**ANEXO 1:** DATOS GENERALES

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| A)Nombre del programa/proyecto/servicio/campaña | | | | **Propuesta de aprovechamiento de espacios en mercados municipales.** | | | | | | Eje | |  | |
| B) Dirección o Área Responsable | | | | Dirección del Espacio Público. | | | | | | Estrategia | |  | |
| C) Problemática que atiende la propuesta | | | | La falta de espacios de sub abasto, que obliga a comerciantes a desplazarse a lugares de abasto distantes a sus comunidades. | | | | | | Línea de Acción | |  | |
| No. de PP Especial | |  | |
| D) Ubicación Geográfica / Cobertura de Colonias | | | | Colonia Las Juntas, Santa Anita y Las Huertas. | | | | | | Indicador ASE | |  | |
| ZAP | |  | |
| E) Nombre del Enlace o Responsable | | | | Arq. Martha Margarita Sánchez Romo. | | | | | | Vinc al PND | |  | |
| F) Objetivo específico | | | | Evitar pérdida de tiempo en transporte a centros de abastos fuera de su vecindad. Además de contar con productos de mejor calidad. | | | | | | Vinc al PED | |  | |
| Vinc al PMetD | |  | |
| G) Perfil de la población atendida o beneficiarios | | | | Los comerciantes y vecinos de dichos mercados. | | | | | | | | | |
| H) Tipo de propuesta | | | | | J) No de Beneficiarios | | K) Fecha de Inicio | | | Fecha de Cierre | | | |
| Programa | Campaña | Servicio | Proyecto | | Hombres | Mujeres | 01 enero 2017 | | | 31 diciembre 2017 | | | |
|  |  |  | X | |  |  | Fed | Edo | Mpio | X | x | | x |
| I) Monto total estimado | | | 10,000,000 | | Fuente de financiamiento | |  |  |  |  |  | |  |

**ANEXO 2:** OPERACIÓN DE LA PROPUESTA

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| A)Actividades a realizar para la obtención del producto esperado | - Visitar mercados, para detectar espacios aprovechables.  - Realizar levantamientos.  - Realizar propuesta de proyectos.  - Solicitar presupuesto.  -Asignar obras. | | | | | | | | | | | | | |
| B) Principal producto esperado (base para el establecimiento de metas) | Atención a las necesidades prioritarias, que permitan mejorar el servicio a comerciantes y usuarios. | | | | | | | | | | | | | |
| Indicador de Resultados vinculado al PMD según Línea de Acción |  | | | | | | | | | | | | | |
| Indicador vinculado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible |  | | | | | | | | | | | | | |
| Alcance | Corto Plazo | | | Mediano Plazo | | | | | | | Largo Plazo | | | |
|  | | | X | | | | | | | X | | | |
| C) Valor Inicial de la Meta | Valor final de la Meta | | | | | |  | | | | | | | |
| 80% | 100% | | | | | |
| Clave de presupuesto determinada en Finanzas para la etiquetación de recursos | | | | | | |  | | | | | | | |
| Cronograma Anual de Actividades | | | | | | | | | | | | | | |
| D) Actividades a realizar para la obtención del producto esperado | ENE | FEB | MAR | | ABR | MAY | | JUN | JUL | AGS | SEP | OCT | NOV | DIC |
| Visitar mercados, para detectar espacios aprovechables |  | X |  | |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |
| Realizar levantamientos. |  | X |  | |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |
| Realizar propuesta de proyectos. |  |  | X | |  |  | |  |  |  |  |  |  |  |
| Solicitar presupuesto. |  |  | X | | X |  | |  |  |  |  |  |  |  |
| Asignar obras. |  |  |  | |  | X | |  |  |  |  |  |  |  |

*Elaborado por: DGPP / PP / PLV*