SAGARPA SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN	**ANEXO XIII** **Estructura para la Presentación de Proyectos de Promoción Comercial**	ASERCA Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

Instrucciones:
Los solicitantes realizarán los proyectos observando la Estructura que se define en este Anexo. En caso de que alguno de los puntos no aplique para algún proyecto en específico no será necesario incluirlo.
Estructura

I. Introducción

1.1 Nombre del proyecto.

1.2 Producto a promover.

1.3 Objeto General del proyecto.

II. Antecedentes

2.1 Breve descripción del Solicitante.

2.2 Información detallada sobre los resultados obtenidos en la ejecución de apoyos recibidos en años anteriores. (Aprobados por la Instancia Ejecutora. En los casos que se solicite la continuidad de apoyos otorgados en años anteriores deberán justificar la continuidad y el nuevo alcance de impacto de los resultados esperados).

III. Situación del mercado.

3.1 Valor económico. (Evolución del valor y volumen de la producción, consumo, precios, balanza comercial del producto, análisis costo-beneficio).

3.2 Análisis FODA (Fuerzas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) del mercado.

IV. Cadena Productiva.

4.1 Información básica del (os) producto (s). (Propiedades/características generales del producto).

4.2 Descripción de la cadena productiva. (Explicar cada uno de los eslabones que integran la cadena productiva dando valor agregado al producto, incluir organigrama, así mismo se deberá destacar cómo la elaboración del proyecto beneficiará a la Cadena Productiva).

4.3 Valor social. (Personal empleado directa e indirectamente en la cadena productiva).

4.4 Problemática. (Argumentar los obstáculos que limitan el consumo, o comercialización del producto agropecuario en cuestión así como, en su caso, el fortalecimiento y consolidación de la oferta).

V. Concepto de Incentivo.

5.1 Concepto (s) de Incentivo (s) Solicitado (s). (Conforme al Título Segundo, Capítulo II, Sección I de las Reglas de Operación).

5.2 Desarrollo de estrategia. (Descripción detallada de las actividades que se implementarán para el cumplimiento de objetivos y metas, así como localización y descripción específica de donde se llevará a cabo el proyecto).

5.3 Mercado Objetivo. (A quién va dirigida la estrategia (segmentación de target)).

5.4 Objetivos. (Deberán ser cualitativos. Buscará identificar la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos para dar cumplimiento a los propósitos del proyecto. El objetivo debe responder a las preguntas "qué" y "para qué". Los objetivos serán concretos, viables y relevantes).

5.5 Metas. (Deberán ser cuantitativas. Consiste en el establecimiento de resultados medibles y realizables durante la vigencia del proyecto).

5.6 Indicadores. (Deben ser los medidores del cumplimiento cabal del alcance de los objetivos y metas, deben ser cuantificables, entendibles, confiables, precisos y exactos.*[1] Excepto para el tipo de apoyo denominado “Herramientas de información” en su apartado “Estudios y diagnósticos comerciales de mercados nacional y/o internacional”).

5.7 Entregables. (Elementos físicos que permitan comprobar la realización de las actividades: ej. Fotos, cd’s, videos, material promocional, listados, etc.)

5.8 Calendario de ejecución de las acciones.

Ejemplo:

ACTIVIDAD	**MES DE ACTIVIDAD**								
	#	**#**	**#**	**#**	**#**	**#**	**#**	**#**	**#**

5.9 Cuadro de gastos desglosado por actividad. (Costo unitario y costo total diferenciando la aportación privada de la federal).

Ejemplo:

CONCEPTO	**CANTIDAD**	**COSTO UNITARIO**	**TOTAL**	**FEDERAL**	**ESTATAL MUNICIPAL**	**PRIVADA**
		$	$	$		$
		$	$	$		$
Total			$	$	$	

Anexar al menos tres cotizaciones firmadas y que contemplen datos de contacto de los proveedores de servicios y justificación de la selección del proveedor, en base a estrategia comercial o en su defecto justificar la continuación del proveedor seleccionado en años anteriores.

5.10 Calendario de ejecución de recursos.

Ejemplo:

DESGLOSE DE ACTIVIDADES	TIPO DE APORTACION	MONTO	EJERCICIO MENSUAL						
			#	#	#	#	#	#	#
Concepto de Incentivo:									
	Federal	$							
	Privada	$							
	Estatal/Municipal	$							
Monto Total Federal		$							
Monto Total Privado		$							
Monto Total		$							

5.11 Cuadro de aportaciones de los recursos.

Ejemplo:

#	CONCEPTO DE INCENTIVO	TIPO DE APORTACION	MONTO	%	% TOTAL
		Federal	$	%	%
		Privada Estatal/Municipal	$ $	% %	
Total de Aportación Federal			$		%
Total de Aportación Privada			$		%
Total de Aportación Estatal /Municipal					
Total del proyecto			$		%

VI. Seguimiento

Al término del proyecto y en la entrega del informe final de resultados, el beneficiario deberá incluir un apartado de “Conclusiones” en el que indicará resultados obtenidos del proyecto como: medición en la variación de ventas, acuerdos comerciales logrados y su seguimiento, ingreso a nuevos nichos de mercado o cualquier otro logro obtenido a través del proyecto.

Lo anterior podrá sustentarse a través de reportes emitidos por los beneficiarios directos, minutas de trabajo, intenciones de compra, pedimento, estadísticas o cualquier instrumento que el beneficiario haya implementado para obtener dichos resultados, reflejados en pesos o volumen.

*Nota[1]: Para el concepto de incentivo de Campañas Genéricas de Promoción Nacional y/o Internacional de Productos del Sector Agroalimentario deberán ser indicadores (*fórmulas*) que midan el cambio en el entorno pretendido a corto y/o mediano plazo contra las condiciones iniciales.

*Nota[2]: Es necesario incluir todas y cada una de las fuentes de donde se obtengan datos oficiales.

*Nota[3]: Los proyectos deberán ser presentados en hojas membretadas del solicitante, debidamente firmado y rubricado en cada una de sus hojas por el solicitante, del (los) Representante (s) o Apoderado (s) Legal (es).

***“**Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa”*