	
Coemisor(as):			
THEN HIS OF COMMENCE	e de la Came	ALC: CONT	

Figura 7 Mensaje de éxito al guardar una solicitud de Ajuste de Versión de Comunicación Social.

and a second	1
s Año Fiscal:	2010
+ Coordinacora de Sector:	AlMG Settor100
Dependencial Entidad.	AlMG Sector100
> Naturaleza Juridica:	Organismo Descentralizado No Sectorizado
> Fecha de Elaboración:	30/09/2010
> Nombre de fa Campaña:	TW22.01.00 Nombre Campaña 2 EC01
» Nombre de la Versión.	TW22 01:00 Nomore de la Versión 3
> Classificación:	Rendición de cuentas

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 usuario una excepción indicando el motivo (Figura 10).

rsion/Hensaye		
	> Año Fistal: 2	010
	> Coordinadora de Sectori Al	MG Sector 100
	> Dependencia / Entidad: Al	MG Sector 100
	» Nombre de la Campaña : Ti	N22 01 00 Nombre Campaña 2 EC01
	» Vigencia de la Campaña: D	el 21 de julio de 2010 al 20 de Octubre de 2010
	Fecha de Elaboración: 3	0/09/2010
	> Naturaleza Jurídica: O	rganismo Descentralizado No Sectorizado
	» Nombre de la Versión: Ti	V22 01 00 Namare de la Versión 2
	> Vigencia de la Versión de Campaña , D	el 01 de Octubre de 2010 al 05 de Ociubre de 2010
	> Clave de Version: Pe	Indiante
	> Clasificación de Campaña: Re	andición de cuentas
	> Teima Específico: T	N22.01.00 Tema específico EG01
> Coemisor(es).	13	
TW22 01:00 Coemisores	de la Campaña 🤉 ECO1	
> Objetivo institucional	9	
TW22 D1 00 Objetivo ini	ittutional de la Campaña 2 ECO1	
> Objetivo de Comunica	foitite:	
TW22.01.00 Objetivo de	Comunicación de la Campaña 2 ECO1	
and the second sec		

Figura 9 Vista previa de la solicitud de Ajuste de Versión de Comunicación Social.

la vigencia	de los espacios programáticos, la cual es	11/08/2013
Varsian		
	> Ano Fiscal:	2010 N
	Coordinadora de Sector:	AIMG Sector100
	> Dependencia/Ent/dad;	AM/G Sector 100
	> Naturaveza juridica.	Organismo Descentralizado No Sectorizado
	> Fecha de Elaboración:	30/09/2010
	> Nombre de la Campaña;	TW22.01.00 Nombre Campaña 2 EC01
	> Nombre de la Versión:	TW22-01-00 Nembro de la Versión 2
	> Clasificación:	Rendición de cuentas:
N COMPACING AND A		

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).

		Anes	xos Ereallvidades	
Confirmar Envío Cancelar + Notas Entidad / Cocrdinadora	. La			_1
	Scattering Constants	fatorestances 201		

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 "<u>Creatividades</u>" 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).

🚱 🥳 ritips://1.1.2.58.142/cambaigns/g	inerait-resertación		B · D	· ● + 12 Paue + 121	
	1 15 18 0 815.			_	
Cabeza de Bector:	ESENTACIÓN DE CAM Bettorito Sectorito	PAÑAS DE COMUNICA Naturaleza Auflitica Facina de Elaboración	CIÓN SOCIAL 201 Organismo Descentralizado 30/08/2010	0 Ne Sectorgado	
	IN CRAW	VOUN GENERAL UNLA CAMPAÑA			
Romitire de la Calmpoña	TW22 01:03 Nombre Campaña 2 E	ECU:			
Varsine,	TW22 81 60 Normer on la Versión 2 Renation de cuentas				
Clashicocian de Canicaña					
Counting test	TW22.01.00 Commissions on Is Car	muña 2 E COV			
Objetizo Inalitucional:	TW22 01.02 Objetive Institucional	de la Campaña 2 ECC1			
Of jetivo ce comunicación	TW22-01-60 Objetive de Comunica	etir de la Canzaña 2 ECO1			
Note a aveneor:	TW22.01.00 Meta ne la Campaña	2 FC01			
Vigencia de Compaña:	FECHA DE MICIO, DI-OCT-2010	FECH	4 CE TERMINO 05-007-2010	1	
Poplación objetivo primaria:	SEXC: Mujeres y Hombres / EDAD	: 19 A 18, 19 A 24 ANOS / NSE: AB,	C+I C, C+, C / POBLACIÓN: Ur	bara y Rura	
Características específicas	TW22.01.03 Caracteristicae Policia	tilen Printaktik Campiaña FCA I			
Fobiación obletivo secundaria:	SEXO: Mujoros / EDAD: 19 A 24.0	25 A 34, 35 A 44 AÑOS / NEE C+, C	D+: D / POBLACIÓN: Runal		
Garaciprint cas especificas:	TW22.01:03 Caracteristicas Pobla	etin Secundaria Campaña ECC1			

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).

🔹 Mensaje Extraordi	rio	Res	
Comunicación Social	٠	Registrar	
Promoción y Publicidad	•	Ajustar	
Consultar			

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.

	Registrar M	Jensaje Extraordir	iario de Comuni	cación Social		
	A	and in the		_		
1						
		Año Hecal	1			
						ellerge strone
		No se encostra	Kin m Distric /			
Para para la constante	u Bellander	1 AND A STATE	101000	Forthe de Electronación	Estrato do to USalicitad	
N						

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).

	04-040-040	
	- And Hylan 2010	
	a continuanto de sector secre	etana de Comunicidees y Transportes
	Condendancia Filiparia Filiparia	prieto internacional palla Cilidad de Mexico, 54 de CV
	> NETHERINER JULIDICE, EDDI	#F#
	• Focha de Elaboración: 30/0	(42)(1) (1)
	A DOMUTER HER SPECTRATING	
	r Clasificación del Monsaleri 🔤 58	lectione
Commontes)		
Objetivo pri Comunicación:		
INSTITUTION		
Meta z Alcanzart		

Figura 3 Línea de captura de un Mensaje Extraordinario de Comunicación Social – Primera Sección .

> Vigencia:	Ver.		
	1 Inicio Vigencia":	Ø	
	> Fin Vigencra**	67	
C BARREN AV WEIGHT 1	No.		
s redisción objetico.	1 Seco'r	s Seleccione -	
	> Poblacion*:	Selection - N	
	EEdeddes*i	1 in makes	1 - 10 - months
		Elitar India	The station
			T 45 - 54 ellow
		2016 6 1006	E 56 s mos años
	> Niveles Socioecondinicos (NSE) (r	The	∏a#
		EG-	Flo
		Dé	The state
	L Caracteristicus Especificais:		
> Publición Objetivo Secundaria:	Ver •		
	» Sets of 1	Seneciarie 🐱	
	= Pobleción's	Selèccione 💙	
	3 Edudes":	0 12 af ca	22 34 crios
		13 - 18 #Koe	E 85 - 11 años
		Ttu-2 anos	E IB - St ance
			E 12 6 (124) A/61
	 Niveles Soctorcominicus (N5E)*; 	Dre	[]+4
		,□c+	Do
		Lin	∐.F
	> Características Específicas:		

a Coherture Geografica	Yar =	
	(Tipe its Zillerturs:	
	F Entidades Federativas	
	· Cobertaria Internacionati	



		Tiompos Ob	ICERIOS -	TIOTINES COMO	0.000
	relevisores				
	Radiodifusoras			2.1	
_		Presentación d	el Formato Encuto	Color del Fon	net
	Diarns ethilades on all 127			The second se	T
	tharies teltados en los Estados				
	Relifies	tt	1.1	11	
Medios de Olfusión a Utilizat	nesos a Erogal Inicio de Vigencia Fin	de Vigancia Euro	meto Contest	ado: Maestrasidir (Мат
Televisoret	0.00			C Guide visas	al (
Relativers	0.00			Ourder radio	of5ni
Disting Editation and D.C.	0.00			Boceta	
Diaios Editados ou um Estados	0.00			ROCATO	
angli ris.	0.00			E Socoto	
Mind ins. Carmplerwore as here	0.00			Muestra	
Medias gliennauras innervectorides	0.00			C Cuich Misia C Cuich radio	al Moni
Medics toposos internacionales	0.05			Boceto	
Medias Publicas	0.00			Cuiện viện Là Guiện redic	al Alimi
Pro Estudio 3	0.00				
Fost Establish	0.03				
Usens, Production, Preproduction, Past-production + Contacto	0.00				
TOTAL DE RECEISOS A CROGAR	0.00				

+ Kazontes para la Utilizzación de estos Medios/:						
						-
l						
	Antaxos	Creatividades	(userdor-)	DWER	Kontrosar	(Homeka ()

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 <u>Anexos</u>, <u>Creatividades</u> 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 <u>Anexos</u>, 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).

	Registrar Mensaja Extraordinario de Comunicación Social
Ē	
	> Dependencia/Entitlad: derupsero international de la Caulaci de Merico. SA de CV
	 Results a dal Managle : SERIGAE COLTURAL
	 Vignorizi: Sel/01 de Samandae de 2000 al primerore de 2000
	 Fecha da Claboración: 30/09/2510
	a Meximiting e Xuffictencia (744000651446) (a (200))
\rightarrow	Amito Television
	Americe Radkould/vacras.
4	Abene Mellio (Ingreso (
	Auni Alekos Complementarios
	Ammad Servicidos Poblicicanos y Escantilos
	Kagne sar

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 Ofi	ciales	Tiempos Comerc	iales
Televisoras			<u>III</u>	
Radiodifusoras	Ū.		13	
	Presentación de	l Formato	Color del Form	ato
	Suplemento	Encarte	Blanco y Negro	Color
Diarios Editados en el D.f.	<u></u>	8		E.
Diarios Editados en los Estados				
Revistas				

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

Cuardar

seleccionarlos y presionar el botón

Medios de Difusión a Utilizar	Returnes a little#	Inicio de Vigencia	Fin de Vigencia	Formato Contratodo	Muestras de Mutoriales
Televisoras	200.00	01/09/2010	30/09/2010	Spot	🔟 California
Hallind Resorts	0.00				Chićn radiofónico
Diatos Editados en el 0.2	0.00				Beceto
Diarios Editados en los Estados	100.00	07/05/2010	30/09/2010	1/2.Pana	C Scorto
Revistas	0.00				82.0e00
Medios complementarios	0.00				Muestra
Aledics Destronices Internacionales	0.00				Contra croat Calen radiotónico
Medics Impresses Internationales	0.00				Boceto
Middlos Phiblicos	0.00				Culter visual Culter radiofónico
Predatudios	0.00				
Post Estudios	0.03				
Lisato, Produceste, inspectivesia, Past-produceste y Copiado	0.00				
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR	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 <u>Creatividades</u> por medio del botón <u>Creatividades</u>, al hacerlo el sistema mostrará una pequeña venta don le permitirá adjuntar sus <u>Creatividades</u> (Figura 10).

Creatividades		14
v	ersión/Mensaje: MENSAJE CU	LTURAL
	Vigencia: Del 01 de de 2010	Septiembre de 2010 al 30 de Septiembre
	Creatividad *:	Browse
-	Nombre -:	
	Descripción: Frede escribir i	utta 700 caractana)
		Guardar Limpiar
	No se encontró i	nformación
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).

	Registrur Neussig: Extraordinario da Commicador Social
	A CONTRACTOR OF A CONTRACTOR OFTA CONTRACTOR O
1	
	5 XM HIVER ETT.
	p Contribution on You care for an an University of Transmission
	a Dependencial Address Samparts over prove de la Chrysia de Mercini, 34 de 25
	 Souther data manager conclusion on tracks
	· Pecka de Bislonación actividada
	a set owners in the logarith
	 Vipinital a defail on supportention on contrata in an inservation as contra
	v. Gauthy feedbare
	 Classification de Constalion Constales
Constantian	
 Diretify the Cartolinean car MCVS18 SE 	
Petit acon Petit.	
AMERICA STREET	

Figura 11. Vista Previa – Primera sección.

> Publición Oberlico Primaria				
	1 Seator 1	Sand-ma		
	s Población: U	li Lietie (1711 al		
) Edatlest	0+12 stor	25-319	as:
		17.55756/BB	er o ssaxx a	BSET
		19-342	33-64.2	in.
			65 v Hee	antesia.
	× Miveles Socioeconómicos (NSE):	ne na		
		R 64 (R 6)		
		S C SIE		
	Chesterfitten TspeoFrance Kischlicht Uni Chestern			
 Fablación tibjetiva accunatita: 	Ver. +			
		New Party	rt:	
	a Fold	lacides Litais	ay tuta	
		daudees:	(12,8328)	35 - 34 Allos
		111	10 10 10	35 == allos
		-7	-218700	is-statot
				65 e Hist años
	> tuveles socialementations	(697.3)	5	12(0+)
		EU.E		OUR .
		- C.		1/3
	Canademilian Especifican: OTRAS SON			
n Çobertsex Geogràfica:	261.0			
	* Tipe de Cele	erioran lover	eronosef, Tieronos	4
	h Estimates Feder	dive:		
	* Cuberture Interna	COMPAND: FUELO	a sabalia	

Figura 12. Vista Previa – Segunda sección.

		(elinisotte) Ratioditisotte					
				In estimated of the		o solorideri	oimiit
		Distant Training	en-LUIE		1	1	
	LHA	INSTRUCTOR OF	los Limitos	10	_1	22	
	-	ROVIETHE	·	13	, T	1 11	
Maillis de Officiën a Utilizar	mies de pesosi	micio de Vigencia	- In de Vigen	tal formations	miratado	Medital Is N	is) infl
Televisora	200.00	01/09/2010	30/09/201	Q 500	nt:	Giller Huid	
Ramodification	0.00		-			Childe hadles	ónico
Distant Editation on al 0.3	0.00					80.0618	
District Edited with the Edit of the	105.00	0120982010	30/09/201	5/2 A	anta.	BOCECO	
Revistan	0.00		- autocoun -			Badeto	
Medias Complementario	0.00					Moestra	
Motion Thereas international at	180.00	0V/2621010:	30/59/201	0 0000000000	Protection	🗆 cuido veral	
	100.00	01/00/2010	-30103/2011	2. Paramentany	2 CLIP III.	Cuión radión	ónico
Martins improves internacionities	5.66					Báseco	
Minetics of Patholics in	0.00					Cuión Hysal Cuión radios	òniso
Pro Estudios	0.00			1			
Foriettamilies	0.00						
Onemo, Producción, Preproducción, Post-producción y Cobiado	6.00		_				

Figura 13. Vista Previa – Tercera 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, nerará el <u>Formato</u> <u>de Presentación</u> 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).

H	🔲 🌒 🖓 🖓 👘		😑 🖲 🗐 🥵 - 🛛 🚍	E Face	*
		PRESEN Annu In Salter Aperatura (Salter Aperatura (Salter Aperatur	TACIÓN DE CAMPAÑAS DE COMUNIC Internet i Serente Internet i Serente Internet i Serente	ACION SOCIAL 2010	
15		territo Se H. Carron S. Marri serrer B. Sangara antennia de Langara antennia de Langara antennia (de) Altanes de langara Marca de Langara Nex eterrar langara de Langara Nex eterrar langara de Langara Nex eterrar langara de langara de langara d	Add Control Control All C	SALEE (INNANG SOLARISMO) Kalent Mill Ab Coll St. (1740), Kolski Colling Theory Ab, Coll St. (1740), Kolski Colling Theory Ab, Coll St. (1740), Kolski (
in the second se		tillion filosofie		12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 12 1	_
Hecho /				Unknown 20	19 <u>3</u>

Figura 15. Formato de Presentación

		Registrar M	Aensaje Extraordi	nario de Comun	ización Social		
-							
			Año Fivral I	1			
							Regisser
							-
			No Se anogette	3/10/1/70/03/11/55			
Alls Court	dimit.er	Per fan Taulia	feels fin	Faller	Forder de Historic Com	fittado de la Selicitud	

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 <u>Notas</u>.

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.

				Registrar M	ensaje Extraordi	nario de Promoc	ión Publicidad		
Self			21	100 100 10 10 10		100.00			
10									
	[(a. (a)))	4			
					Min 10296				
									Hegisteet
					/No ile encostr	(#00)H.##@i\$fH0%			
	A/G (He call	00000	44	Per lia Solicia	Peolia De	Extender	Feelin St The later Me	Enflação de fa Sulicitud	1

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
» Coordinadora de Sector	Secretaire de Commission es y Texasportes
 Dependencia/Entidad) 	Aeropuerro Internazional de la Fludan de Mesuco, SA de FN
= Hatoralizze Juridica.	Empresa
> Terta de Flahorarion	23/09/2010
 Nombro sel Idensalori 	
.com/sor(es):	
	-
A LATER A CONTRACT AND A CONT	0
detro se comunescer.	
ostificación::	
Weta e Alcanza ::	
	a)
	1 m

Figura 3 Línea de captura de un Mensaje Extraordinario de Promoción y Publicidad – Primera Sección .

+ vigonciar:	Ver		
	+ inicie vigencia*)	1	
). Fin Vigencia*;	0	
5 Fonlation Objection	V+r =		
	× Sexo?	-Selectione-	=
	6 Palsfortfan ^a	Selectore - 10	
	() (blades);	∏o-12 erice ⊡ri is after ∏rs->s after	1 ¹¹ 25 - 3÷arica 11135 - c÷arica 1145 - c≤arica 1145 - c≤arica
	+ Mysles Seconcontinicos (1955)	⊡## □C+ ⊡u	⊡o+ ⊡o ⊡⊾
	2 Canableristicas: Especificas:		
> Cobertura Geográfica:			
	 Tipo de Coberture: Entidades rederativas: Coberturo Informacionali 		

Figura 4 Línea de captura de un Mensaje Extraordinario de Promoción y Publicidad – Segunda Sección .

			Description Segment	nan sid fannanto aith Fisiona	Calify def Sam Elanco y firegity	e i le i
	10000	se referance es ar fils	F			
	Diario-Edit	ann culta Guada			Ē	
		1997	-			12
Media or Gimin - Utilia	Receptors in Zacipal	Nicutivianie	(Finder)/gentile	r (bernister terrartis)	u Mesterativ	in a little
Trifridants	0.00				Cultin Visco	1
Residences	0.00				Guilder and ca	dian -
NUMBER AND AND AN AD ADDRESS OF A DESCRIPTION OF A DESCRI	16340				- Scotta	
Tibrios calitates en los integes	12.000				- Icceta	
Sprinters	0.00				C SCORTA	
Medics Construction	0.40				Miestra	
Minfo) Depression) Internationales	0.0				Cuide store	61.00
Medice Internet Internet Internet	0.00				3 ccettil.	
	514			1	Caldo visua Caldo rad o	6. 16.160
Divi Estantion	-0,95				1	
Pett-Extudios	0,00					
Sseto, Miccoccite, Personalection, Post-simulatoble y Crystado	01.0		-			
FOULD REPORT ADDITION	-0.00					

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 <u>Anexos</u>, <u>Creatividades</u> 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 <u>Anexos</u>, 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).

	Registrae Mensaje Extranedinario de Promoción Publicidad
1	a Dependencia/Entitie: Aeroqueris Interactional de la Ciudad de Mercos SA de CV
	Numbre del Messale i MENSAg STRACRONARIO Vigenetti del 10 de servicemprene 2010
	Frecha de Lisboración: 28/03/2010 Kesponon de sufficioncia Presupoestaria: Filiper
A	Andan Tillevisidas
	ðr eðu Ruffull fur man
	Annan Medica Superacta
	Attain Niedlick Lomplementalites
	Alicae Sulahite Publicitation + Ectodion
	Régresar.



8. Una vez que se han administrado los anexos, se debe pulsar el botón

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	Bianco y Negro	Color	
Diarios Editados en el D.F.					
Diarios Editados en los Estados					
Revistas	<u>1</u>	17	51	<u>(</u>)	

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

10. Opcionalmente puede administrar las <u>Creatividades</u> por medio del botón Creatividades, al hacerlo el sistema mostrará una pequeña venta don le permitirá adjuntar sus <u>Creatividades</u> (Figura 10).

Vers	sión/Mensaje: MENSAJE EXTI Vigencia: Del 01 de Se	RAORDINARIO
	Vigencia: Del 01 de Se	
	de 2010	ptiembre de 2010 al 30 de Septiembre
	Creatividad 🗄	Browse.
	Nombre 🕾	
	Descripción: Puede escribir has	sta 700 caracteres)
		Guardar
	No se encontró inf	formación
Facha (Hora)	INVESTIGATION OF	The second se

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 Extraordinario de Promoción Publicidad	
ne and the set of the	
Version (Learning Control of Cont	
	1
y Año Hsean 2010	
 Londining in Eaching Segretare de Complocate y Transportes 	
> Dependencial Entrance Assumption Informational Certa Contact de Medico, 56 de Certa	
 In motive del Alexanje - MENSAJE STITAOSDINARIO 	
 Fecha de Dationación 28/00/2010 	
 Nacionaleza (unidica: Empirica) 	
 Vigencia: Del UL de Leptemont de 2010 al 10 de Sentiembre de 2010 	
v Clance rememe	
A ANNIAGAST POSTAGAST A STRUMEN	
 Objetiva de comunicación 	
ELITUR SMO SE RECUPERA	
N JUSTIFICACIÓN HIXCER DE MERCIÓ UM PINE LIDER EN XCTIVIDAD TURISTICA	
 Metal a Munimatiti AUXentas IL Fulip de Turbistas Nacionales en un actor en un totulos envidos del sector. 	

Figura 11. Vista Previa – Primera sección.

 Mobiar (on Ditjetion : 	Ver T		
	> Sempt N	L e ez i ntinbre	
) Fahlación: 1	mana	
	# edodest	0 22.3368	¥e ≥e€añ¢e
		13 - 15 a fea	- 35~11 前山
		27 28 the.	H2 - 1+ 0123
			bit is man write
	> Niveles Sincicerestinucas (MEE)r	Gat: 1 Tok:	
		C+ 0	
		C E	
	· Caracteristicas Específicas		
	HOHERES V HUSERES SN GENERAL QUE ESTEN IN TURIEMO Y SU EFECTOEN UN	IFORNIADOS 308	RE LA RECUPERACION OSL
a Collectura Geografica	No.		
	1 Tipo de Cobertúnia h	oticce	
	r Brütlindes Feiterativast		
	a California Tateraschinet		

Figura 12. Vista Previa – Segunda sección.

	ł	niefin officiar am officiar en femtar	en el Dia las attactive	research d'Elmun Salemente Estati	ii Cotti dell'Anno in • Namita pisanti (+)
Minister de Brimide a Unitari	Macarton a Hoose Inclusion and Article	nizio de Vicenco	He de Station	formate contratione	Manager and Anthropological
Children Children	(3-00-00)	01/09/2010	39/03/3919	3400	Juese (reux)
	206.00	01/09/1510	30/03/2010	5pst 10'.	the small since
digius phinikis as al 10.0	76.00	61/09/2016	13/69/2016	theme	\$LDEX.
Diantos Extrados en fois Extrados Basistas Readios Consultamenta los Sendios Consultamenta los Sendios Discuteixia en fois Readios Hadinos Maldins Faidens Para Extradicio Para Extradicio Para Extradicio Para Extradicio Para Extradicio Para Extradicional de encontrado e contrado Tabalo de encontrado e a contrado	000 000 000 000 000 000 000 000 000 00	000902010	36/09/20101	Otio folmato. REJESTUDIOL	Boorx Boorx Milenny Calde y Hall Calde y Hall Calde y Hall Calde y Hall
rtaniano Cometencialeso E NE RANNO Y TELANIAN LOS EXAMO Y TELANIAN LOS EZ SAYON COBETYURA CH. 45 EDNAS EZBRUINCAS DOL NAS LOS EZ SAYON COBETYURA CH. 45 EDNAS EZBRUINCAS DOL NAS MCDIPO E SATO Strutar de Cometenceriso Social de la El nocimatione sect	focul	-m	Gal Oscie Herzylot	und hannes Jurga ecologie la hependoor	a z kotálad. Azelembian

- 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 <u>Formato</u> <u>de Presentación</u> 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).

PRE 1991	E E 45.7% - E E EROMOCIÓN Y PUBLICIDAD 2010
America is a Consulta America is a Consulta America is a Consulta America is Commentati and America Consultation America is America Americ	PERCENDENT DE LE VIENDE EN LE VIENDENT DE LE VIENDENT DE LE VIENDENT DE LE VIENDENT DE LE VIENDE DE LE V
() Hecho	Linknown Zone

Figura 15. Formato de Presentación

		neigheirin a			an canaraa		
	-		Man Fiscal 1	1			
							(Itegraner)
		_	No se encoras	arcin Fersia bras			_
Anotherat	Number	Rechtlingin	Feele Fie	Tatado	Facilia da	Batadh de la Sobretad	

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 <u>Notas</u>.

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).

						And Address (1938)	/ Concepte Annual	
10 > Estratega	as 🦻 Calinga Aus	> Keleaje Extraor	dinario Filesult	adors de Estudios				
Methon								
								-
denselse av Ostsbuiss.	-53.010404040.012.20464004	^						
of the second second	2000.000	A REAL PROPERTY AND A REAL PROPERTY.	and the second second		Prote de	Estado da la		
Ann Storag	Annual Contractor	Princila Joincol	TACKY LIN	- And and a second	Additional and a second second	Selfection	-	
4714)	Example of the set	21/12/2210	HIV 7024555	HILCHERVOR	STUDIETSS.	EWUMDA DOAC	đ	
		1	K K Fashi	0 #1 🚥 🗖	P			
Sche mdes de amste d	to monoane extraendinano a	ord antes de atender.						
			he have not serve the	durbas mili sunsta comma	ATAE.			
Abarrieral	and the second second	THERE	Secha Fin)	Contraction of the	Recta de	Petado de la		
CHICKERS					Elaboración	Salicitiid		

Figura 2 Ajustar Mensaje Extraordinario 3701.

4. 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 vel sistema enviará un mensaje de confirmación para c la solicitud de Ajuste. (Figura 3).

		к	ļ
A Se crearà una solicitud de ajuste, ¿Desea continuar?			
	Aceptar	Cancelar	
			2

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).

u + Estrabujas + Gamuzkar Entra humanje Estraansiumio	 Numerie Extraordinario 	 Resultades de Estudios. 	AT IN THE OWNER AND	- Sever - we will
	3 Nullije Stransladio	3 Resultades de Estudios		
HITI TI Deserve Extraordinatio				
	1.487	a decel tota		
	+ Sound national de 1	Sv. 101 Scortane de Tunsmo		
	s Dintsendentitia/D	Intillad-CONSEID DEPROMOCION TURISTICA	DEMERCO, SHI DEC/V.	
	Pitatseal can p	urtifica: Engresa		
	+ FBENII DO ENDO	Marion: 50/05/2010	hughs -	
	r clasific	Carling a Carling Station of the second second second second		
# Cosmicontaco				
Cormisares del Mensaje Romanninano.				3
 objetiva de comunicaciónia 				
Ubjeti i a de Comunceción del Mensaje Estraci	dinar-d			
				¥
 deatellisación/m 				
a Texamore And				



	Transformers.		L				
		(Internet internet)	_	E:			
				Presentación d	cil fanimiateo	Color del for	ilute Citie
		disting addresses	anaton (E	E	3	Z
	-	Lates Lolization et	ning statut				
		- entra	n				
Headlos de Olfasión e Otline	Rocarnos a Crogar Julies de Janos	tidaa de Vigensi	A ffie do Vouvei	la foliație Co	illiando M	westres de Mat	u Ulu
Töldnisens	0.00		1	10		Comme vitral	
Technitetere	0.00			10	j,	Diffort FailterForm	:0
Garlos Critatos en el D 5	30.54	30715/2010	01/24/2013	E (1/2)Passa:	Ē	I Estato:	
Distlos Editados en Los Estalles	0.00			1	ĨC.	Esceto	
#0533765	00.00					1 Edicular	
Mellin Completion in a	30.00			1		Mentia	
MARKET FOR PARTY AND A STORE STORE STORE	10.00					Clarbe v canil Clarbe radiofóm	a.
MiddleR Industry in provide strates	0.00			1.		Estera	
						Cuon - seal	
Convidades Complementarias del Mersage Cottasidinario							
Residence and a la Unification de sector: Madilinet-							-
Ezzorza del Montago Extraordimatio							
	Antore	- Anna - Anna					Incid
	Atasos	Greaterstade		ntikra) Kon	- 0	499932	meet
	Andessa	Creater Kad	- Cu	nthra) (Ka	- 6		mah
	Angevers	Centerside		akr) (ka			Incel
	Anders	Cinatrated		aka) (10		4000E	Incel
	Antons	Chatteridada		ntikeza) kere	-	4101452	ancat

Manufacture Continues (1) Manufacture (1) 4980

s publization projection Secondaria:			
	> Servi	Hast-res a	
	a Tinn de Paulocius"	tinharmy = rit w	
	2 i Modew	E C + 12 años M C3 + 16 años E t9 + 24 a/os	☐28 - 24 s*cs □28 - s= s*cs □28 - s= s*cs □28 - s= s*cs □211 c manadita
	I MYCES Socioeconanicos (NSE)	Das Mox Clo	00- 00- 17:
	A CarecterisDose Espocificas		
	(Repbert/mana/sten) 1518, en		
i Cibertura Geográfica:			
	 Tipo de Cobertura: liaco al e licteraco al, r Entitucios Pederadivaso Industratos Expresentados Industratos Interneciosal, cor 		_

- 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

1	Satema de Información de Normatividad de Comunicación	i i a ster i milio Selfaniji i milio Departulaetta, conscup de padrocson pruzeta or rectuo y a, de eve	(and
	and the second secon	A STATE AND A STAT	5 77
8.6i	> Estratigues > Campanias > Mensaje Es	Internationality > Resolutions of Estudios	
	CONTRACTOR OF CONT		
	La Martin Contractor and Contractor and Contractor		
	C		
		J Ano Fiscal: 2010	
	J. X0	ourriendote de Sectors Tabertara de Taerme	
	3	Dependentia/Enriklash, coused of PROMOCION TURISTICA DE MEXICO, SIA, EE C.V.	
	1 0	Nombre del Mennale : Nombre de Manale Ettisonimario Maeta	
		Foreita dir Elaborectioni (20/09/2010	
		 Naturaliza (unifical provide 	
		 Vigencia : Del 01 de Octative de 2010 al 08 de Donatre de 2010. 	
		 Characteristics (19/2001) (2002) 1355 	
		aifear an de Campañar Convertes	
	2 Commiscrimit		
	Cuertaines de Menuge Esperadulate		
	s Objetivo de Comunicacións		
	Objetivo de Cumulcación del Meinade Extraordinatio		
	a Jasz Mización:		
	invitificación del Mensa e Extraordisario		

arra a Aleanzar del Mellioje Introdutionni					
- Foblacion Objetino Primaria	94				ų.
 Poplación Objetivo Secondaria 	New York Concerning of the Con				ï
 Cobertura Geográfica: 	Mana at a				
	-71-00	ine olimmer	Stient	US COMPLET	los
	satura for the second				
	Suburbaruna Marios septiatori errei U.s.	Mesonsactor de Anolemento	i Tunnatö Énurra	Color del Pe Banco - Mito	Simuto To Colori

	Omlics on pusps)				
Television	0.00				CarVes atsaat
Relievenus	0.00				🗌 Geldt 🖅 sformte
Obulos Otheran en el O.F	n.te:	01/10/2010	05-10/2010	1/2/Neca	Biseto
Hindis Libridos en los Latados	0.00				300819
Granie	0,00				((05201)
Mellins Constitution area	00.0				Valestra
Medice Electronices Internationalis	0.00				Co ôn visoa. Ca ôn rad ofômeo
Mission Introduction	0.00				Beceto
eed to public o	0.00				Guide india Guide est affaura
are Collide	0.00				
Post Extended	6.50				
Observe, in advection, Proceeding Control of Controls	0.00				
TOTAL DE RECURSOS À ERISTAR	0.56				
Arroydanes r complement mas					
Schridskom Commercenterse vet Memore Schredelinates					
i Kazones part le unitzurion de estas Médias: lazones del Menseja Unitacedinano					
Societo Francisco Francisco Contra de Lato Tel a la responsa da Maria de La Provincia de la Recordo de la Recordo		Ticularity	ECARDA Sometricación S	TSS/LLATERO Including La Remaind-	nu⊊ o ∓ntidad

		Annos	L BATINIGGON	
		CoeffmurEneo>)	(Regresser) (Concellar)	
+ Notas Ershfall/Concilnationa				
	internet and a second state of the second stat			

9. El sistema presenta la vista previa de la solicitud a enviar (Figura 5) y el usuario debe

Confirmar Envío

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).

							C REAL CALLED
u s estavite	gids > Cimpolita	• Winnije Extern	нинно 🔅 кези	linuos de Estados		NHC: N-3M LCH	 Control to positive
	N	The second se					
Niceniin ecceredii	noise neuhoradies concentro	múa.					
ABUTKEEL	Needing	Featur Diriche	Fitchie Fill	Circle I.	Pedia in	Estade de la	
	HEREAL	An LOBERTON OF	6631 Ame	ALCONOMIC TRANS			
59-19	EXTEROMONIANE CO	CONTRACTOR AND A	centreman	Alexander and a second	Conceptual of	EXIMATION DONE	
49.48°	ENTRODOMINADO	A COLORADO	Constraints	The local sector	Steament	POWARDA PORT	
59 J.T	EXTRONOMINED	CALCULATION IN	COR COR Har	ri) ali) 💼 (EXECUTIVE David	
591-49°	ENTELONOILINEID	1 X CAR AVE	CO CO Mar	F) B) 💼		EVILLION DURIS	
क्रम्स	e de messae es caomban	o consummers de stender		F) (0)	*	BURGON DONS	
dictivative de autor	entracentumero	o pensientes de stender	No se encomisión ed	e 1 de 1 estin estan (EVALUICA DUNC	
okon oden de austr	of the second se	ic paramettes de stander	No se encommune ed	en active aparte pend	antes	To baile do fa	

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).

Manipa departurion a Uniter	_	tooling the property of	nusia de si angan	THE STREET	I PERMIT OF CONTRACTOR	HistoricaMateriale
	FellWir8mg	100.00	01/09/2010	30/02/2070	sec.	77 O. K. M. M.
	LINGIULSONS	200.00	01/09/2010	30/02/2010	Soot 201	1 CLICR racie/5-leg
Distance File	discount B.F	10.00	01/09/2010	10:02:10:10	Plana.	-) Rocost
Status Strains	m III Establis	2.00				Rocett
	Remain	0.00				ÚCCATC
Mindian Car	mitmannanas	1.72	01/05/2010	10/05/2010	Corto formato:	🖾 Meessa
Madam Electrical and	rterna problem	0.00				Guidenmensterner
Mentos Arganeos 1	TTA THE LOOPING	0.00				Recenc
19	wiet Albires	-9 mp				Guide State
	WHICH INCOME.	16,895			732-05100025	
- And the second s	POST ESTUDIOS	0.00				
Descent, Fredultstore Petitionalescolor, Post produc	COLORY COLUMNO	0.00				
is/biteintits/estat Actividades Complementation Initial Second Englisher						
IST 0-2001 TOTS-05201 ACCORDANCE COMPLEMENT CALLST ACCORDENCE OF A CONTRACT STATEMENT RELEASE DATE IN A CONTRACT OF A CONTRACT O	06L AV.S					
I & I B-2001 TOTS-05201 AUDAUDIES Complement Cataget SECTION SECTION TOTORERS PRESORES para la Utilización del extor Medionic EDV LOS DE VIAVOR COBERTURA EN LAS ZOMAS ESPECIFICAS I	DEL ANS					
NACIONALIS - DESCRIT ACTIVITIES - DESCRIT TRET OF SALEN & ELFORENCE RELORS para la Utilización de extor Medionic SON LOS DE VIAYOR COSERTURA EN LAS ZEMAS ESACIFICAS I	DEL AVS	Arenge	Crate-Made		Y SHOLE	Regnesar Gancele
I & I 0-2001 TOTS-05201 ADD MOUTHE Complement Calls+ Sector Sector & Dirichtens Resources pass la Utilisection de extor Medioario SON LOS DE MAYOR COBERTURA EN LAS ZOMAS ESPECIFICAS	DEL ANS	Atares	Cramolifades	Giand	17 <u>10141</u>	Błymaar Cancela
I & I B-2001 TOTS-05201 ADD MULTER Complement Calcan SECTION SECTION TOTOTERS REFORES para la Utilización de estos Medionio EDV LOS DE VIAVOR COBERTURA EN LAS ZOMAS ESPECIFICAS I	DEL RIVS	Aterce	Cratindade	Cased	if Ebitar	Régressar Cancela
I G-LCCI TCTS-05201 ACUMULTES Complement Catage SECTOR SECTOR & ETTORETS PRESORES para la UTILIZZON de extor Medion'S SON LCS DE MAYOR COBETURA (N LAS ZOMAS ESTICIPICAS)	DEL ANS	Aracca	Cranedade	Gaad	if Ebitar	Régressar Cancelo
ISF ID-2001 TCTS-05251 ACD/044692 Complement cataget Tactrice Sector V Et fortens Response para la Unificación de extor Medios (c 2010 LOS 35 V Ayor cossettura en una zonna Eseccificas 2010 LOS 35 V Ayor cossettura en una zonna Eseccificas	CEL MAS	Atares		Giand	17 <u>10141</u>	Błymsar (Cancela
ISF 10-2001-TCTS-05251 ACD/044492 Complement cataget Inctrue Sector V Et Fortene Response para la Unificación de extor Mediouro SON LOS 95 VAYOR COSERTURA EN LAS ZONAS ESECTIÓNS I SENTIDA EN LAS DONAS ESECTIÓNS ESECTIÓNS I	DEL ANS	Ataros	Gradiviđadeo		27 Ennar	Bharniae Cancell

	The second state of the second	28
 Estrutenes Company 	Hensole Extranglischis Hessiltzaus de Estados	_
Hilling Provident in the		
	/ Fane Viscall pério	
	 Departmentages are performed and compared performance of transmitters Departmentages and the transmitter of transmitters of the second performance of the second performance of the second performance of the second period p	
	 Network/Ear part (Free Drawne) Test de Vision de Vision (Free Drawne) 	
	 Monthly Constant In Constant Constant 	
COelliones)		_
Contraction of the statistics of		
		1.0
Objective the Contraction in		
el turusino se recutera		
Jostification		-
HARTER OF GROUP, UN PARKENER OF ACTUALIAN	E-MERCHE V	- 2
Mark & distantions		
Math & directory and N as sub-Ley de 1 Mod XX No. ONK 55	S EW ON 104 Y EN ON 105 205 EMPLSSS 125 THE 101	_
Mark a Alfreitre Aunden Angel filge de 1005-183 nationales	S 5W ON SO157, EN ON HORE LOS EMALSOS DEL SECTOR	-
Mata a diference auden antel filgo de 1005183 mai unicies	S EW ON EDIET, EN UN HORELTS EMPLEOS DEL SECTOR.	-
Meta a alfentant aunten faste filge de 1945 i Astart Unites	S BY ON BORT EN UN FOR LOS EMPLIOS DEL SECTOR	
Mata a Alfratano Admini Angel Filgo de 1045128 dan un aces	s ew on soler an on sole case annabos del techtor « Vigoelarit be » Foblación Objetivo - Dan -	
Methaulfentan: Aumén an el flydde i Dúthas nat Unates	s ew on solst. En on Hors dos status del Section «Migneticali des » Población Objetivo - des » Cobertina: Geografica des	
Neta a diferente auden ante filge de l'orgense de secondes Plan de Modios la Critique	s ew on eoler. En on Hole Los EMALIOS DEL SECTOR = Viljuel.cli tra = Toblación Objetivo = Var > Cobertilin: Geografica:	
Meta a girantan : Aumen - Antel Filipi de Turist Rútnet, unites Plantale Modikos a Unitatare:	s ew on solen. En on interess etwices del sec (tok « Vilguellarit by: » Toblackin Objethvor by: » Cobertific: Geografical III: Toursevel(fice)(es)	
Mara a Alfraitans Auxilen - Antel Fillips de Floris FRG func de Roes Plant de Modifies la Griffigures	serv on soler: EN ON HOR 205 EM-2565 DEC TOK • VijverLait be • Yoblackin Objective be- v Cobertilitz Geograficat be- Toimpos Offication - Toimpos Communities	
Meta a alfentano aumén - actec - Lyo de l'Ditol Astracton ates Plantale Modifios a chiliptare	e Vigweldel be e Vigweldel be	
Meta a alfentan : aunten - an el f-ligo de l'unitas nacionades Plan de Modios la Unitizale		
MARE A ALEXANDRA ADMEN - ANTEL FILLED DE FOREFRESTARIO DINROES Plan de INtelliosoa Unitadare	EVIQUELES	
Marta a Alfranzano Auxilen - Antel Filipo de Fondel Róman de Roes Plantide Medifestia (hilipone)	EVIDAN SOLATION ON THE 203 STATES SEE SEE TOK EVIDANCE IN ON THE 203 STATES SEE SEE TOK EVIDANCE IN ON THE 203 STATES SEE SEE SEE TOK EVIDANCE IN ON THE 203 STATES SEE SEE SEE SEE SEE SEE SEE SEE SEE	
Meta a alfentano auméni an el filgo de l'Ditol Asimeti divates Plan de Mediles a chiliptari	s er oli solen En ON Hor 205 EM-205 CEL SELTOK	
Marka Alfranzano Admini Akiro Filgo de fondetro nacionizos Plande Medios a Unitorie	Serv ON 5067. EN ON 108 205 EM-2505 DEL SECTOR Vigue/Left tra- Vigue/Lef	

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

Confirmar Envío

pulsar el botón Confirmar

 Probleman 	
	- Sext PLYPES () ombres
	P Public control to perce
	* #daning (0 + 12 erius) (355 + 31 erius
	12+30 shes → +++ shes
	16 Sainten 18 Baitten
	15 u met + 14
	> Minericer Sectorecompositions (MSE2)
	11 Cr
	C 8
	 Canadiminity as Gaussian and States (UE SETE: SWOAR-LOCK SOERS IN RECIPIERALID) ON TORSHOLS UNRECOMING TORSHOLS OF RECOMMING
) Cibbleturz C	owastalities (California)
	a Tipo de Catachora: Alecceal
) colucions (ederativas Colucitaria Informacional)
> Plan de Médics a Millian	
	Desentración del formate Dell'almetro Encarte Marco Viente Cofe
	There is the intervention of the intervention
	Children zullt all ter en Chr. 257 (all p):



Theorem is a second s	50.567	01:05:261.0	=8/00/2618	Spall	tes Christel
Kaliningen	239.5%	01/04/2010	-0/09/2010	Spot = V	🗆 Guiên reqictór co
Diaries (divado), en el la s	19/92	01/99/29/29	-0192#2010	Plans.	300erc
Elizifoi subratios in los Estádei.	0.00				The with
- Excises	6.00				direm:
Millions Completion Terrory	1.00	01/09/2010	T0/00/2010	Obi firmatio	MINISTRA
Medice, Decubidates and an according	0.00				Gride mail Elide meletar co
Heditor Angeometry for encouranting a	0.00				600ète
Maritics, Patrice a	0.95				T Guide United
(Ins-Leth)d(or	5.80			Inter-ESERGIASE	
Terr Er dier	00.7		1		
District Induction, Repairements, Party realization y Consider	000				
TOTAL OF RECUBENS A FROMAR	214 BC				

SIGN DE RADIE Y TELEVISION. • Remotive general DEB transitioner involve Minimus SIGN ESS DE MALOR COLETIONA EN LAS EQUIVAS ENCLAS DEL PAR.

Routive: Statud Us Lana. Titular de Comunication Social de la Coordinadora Sectorial	Cultriel Maruhesz Galszo T) tular de Marçadoteonis i le la Degenderoja o Entiliad
	Configure Environ
* Notas Emilial Cronshulms	
Manufacture (Manufacture) (Mit	endemaie alle

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).

Cableza de Sector: 3 Dependencia o Enticad: 4	ecretária de Comuniciones y Il ransportes Naturaleza Jurídica; Empresa eropuetto Internacional de la Ciudad de Mexico; SA de Haboracion; 30/09/2010
	INFORMACIÓN GENERAL DE LA CAMPAÑA
Nombre de la Campaña.	MENSAJE EXTRAORDINARIO
Version.	MENSAJE EXTRACIRDINARIO
Coemiscr (es)	PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
Justificación del Mensale:	HACER DE MEXICO UN PAIS LIDER EN ACTIVIDAD TURÍSTICA
Chielve de comunicación:	EL TURISMO SE RECUPERA
Meta a alcanzar.	AUMENTARIEL FLUJO DE TURISTAS NACIONALES EN UN 30% Y EN UN 10% LOS EMPLEOS DEL SECTOR.
Vigencia de Campaña	FECHA/DE INICIO:01-SEP-2010 FECHA/DE TÉRMINC: 30-SEP-2010

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).

			115				
			► Ano Fiscal:	2010			
			Nombre de la Campaña:	-			
		# Nombre d	e la Versión de la Campaña:	1			
			s Partida	Seleccione			
		1 Estado d	e la Versión de la Compaña:	AUTORIZADA	í l		
			+ Tipo de Solicitud:	Seleccione	×		
			+ Estado de la Solicitud:	Seleccione	2		
Alle Fiscel	in combrai Carity in the	Semilar Version	Partida Estar	o Versión Tipo	el cital	CONTRACTOR OF STREET	14
	WORLINGS.			The second second second		Tanga Section	
2010	VACUNAS INFANTILES	Concurso	37.0: AUTO	IIZADA / Autoria	stidH	EVALUADA DISNO	×
£011:0	VACUNAS INFANTILES	Concurso	370: AUTO	NIZADA Autoria	stión	EVALUADA DONG	×
to 10 Il citudes de canc	VACUNAS INFANTILES	Concurso	370: AUTO	NIZADA Avteris	at)6H	EVALUADA DENG	×
ll citudes de canc Año Fiscal	VACUNAS INFANTILES elación pendientes Nombre Compaña	Concurso	370: AUTO C Pégina 1 de 1 No se encontro inform Partida: Estad	KIZADA Avteria 2 80 spôn b Versión Tipo	stion	EVALUADA DENG	*

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).

ontirmar)
🛝 ¿Desea cancelar	la versión seleccio	nada?
	s	Nā

Nota: Si se elige Cancelar, el sistema no generará la solicitud de Cancelación.



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).

Solicitar Cancelad	ión de Versión de Campaña
STIGUY MERSING	
1 Año Fiscal	2010
s Coordinadora de Sector:	SECRETARIA DE SALUD
· Dependencia/Entidad:	CENTRO DE VIGILACIA EPIDEMIOLOGICA Y CONTROL DE ENFERMEDADES
Nombre de la Campaña :	VACUNAS INFANTILES
+ Vigencia d+ la Campaña	Del 01 de Octubre de 2010 al 24 de Diciembre de 2010
+ Fecha de Elaboración:	30/09/2010
 Naturaleza Juridica: 	Naturaleza Jurídica 09
e Nombre de la Versión.	Concurso
» Vigencia de la Versión de Campaña :	Del 01 de Octubre de 2016 al 31 de Octubre de 2010
+: Clave de Versión:	021/10-2001-TC05-12960
+ Clasificación de Campaña:	Clasificación de Campaña 09
 Tema Especifica: 	Selut para todos
i Coemisor(es):	
Servicio de Administración Tributaria (SAT)	
Objetivo Institucionat	
Proponer, dirigir y controlar la política económica del Gobierno Federal en m	nazeria fiscal
Objetivo de Comunicación:	
PROVEER A LA POBLACION INFANTIL EL ESQUEMA DE VACUNACION BASICI	O PARA SU DESAEROLLO.
) Meta a Alcanzar:	
Lograr una recordación de 25% de la campaña entre la población objetivo	
» Poblición Objetivo Primaria:	
2 Población Objetivo Secunificatia:	
Cobertura Geográfica:	XELLY
+ Cobertura Geográfica:	

CTE: 550000	0.00						
Post-Estudios	0.00						
Diceño, Producción, Preproducción, Post- producción y Cesilado	0.00						
TOTAL DE RECURSOS A EROGAR	1,370.37						
Actividades Complementarias:							
Información impresa en los módulos y administraciones locales de	el SA7, además de in	formación en div	ersas instalaci	ones del Gobier	vio Federal.		
Razones para la Utilización de estos Medios:							
contribuyentes ingresen a realizar sus declaraciones y mobiliario i	urbano para reforza	is recordación a	ru et cambiant	ento de las oblic	paciones fiscales		
RODRIGO BRAND DE LARA			RICARD	TREVILLA TRE	0		
Turitar de Comunicación Social de la Coordinadora Sera		and the second second	norminarion Se	wish do in fiam	endencia o Entil	dad	
4 mont. or sound monority advant we recommendations area	(O) INA	LITTURE OF COL	macinali.nui24	when and reache			
A HART OF SOMETHINGTON AND A COMPANY AND A COMPANY AND A COMPANY	097184	LITTRAHEL OF LOX	1114C11640,1V11-34	Anexos	Creativ	idedes	
- HUGHE-ORE SAUTHUTIKARAN JANJAR METAKSIMA ATTAKAN SEJEST	07104	rituitir de Cor	1164 (1640, 1977 - 29	Anexa:	Creativ	idades	
A HOUR OU SOUTHINGTON JUSTIC OF ACTION ATTACKS SES	07104	ritular de Cor	1944.19649.4WH29		Creativ	idedes	
- Thum are sometimetered avoin are recovered avoir a ses	LOTTINA :	ritular de Cor	1944.0640.0001.29		Creativ	idedes	
		ritular de Cor	ны спеценой эк	Anexat	Creativ	idudes	

			THE OWNER	npos Oficiales	Tiena	pes Comecca	les:
		Televisoros	Televisores		12		
		Reportitioneras		i i		la	
				i fresentaen Formi	in del	Color del Fo	rmato
				Suprementa	Ensame	Hatten 1	Edik
		Diarios Eritad O.F.	les en el	1.187	1.12	L	E
		Danes Edited Ested	os en les os	12	- 53	<i>E</i> .)	1
		Restau	a.	11	- Cî	t;	
Metteos de Universión a Utilizzar	Recultana a Ecogar ornica de petana	Inicio de Vigencia	Fin di Vigenc	Form Contra	iato Itadaj	Monsoras Matériai	de 5
Televisoras	1,050.00	01/10/2010	22/10/20	10 Spot	30".	Guión vis	9ăl
Radiodifusoras	520.37	14/10/2010	31/10/20	10 Spot	30"	Guión radiofónico	
Diarios Edinados en el Q.F.	0.00					Boceto	
Diarros Editatios en los Estadas	0.00					Boceto	
Resistas	0.00					Boceto	
Medios Complementarios	0.00					Muestra	2
Medios Dettrónicos Internacionales	0.00					Guión vis Guión radiofónico	ual
Mistigs Impressed Internacionalies	0.00			- Î		Boceto	
Mentios Pillblans	0.00					Guión vis	ual

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 Anexos

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).

A ¿Confirma solicitar la cancelación?	¿Confirma solicitar la cancelación?	A ¿Confirma solicitar la cancelación?	A ¿Confirma solicitar la cancelación?	
		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·		

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)

0	Exito!

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).

▶ Campañas	> Me
Comunicación Socia	al 👂
Evaluar Solicitudes	
Consultar	
Cancelar Versión	
Promoción y Públici	dad >

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).

Versión de Campaña	Nensolie Extraordinatio	Dotaile

Figura 2 Elegir Versión de Campaña.

3. El sistema mostrará la siguiente pantalla al usuario donde se podrá realizar filtros para la búsqueda de las versiones con un listado de resulta correspondientes al año fiscal en curso (Figura 3).

varsen de Gam	нятка 🔪 🗖 🕬 селані	авилски Планен							
				Aða Fiscai a	-0.0				
			 Couldinade 	Hade Sector.	Technical Increments	e-Sarreaction	544 <u>(201</u>		
			> Dananda	incla/Entildad:	2010/02/10 12:5	Contraction of	12		
			> North# f	 Ia Compañas 					
		n Mot	nbre de la versión	nin Componia:			0		
				+ FartEta	- Selection -		8		
		+ (Ex	tado de la versión	de Campañat	3414553080		2		
			 Tipo es ja triti 	ima Solicitudt.	- Selectione		2		
		1	Estedo de la Om	inter Solicituit:	+ Selectione		*		
								Bartes	European .
Año Histiliana satrategou	Liserdinador e ste Scritte	Reportencia e tetradad	Hombry Hy Ia Competito	Manuface vice Versiding of Generating	bi Petitle	Fotosta de la Versión du Compaña	Tipo de la Solicitud	Estado de la Solicitud	
îmî	Secretaria de Apricultura Satisticada L'oscretad fluro Federe y Alimentados	condiós Nacional de Accalutadas y Actalutadas y	vasivoe Serikitoi te	0017	1796	113197745a	3tontwine	(196406)	1
				Fag	ME 1 64 1 🗾	-			

Figura 3 Consultar Versión de Campaña.

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 4). Si se desea limpiar los filtros de búsqueda pulsar el botón Limpiar.

Coordinadora de Sector Opendencea Entidad Nombre de la Campolia Nombre de la Versitie de Campolia Portida Portida Portida Sector de Campolia Portida Sector de Campolia Portida	s Ano Taval	2010		
Vependeoca/Entitladi (Construct Exceptions 25 account 2014 1720114 S Nombre de la Versitio de Carquela Partida, 270) Estado de la Versitio de Carquela Sectore	: Coordinadora de Sector,	Service de Auxilies, Ocealins	Same	
Sombre de la Campaña Campaña Sombre de la Versión de Campaña Sonda (200) Sonda (200) Sonda (200) Sonda (200) Sonda (200) Sonda (200)	 Dependences/Entitled 	CONTRACTOR STREAM	254 7/2521 # 1	
Nombre de la Versión de Cancula. s Partida. s Partida. s Cancula. s Stato de la Versión de Cancula. s Seleccione	 Nombré de la Campiña 	Camaron		
Fortida (220) Fortida	» Numbre de la Versión de Campaña.	Π	1	
Estado de la Versión de Campaña :: Seleccione - Tripo de la Utrima Soficitud : Seleccione -	e Partida.	370)	12	
Tido de la Ultima Solicitud Annullacióna	 Estado de la Versión de Campaña. 	- Selectione -		
TO BOARD IN THE REAL PROPERTY OF THE REAL PROPERTY	 Tipo de la Vitima Solicitud. 	Austritación		
 Estado de la Obcida halforitati - seleciones- 	a Estado de la Oltuna Solleitud	- selectione -		

Figura 4 Formulario de búsqueda en Consultar Versión de Campaña.

5. 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).

				Año Fiscal is	2010		1		
			 Coordinad 	nia de Serton	(0)0) == 0(4)===		1213		
			> Decende	entim/Entidad:	يبوقا ليزيك والت	1.4.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1.1			
			 Nombre d 	le la Campaña:	Camazon		1		
		10.80	mbre de la Versio	u Ha Coongeliter					
				> Partice	\$751				
		0.16	tado de la Versio	0.414 (0.00000000000000000000000000000000000	- Salanginna -				
			> Tipe de la qui	ims solicitud:	Autontación		~		
			ESTRIC OF IN UN	ima Salicitud:	- Səleckiçme		-		
								HIGH-AT.	Almolitic
						_			
Año Prezet de Je Estrategia	Conselment over the Mark Line	Departuleances of Endedated	Burdine tir is Dempisie	Rombre de Version d	da e rottina	estada de la Versión de	Sec. 1	Constanting la Solar Hall	
90	Secretaria de Appendición Arcasteria Desarrolla Rural Security Alimenterialia	COMUTIÓN NATIONAL OF ACURCU TURA - PERCA	NEA DE Caleadou do	3111	PTL.	REGISTRADA	Suppose	073404	/

Figura 5 Resultados de la búsqueda filtrados.

5 Año Fiscal	ไวษณ	Ĩ		
 Looidinettois de sector. 	some a di Apolitan Tahelini panin	95 F		
 Dependencia/Entistation 	CONTRACTOR AND A CONTRACT OF A CONSTRACT OF	FR7/1		
 Nombre de la Campaña; 	Comaron	1		
e Sambre de la Versión de Lampaña	1			
» Partida	3702	12		
» Estado de la Versión de Campaña	-Silectone -	3		
 Tipo do la distima Solicituri 	Ajuste	~		
Estado de la Oltima Splicitudi	ACETADA CS			
No e	serten yesuflados		Bincar	- cimplax
Allo Fiscal de las Countrasidora de l'Orgendencia o Vondere de las Nombre de Estadamiles Compañía Orgendencia o Orgendencia Orgendencia Orgendencia o Orgendenci o Orgend	n in nameda de la le Partida Versión de la A Camernia	- Thus de te Galicite	Estade de la Side ital	

Figura 6 Búsqueda que no arroja resultados.

6. Una vez encontrada la versión que se desea consultar se deberá pulsar el botón de detalle versión y el sistema desplegará la información de la versión seleccionada para su consulta (Figura 7).

Alio Hasal 2010 I Coordination do Sector Sectores Lancours Lancours Lancours Lancours (Lancours Courses) Alivery and the sectore do Sector Sectores de Agenciture Lancours Lancours (Lancours Courses) Alivery and the sectore do Sector Sectores de Agenciture Lancours (Lancours (L	Sho fiscal 2010 Sho fiscal 201	AROVANIOPACIA	
	Sho Hacal 2010 Sho Haca		
Coordination do Sector Sector 2000 Condination do Sector Sector 2000 Sect	Coordination do Sector Services de Appendies Lancares, Lesandris Luni, insea y Almerrando. Oupponencial Entros Outponencial Entros Outponencinteres Outponencial Entros Outponencinteres Outponen	· Fin Here	
Common call Entropy Common caller of the c	Control of the c	Coordination do Secto	2210
Normine de la Cennadia Statusée de Cennadia Societade Societa	Viewelle de la mendale (1992 SAMADOV 32) Viewelle de la Conspile. Viewelle de la Conspile. Si a che de la conspile.	 Decendencia/Enticar 	CONFIDENTIAL DE ACTIVITATION ACTIVITATION ACTIVITATION AL TRADA DE CARACITA
Views la de la Canzada. De na fa Sender de 2015 el 33 de teremen de 1815 Silente de Canzada. De na fa Sender de 2015 el 33 de teremen de 1815 Silente de Canzada. De na fa Sender de 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 20 de Sender. Del 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 20 de teredesenado Silente de Sender. Del 2010 el 20 de teredesenado el 2010 el 20 de teredesenado Silen	• Viene La de la Canada. De la Endette de 2015 di 75 de Decembre de 7015 di 75 de Decembre de 1015 de Canada. De Canad	 nombre de la compaña 	HETA DE CAMADON OF
*********************************		+ Vigeou, la de la Campalio	De l'a de Denère de 2019 el 23 de Decembre de 3810.
thaturaless junctics. Crystin Admainstrative Geocontentiation Allowed School 2010 A Volumente is Venice	Instructions (unified) Instructions (unified) Instructions (unified) Instructions (unified) Instructions Instructin Instructions Instructions	s lierte de Caboración	25 (9/20)0
Alignmente la Vession 2010 a Vigitterité de la Vession 2010 a Vessi	Nombre de la Versión de Campaña (pel 1 a gel Octiver de 2010) al 25 de Distembre de 2010 a Vigendia de la Versión de Campaña (pel 1 a gel Octiver de 2010) al 25 de Distembre de 2010 a Clave de Versión a Versión	s tiaturaleza juritiki	 Organo Administrativo Gestionemado
Vigendia de la Versión de Campaña Del La de Octubre de 2010 el 23 de Dicembre de 2010 A Disembre de 2010 el 23 de Dicembre de 2010 A Disembre de 2010 el 23 de Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 el 23 de Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 el 23 de Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 el 23 de Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 el 23 de Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 el 23 de Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010 el 23 de Dicembre de 2010 A Dicembre de 2010		 Nombre de la Versión 	2010
Clave die VooRon Pendieto	Cleve de Venification de Company de Company D2 (Chalfestion D2 (Chalf	a Vigenzie de la Versión de Campaña	Del 14 de ponidar de 2010 al 45 de Diciembre de 2010
Charlifection de Campaine diadecation de Campaine di Committed avoid de Campaine diadecation de Campaine de Committed avoid de Campaine d	Charling of Company de Company de Company de Conserve e Angelie od Conserve de Co	a Clave de Venior	Pendiata
Commission Sector Records Antipage Commission Sector Records Antipage Commission Sector Records Antipage Solution Sector Records Antipage Solution Sector Records Antipage Commission Sector Records Antipage Commission Sector Records Antipage Solution Antipage S	Commission (Name Expendification Commission Name According to Commission Name According to Commission (Name According to Commission Commissi Commission Commission Commission Commission Commission Commissi	< Classification de Campilite	classicación de campana 02
s Contraction (and the state of the second sta	E Contribution(Ties): SCARTA C(I)(Ti Via Inc.): Million Accounts (Coll Code et al Totard es estates flucal - Cluetivo de Comunicación Merce a al cantor Merce a al cantor - Patriación Objectivo Primatic - Patriación Objectivo Primatic - Patriación Objectivo Primatic - Estates - Estates - Secondardos orbardos de la cantor - Patriación Objectivo Primatic - Estates - Secondardos orbardos de la cantor - Patriación Objectivo Primatic - Secondardos orbardos de la cantor - Patriación Objectivo Primatic - Secondardos orbardos de la cantor - Patriación Objectivo Primatic - Secondardos orbardos de la cantor - Secondardos de la cantor - Secondardos de la cantor - Secondardos de la cantor - Secondardos orbardos de la cantor - Secondardos de	i Tema Especifica	CUIDADD DE LOS RECORSON NATURALES
SADARAA Soliper yn amol wedin y compuder le collinor akonomen de Doblewys texterel en watere facel « Objertivo de Committación MERDRAM, Las Rechas en La CLALES NO SERIEDE ACCOLECTOR CAMARCH » Mere a Alfanter Lonrar una reconductór: dy 21% de la cambana entre la población colemica » Pephazión Objertiva Primatia » Pephazión Objertiva Primatia » Estades unarray fumil » Estades » Estades unarray fumil » Estades	s gara A - Clymin the line of fielder an - Clymin the line of the second control of the control of the second control of the secon	> Contribution (200)	
Contraction depresentation Contraction Contractio	Cliniting and a social social social social social de la cancella de la company de la	EADARFA	
a CDietko kr Comunicación MEDRIAN LAS SECHAS EN LA CUALES NO SE PREES RECEIECTOR CAMARON N Men e a Altanzar Lontar una recondentar de 21% de la camatana entre la postación colemito v Pretalizión Objectiva Antanzia v Pretalizión Objectiva A	Chief No Mark Committaction NEP a single-ras by us CLALES NO SE PRICE RECOLLECTOR CAMAREN NEP a single-ras ornar una reconductor de 11% de la campaña entre la populación Originale a fermante	A T THEFT WAS TRUE TO A TRUE T	
NFORMAN LAS PECHAS EN LA CUALEE. NO SE PLICES RECOLECTAR CAMARON > Mer ex alparan pontar une reconderór: 22 23% de la canceira entre la postación colerito;	NEDRANALAE RECEAR BN LA CUALER NO 52 PHIEDE RECOLECTAR CAMARCH Mere a al campur comprise ups recordanish: de 11% de la campona ambre la sociale de colegion de vi Poloizzione Objectivia Primaile vi Poloizzione Objectivia Primaile i Poloizzione Utara y Rueil i Estantez i Poloizzione Utara y Rueil i Estantez i Stantez i Stantez i Poloizzione Utara y Rueil i Estantez i Stantez i Stan	There are dealers a second as to well the another second at the second sec	wi
Maria a Alfonzarii Looraniina reconductor do Januarii a socolar con colonius	- Mera e Al (ranzani contariona recondució: de 13% de la campaña entre la población objerso « Población Objerso a Pelmale e Población o dara a Sivel » Estades »	 Second and a second se second second se	24
Lontar una recordanăr do 23% de la carectra entre la población colemito « Población Objecto a Primaria » Población Objecto a Primaria » Población Objecto a Primaria » Estades » Estad	uonan one recondexión de 11% de la canación emple la positiva de feinada. « Pololación Objectiva Primada « Pololación Objectiva Primada » Pololación orbana y tembras » Pololación orb	Processor dingle y committe la politica accessoraria del Comercia Texterial as materia fo a Chief No de Committección: NORDRAM LAS PECENSION DE LA CLIALES NO SE PRECE RECOLECTOR CAMARON	al
v Pololazión Objestva Primatia + Sexas Tajerev v trimorez + Pololazión u bars y Rusi → Ediates 21 La prop. 25. 44 prop. 22 La prop. 25. 44 prop. 23 La prop. 25. 44 prop.	Populazione Objectiva Primatia * Populazione Objectiva Primatia * Populazione University Formi * Estantese * Solitazione University Formi * Estantese * Solitazione University * Solitazione *********************************	Anonne dialogy computer (a politica accedence (de Coderno) i adart) al materia fu a Chief No de Communicación: MEDRAALAS SECHAS EN LA CLIALES NO SE PHEOS RECOLECTOR CAMARON (MENTA a A GORTAN)	24
t Seaces Home y timbred s Poliadion: Utars, Surei * Estantes: 12.12.5*00 25.4*:000 12.12.5*00 25.4*:000 12.12.5*00 104.4*	* Second Subject + Structure * Poblacions under sy Surel * Ediadese 12 12 2003 - 23 14 5000 12 12 2000 - 23 14 5000 12 12 20 500 - 23 14 500 12 12 20 500 12 12 20 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10	Control (addy) computer to collect according to the Doblemon Technical according to a Chiletwork Communication INFORMATILAR RECEASE IN CLARES NO SERVICES RECOLECTOR CAMARGN Video a Alfranza Contarona econology do 23% de la campaña embe la podejación colomico.	24
n roblautina urbar3,9 Kursi → Ethinkess 12,5703 23,14 rhop 12,12 those 25 varbhop 12,12 those 25 varbhop	s Holtautose urbarāly Surei > Ethanies: 22 Liz pinos 22 Jiedroo 22 Liz pinos 23 -4 pinos 24 - 2 sinās: - 4 - 3 sinās - 45 a mās sinās (North	 Minor der didigit y computate (+ politica accedance + del Comeros Tañare) en matete /u Chitetivo del Comunicación: MEDRIANTLAR RECENS EN LA CUALES NO SE PHEDE RECOLECTAR CAMARCIN Mena e al canzar: Longar una recondandor de 25% de la calizada entre la poblición opiento: Vibilitión Objectivo Primatie 	val
* Extension 12 listeneo 12 listeneo 10	* Entimete: 20.12 cNos 20.12 cNos 20.22 cNos 20.22 cNos 20.23 cNos 20.25 cNos 20	Chiertier diagle propular le politice accesses de Dobares l'affactier mateix fo s Chiertie diagle propular le politice accesses de Dobares l'affactier mateix fo s Chiertie a Alcaschi Electras de Alcaschi Lontar una recondación de 23% de la campaña entre la población polenuo, « Politición Objectiva Primatia	Nor
12 Lizeber Bestweinen	12-12 ches os weokes 19-2-shat 13-3 shat 25.5 mát stór (North 20) che	Victoriae diagle, computer la politica expedina a la Comercia teneral en estera la a Chiefrio de Communicación: MEDRIANTLAS TECHAS EN LA CLIALES NO SE MIEDE RECOLECTOR CAMARON MER e a Natarona Longar una recondeción de 21% de la campaña entre la población colenico v Petriuzión Objectivo Primatie	nor
1 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10	29 - 21 shāt 14 - 31 shāt tāss māt s*õe ///set_ 20 ⊂ 0+	Victor de digity computer la política econòmica del Dobierto Tentaril es materia fu a Chiertino de Communicación: INFORMATILAR RECENCIÓN INFORMATILAR RECENCIÓN EN SE PHEDE RECOLECTOR CAMARON Mena e al Guarante Vontar una recondeción de 21% de la camación entre la población colectorio v Población Objectivia Primatia	Nor =
27 * a 17 05 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18 18	/ Tewofive succineervoningings ///setu0 = 10 =	 Mont de idagle y comunicación de contracto de Conterno Tarácia en materia foi a Objetivo de Comunicación: INFORMATURA ENCIRA EN LA CUALES NO SE PIEDE RECOLECTOR CAMARON Ménes e Alfrectar Longar una recondación de 21% de la camatina entre la podíación cojent-o contar una recondación de 21% de la camatina entre la podíación cojent-o v Problación Objetivo Primatia 	nor
	/ Severire socializations (MSE) = 10 = 0+	 Mont de idaginy computer la política excedence à de Dobierto Teñaral en mateira fu a Objetivo de Comunicación: INFORMATURA RECHAS EN LA CUALES NO SE PIEDE RECOLECTOR CAMARON Mena e el centrar Linear una recondeción de 21% de la campaña entre la postar on cojempo contanuna recondeción de 21% de la campaña entre la postar on cojempo v Pololación Objetivo Primalia 	Nor + Frence Hallerery Y Hombres + Poblacióne urbar 3 y Rurel - Estantes -
estiduce of states and the states	/ Net	Alton de diago y comuter la collinos economos de Comeros Tentral en estera fu e Chiefrio de Comunicación: INFORMATURA TECHAS EN LA CUALES NO SE MIEDE RECOLECTOR CAMARON Meros e al parater contar una recondeción de 21% de la camación entre la población colenico v Población Objectivo Primatie	Nor • * Passes Nameser y Hombes * Hobitacións Unbarte, Y Curei * Elfantesz 12 12 5703 23 34 5700 12 12 5703 23 44 5700 13 12 5703 23 44 5700 13 12 5703 23 44 5700
When the second s		Neccole: degler y controller to collings anoedmus i del Conterno Texterit et Hesterie fo a Childrefo de Commitazioni INFORMAT LAS ECCHAS EN LA CLALES NO SC PLIEDE RECOLECTOR CAMARGN Merro e al Caronar contatione recondentor de 21% de la campaña entre la población colemito v Población Objectivo Primatie	Nor F Proces talenes y normone F Probactore y tarts y forming F Probactore y tarts y formi F Stalenes F

7. Dentro del detalle de la versión será posible consultar tanto las <u>Creatividades</u> como los <u>Anexos</u> (Figura 8) y los <u>Oficios</u> (Figura 9).

Anexos	Creatividades

Figura 8 Botones de Anexos y Creatividades.

- //des-us						
11		NO: AUGETERS CAT	cice en la scilicitod	_		
People/Ners	(DAMARIE)	Tipe de Fobuliet Estado del Oficio.	Supplex that the constant		Descripción del	rifu:
n		v				
_						
mcanare an						

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).

Campañas	> Me
Comunicación Social	5
Evaluar Solicitudes	
Consultar	
Cancelar Versión	
Promoción y Públicida	adi X

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).

	Versión de Compoño	Mensaje Extraordinario	Detaile
Γ			

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).

			E Año fis	sal 1 2000				
		3	Consultationa de Ko	etete		Transform 1		
			1 December Lid Ent	NUT: COMPANY	ADDINAL TRIMATACINE	CATERCOIL		
		 Mondine at 	al Mensaje Latraordin	ario:				
			> 80	tide - Salections		30		
		Y Tstado d	r' Atoriaje Fatrandia	-Salesticia	Ð	24		
		000	ipa de la Milina Sona	THE L'SHEDON	12	941		
		+ E\$14	into na le Ultrima solic	Hill - Herchone	-	*		
ñii filical de la Teteslegia	Foorthinstatu oo Seeliii	Dittio elemente o Elefisitad	<u>Norman</u> dal Hernaja Tarmordunium	eartista -	Felixilus del Prenizzate Felixilus del	TIDO LO IN SOLUTION	Roscart Festivato dectas Solicidad	
á	Gindena da Agrecativa Ganada da Cenarata Fural	ICOPESION NACIONALION ACUSOUCTIRA -	EL TOTALINO SE RECORDIZ	2%.	018100	Accounts	CABDON	1

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 pu 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 Extraodinario.

) Año Hacal :	2010			
 Coordinadora de Sector 	10-1400 0.528 to OCG445	Not Triamic Inc.		
 Dependencia/Enclidate 	6 3 3 4 5 3 3 4 5 6 5			
 Nesmire del Mensaje Extraordisation 	Turisiii(a	1		
i Partida	376	8		
3 Ektado del Mensale Extraordinatio:	in Selvic (Kater -			
a Tipo de la Utrona Solicitada	Althurarste	2		
 Estato de la Utiliza Solicitud; 	- Seleccione -	3		
			(Report	100mm lue

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).

			* Anu Fr	st. of 1 2010		ĺ.		
		1	Coordinadora de S	etton	April 19 Strategy	Section 1		
			+ DissembersLaten	stidad concorrection	characterization and	AT TATE		1
		 Nombre di 	el Mensaje Extraordi	nation function				
			1 Fe	ahla 3701		8		1
		> Estado d	el Mensaje Éxtreordi	nario: - Selectione	-			
		1.X	ipo de la Ottinic Soli	Antonzación				
		1 531	do do la vitima soli	citud: - Seleccióne		2		
			_			_	niscar	Umperer
Rio Fredite le Edite India	Coordinadora de Sector	Reprofessors Totelse	homine del Netronyisi	nmis	Estudo ilej Mansoje Subrokniknomi	Hies data sintimu	Techniko de la Solicitosi	
2010	Constants de Spicaleura, Spicaleura, Spicaleura, Spicer y Americador	CONTRION NACIONAL SE ACUACULTURA IN RESIGN	ELTURIDHO SE RECUPERA	3010:	(555400)	Autoritection)	Ottaba	N
			_	22.2.3.2	_			

Figura 14 Resultados de la búsqueda filtrados.

titest of a second s	7010			
+ Coordinatora de Sector	Service exception and the	Section 1		
+ Tiepencencia/Entidac	emilia Managera Lee Art Relation	DOM: NOT NOT THE OWNER OF		
 hombre bil Mensile Estratordinaria; 	Turisitio			
) Partida	3704	al.		
 Estalio del Mensaje Extraordinario: 	AUTORIZADO	24		
r Tipo Ito la Ultima Soliritadi	Autorizazion	165		
+ Estado de la Ultima Solicitudi	x5/05/40/5	34		
AD B	intern ensultados		(Buscar)	Lintolat
Alle Devolution Discontinues de Desenitor d'au Proposition Febretro de Section Febretro de Desenitor (1990)	Partida Estado del Nessino Extraordisoria	1000 de la Solientid	Febario de le: Galerrort	

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 vel sistema desplegará la información del mensaje extraordinario seleccionado para su consulta (Figura 16).

	1.5.4			
	And these	2910	Lindline and a	Concernant and March
144	Company of the second	compara de opinicativa Caraciena Desanorio	CUINNEL CEREM 1 4	rimetriausut,
	Somern del Manaue	SCHOOL STORES	(CA.)	
	a Facilità da Et alconación	14/06/04/0		
	6 Maturaleza sutir ca	Croace Administrative Cascoecentrado		
	e Vigentle	Del 01 de Febrero de 2010 el 11 de Merro de	2010	
	* 6144+(4)	Par Carrier		
> Cla	sincadós de carrosha	Render de chestes		
Commoster)				
FRED GENCIA DE LA REPUEUCA				
n Chijetrica de Comunicación:				
INFORMATICOMOLE TOESNO CONTINUNT A LA ECONOMIA	GERAL			
n (na hIrvector). Nearae de mendos de arce leger en activos es turbetes a				
i fuera a Alcanzari				
AUNIENTIAX EL FOUJO DE TURISTAS NACIONALES EN UN EUN Y	EN UN FON LOS SMALEUS	CHUSECTOR.		
	which are set to be a set of the second set of			
) Petra	SPOTE SHOULD AN ADDRESS I			
). Patra	SPUTI SHANTAN KORANA	i Senot P	Some with the same	ir)
) Petra	SAUL GRANTAN ADMINIS	i Sero:) • Publicition (faderen v. dier son Jeberen v. Garref	w)
): Petra	SAGE GERETING (TREAMEN	i Secol i • Publicitie : • Estadeut	lasena v Barazo Abena v Sanal 4 - 12 años	
). Petra	SADIT GIRANTING (THREWS)	- Secul - Publication - Edition	Names v Harriso Stame o Saraf G - 12 años 13 - 15 años	u 15-3: stoc 31 - J: stoc
). Petra	SAUST GRANTING ATANIMIA (s Senni) • Publicuine ; • Edinicui	lainea y farain Alama y farai 4 - 12 alfes 13 - 18 alfes 19 - 24 alfes	rr DE-Dirsfoo 38-Arsfoo officialities
). Petra	sant Girjatiyo yimiwiye	i Berroi I + Publaccian - Eblarica	Norma y Norma Plana y Nord 0 + 12 años 13 - 18 años 59 - 26 años	n DE-Duston Methodox DEsteration DEsteration
). Petria	SNEE GRUNTLAD YEBHINGA	 Second Publication Publication Ethnication Monitoria No. align Southeecond pures (19677) 	Notensi v Burrian Abama y Konal 0 + 12 aftes 13 + 15 aftes 29 + 20 aftes	er 28-30-3700 38-24-3700 - 26-58-3700 88-5-4-500
). Petra	anti Gigintizo (1961#14.)	 Second Publication (Publication (Pu	Norma y Burran Abama y Kural 0 + 12 años 13 - 15 años 19 - 25 años	er 125-3-stoc 33-3-stor 25-sto-stor 85-3-stortos 85-3-stortos
). Pedra	enen Gikintiko (toelaria)	 Seco:) Población (Elénétes) Mineles Soctoeconómicos (hist); 	Notional V, Hurnan Arbama y Kural U - 12 años 13 - 15 años 19 - 26 años 19 - 26 años	er 195-19-sifes 195-sifes 195-sifes 195-sifes
). Petria	enen Gikintiko (1961-1644)	 Seco:) Publication: Publication:	Norma V Horizon abare y Konal 0 - 12 años 13 - 18 eños 19 - 20 eños 19 - 20 eños 19 - 20 eños 10 - 10 - 10 10 - 10 10 10 - 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 10 1	स 25 - 37 दर्गेवट 38 - 47 दर्गेपर मह म्लेस क्रिक इन्द्र - नव क्राइ

Figura 16 Detalle de la Versión de Campaña.

7. Dentro del detalle del mensaje extraordinario será posible consultar tanto las <u>Creatividades</u> como los <u>Anexos</u> (Figura 17) y los Oficios (Figura 18).

1	Anexos	Creatividades			
Figura 17	Botones de A	nexos y Creatividades.			1
- 1000-14					
		No. averteet offic	CI ED IS SCICIOS	Describbility 44	244
Assund Annon	(ONMARC)	Tipa de Poblicat Tabate (nf.0)/co.	Nombre Het Decupente	Over a long when	rear
mesowear					

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.
- 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.

		Nombre de la Version	Estado de la Versió	(I)
2010	CREDITO PARA MIS PRODUCTOS 2	Europa Cooperativo	AUTORIZADA	
Solicitude	es Pendientes de 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 v el sistema desplegará el siguiente mensaje (Figura 3) para la confirmación del inicio siempre y cuando la versión no ga una solicitud ya creada.

CR	ear Solicituo	o de informe Finai	~
A	¿Desea crea de Avances	ar una Solicitud de Inf para la Versión Selec	orme Final cionada?

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.

> Coordinat	onra de Sector.	SILVETARIA DE	CONCINIA PROCEASES	ACIONAL OF PRANCIAMENT	O AL
	Calera Burleton	MACROEMPRESA	02		
+ Fecha	De Elaboración	30/09/2010			
+ Minister d	te ik Campalia:	CREDITO PARA	AS PRODUCTO	52	5
* Norsboe	the in Versious	Europe Coope	25+0		
· Objetivo de C	amunikación:	Secretaria de Tu BAR A CONDES CORRETURAS, P	LOS MODELO A2DS Y VENTI	N, PLANES Y PROCRAMAS, AS AJAS QUE TIENEN LOS FINANCI	COMO AMENTOS QUE
23	Nite a Albamean	CONDICIMENTO PROCESSAS DE	CREDITON OF LI	INAS ADRIPTOS. ON PRODUCTORES SOBRE LON. E OFFECE FINARIM	PLANES Y
	a Viperkiej	Marrie .			
* Pobl	ación Otláchiva,	9			
: + Cotlerit	ore Geografice	Alex W			
in de Medios a Ulitzan			_		
Televisions.	110000	A STREET		Compare Conserver	
Red inclinences				17	
		Freshington September	der Barrison die	Coline Research 1	det Fermini Martin Colum
District Editation on of D2.		p		0 0	
Diarios Editatios en los Estados		<u></u>		0 0	0
Resolution	-		_		
Medica de Difusión a Unitar	Crisper Gruper Deifers dar persiet	trans of Veperior	For the Vigothical	Formane de Mensaje	Muentrux de Maternates
Televisores	2.00				Culón Waat
Radinellinenas	6.05				C. Gillon
					eastendenico
Distance in the second se	1.00				C. WARKS
					(Deciety)
Shering Constructions	4.00				Contraction of the second seco
					The state
Model factorization previousland	0.00				E2 Guide Hastinfrieto
Medica improve internationits -	6.00				Bacato
Machas Poblicae	6.98				Cuida visasi Cuida radioficatio
Fre-Extingues	2.00				Contract Contract
Pent-Extension	. 444			and the second second	
Diction, Production, Trepraduction, Past- preduction y Copiedo	10.01			PUELICITATION	
TOTAL DE RECURSOS & EROCAR	30.05				
ave(at 617/\$1	-2601-7016-50	901.			
Weddes					
					M
zones para la Utilización de estos Medias?					
2223					
					<u>×</u>
	- AND		c:/#50265		Cancel

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

8. El sistema permite administrar las <u>Creatividades</u> mediante el botón

9. Para la administración de espacios programáticos se deberá pulsar el botón

10. El sistema mostrará la siguiente pantalla para la administración anexos (Televisoras, Radiodifusoras, Medios Impresos, Medios lementarios y de Servicios Publicitarios y Estudios) (Figura 5).

Anexos Anexos	TRACING TO A STREET
Feet and and a set of the set of	
> Dependencia/Entidad:	FIDEICOMISO DEL PROGRAMA NACIONAL DE FINANCIAMIENTO AL MICROEMPRESARIO
» Nombre de la Campaña :	CREDITO PARA MIS PRODUCTOS 2
> Versión:	Europa Cooperativo
r Vigencia:	Del 01 de Octubre de 2010 al 31 de Octubre de 2010
Fecha de Elaboración:	30/09/2010
i Resumen de Suficiencia Presupuestaria:	w. Ver
Anexo Televisuras Anexo Radiodiflusores	
· Anexo Mediox Impressos	
 Anexo Medios Complementarios 	
 Anexo Servicios Publicitarios y Estudios 	
	Regresar Cancelar
Notas Entidad / Coordinadora	



- 11. Para agregar o modificar notas de la Entidad o de Coordinadora de Sector se deberá dar clic sobre la sección de notas Motas Entidad Coordinadora
- 12. Para enviar el informe final de avances de versión para que sea evaluada se deberá pulsar el botón 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).

i Coordina i Depend i Nombre d	 Año Fistak Bimatter 						
+ Coordina + Depend + Nombre d		2010					
i Depend	oora de Sector:	SECRETARIA U	E ECONOMIA :				
> Nombre d	fencia/Entidad:	FIDEICOMISO D	H PROGRAMA	ACIONAL DE FIN	ANCIAMIEN	TO AL	
	e la Campaña :	CREDITO PARA	MIS PRODUCTO	5-2			
 Vigericia e 	le la Campaña:	Del 18 de Sept	tiembre de 2010	al 31 de Diciem	bre de 201	U	
+ Fecha	de Elaboración:	30/09/2010	ance				
a Nombre	e de la Versión:	Europa Cooper	rativo				
J. Vigencia de la Versión	de Campaña :	Del 01 de Oct	ubre de 2010 al	31 de Octubre d	e 2010		
+ CI	zve de Versidni	017/10-2001-	TC:6-10901	Ciriada V			
Evernisor(es):	ania coperante.	TRANCINGTO	ITO SEGURD 1 DE	CADA			
cretaría de Turismo							
Objetivo de Comunicación:							
FRECE FINAFIM PARA TENER MAS ADEPTOS.	S, ASI EDINO EDI	DEKTURAS, PLAZ	US T VENTAJAS I	QUE TIENEN LOS	PIPPANALIADA	EILIOS QUE	
Meta a Alcanzar:			nemana s				
DNOCIMIENTO DEL 90% DE LOS PRODUCTORES SOBRE	E LOS PLANES Y P	ROGRAMAS DE C	EREDITOS QUE O	FRECE FINAFIN			
i Cohert	ora Generatica	Man M					_
Fian de Medios a titilizar	ore oregrante	VEL T					-
Table 1, 1619, 1911 (2011) 2011 (2012) 2011 (2012) 2011 (2012) 2017				Presenter	ión del	Follow Mail In	Control Lon
				Form	ano:	Rence v	
				Supermento	Second	NEgro	Centrar
		(E.	P.	33	10
		1 Miniaelens	CONTRACTOR OF THE	1.1	H HC	12	
		1	Celonation 1	Eş		1	(E)
			Mulata a	Ei	18.	12	(B)
Medias de Diffición e Unitzar	Kettii 503 J Eropar	lman de	Fin de	Ei Farmatis Cart	Tatàlo	Musite	
Mérica de Odiralón e Utilizar	Xecur503.4 Erogar unites.de pesovi	lmicio de Viocilida	Fin de Vigentia	E) Fermate Cent	Tatalo	Mucatro	3 de 165
Médies de Diffisión e Utiliza: Feievporas	Ketursos a Erogar intes de provi	Imcas de vroetitie	Fin de Vigentia	EF	tatādo	Muestro Materio	- 4e its sual
Médias de Diffraión e Utilizar Felevipiqas Radiodificaores	Kectri 505 a Erugar titules de pesori U du 0.00	hnicso de Vioeticia	Fin de Videncia	E i	Tatado	Muestro Haterio Galde radiofónico	3 de ies sual
Médies de Diffraión e Utilizar Folovipopas Radiodiffraores Diatros Editados et al D.F.	Ketti 1505 A Erogaz intukek dit geteori 0.00 0.00	linco de Vigeticie	Fin de Vigencia	E‡	zatado (Muestro Haterio Galda radioránico Boceto	s de les
Médies de Diffición e Unificat Forvisionas Radiodificados Diatios Editados en el D.E. Diatios Editados en los Estados	Recent sols a freque multics de person U dur 0.00 0.00 0.00	Imca de Vioente	Fin de Videncia	Ei Farmátis Caint	tal.	Muestro Naterio Guida Fadiordinico Soceto Boceto	s de ies suai
Médies de Diffición e Unificat Forvisonas Radiodificados es Diatios Editados en los Estados Diarios Editados en los Estados ficulatas	Recent sols a freque a multic off press u tor 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00	Imcan de Vioeticae	Fin de Videncia	Ei Farmátis Carit	zatado (Mucetro Materio Guión v Guión radiorónico Boceto Boceto Boceto	s de ies suai
Michios de Diffición e Unitzar Februagoas Rabbodificaucas Diamos Editados es el D.5. Diamos Editados en los Estados Peyistias Medios Complementarios	Recent sols a program provide off provide off 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00	Innean de Vioentes	Fin de Videncia	Farmátis Carit	zatado :	Mucstro Nateria Guida v Guida ratiotónico Soceto Boceto Boceto Muestro	s de les sual
Mecles de Diffición e Unitzan Feltursonas Radiodificiores Diamas Editados en el DJ Diamas Editados en los Estados Picolitado Medios Complementanios Medios Complementanios	Receited a English Britisher de Britisher de	Imeas de Vroethike	Fin de Videncia	Ei Farmátis Carr	Talada (Mucstro Materio Gaida v Gaida Roceto Boceto Boceto Boceto Muestri Gaida	s de les sual
Medios Electrónicas Intermedionales	Receited a English Hubble (de peccos) 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00	Imeas de Vroedicke	Fin de Videncia	Ei Farmátis Carr	ratàite	Mucstro Materio Gaida v Gaida rediorólnico Soceto Boceto Boceto Roceco Muestri Gaida radiofónico	s de les suai
Minches de Coloradón e Utilizar Februsonas Radiodificaores Districs Editados en los Estados Districs Editedos en los Estados Revistas Medios Electrónicas Internacionales Medios Engressos Internacionales	Ketti 505 A Erogar ittuke 50k pessori 9 UV 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00	Imean de. Vioraticas	Fin de Vigencia	E)	ratădo	Mucettro Materia Guida rediotólico Boceto Boceto Muestri Guida rediotónico Boceto	s de les sulai
Medios Descriptions Internacionales Medios Engresos Internacionales Medios Engresos Internacionales Medios Engresos Internacionales	Kecursos A Fragar mules de pessor 9 do 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.	Imean de Viocalita	Film de Viciencia	E)	ratădo	Mucettro Materia Guida rediofólico Boceto Boceto Boceto Guida radiofónico Boceto Guida radiofónico	s de les isual
Medios Descriptions Internacionales Medios Internacionales Medios Internacionales Medios Internacionales Medios Internacionales Medios Internacionales	Kecursos A Fregar unues de peccos 9.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.0	Innexe de Vioestètes		E)	TRTARA .	Mucettro Materia Guida rettiofólico Boceto Boceto Boceto Guida radiofónico Boceto Guida radiofónico Boceto Guida radiofónico	scal
Medios Detroinistori e Utilizar Politypopas Residual/Lisocas Dianus Celtados en el D.5. Dianios Celécelos en los Estados Registas Medios Complementarios Medios Electrónicas forermacionales Medios Internacionales Medios Internacionales Medios Procesos	Kecursos A Brogar Unites de pecsos 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0	Innexe de Vioesticas		E)	Tatádo	Muestro Materia Guida v Guida rettorálico Boceto Boceto Boceto Guida radiofónico Boceto Guida radiofónico	sual
Medies de Diffición e Unifizar Pelevipopas Residuel/Lisocas Dianue Celtados en los Estados Residuel Medies Complementarios Medies Electrónicas Internacionales Medies Internacionales Medies Internacionales Medies Internacionales Medies Internacionales Medies Internacionales Diseño, Producción, Proproducción, Esga	Kccursos A Inges unues of 9.40 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00	Innexe de Vioesticke		Ei Fairmatio Count	TREASE VICIOS	Muchico Haterio Gnión v Gnión radiofónico Boceto Boceto Gaión v Gaión v Gaión radiofónico	s de les soal
Medies de Diffición e Unitzar Felevipopas Residuel/Lisocas Dianue Celtados en els Estados Residuel Medies Comptementarios Medies Comptementarios Medies Electrónicas Internacionales Medies Internacionales Medies Internacionales Medies Internacionales Medies Electrónicas Internacionales Medies Electrónicas Internacionales Medies Electrónicas Internacionales Medies Electrónicas Internacionales Medies Internacionales Diseñes Produces Internacionales Diseñes Produces Internacionales	Kccursos A Ingen United de pecision 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.00 0.	Innexe de Vioesticas		Ei Farmatis Court	VICIOS NOS.	Muestro Materia Guida v Guida rettorálico Boceto Boceto Guida radiofónico Boceto Guida radiofónico Boceto Guida radiofónico	s de les soal

Figura 6 Vista previa.

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).

Resultados	de Estudios
Registrar	
Consultar	

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).

Coordination de sector Construction d'Annuelle Construction d'Annuelle Construction de Constructi		in finance (120 VP)	140				
Aller de Solicitur Actual - salecone - Oriente -	A IN A HOLE CONTRACTOR AND	a sector	dinadors de	+ 500			
	NUMBER OF A DESCRIPTION OF A DESCRIPTION OF A DESCRIPTION	stantidad: you countrate it a sta	umoencia/	31.D			
Aller Scotter of Scotter and Scotter	-	nt Actual II. Seleccone -	de Solikitu	+ Hea			
Alia Section Control Tops de Switched Periode Comparis Alia Section Control of Control Contro Contro Contro Control Control Control Con	Dane - *	Partiller - Seleccione	19				
Alta Section	P914	e version selectione	stulo de le	5 E E			
Aller Socher in Unter de la Version de Campaña. Aller Socher Compaña Aller Socher Compaña Socher de La Version	páne –	Soffering Selectore	endiside la s	4 · 19			
Aller Maral Roche Stabilited Tage de Stabilited Particle Calculation de la Northere de Cancielle Austre de la Versien de Stabilite et Stabilitet de Cancielle Cancielle Cancielle Cancielle			and the second second second				
PEOPLETE CI CLUTCHICE -		Campasa:	iereinn de c	 Aumbre se las 			
Marcallana, D. Cettala, M. Sanakara, M. Sanakara, Marcallana, M. Sanakara, M. Sanakar M. Sanakara, M. Sa Kanakara, M. Sanakara, M. San Kanakara, M. Sanakara, M. Sanakara, M. Sanakara, M. Sanakara, M. Sanakarara, M. Sanakara, M. Sanakara, M. Sanakara, M. Sanakara	Election Statistics of the Annual An	Estimation Schementer La Schem	Particle	 Number de la v Tous de Schulzer 	and interest	Section.	A fee

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**.

 Alter Ball & 	2010			
 Coordinadora de Sector 	the second size is provided with	Sen ISHHHII M		
 Dependencia/Enricad 	Sector and the Sector	entreferent Sie		
» Tipo de Schicitud Actual	Alitorización	20		
- Familia	Selecskone	*		
a Estado de la Versión	RECISTRADA	28		
 Estado de la Solicitad 	CREADA	8		
 Nombre de la Versida de Campaña. 				
			allower a	Limpler

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).

				- 1913	nio Fridal)	03.0					
			+ Cou	dinedora	de Seu (un	manana	en la	CONSIGNATION OF THE PARTY OF THE			
			14 D	ip un dialite	аленалан	68 - US	dina.	e in mul en i			
			s Tipu	die Schild	tud Accest	Autorización		1			
					(H) Fartita:	- Seleccione					
			• E	stado de	ta Versión	RECISTEADA		3			
			> E4	tado de l	s Sollatud	EREADA		×1			
			 Nontineidelleit 	cernitan-d	e Campanes						
			1							water.	Umpicr ()
(100 F12Col)	a filling	trititian	two do Salirant	Parmin	Versió	In Extinc	ritud	Handling die Languagen	Homan de	te vanilori di upliAu	
20.0	Scontraint de Agrie, fuirt Se inférie Deses la Furel Peses y Al mentenze	CONTRICT NACIONAL OF SCONCULTURE Y HESCS	Acordacie	3761	ROBLOTRADA	CHENDA		VED X ST CANARIDHI CT	250.6		4
					n Re	a NA ()		*			

Figura 4 Resultados de la búsqueda filtrados.

SF Alto Focults	1011	
 Coerdinadora de Sector: 	MONITAL AND	
 Dependentsu/Enriktalin 	AND THE PARTY OF T	
». Tipo de Solicitud Actual	Empliación de vigencia	¥.
() Estilia	- Selectione	Ø
Estado de la Versión.	NUTORIZADA	×
 Estado de la Solicitad 	ACEPTADA CS	×
3 Nombre de lasVersilias de Campaña:		
		eus car
Na éa	ezek ze olkańca.	
Alig. Sealer Tethinel Turn de Schullent Parriel, Estador de Cincolt	i la Catallo de la munico de Co	manine Numbro da la Version da Composito

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.

 Resultados de Esta 	udid its Versión de Catibia	Han (1)	Eine I	
	 Nombre del Estud 	M 1		
	> Tiposie Exted	e - Helecciute	<u></u>	
•	Description del Docume	nt6:		
				Guardan
		No.exector routendos		

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.

Choose File to	Uploati			2 🛛
Lookini	🔁 resultados de estudios		0 7 12 13	
My Recent Documents Desktop	Compaña ESTUDIO DE MER Formato_de_Fresentacion	cADO 2008 .de_resultados_de_2010		
My Documents				
My Computer				
My Network Places	Fie name	nseriaion de mediados	. de 2010 💌	Open
	Flies of type: All Flies (*	5	-	Cancel

Figura 7 Se debe elegir un archivo.

7. Una vez que se eligió el archivo a adjuntar se deben I nar los demás campos del formulario de registro (Figura 8).

a Resultados de Estudio de Versión de Campaña a	la Pracantacion da rappitados de 2010 de Borea		
e Nombre del Estudio -	Estudio de Mercado 2010		
e Tibo:de Estudio -	Nockino 😸		
 Description del Docomento: 	A BROBERACIÓN V COMPRENSIÓN DE SUB MENBAJEN		
		Geordan	Limpiar.

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 regristro, 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.

		Registrar Resultados	de Estudio d	e Versión de Campaña	
wew	Toducide Estudio				
	r Secultation de	Estable de buisien de Campañ.		Room	-
		 humbre doi satudi: 			
		+ Description de Document	+i Seléccioné		
		Restriction del	feite de	Autor	nomiero dol locumone
BonhrodelEmufin	Tipo de Estudio				

Figura 9 Éxito en la operación de guardado.

S acueda un error :	ul procesar su solicitudi	
Registrar Resultation de	Estudio de Versión de Campaña	
a Résultados de Extildio de Versión de Campaña	litti montella.	
• Nombre del Esculie -	Data regularida.	
r Tipe de Estudio	- Selectione - 💌	
៖ Descripción del Documento:		Collecter) Complete

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).

Resultados	de Estudios
Registrar	= =
Consultar	

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 resul correspondientes al año fiscal en curso (Figura 12).

			E ADO UNEERS	1210			
		a Eper	linadora de sector	Incomenting Spectrum (terres (second a		
		1.00	nondoncia/Envidad:	CONTRACTOR AND	CONTRACTOR OF THE OWNER		
		() Tipe (IN Solicitud Actual:	+ Seleccione -	2		
			(Faction	- Seleccióne -			
		3 Es	Iudo de la Version	-Seidcolone	M		
		0.54	ado ca la Selizitori	- Selecciolie -	× .		
		 Nombre de la V 	estón de Campic/la:				
						90/12/2	1 Implar
Alter Actual Secretaria de	rescut	App a second	Partala Victoria	ic Is- e Selicited	No. of the Constraints	Bineze Humbers die La Van Champtona	limplar nulirojte:
Alte souther Hentil Secretaria de Secretaria de	CONTROL OF	tipo de Salación (Parenta Saladara Norma	hrta fetanha zerta. n Sinhistist	Norther Stationage in	Bunezz Rumberg die 1= V Gimmone	a dirote

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 pu el botón **Buscar** (Figura 13). Si se desea limpiar los filtros de búsqueda pulsar el botón **Limpiar**.

· any Fall	2010			
 Doordinationa de Sector: 	Security is however the states	A DELEVITOR IN CALL		
> Dependencia/Entitad	Children a pre-tip	1.906.21		
 lipo de solicitud Actual; 	Autorizaidiöti	16-		
a Partilla	- Seleccione -	8		
y Estado de la Vervion	4EDISTRADA	(40		
 Estado de la Solicitad 	CREADA	14 A		
» Nombre de la Versión de Campada;				
			Buccur	(Amriera)

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).

				59	no Forst 1	21.0			
	 Coordinadora de Sector: 				de Sector: 1	NATION NEWSTATION	Constants Owner-City III		
			14 D	epondanic	ALXEN GALAND	a - 1124 (m	R P. M. G. Brink		
			s Tipo	de Salui	ind Actual a	ntonzación	×		
					(w) Fartida:	Seleccione	2		
			- 3	stado de	ta Versión R	IC STEADA			
			> Es	faño de l	Solicitud" E	READA	×		
			 Nombreide IA. 	cernina-di	e Caltinalis				
4.66		Name of		Constant,	Examination	la Dirició de la		Harder Ar by Version	Umpion
Files	Parent	Entimad	The de Selorand	Tamic	Versión	Satimud		Califythau	
36.5	Sectoraria de Actioulture Sanateria Desantalo Eurol Pesca y Al mentative	CONDUCTION NACIONALIOE SCONCULTURA Y RESCA	Accretecia	3701	EDELDTRADA	CACADA,	VERK OF CANARDINES	2516	41

Figura 14 Resultados de la búsqueda filtrados.

19 Alio Escal 9	1011	
 Coerdinadora de Sector; 	Leonard at Constant Cardon Contractor	
* Dependentia/Entitial/	NAME AD AND S ADDRESS (17 MAR)	
» Tipe de Solicituit Actual	Empliación de Jegenzie	M
'n Ebrinia	- Seleccione -	9
 Estado de la Versión. 	N/TORIZADA	意
 Estado de la Solicitod 	ACEPTADA CS	×
3 Nombre de lasVersiónsde Campaña:		
		wuxdar Limmar
Ka 🕫	htel excitation	
Allo Sealer Tuttinel Turr de Schulled Particle de Version	t la Catallo de la Mundovalle Co	Concession Measure de la Versition des Etimologies

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.

	• Resultate vde	Fstudin de Version de Company i Numbre del Estudio > Tipo de Estudio 2 Descripción del Docimento	i i i Tellac cione i	Triste P	Cimite	Lingur
wondbrei del Escudio Estudio de Heiserdo 2010	Too No.Excutin	Description det Description Controller As information Controller As information Controller Control as section Astrophysical as a section Astrophysical as a section Astrophysical as a section Based resolution as a Instance as a section Instance as a section as a Instance as a section as a section as a section as a Instance as a section as a section as a section as a Instance as a section as a section as a section as a Instance as a section as a section as a section as a section as a Instance as a section as a secti	Proclamities Crease Vin	entiticed 02 capacitation	Numbro (h) Goolmento almiente Estalosto de HBRO/ICO 3004-18	×
			Aguna y sa			

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		3
🛕 ¿Confirma la elin	ninación?	
		2

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 N_0 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).

				1 435	Histail 77110			1			
			5 Corr	ellinators de l	Sector	nit because in a	INCOMENCIES.				
			*.b	e sonsencia a	otifal: conv	Distancial Inc.	CESCURIAN PRO				
			- Tipo	do Salicited	Actual - Sele	ocione ~ 1					
				1.1	ATD AL SIN	widibile)		RÍ			
			(6.8	STATE OF La V	Arrenten - Sele	odibile -		-			
			1.5	sann ife fa Su	ninimufi - Sele	coone -		21			
			+ 50 + Nomble de la 1	auto de la Sa Perifós de Ca	minimufi) — Sele minimu	codne –		1			
22,	WATER /	Cadattani	E Sombre de la S	outo ife la Se versión de Ca	electrical — Salle encolositat	ccone -	Northin Acts	9) (Timbre de la Te	8 (US	

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.

 Alig Falls 	2010			
 Coordinadora de Sector 	the second life hypercellul con-	Gen ISLEELIT M		
 Dependencia/Enricad 	States and part of some	a-Talanti Shi		
> Tipo de Sphottud Actual	Alitorización			
v Farrida	Selecskone	*		
a Estado de la Versión	RECISTRADA	20		
= Estado de la Solicitod	CREADA	1		
 Nombre de la Versida de Campaña; 				
			(Bowen	(Mender)

Figura 3 Formulario de búsqueda en Consultar 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).

				5.2	nn Ficel 1	(21.4)			
			+ Cou	dinadora	de Seç (m:	NRIGHT-NEEDING	Caucine Onlands (0)		
			+ Di	iji e bite i	ia/Envidant	이 온 비가지() 전	R. M. H. H. H. H.		
			3 Tipo	de Salità	tus Actual	Suborización	×		
					DO STATE	Salescone -	W		
			1.4	stado de	la versión: ,	acisteitään.	*		
			17.83	tada de la	Solicitudi o	MEADA	M		
			 Nombrelifelia V 	ensRox di	е Сатораћа:				
A.66	2.0.	1 1000-0		and a large	Estado da	lin Hittiös de ta		Numbers de la Valua	(linger)
LHOU	Colorador da	U ANDRESS	Example Sales and	incontrol of	Versein	SUCCEDE	These States and Sand	Caring -	_
zirin	Arriel Burn, Garonieria Desarro bi Rinal Peera o Al mentación	CONDITION NECTORAL DE NECTORAL DE NECTORES AND REFER	Arrented	7701	enisionalini	717454	what hit manakelis na	7417	48
					111	u 1 de 1 💽	2		

Figura 4 Resultados de la búsqueda filtrados.

i F Añu Fa	2011	1	
 Coerdinadora de Se 	tor: Lecteraria al Agendaria. Con	Cadana On and Id	
* Dependensaten	enni konstructione et di	LINE AND A DECK	
+ Tipo de Solicitud Ac	taal' Ampliación de rigentrie	M	
) (B)	tital - Selectione -	6	
 Es tado de la Ver 	ION HUTORIZADA	8	
 Extado de la Selic 	ACEPTADA CE	×	
3 Nomber de fielderder Genj	aile:		
			eoscar Umonar
	ada de la Calenda de la		Resulting the In Decision dec
Fitter Perfor Tuttine Tuttine Performed Performed	easing Sector	Hundrou de Centuries	Campain

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).

Manuface etci Defaultio	Tips de Schulin	Description del Discussione	Certa da Covarión	A050	Non-treates Doctorente
Estudio de Monando 2010	Dashing .	ochoode és mines de exertación de secona danas de convinciación de sécona distribución testificas Los Elementos del Aución que infruendo de Aución que infruendo de Aución que presentas de Aución de Sus unensantes de Aución de Sus unensantes de Sus	2815947200	(est duc 42 cotaciteidón:	FortHSBL_SE_THEORYDOIDM_dS_r6s
Harrison and the second second		too) 💽 Paena	T. 24 T 🚺 🚺		
Figur	ra 6 Listado de Res	ultados de Estudio dis _l	ponibles.		
		No. en stat i	ing prog		
number del Capita	Tipe (In Extentio	Description del Documento	Eerin de Dearthe	Autor	Rentize del Doramento
Betropper					

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.

Error	36
A Debe elegir un resultado de estudio	
	Aceptar

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).

1	Versión/Mensaje:	EL TURISMO SE RECUPERA	1
	Vigencia:	Del 03 de Febrero de 2010 al 11 2010	de Marzo de
	Creatividad .:		Erowse
	Nombre 🕾		
	Descripción:	Piede escribir hasta 700 caracteresii:	Limpiar
	No.s	e encontró información	
Eecha/Mora	Nombre	Descripci	ón 👘
			Descargar
Figura 1 P	antalla principal	para la Administración de	des.

/

3. Para registrar una Creatividad será necesario adjuntar el archivo de la Creatividad, para ello se de 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 de 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.

Versión/Mensaje;	EL TURISMO SE RECUPERA
Vigencia:	Del 03 de Febrero de 2010 al 11 de Marzo de 2010
Creatividad 😒	ires\Sample Pictures\Turismo_recupera.jpg Browse
Nombre *:	Pancarta "El turismo se recupera" 2010
Descripción:	Punde escribe hasta 700 caracteres) 595
	Imagen con las acciones representativas para la realización de "El turismo se recupera" del año fiscal 2010.
	Guardar

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 fu	ie procesada exitosame	nte.			
	Versión/Mensaje:	EL TURISMO	SE RECUPERA		
	Vigencia:	Del 03 de i 2010	Febrero de 2010	al 11 de Mari	zo de
	Creatividad -:				Browse
	Nombre *:	1			1
	Descripción:	Guede escibir h	asta 200 caracteresi	-	
					đ X
			Gua	dar) L	Impiar
Fecha/Mora	Nombre		Des	cripción	
29/09/2010 10:48:55	Pancarta "El turismo se 2010	recupera*	Imagen con las representativos de "El turiamo s fiscal 2010.	acciones para la realiza e recupera" da	ción 💥 Laño
	«	Página 1 c	le 1 💽	30	
				De	scargar

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 Des cargar 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 Des cargar el sistema enviará un error (Figura 6).



Figura 5 Descargar una Creatividad

Error	к
🛕 Debe elegir una creatividad	
	Aceptan
	16

Figura 6 Error al descargar sin haber seleccionado alg a Creatividad

Eliminar Creatividades

1. Para poder eliminar Creatividades será necesario pu

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).

Version/Mensale: FLTURISM	O SE RECUPERA
Vigencia: Del 03 de 2010	Febrero de 2010 al 11 de Marzo de
Creatividad -:	Browse
Nombre *:	
Descripción: _{duelle escala}	Name 7007 caractorest
No se encontró	Información
Fecha/Hora Nombre	Descripción
	Destargar

3. Para eliminar una Creatividad será necesario pulsar sobre el botón side la Creatividad que se desee eliminar, el sistema mostrará un diálogo confirmación para la eliminación (Figura 2).

Confirmar		*
🖞 ¿Desea eliminar la creatividad sele	ocionada?	

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 nformación 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.

 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).

File Download
Do you want to open or save this file?
Name: Turismo_recupera.jpg Type: JPEG Image From: localhost Open Save Cancel
While files from the internet can be useful some files can potentially harm your computer. If you do not trust the source, do not open or save this file. What's the rak?

Figura 2 Descargar un Creatividad.

Error	к
A Debe elegir una creatividad	
	Aceptar

Figura 3 Error al descargar sin haber seleccionado alg a 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).
| Versi | ión/Mensaje: EL TURISMO S
Vigencia: Del 03 de Fe
Marzo de 201 | ERECUPERA
brero de 2010 al 11 de
O |
|---------------------|---|--|
| Fecha/Hora | Nombro | Descripción |
| 30/09/2010 10:00:02 | Pancarta "El turismo se
recupera" 2010 | Imagen con las acciones
representativas para la
realización da "El tunismo
se recupera" del año fiscal
2010. |
| 30/09/2010 10:00:02 | recupera" 2010 | realización de lei turiamo
se recuperal del año fisca
2010. |
| | 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.

Nombre del mensaje extraordinario:	EL TURISMO SE RECUPERA
V gencia del mensaje extraord narlo:	Del 03 de Febrero de 2010 el 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 TURISINO CONTRIBUYE A LA ECONOMIA DEL PAIS
Meta a alcanzar:	AUMENTAR EL FLUIO DE TURISTAS NACIONALES EN UN 30% Y EN UN 10% LOS EMPLEOS DE
Clasificación del mensaje	Rendición de cuentas
Coemisor(es)	PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
oblación objetivo prima	ia
- Sexo:	Mujeres y Hombres
- Población:	Urbana y Rura
- Edad	25 34, 35 11, 15 61 años
- NSE(Nivel Socio Económico):	AU (1) (5,10)
- Caracteristicas especificas:	HOMBRES Y MULERES EN GENERAL QUE ESTEN INFORMADOS SOBRE LA RECUPERACIÓN DEL

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).

+ Woles Entered Correlandore	
* Motes EGAT	

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).

- LANDOR	
+ Connection on Provident III-	Econ tar notas
	C Aunster:
15 de cincartas en regiones	
- Am collaria	Sillor -

Figura 2 Campo de Captura y listado de Notas.

3. Para registrar una nueva nota se debe proporcionar la sobre el campo Comentario y pulsar el botón **Guardar** (Figura 3 y 4).

correspondiente

- Nous band	
Carrientario::	Erportar notas
E presupuesto anusi es menor el solacitado en el año liscal arterior.	2
	Guardar
No se encontration rapistics	
Contectors	Fdilar

Figura 3 Registro de una nueva Nota.

NASTORE .	
> Comentanov:	Exportar notas 👸
	Support
Contributorija	Elime
> Jefe de Depertamento 05 Capacitación - Jefe de Deportemento 30 Esptiendos - 2010/17/15/30 hra El presupuesto anual es menor al policidado en al año focal anterior.	d.



4. Para modificar una Nota se debe pulsar sobre el botón ditar 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).

(THE MER	
Comentarion Demonstration	Espontar nutica 👸
El presupuesto enuel es menor al sólicitado en al año fisical anterior.	1
	Gijidar
Comentario	Editor
 Jefe de Departamente 65 Capacitación - Jefe de Departamento Creada Septembre - 2010 (17.15.30 hre E presupuesto anual es menor al cólicitado en el año fiscal ortentor. 	

Figura 5 Modificación de una Nota

Name 1991	
S Écritesitario:	Esportal notas
	- Culardar
Commitaria	Editor
) Jefe de Departamento 05 Capacitación - Jefe de Departamento 30 - Sectembre - 2010 (7:20:53 hrs.) El presipiesto ancal es menor el solutidad en el año fisual anterio, por lo que se decemma que debe proceder el r 	Aztualizada

Figura 6 Nota actualizada en el sistema.