

# SAGARPA

SECRETARÍA DE AGRICULTURA,  
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,  
PESCA Y ALIMENTACIÓN



## Informe de Resultados al Segundo Trimestre Ejercicio Fiscal 2015



Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a  
las Exportaciones



**ASERCA**  
Agencia de Servicios a la  
Comercialización y Desarrollo  
de Mercados Agropecuarios

**PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS****Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones****Índice**

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>02</b>
<b>1. ANTECEDENTES</b>	<b>-03</b>
<b>2. POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>-06</b>
<b>3. MARCO NORMATIVO</b>	<b>-09</b>
<b>4. PRESUPUESTO</b>	<b>-11</b>
<b>5. RESULTADOS DE OPERACIÓN</b>	<b>-14</b>
<b>7. MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS (MIR - 2015)</b>	<b>20</b>
<b>8 DIRECTORIO DE FUNCIONARIOS</b>	<b>-35</b>

## PRESENTACIÓN

EL CAMPO ES UN SECTOR ESTRATÉGICO, A CAUSA DE SU POTENCIAL PARA REDUCIR LA POBREZA E INCIDIR SOBRE EL DESARROLLO REGIONAL. DE CARA AL SIGLO XXI, EL SECTOR AGRÍCOLA PRESENTA MUCHAS OPORTUNIDADES PARA FORTALECERSE. SE REQUIERE IMPULSAR UNA ESTRATEGIA PARA CONSTRUIR EL NUEVO ROSTRO DEL CAMPO Y DEL SECTOR AGROALIMENTARIO, CON UN ENFOQUE DE PRODUCTIVIDAD, RENTABILIDAD Y COMPETITIVIDAD, QUE TAMBIÉN SEA INCLUYENTE E INCORPORA EL MANEJO SUSTENTABLE DE LOS RECURSOS NATURALES.

DERIVADO DE LO ANTERIOR, EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013-2018 ESTABLECE COMO META, UN MÉXICO PRÓSPERO ORIENTADO A INCREMENTAR Y DEMOCRATIZAR LA PRODUCTIVIDAD DE NUESTRA ECONOMÍA, CON UN ENFOQUE QUE PERMITA UN ACCESO GLOBAL A LOS FACTORES DE LA PRODUCCIÓN. ES DECIR, LA PRESENTE ADMINISTRACIÓN BUSCARÁ ELIMINAR TRABAS QUE LIMITEN LA CAPACIDAD DE TODOS LOS MEXICANOS PARA DESARROLLAR SUS ACTIVIDADES CON MEJORES RESULTADOS.

ATRAVÉS DE UN FOMENTO ECONÓMICO MODERNO, TAMBIÉN SE BUSCARÁ CONSTRUIR UN SECTOR AGROPECUARIO Y PESQUERO PRODUCTIVO QUE GARANTICE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA DEL PAÍS. ESTO IMPLICA IMPULSAR AL SECTOR MEDIANTE INVERSIÓN EN DESARROLLO DE CAPITAL FÍSICO Y HUMANO. ADEMÁS, ES NECESARIO FOMENTAR MODELOS DE ASOCIACIÓN QUE APROVECHEN ECONOMÍAS DE ESCALA Y GENEREN VALOR AGREGADO, ASÍ COMO OTORGAR CERTIDUMBRE EN LA ACTIVIDAD AGROALIMENTARIA MEDIANTE MECANISMOS DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS. ASIMISMO, SE DEBERÁ INCENTIVAR EL APROVECHAMIENTO SUSTENTABLE DE LOS RECURSOS NATURALES DEL PAÍS.

PARA EL LOGRO DE LAS ESTRATEGIAS PLANTEADAS, EL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS CONTEMPLA COMO OBJETIVO CONTRIBUIR A MANTENER O MEJORAR EL INGRESO DE LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y PESQUEROS A TRAVÉS DE BRINDAR CERTIDUMBRE EN LA COMERCIALIZACIÓN, INCENTIVÁNDOLOS A COMERCIALIZAR SU PRODUCCIÓN CON CERTIDUMBRE EN LOS MERCADOS.

ASERCA, PRESENTA EL DOCUMENTO CORRESPONDIENTE AL INFORME DEL TERCER TRIMESTRE DEL EJERCICIO FISCAL 2014 DEL PROGRAMA SUSTANTIVO DE LA INSTITUCIÓN DENOMINADO PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS EN SU COMPONENTE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES, EL CUAL REFLEJA LOS RESULTADOS PRINCIPALES DEL COMPONENTE, FERIAS COMERCIALES NACIONALES, FERIAS NACIONALES INTERNACIONALES, VALOR AGREGADO, MISIONES COMERCIALES, PROMOCIÓN COMERCIAL INCLUYENDO LOS INDICADORES DERIVADOS TANTO DE LAS REGLAS DE OPERACIÓN COMO DE LA MATRIZ DE INDICADORES DE RESULTADOS, CON EL PROPÓSITO DE REALIZAR UNA MEDICIÓN PUNTUAL DE LOS AVANCES OPERACIONALES.

LO ANTERIOR, A EFECTO DE SOMETER A LA CONSIDERACIÓN DE LA H. CÁMARA DE DIPUTADOS, DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, DE LA SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA, DEL CONSEJO NACIONAL DE EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA DE DESARROLLO SOCIAL Y DE CUALQUIER AGENTE INTERESADO EN SU CONSULTA, OBSERVACIÓN Y SEGUIMIENTO.

## ANTECEDENTES

HASTA 1988, EL GOBIERNO MEXICANO INSTRUMENTÓ UNA POLÍTICA DE PRECIOS AGRÍCOLAS BASADA EN ESQUEMAS DE ECONOMÍA CERRADA, EN DONDE LAS IMPORTACIONES ERAN REALIZADAS POR LA COMPAÑÍA NACIONAL DE SUBSISTENCIAS POPULARES (CONASUPO), O BIEN, A TRAVÉS DE PERMISOS DE IMPORTACIÓN.

BAJO LA ESTRATEGIA DE APERTURA COMERCIAL Y DE RETIRO DEL ESTADO DE LAS ACTIVIDADES PRODUCTIVAS, SE CONSIDERÓ QUE EL ESQUEMA DE PRECIOS DE GARANTÍA CONJUNTAMENTE CON LAS RESTRICCIONES A LA IMPORTACIÓN DE GRANOS Y OLEAGINOSAS, CONSTITUÍAN ELEMENTOS QUE OBSTACULIZABAN DE MANERA IMPORTANTE LA EFICIENCIA ECONÓMICA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN AGRÍCOLA.

PARA INSTRUMENTAR ESTE ESQUEMA DE TRANSICIÓN, EL GOBIERNO MEXICANO DECIDE CREAR UN NUEVO ÓRGANO ADMINISTRATIVO DESCONCENTRADO DE LA ENTONCES SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS, DENOMINADO APOYOS Y SERVICIOS A LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA (ASERCA).

EN VIRTUD DE LO ANTERIOR, EL 16 DE ABRIL DE 1991 SE PUBLICÓ EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (DOF) EL DECRETO POR EL QUE SE CREA “APOYOS Y SERVICIOS A LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA” (ASERCA), COMO ÓRGANO ADMINISTRATIVO DESCONCENTRADO DE LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y RECURSOS HIDRÁULICOS, EL QUE TENDRÍA POR OBJETO APOYAR LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS.



EN ESTE CONTEXTO, ASERCA SE ORIENTÓ A APOYAR A LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y A RESOLVER PROBLEMÁTICAS ESPECÍFICAS DE COMERCIALIZACIÓN, MANTENIENDO COMO REFERENCIA EL LIBRE MERCADO, EN UN PROCESO EN DONDE LOS PRODUCTORES REALIZARAN DIRECTAMENTE LA VENTA DE SU PRODUCTO, YA QUE ASERCA NO CUENTA CON FACULTADES PARA COMPRAR O VENDER COSECHAS.

EL 25 DE ABRIL DE 2012 SE PUBLICÓ EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN (DOF) EL REGLAMENTO INTERIOR DE LA SAGARPA, QUE EN SU ARTÍCULO SEGUNDO TRANSITORIO, ABROGÓ EL ANTERIOR REGLAMENTO INTERIOR DE LA DEPENDENCIA PUBLICADO EN EL 21 DE JULIO DE 2001 Y REFORMADO EL 15 DE NOVIEMBRE DE 2006 Y EL 31 DE JULIO DE 20



EN DICHO REGLAMENTO INTERIOR, EN EL ARTÍCULO 2, APARTADO D, FRACCIÓN I, SE INCLUYE COMO ÓRGANO ADMINISTRATIVO DESCONCENTRADO DE LA SAGARPA A LA “AGENCIA DE SERVICIOS A LA COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS AGROPECUARIOS”, SUSTITUYENDO EL DE “APOYOS Y SERVICIOS A LA COMERCIALIZACIÓN AGROPECUARIA”.

LA PROBLEMÁTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS EN MÉXICO SE EXPRESA, ENTRE OTRAS SITUACIONES, EN LA PRODUCCIÓN DE EXCEDENTES COMERCIALIZABLES ESTACIONALES, PRINCIPALMENTE DE GRANOS Y OLEAGINOSAS, ORIGINADOS POR LAS CARACTERÍSTICAS PROPIAS DE LA AGRICULTURA, PARTICULARMENTE LOS TIEMPOS DE LOS CICLOS VEGETATIVOS POR LO QUE LAS COSECHAS RECURRENTEMENTE SE OBTIENEN EN UN PERIODO CORTO, CUYA MAGNITUD REBASA LA CAPACIDAD DE ADQUISICIÓN Y DE CONSUMO DE LOS COMPRADORES, CONSUMO QUE NORMALMENTE ES ESTABLE A LO LARGO DEL AÑO, OCASIONANDO CON ELLO



EL IMPACTO A LA BAJA EN LOS PRECIOS PAGADOS A LOS PRODUCTORES. LOS AGENTES ECONÓMICOS PARTICIPANTES EN EL CIRCUITO COMERCIAL DE MÁS DE LA MITAD DE LOS VOLÚMENES PRODUCIDOS Y COMERCIALIZADOS EN EL PAÍS, SON UN NÚMERO REDUCIDO DE GRANDES PRODUCTORES Y COMPRADORES COMERCIALES; Y LOS VOLÚMENES RESTANTES SE ENCUENTRAN PULVERIZADOS EN UN NÚMERO MAYORITARIO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES.

POR OTRA PARTE, LAS CIRCUNSTANCIAS NATURALES DE LA AGRICULTURA (SUELO, CLIMA, PRECIPITACIÓN, DISPONIBILIDAD DE AGUA PARA RIEGO, TEMPERATURA, HUMEDAD, ETC.) NO SON LA CAUSA ÚNICA DE LA NO CORRESPONDENCIA ENTRE LA PRODUCCIÓN NACIONAL Y LA DEMANDA DE GRANOS Y OLEAGINOSAS Y DE SUS EFECTOS NEGATIVOS EN LOS PRECIOS DEL MERCADO, EXISTEN OTRAS CAUSAS COMO LA FALTA DE ORGANIZACIÓN, CAPACITACIÓN, ACCESO A LA INFORMACIÓN COMERCIAL EN TIEMPO REAL Y A LAS TECNOLOGÍAS DE ÚLTIMA GENERACIÓN, LO QUE AUNADO A LA FALTA DE PLANEACIÓN DE LA PRODUCCIÓN EN FUNCIÓN DE LAS DEMANDAS DEL MERCADO, REPERCUTEN EN INCREMENTOS EN LOS COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN.

OTROS FACTORES QUE EXPLICAN LA PROBLEMÁTICA DE COMERCIALIZACIÓN SON LAS DEFICIENCIAS EN LOS SERVICIOS COMERCIALES, ENTRE OTROS, LA INSUFICIENTE Y/O INADECUADA INFRAESTRUCTURA DE ALMACENAMIENTO Y CONSERVACIÓN, LA FALTA DE EQUIPOS Y DE UNA NORMA ÚNICA PARA LA DETERMINACIÓN DE CALIDAD Y CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS, TRANSPORTE INEFICIENTE PARA LA MOVILIZACIÓN DE LAS COSECHAS, VÍAS DE COMUNICACIÓN INSUFICIENTES Y/O DEFICIENTES COMO SON LOS CAMINOS DE ACCESO A LAS ÁREAS AGRÍCOLAS EN LAS QUE SE COSECHA EL PRODUCTO PARA SU ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN, ASÍ COMO PARA SU DISTRIBUCIÓN A LOS CENTROS DE BENEFICIO, PROCESAMIENTO Y CONSUMO, ELLO OCASIONA COSTOS FINANCIEROS Y DE TRANSPORTE POR ENCIMA DE LOS NIVELES DEL MERCADO.

EL PROCESO DESCRITO, PRECIOS A LA BAJA EN LAS ÉPOCAS DE PRODUCCIÓN FRENTE A UNA DEMANDA ESTABLE A LO LARGO DEL AÑO; PERIODOS DE PRECIOS INTERNACIONALES VOLÁTILES CON LOS CORRESPONDIENTES EFECTOS ADVERSOS EN EL MERCADO INTERNO; ASÍ COMO PROBLEMAS ESTRUCTURALES SEÑALADOS, ENTRE OTROS FACTORES, DERIVA EN UNA BAJA COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTOS NACIONALES CON RELACIÓN A LOS PRODUCTOS IMPORTADOS Y EN CONSECUENCIA UNA BAJA RENTABILIDAD DE LAS ACTIVIDADES AGROPECUARIAS CORRESPONDIENTES.

ASIMISMO, LAS REPERCUSIONES DEL CAMBIO CLIMÁTICO YA SE HAN HECHO NOTAR EN EL SECTOR AGROPECUARIO MEXICANO, ALGUNOS DE LOS IMPACTOS MÁS SIGNIFICATIVOS ESTÁN RELACIONADOS CON SU POSICIÓN GEOGRÁFICA QUE HACE, A ALGUNAS REGIONES, PRINCIPALMENTE DEL CENTRO Y NORTE DEL TERRITORIO, PARTICULARMENTE VULNERABLES A UNA MAYOR SEVERIDAD Y FRECUENCIA DE LOS MESES SECOS ACENTUÁNDOSE SUS EFECTOS EN EL SECTOR AGROPECUARIO, EN CONTRAPOSICIÓN, EN EL SUR-SURESTE LAS PRECIPITACIONES SE PRESENTAN AHORA CON MAYOR INTENSIDAD Y CONCENTRACIÓN EN LA ÉPOCA DE LLUVIAS, DERIVADO SOBRE TODO DE LAS DEPRESIONES TROPICALES Y HURACANES QUE AZOTAN LAS COSTAS DE MÉXICO.

POR OTRO LADO, EXISTE UN GRAN NÚMERO DE PEQUEÑOS PRODUCTORES DE BAJOS RECURSOS ECONÓMICOS, SIN UNA ADECUADA ORGANIZACIÓN Y CON UNA CULTURA ARRAIGADA A PRÁCTICAS DE CULTIVO Y DE TÉCNICAS TRADICIONALES, QUE CARECEN DE CAPACITACIÓN, SIN ACCESO A LA INFORMACIÓN Y SERVICIOS COMERCIALES, AL FINANCIAMIENTO PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y LIMITADO ACCESO A INSTRUMENTOS DE MANEJO DE RIESGOS DE MERCADO, SEGMENTO DE PRODUCTORES QUE DEBE SER SUJETO DE UNA ESPECIAL ATENCIÓN.

AUNADO A LO ANTERIOR, LA FALTA DE CAPACIDAD DE LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS PRODUCTORES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS, PESQUEROS Y DE PLANTAS DE ORNATO, ALTOS COSTOS EN LA PROMOCIÓN Y FOMENTO A LOS PRODUCTOS Y ESCASA PRESENCIA EN EL MERCADO EXTERIOR, CONSTITUYE UN PROBLEMA ADICIONAL.

EN VIRTUD DE LO ANTERIOR, CON FECHA 18 DE DICIEMBRE DE 2013, SE PUBLICA EN EL DOF EL “ACUERDO POR EL QUE SE DAN A CONOCER LAS REGLAS DE OPERACIÓN DEL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS DE LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN”, CUYO OBJETIVO ES CONTRIBUIR A MANTENER O MEJORAR EL INGRESO DE LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y PESQUEROS A TRAVÉS DE BRINDAR CERTIDUMBRE EN LA COMERCIALIZACIÓN.

CON LA FINALIDAD DE SOLUCIONAR LA PROBLEMÁTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS, SE DIRECCIONAN INSTRUMENTOS DEL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS PARA INDUCIR UN CAMPO PRODUCTIVO Y COMPETITIVO, QUE LOGRE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA. LOS RECURSOS SE ORIENTAN A INCENTIVAR LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS COSECHAS EXCEDENTARIAS Y/O CON PROBLEMAS COMERCIALES Y AL DESARROLLO DE LOS MERCADOS REGIONALES, PARA CUBRIR NECESIDADES DE CONSUMO EN FUNCIÓN DE LO QUE EL MERCADO NECESITA; PROMOVER LA CULTURA DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS, AMPLIAR Y MODERNIZAR LA INFRAESTRUCTURA DE ALMACENAMIENTO PARA EL ACOPIO, ABASTO Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS, ASÍ COMO A MEJORAR LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS OFERTADOS Y A LA AGREGACIÓN DE VALOR EN LAS ZONAS DE PRODUCCIÓN.

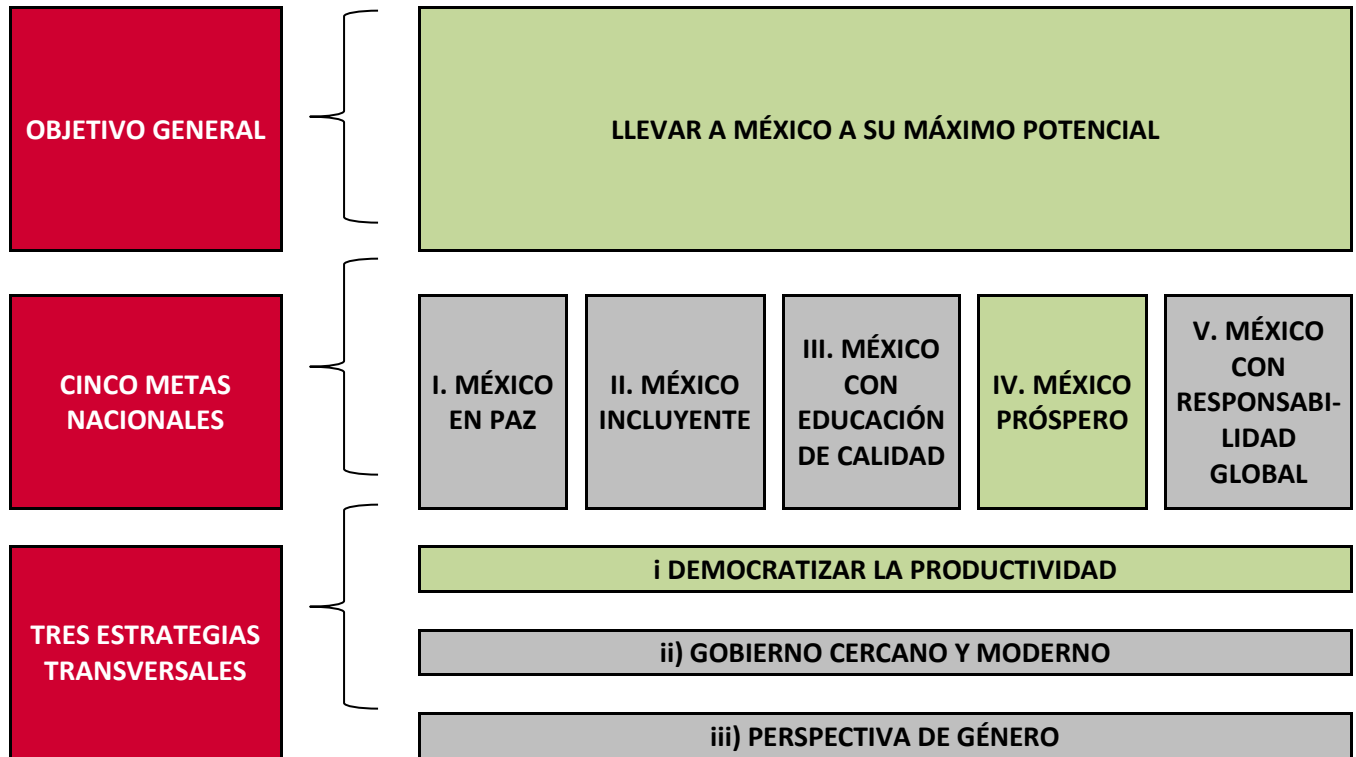
EN ATENCIÓN AL PACTO POR MÉXICO, SE ESTABLECERÁN MEDIDAS ESPECÍFICAS PARA CONTENER EL PRECIO DE LOS ALIMENTOS, EL PROGRAMA IMPULSARÁ MEDIDAS QUE COMBATAN LA INTERMEDIACIÓN Y GARANTICEN UNA ADECUADA COMERCIALIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS DEL CAMPO, QUE SE TRADUZCA EN MAYORES BENEFICIOS PARA LOS PRODUCTORES Y MEJORES PRECIOS PARA LOS CONSUMIDORES.

CON LO ANTERIOR, ASERCA SE CONVIERTE EN UN GRAN ELEMENTO TRANSFORMADOR, PARTICIPANDO EN LA CREACIÓN DEL NUEVO ROSTRO DEL CAMPO.

## POLITICA DE COMERCIALIZACIÓN

El Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados, se encuentra debidamente alineado al Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, así como al Programa Sectorial de Desarrollo Agropecuario, Pesquero y Alimentario 2013-2018.

### PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013 - 2018



<b>Objetivo general</b>	<b>Llevar a México a su máximo potencial</b>	El objetivo general del Plan Nacional de Desarrollo es llevar a México a su máximo potencial en un sentido amplio. Además del crecimiento económico o el ingreso, factores como el desarrollo humano, la igualdad sustantiva entre mujeres y hombres, la protección de los recursos naturales, la salud, educación, participación política y seguridad, forman parte integral de la visión que se tiene para alcanzar dicho potencial.
-------------------------	--	--

<p><b>Meta Nacional</b></p>	<p><b>México Próspero</b></p>	<p>Un México Próspero buscará elevar la productividad del país como medio para incrementar el crecimiento potencial de la economía y así el bienestar de las familias. Para ello se implementará una estrategia en diversos ámbitos de acción, con miras a consolidar la estabilidad macroeconómica, promover el uso eficiente de los recursos productivos, fortalecer el ambiente de negocios y establecer políticas sectoriales y regionales para impulsar el desarrollo.</p>
<p><b>Estrategia Transversal</b></p>	<p><b>Democratizar la Productividad</b></p>	<p>Democratizar la Productividad. Implica llevar a cabo políticas públicas que eliminen los obstáculos que impiden alcanzar su máximo potencial a amplios sectores de la vida nacional. Asimismo, significa generar los estímulos correctos para integrar a todos los mexicanos en la economía formal; analizar de manera integral la política de ingresos y gastos para que las estrategias y programas de gobierno induzcan la formalidad; e incentivar, entre todos los actores de la actividad económica, el uso eficiente de los recursos productivos.</p> <p>Democratizar la Productividad significa, en resumen, que las oportunidades y el desarrollo lleguen a todas las regiones, a todos los sectores y a todos los grupos de la población. Así, uno de los principios que debe seguir el diseño e implementación de políticas públicas en todas las dependencias de la Administración Pública Federal, deberá ser su capacidad para ampliar la productividad de la economía. Cada programa de gobierno deberá diseñarse en atención a responder cómo se puede elevar la productividad de un sector, una región o un grupo de la población. La productividad no sólo se incrementa con las grandes reformas estructurales. El proceso de crecimiento del país también se puede y debe impulsar desde los sectores privado, social, y desde todos los órdenes de gobierno. En este sentido, esta estrategia plantea que la Administración Pública Federal busque el incremento de la productividad mediante la eliminación de trabas que impiden el funcionamiento adecuado de la economía, promoviendo la creación de empleos, mejorando la regulación y, de manera especial, simplificando la normatividad y trámites gubernamentales. La eficacia deberá guiar la relación entre el gobierno y la ciudadanía.</p>

La visión estratégica para el desarrollo agropecuario y pesquero es construir un nuevo rostro del campo sustentado en un sector agroalimentario productivo, competitivo, rentable, sustentable y justo, que garantice la seguridad alimentaria del país.

- ✚ Que aumente la productividad de los factores de producción (tierra, trabajo, capital y agua).
- ✚ Competitivo para ingresar, mantener y mejorar su posición en los mercados nacional e internacional y con capacidad para vencer en la competencia internacional.
- ✚ Rentable para atraer inversiones al campo y la productividad, cuidando el medio ambiente y los recursos naturales
- ✚ Sustentable que eleve la producción y la productividad, cuidando el medio ambiente y los recursos naturales
- ✚ Justo, para que los beneficios del desarrollo sean incluyentes.



- Seguridad alimentaria que garantice poner todos los días en las mesas de las familias mexicanas alimentos sanos y nutritivos a precios accesibles, pero al mismo tiempo reducir nuestra dependencia de los mercados externos, a través del mejoramiento de la productividad.

El 13 de diciembre de 2013, se publica en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el Decreto por el que se aprueba el Programa Sectorial de Desarrollo Agropecuario, Pesquero y Alimentario 2013-2018.

**PRINCIPALES OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN CON ALINEACIÓN AL PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS.**

**IV.1 MÉXICO PRÓSPERO**

**Objetivo 1. Impulsar la productividad en el sector agroalimentario mediante inversión en capital físico, humano y tecnológico que garantice la seguridad alimentaria.**

**Estrategia 1.5 Impulsar una política comercial con enfoque de agronegocios y la planeación del balance demanda-oferta para garantizar un abasto oportuno.**

*Líneas de acción*

- 1.5.3. Vincular la competitividad comercial entre quienes producen, procesan y comercializan en los mercados nacional e internacional.
- 1.5.4. Desarrollar y fortalecer los mercados regionales, para hacerlos más eficientes y competitivos en la comercialización de productos agroalimentarios.
- 1.5.5. Promover y desarrollar mecanismos que otorguen certidumbre en la comercialización de productos agropecuarios y pesqueros.
- 1.5.6. Impulsar la normalización y certificación de procesos de beneficio y calidad de agroalimentos para facilitar su acceso al mercado.
- 1.5.7. Fortalecer la promoción comercial y fomento a las exportaciones, mediante la participación de quienes producen en eventos y ferias.

**Objetivo 3. Promover mayor certidumbre en la actividad agroalimentaria mediante mecanismos de administración de riesgos.**

**Estrategia 3.1 Diseñar un mecanismo integral de aseguramiento frente a riesgos climáticos y de mercado comprendiendo los eslabones de la cadena productiva.**

*Líneas de acción*

- 3.1.1. Instrumentar un esquema de Seguro al Ingreso, que integre las coberturas climáticas y de precio.
- 3.1.2. Impulsar la cultura de administración de riesgos mediante los Componentes Incentivos a la Comercialización y Atención a Desastres Naturales.
- 3.1.4. Impulsar esquemas de protección de riesgos para cultivos básicos, con prioridad en municipios de la Cruzada Nacional Contra el Hambre.
- 3.1.7. Desarrollar estrategias de coberturas de precios que permitan asegurar niveles rentables de inareso de quienes producen y compran.

En este sentido, con fecha 18 de diciembre de 2013 se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el “Acuerdo por el que se dan a conocer las Reglas de Operación del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS		
UNIDAD RESPONSABLE	COMPONENTES	UNIDAD ADMINISTRATIVA OPERADORA
F00. Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios. (ASERCA)	Incentivos a la Comercialización	Coordinación General de Comercialización
	Incentivos para la Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones	Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones

El objetivo general del programa es contribuir a mantener o mejorar el ingreso de los productores agropecuarios y pesqueros a través de brindar certidumbre en la comercialización.

El objetivo específico del programa es incentivar a los productores agropecuarios y pesqueros a comercializar su producción con certidumbre en los mercados.

Los incentivos a la comercialización consideran las directrices que en la materia establece el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) y las Reglas de Operación del Programa (ROP), instrumentos que permiten normar cada uno de sus apartados y elementos asociados y que son actualizados a través de Lineamientos y Mecanismos Específicos de Operación, Modificaciones y/o Adiciones y Avisos.



Dichos incentivos se canalizan utilizando diferentes esquemas, mecanismos que facilitan la integralidad y la convergencia de esfuerzos y recursos en beneficio de un universo amplio de productores agropecuarios elegibles.

## MARCO NORMATIVO

ASERCA, es un Órgano Administrativo Desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), creado a través de un decreto presidencial del 16 de abril de 1991, con el propósito de contar con un instrumento para el impulso a la comercialización de la producción agropecuaria en beneficio de los productores del campo, de frente a la apertura externa y la liberación de los mercados.

Una de sus funciones básicas es el fortalecimiento de la comercialización agropecuaria, la cual se realiza a través de apoyos fiscales a la comercialización de granos y oleaginosas, que se otorgan sobre una base selectiva y localizados regionalmente; fomento de mecanismos de mercado y diseño de esquemas de negociación entre productores y compradores; estímulos al uso de coberturas de riesgos de precios; generación y difusión de información de mercados e identificación y promoción de exportaciones.

Las Facultades se sustentan en dos ordenamientos jurídicos principales, mismos que establecen los objetivos y atribuciones para el Órgano Administrativo Desconcentrado, que son los que dan vigencia al programa:

- ✚ El Decreto por el que se crea Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA), como Órgano Administrativo Desconcentrado de la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos hoy SAGARPA, el que tendrá por objeto apoyar la comercialización de productos agropecuarios, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en fecha 16 de abril de 1991;y
- ✚ El Reglamento Interior de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 25 de abril de 2012, que en su artículo segundo transitorio, abrogó el anterior Reglamento Interior de la Dependencia publicado en el 21 de julio de 2001 y reformado el 15 de noviembre de 2006 y el 31 de julio de 2009. En dicho Reglamento Interior, en el artículo 2, apartado D, fracción I, se incluye como órgano administrativo desconcentrado de la SAGARPA a la “Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios”, sustituyendo el de “Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria”.
- ✚ El Reglamento Interior de la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 22 de diciembre de 2014.

Adicionalmente, el Programa se sustenta en base al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF), al “Acuerdo por el que se dan a conocer las Reglas de Operación del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación” y a los Lineamientos, Mecanismos Específicos de Operación y/o Avisos, publicados en el Diario Oficial de la Federación. La Coordinación General de Comercialización, elabora y publica en el Diario Oficial de la Federación (DOF) todos y cada uno de los Lineamientos, Mecanismos Específicos de Operación y/o Avisos del Componente Incentivos a la Comercialización (antes Apoyo al Ingreso Objetivo y a la Comercialización) por concepto y/o tipo de incentivo para cada ciclo agrícola (Otoño-Invierno y Primavera-Verano), así como las Adiciones, Modificaciones y Bases correspondientes.

---

**MARCO NORMATIVO  
EJERCICIO FISCAL 2015**

---

**FECHA DE  
PUBLICACIÓN**

---

**REGLAS DE OPERACIÓN 2015:**

ACUERDO por el que se dan a conocer las Reglas de Operación de los programas de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación para el ejercicio fiscal 2015.

---

28/12/2014

## Presupuesto

Las asignaciones autorizadas en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2015 (PEF), autorizado por la H. Cámara de Diputados y publicado en el Diario Oficial de la Federación con fecha 3 de diciembre de 2014, establece en el Anexo 11. "Programa Especial Concurrente para el Desarrollo Rural Sustentable", lo siguiente:

### PROGRAMA ESPECIAL CONCURRENTE PARA EL DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE

(Millones de pesos)

VERTIENTE	DENOMINACIÓN	MONTO
Competitividad	Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación	12,007.1
	Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados	12,007.1
	Incentivos a la Comercialización	11,672.8
	Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones	334.4

Fuente: Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2014 publicado en el Diario Oficial de la Federación con fecha 3 de diciembre de 2014

En virtud de lo anterior, la Coordinadora Sectorial comunica la Estructura Programática Sectorial y el presupuesto asignado autorizado del Programa, que considera el otorgamiento de apoyos al amparo de las Reglas de Operación del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados en su componente Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones

### PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

#### PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

(Miles de pesos, con un decimal)

FU	SF	RG	AI	PP	CP	CAP	OG	TG	FF	EF	UE	EDO	ORIGINAL
2	1	0	6	S262	6HO	3	33104	7	1	9	F0000	9	0.00
2	1	0	6	S262	6HO	3	34101	7	1	9	F0000	9	0.00
2	1	0	6	S262	6HO	3	37106	7	1	9	F0000	9	0.00
2	1	0	6	S262	6HO	3	37504	7	1	9	F0000	9	0.00
2	1	0	6	S262	6HO	3	37602	7	1	9	F0000	9	0.00
<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>S262</b>	<b>6EH</b>	<b>4</b>	<b>43101</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>F0000</b>	<b>9</b>	<b>0.00</b>
2	1	0	6	S262	6HD	4	43101	7	1	34	F0000	34	1,003.0
2	1	0	6	S262	6HE	4	43101	7	1	34	F0000	34	1,671.8
2	1	0	6	S262	6HS	4	43101	7	1	34	F0000	34	1,671.8
2	1	0	6	S262	6HO	4	43101	7	1	34	F0000	34	9,027.8
<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>S262</b>	<b>6EH</b>	<b>4</b>	<b>43101</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>34</b>	<b>F0000</b>	<b>34</b>	<b>317,648.0</b>
2	1	0	6	S262	6HP	4	43101	7	1	34	F0000	34	3,343.6
<b>Total</b>													<b>334,366</b>

FUENTE: Dirección General de Administración y Finanzas. ASERCA

## PRESUPUESTO MODIFICADO

El presupuesto asignado para subsidios para el presente Ejercicio Fiscal es 334,366.3 miles de pesos es igual que el autorizado en el Ejercicio Fiscal anterior.

En el periodo que se informa (enero-junio), se autorizaron reducciones y adecuaciones presupuestarias de calendario compensado, con la finalidad de redistribuir los recursos para enfrentar compromisos del Sector, obteniendo así un Presupuesto Modificado Autorizado para Subsidios de 391,228.2 miles de pesos.

Concepto	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PEF ORIGINAL	334,366.3	14,348.6	74,895.3	30,646.9	72,056.5	18,449.88	11,272.0	10,860.8	22,840.8	15,695.0	17,014.6	46,118.4	167.18
PEF MODIFICADO AUTORIZADO	391,228.2	67,304.0	27,026.2	19,842.8	11,449.8	30,269.5	30,914.7	81,757.9	268,565.2	22,680.6	25,144.2	14,020.3	46,994.3

## Avance Presupuestal

Para el ejercicio fiscal 2015 se otorgó una asignación presupuestal por 334,366.00 miles de pesos para el Componente de "Incentivos para la Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones" del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados, de los cuales 317,648.00 miles de pesos corresponden a Subsidios a la Producción y 16,718.00 miles de pesos a Gasto de Operación.

El presupuesto ejercido al 30 de junio de 2015, fue de 187,691.63 miles de pesos, los cuales se ejercieron de la siguiente manera:

Concepto	Presupuesto Original (Miles de Pesos)	Presupuesto Modificado		Presupuesto Ejercido (Miles de Pesos)	Avance %
		Total (anual) (Miles de Pesos)	Programado Junio (Miles de Pesos)		
Promoción Comercial	334,366.35	195,928.03	85,337.66	85,337.66	100%
Exposiciones y Ferias	0.00	175,720.00	89,993.28	91,197.14	101.3%*
Gasto de Operación	0.00	19,580.17	11,476.33	11,156.83	97.2%
<b>Total</b>	<b>334,366.35</b>	<b>391,228.20</b>	<b>186,807.26</b>	<b>187,691.63</b>	<b>100.4%</b>

\*Al inicio del ejercicio 2015, el presupuesto ejercido para la operación del incentivo "Del fomento a las exportaciones a través de eventos nacionales e internacionales" se desagrega de la siguiente manera:

- A. Partida 43101: \$43,353,194.26
- B. Partida 38401: \$47,843,952.89
- Total ejercido a junio 2015: \$91,197,147.15**

A junio del presente, se ejercieron \$91,197,147.15 en ferias y exposiciones, de los cuales sólo se tenían programados \$89,993,280.77, la diferencia de \$1,203,866.38 se debe a una rectificación de partidas en dicho periodo, debido a que se dio suficiencia

presupuestal para cubrir obligaciones de pago con vencimiento a Junio 2015 por la creciente paridad cambiaria entre el peso y otras divisas.

Derivado de la publicación de los “Disposiciones específicas para el cierre del ejercicio presupuestario 2014” el 21 de Octubre de 2014 por la Unidad de Política y Control Presupuestario de la SHCP, así como de las acciones de cierre efectuadas por las instancias correspondientes en el marco del “ambiente controlado”, y de conformidad con lo establecido en el Numeral 8 de los “Lineamientos correspondientes a los Adeudos de Ejercicios Fiscales Anteriores para el Ejercicio Fiscal 2015” se cubrieron obligaciones de pago a beneficiarios del incentivo “De los proyectos de promoción comercial” por \$68,703,681.26 que no fue posible cubrir al 31 de Diciembre de 2014.

## RESULTADOS DE OPERACIÓN

### Desarrollo de la Oferta Exportable

Mediante la participación de ASERCA en Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales, se promueve e impulsa la oferta de productos del Sector Agroalimentario a través de los siguientes incentivos:

#### Desarrollo de Valor Agregado y Capacidades Comerciales para el mercado interno o internacional

- ASERCA cubrirá hasta el 100% del costo total de los servicios para el desarrollo del incentivo, sin rebasar los \$20'000,000.00 (veinte millones de pesos 00/100 M.N.).

#### Foros Congresos y/o Seminarios

- ASERCA cubrirá hasta el 100% del costo total de los servicios para su desarrollo, sin rebasar los \$4'000,000.00 (cuatro millones de pesos 00/100 M.N.).
- Para inscripciones a foros, congresos, simposios y/o seminarios nacionales e internacionales, se apoyará hasta 5 personas por empresa por unidad productiva, sin rebasar \$20,000.00 (veinte mil pesos 00/100 M.N.).

#### Misiones Comerciales dentro y fuera de México.

- ASERCA cubrirá hasta el 100% del costo, sin rebasar \$4'000,000.00 (cuatro millones de pesos 00/100 M.N.) y/o \$500,000.00 (quinientos mil pesos 00/100 M.N.) por participante.
- ASERCA cubrirá hasta el 70% del costo total de los servicios de pasaje y hospedaje por beneficiario/Hasta dos personas por empresa por unidad Productiva (UP) por misión sin rebasar los \$500,000.00 (quinientos mil pesos 00/100 M.N.) al año por UP.

#### Eventos Comerciales Nacionales.

- ASERCA cubrirá hasta el 100% del costo total de los servicios para el desarrollo del evento en el que participe, sin rebasar los \$20'000,000.00 (veinte millones de pesos 00/100 M.N.).

#### Eventos Comerciales Internacionales

- ASERCA cubrirá hasta el 100% del costo total de los servicios para el desarrollo del evento en el que participe, sin rebasar los \$20'000,000.00 (veinte millones de pesos 00/100 M.N.).

#### Degustaciones Nacionales o en el Extranjero

- ASERCA cubrirá hasta el 100% del costo total de los servicios para su desarrollo, sin rebasar los \$2'000,000.00 (dos millones de pesos 00/100 M.N.).

\*Personas físicas de nacionalidad mexicana o las morales constituidas conforme a la legislación mexicana, cuya actividad preponderante sea la producción, procesamiento, transformación, empaque, comercialización o promoción de los productos del sector agroalimentario mexicano.

La Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las exportaciones a través de su Dirección de Desarrollo de la Oferta Exportable, ha contribuido a promover **511 productores** a nivel nacional, y **371 productores** a nivel internacional beneficiando al 30 de Junio de 2015 a un total de **882 productores** mexicanos los cuales estimaron ventas por **437,868.91 miles de dólares**.



### Eventos Destacados



Se incentivó la participación de 167 productores en el evento que se celebró en la ciudad de Guadalajara, Jalisco en el mes de marzo, inaugurado por el Secretario de Economía, Ildelfonso Guajardo Villarreal, el Gobernador del Estado, Jorge Aristóteles Sandoval Díaz, el Presidente de la ANTAD, Vicente Yáñez, el encargado del despacho de la Dirección en Jefe de ASERCA, Ing. Héctor Riemann Valenzuela, el Coordinador General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, Lic. Georgius Gotsis Fontes, instalando un pabellón en el que se expusieron café, chocolate, salsas, productos cárnicos, frutas, hortalizas, productos del mar entre otros y reportaron ventas estimadas por 8,683.41 miles de dólares y se contactaron 1,236 Clientes Potenciales.





EL FESTIVAL INTERNACIONAL  
DE GASTRONOMÍA Y VINO  
DE MÉXICO / MEB 2015



Se contó con la participación de 40 productores en el mes de mayo, en uno de los recintos más importantes del país, La Casa de Cultura de Morelia, el evento fue inaugurado por el Gobernador del Estado de Michoacán, Lic. Salvador Jara Guerrero, el presidente Municipal de Morelia, Ing. Salvador Abud Mirabent, el Coordinador General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, Lic. Georgius Gotsis Fontes, el embajador de Reino Unido en México, Sr. Duncan John Rushworth Taylor, los cuales reportaron ventas estimadas por 215.9 miles de dólares y se logró contactar 83 clientes potenciales, se promovieron productos como corundas, uchepos, mole, tortillas, café, dulces tradicionales mexicanos, jamaica, chocolate, rana, tilapia, trucha, bagre, queso, vino, mezcal, cerveza artesanal, pulque, charanda, entre otros.



Se instaló un pabellón con 9 productores en el mes de mayo de 2015, en el Impact Exhibition and Convention Center, en la ciudad de Bangkok, Tailandia, donde se ofrecieron productos como tequila, mezcal, frijol, jarabe de agave, inulina de agave, café, salsas, aceite de aguacate, aceite de coco, abulón enlatado, calamar y sardina. Se reportaron ventas estimadas por 2,232.6 miles de dólares logrando 249 enlaces comerciales.

## Promoción Comercial

### Certificaciones de Calidad, Sanidad e Inocuidad que sean requeridas para la comercialización de productos del sector agroalimentario

- Hasta el 100% del costo total por proyecto sin rebasar \$500,000.00 (quinientos mil pesos) por Unidad Productiva

### Campañas Genéricas de Promoción Nacional y/o Internacional el cual es un Plan Estratégico de Publicidad y Mercadotecnia del Sector Agroalimentario.

- Hasta el 100% del costo por campaña genérica, sin rebasar \$20'000,000.00 (veinte millones de pesos).

### Promoción, Gestión y Trámite de Marcas Colectivas.

- Hasta el 100% del costo total del de los productos relacionados con el Proyecto, sin rebasar \$4'000,000.00 (cuatro millones de pesos).

### Herramientas de información como Directorios comerciales.

- Hasta el 100% del costo total de la elaboración y difusión del directorio, sin rebasar \$4'000,000.00 (cuatro millones de pesos) por año.

### Misiones Comerciales y Prospectivas Nacionales e Internacionales

- Hasta el 80% del costo, sin rebasar \$300,000.00 (trescientos mil pesos) por Unidad Productiva.

### Gestión y Trámite de Denominaciones de Origen y Desarrollo de Capacidades para la Comercialización Nacional e Internacional.

- Hasta el 80% del costo total de su desarrollo, sin rebasar los \$15'000,000.00 (quince millones de pesos).

\*Personas físicas de nacionalidad mexicana o las morales constituidas conforme a la legislación mexicana, cuya actividad preponderante sea la producción, procesamiento, transformación, empaque, comercialización o promoción de los productos del sector agroalimentario mexicano.

## Resultados de la Operación

En el ejercicio fiscal 2014, la Dirección de Promoción Comercial aprobó 23 proyectos por un total de 241,802.7 miles de pesos.

### Status de Proyectos 2014 al 30 de Junio de 2015



### Proyectos Destacado 2014

Comité Nacional Sistema  
Producto Guayaba A.C.



Incremento del 7% de la guayaba irradiada a Estados Unidos.  
120 productores capacitados en temas de comercialización y exportación de productos agropecuarios.

2 contactos de negocios para iniciar proceso de envío de guayaba a Estados Unidos.

Se logró generar una base de datos de 62 compradores en Estados Unidos, con los que se iniciarán pláticas para posibles negociaciones comerciales.

Para el período del 1 de enero al 30 de junio del año en curso, la Dirección de Promoción Comercial ha realizado la revisión de 15 propuestas de proyectos interesados que buscan ser beneficiados, de los cuales han sido aprobados 4 otorgando apoyos por un total de 16.6 millones de pesos.

### Status de Proyectos 2015 al 30 de Junio.



## Proyecto Destacado 2015



Estrategia de promoción del Tequila en China, que busca posicionar e incrementar la presencia del Tequila en dicho mercado.

Incrementar el conocimiento de la bebida como símbolo de México.

Generar puntos de contacto del Tequila con clientes potenciales.

Presentar alternativas de productos para los distintos nichos de mercado y posicionar al Tequila dentro del mercado Premium de bebidas espirituosas.

## MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS (MIR - 2015)

La Planeación del Marco Lógico para el Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados, es producto de diferentes talleres impartidos por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) y el ILPES/CEPAL, actualizándose posteriormente tomando en cuenta los criterios de la SHCP en términos de redacción a través de la Dirección de Evaluación de Programas de la SAGARPA. Los principales temas desarrollados dentro de la Metodología de Marco Lógico, se presentan a continuación:

- 1) Diagnóstico
- 2) Problemática Específica de Comercialización.
- 3) Árbol de Problemas (Causas / Efectos).
- 4) Árbol de Objetivos (Medios / Fines).
- 5) Alineación del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados con el Plan Nacional de Desarrollo (PND).
- 6) Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados y sus Componentes (Incentivos).
- 7) Cobertura Geográfica
- 8) Análisis Poblacional
- 9) Matriz de Indicadores para Resultados (MIR - 2015).

No obstante, se han llevado a cabo importantes esfuerzos en temas de revisión, actualización y registro de la MIR, con la finalidad de contar con un instrumento que permita la medición de los avances en el logro de los resultados, así como su permanente monitoreo permita mejorar el diseño y la operación del programa, favoreciendo su articulación y congruencia con los objetivos trazados tanto en el Plan Nacional de Desarrollo como en el Programa Sectorial 2013-2018.

## MARCO NORMATIVO EN MATERIA DE INDICADORES Y EVALUACIÓN

La normatividad que refiere la necesidad de evaluar, de tener indicadores adecuados, y promover una "Gestión basada en Resultados" se fundamenta principalmente en:

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Art.134

Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria (LFPyRH) Arts. 24, 25,27, 75, 78,85, 110 y 111

Reglamento de la LFPyRH Art. 180

Ley de Coordinación Fiscal Art. 49 PEF 2014 I, 8 y 29

Reglas de Operación de la SAGARPA. Título IV, Capítulo IV de la Evaluación ACUERDO por el que se dan a conocer las Reglas de Operación del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

Título V, Capítulo I. De la Evaluación y los Indicadores.

Programa Anual de Evaluación (PAE) emitido por SHCP, SFP y CONEVAL

Lineamientos Generales para la Evaluación de los Programas Federales

A continuación se presenta la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) 2015:

### Nivel Objetivo

- Fin

### Resumen Narrativo

- Contribuir a promover mayor certidumbre en la actividad agroalimentaria mediante mecanismos de administración de riesgos, incentivos a la comercialización, promoción comercial y fomento a las exportaciones de productos agropecuarios y pesqueros.

### Nombre del Indicador

- Porcentaje de crecimiento de ventas a través de eventos Comerciales Nacionales e Internacionales.

### Método de cálculo

- $(\text{monto promedio de ventas y/o contratos generados por participante derivados de la participación en eventos comerciales nacionales e internacionales en el año } t_n / \text{monto promedio de ventas y/o contratos generados por participante derivados de la participación en eventos comerciales nacionales e internacionales en el año } t_0) - 1) * 100$

### Frecuencia de Medición

- Procentaje, Anual

### Medios de verificación

- Base de datos denominada "Resultados de la Evaluación de Participación"
- Evaluación de participación anual contestada por cada beneficiario.
- Base de datos denominada "Resultados Encuesta anual 2013" / Evaluación de participación anual contestada por cada beneficiario.

### Supuestos

- 1.- Las condiciones climáticas permiten un normal desarrollo de las actividades agropecuarias.
- 2.- Las condiciones macroeconómicas del país se mantienen estables.

### Nivel Objetivo

- Propósito

### Resumen Narrativo

- P.3 - Productores agropecuarios y pesqueros comercializan su producción con certidumbre en los mercados (ordenamiento del mercado con transacciones comerciales certeras).

### Nombre del Indicador

- Porcentaje de Productores y Organizaciones del Sector Agroalimentario con necesidades de incentivos a la Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones que logran tener certidumbre en los mercados con respecto a la población objetivo.

### Método de cálculo

- $(\text{Número de Productores y Organizaciones del Sector Agroalimentario con necesidades de incentivos a la Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones que logran tener certidumbre en los mercados} / \text{población objetivo del incentivo}) * 100$

### Frecuencia de Medición

- Porcentaje, Anual

### Medios de verificación

- Relación de Convenios de Concertación/Convenios de Concertación
- Relación de beneficiarios en la liga <http://www.aserca.gob.mx/promocion/beneficiarios/Paginas/default.aspx>
- Bases de datos de la Dirección de Desarrollo de la Oferta Exportable / Informe final de cada evento que se integra al expediente de transparencia / Evaluación de participación aplicadas a productores del sector agroalimentario y pesquero que se integran al expediente de transparencia

## Supuestos

1. Las condiciones climáticas permiten un normal desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras.
2. Las condiciones macroeconómicas del país se mantienen estables.
3. Existe producción comerciable de productos agroalimentarios y pesqueros.

### Nivel Objetivo

- Componente

### Resumen Narrativo

- C.2.- Incentivos otorgados a productores del sector agroalimentario y pesquero para proyectos de promoción comercial; eventos y misiones comerciales, desarrollo de capacidades y vinculaciones de comercio directo.

### Nombre del Indicador

- C.2.1. Porcentaje de los incentivos para la promoción comercial otorgados en proyectos de promoción comercial mediante convenios de concertación para el desarrollo comercial.

### Método de cálculo

- $(\text{Número de proyectos de promoción comercial que recibieron incentivos mediante convenios de concertación para el desarrollo comercial} / \text{número total de proyectos que solicitaron los incentivos para el desarrollo comercial}) * 100$

### Frecuencia de Medición

- Procentaje, Semestral

### Medios de verificación

- Listado de Convenios de Concertación Aprobados / Convenios de Concertación.
- Registro Único de Solicitudes de Apoyo.

## Supuestos

1. Existe producción comerciable de productos agropecuarios y pesqueros.
2. Existe participación activa por parte de productores del sector agroalimentario, y pesqueros.
3. Los productores del sector agroalimentario y pesquero promueven sus productos en los nuevos mercados.



### Nivel Objetivo

- Componente

### Resumen Narrativo

- C.2.- Incentivos otorgados a productores del sector agroalimentario y pesquero para proyectos de promoción comercial; eventos y misiones comerciales, desarrollo de capacidades y vinculaciones de comercio directo.

### Nombre del Indicador

- C.2.2. Tasa de variación de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos.

### Método de cálculo

- $((\text{Número total productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos en el año } t_n / \text{Número total de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos en el año } t_{n-1}) - 1) * 100$

### Frecuencia de Medición

- Tasa de variación, Trimestral

### Medios de verificación

- Bases de datos de la Dirección de Desarrollo de la Oferta Exportable de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones
- Informe final de cada evento que se integra al expediente de transparencia
- Evaluación de participación aplicadas a productores del sector agroalimentario y pesquero que se integran al expediente de transparencia .

## Supuestos

1. Existe producción comerciable de productos agropecuarios y pesqueros.
2. Existe participación activa por parte de productores del sector agroalimentario, y pesqueros.
3. Los productores del sector agroalimentario y pesquero promueven sus productos en los nuevos mercados.

### Nivel Objetivo

- Componente

### Resumen Narrativo

- C.2.- Incentivos otorgados a productores del sector agroalimentario y pesquero para proyectos de promoción comercial; eventos y misiones comerciales, desarrollo de capacidades y vinculaciones de comercio directo.

### Nombre del Indicador

- C.2.3. Porcentaje de productores del sector agroalimentario que reciben incentivo mediante seminarios, talleres y Valor agregado para sus productos para desarrollar su capacidad comercializadora.

### Método de cálculo

- (Número de productores del sector agroalimentario incentivados mediante seminarios, talleres y Valor agregado para sus productos para desarrollar su capacidad comercializadora. / número total de la población objetivo) \* 100

### Frecuencia de Medición

- Porcentaje, Semestral

### Medios de verificación

- Informe final que se integra al expediente de transparencia.
- Evaluación de participación aplicadas a los productores del sector agroalimentario y pesquero apoyados que se integran al expediente de transparencia.
- Base de datos denominada "Control de gestión" que se integra al expediente de transparencia.

## Supuestos

1. Existe participación activa por parte de productores del sector agroalimentario y pesqueros.
2. Los productores del sector agroalimentario y pesquero promueven sus productos en los nuevos mercados.
3. Los productores del sector agroalimentario y pesquero muestran interés en participar en el Programa, con lo cual se maximiza la posibilidad de realizar enlaces comerciales.

### Nivel Objetivo

- Componente

### Resumen Narrativo

- C.2.- Incentivos otorgados a productores del sector agroalimentario y pesquero para proyectos de promoción comercial; eventos y misiones comerciales, desarrollo de capacidades y vinculaciones de comercio directo.

### Nombre del Indicador

- C.2.4. Porcentaje de crecimiento de productores del sector agroalimentario que recibieron capacitación a través de proyectos de promoción comercial para desarrollar sus capacidad comercializadora.

### Método de cálculo

- $(\text{Número de productores del sector agroalimentario capacitados a través de proyectos de promoción comercial para el desarrollo de su capacidad comercial en el año } t_n / \text{número de productores del sector agroalimentario capacitados a través de proyectos de promoción comercial para el desarrollo de su capacidad comercial en el año } t_{n-1}) - 1$   
\* 100

### Frecuencia de Medición

- Porcentaje, Semestral

### Medios de verificación

- Informe final de resultados de la organización.

## Supuestos

1. Existe participación activa por parte de productores del sector agroalimentario y pesqueros.
2. Los productores del sector agroalimentario y pesquero promueven sus productos en los nuevos mercados.
3. Los productores del sector agroalimentario y pesquero muestran interés en participar en el Programa, con lo cual se maximiza la posibilidad de realizar enlaces comerciales.

### Nivel Objetivo

- Actividad

### Resumen Narrativo

- A.2.3. Publicación de las convocatorias por evento

### Nombre del Indicador

- A.2.3.1. Porcentaje de las convocatorias publicadas para incentivos del Programa de eventos comerciales nacionales e internacionales.

### Método de cálculo

- $(\text{Número de convocatorias publicadas} / \text{número de convocatorias programadas}) * 100$

### Frecuencia de Medición

- Porcentaje, Trimestral

### Medios de verificación

- Página de ASERCA en el rubro de programa de exposiciones y ferias [http://www.aserca.gob.mx/promocion/desarrollo/Eventos\\_2014/Paginas/Eventos\\_2014.aspx](http://www.aserca.gob.mx/promocion/desarrollo/Eventos_2014/Paginas/Eventos_2014.aspx).

### Supuestos

1. Se mantiene una situación económica estable en el país.
2. Existe participación activa por parte de productores del sector agroalimentario y pesqueros.
3. Existe cumplimiento por parte de los participantes (productores agropecuarios) de los requisitos establecidos en la normatividad aplicable.

### Nivel Objetivo

- Actividad

### Resumen Narrativo

- A.2.4. Dictaminación favorable efectuada a las solicitudes de proyectos de promoción comercial para el acceso a los incentivos

### Nombre del Indicador

- A.2.4.1 Porcentaje de crecimiento de unidades productivas que obtuvieron la certificación de calidad, sanidad o inocuidad a través de proyectos de promoción comercial.

### Método de cálculo

- $(\text{Número de unidades productivas certificadas en calidad, sanidad o inocuidad a través de proyectos de promoción comercial en el año } t_n / \text{número de unidades productivas certificadas en calidad, sanidad o inocuidad a través de proyectos de promoción comercial en el año } t_{n-1}) - 1 * 100$

### Frecuencia de Medición

- Porcentaje, Anual

### Medios de verificación

- Informe final de resultados / Acta de Cierre-Finiquito, los cuales se integran al expediente de transparencia de los proyectos de promoción comercial

## Supuestos

1. Se mantiene una situación económica estable en el país.
2. Existe participación activa por parte de organizaciones, productor del sector agroalimentario, pesquero y otros agentes económicos
3. Existe cumplimiento por parte de los participantes (productores agropecuarios, compradores y otros)

## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Tasa de variación de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos.

Meta Planeada  
4.90

Numerador  
835

Denominador  
796.00

## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Tasa de variación de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos. .

Periodo  
Junio 2015

Meta del Indicador  
0.38

Numerador  
799

Denominador  
796

Se canceló la participación de productores en los eventos CPMA, Sial China, Hofex, Seoul Food & Hotel, Thaifex, Expo-restaurantes; así como en el cambio de número de beneficiarios en los eventos United Fresh Show, de 25 a 20; Millesime Madrid, de 20 a 15 beneficiarios y la cancelación del evento Sial Brasil con 10 beneficiarios..

## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de los beneficiarios del sector agroalimentario satisfechos con los apoyos otorgados

Meta Planeada  
45.74

Numerador  
833

Denominador  
1,821

## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de los beneficiarios del sector agroalimentario satisfechos con los apoyos otorgados

Periodo  
Junio 2015

Meta del Indicador  
46.84

Numerador  
853

Denominador  
1,821

Existe mayor número de productores convencidos de los beneficios del Programa de Eventos Comercial Nacionales e Internacionales y de las oportunidades que genera el comercio internacional, se obtuvo un incremento de la meta en un 60.6 %.

## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de las convocatorias publicadas para incentivos del Programa de eventos comerciales nacionales e internacionales.

Meta Planeada  
54.69

Numerador  
35

Denominador  
64

## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de los beneficiarios del sector agroalimentario satisfechos con los apoyos otorgados

Periodo  
Junio 2015

Meta del Indicador  
46.88

Numerador  
30

Denominador  
64

La baja en las Convocatorias para el incentivo, se deriva del ajuste de estrategias, que apoyarán el reforzamiento del mercado nacional. Impulsando la presencia de productores agroalimentarios en eventos nacionales. Asimismo, por disponibilidad presupuestal la meta programada inicialmente se deberá ajustar en 55 eventos.



## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de los incentivos para la promoción comercial otorgados en proyectos de promoción comercial mediante convenios de concertación para el desarrollo comercial.

Meta Planeada  
9.52

Numerador  
4.00

Denominador  
42.00

## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de los incentivos para la promoción comercial otorgados en proyectos de promoción comercial mediante convenios de concertación para el desarrollo comercial.

Periodo  
Junio 2015

Meta del Indicador  
9.52

Numerador  
4.00

Denominador  
42.00

## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de productores del sector agroalimentario que reciben incentivo mediante seminarios, talleres y Valor agregado para sus productos para desarrollar su capacidad comercializadora.

Meta Planeada  
7.67

Numerador  
200.00

Denominador  
2,606.

## S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de los beneficiarios del sector agroalimentario satisfechos con los apoyos otorgados

Periodo  
Junio 2015

Meta del Indicador  
0.00

Numerador  
0.00

Denominador  
2,606

En virtud de falta de disponibilidad presupuestal para el primer semestre, se tomó la decisión de Cancelar el incentivo de Desarrollo de Valor Agregado y Capacidades Comerciales, sin embargo debido a la implementación de estrategia de reforzamiento del mercado Nacional, se impulsará la participación de los productores en tres foros para el segundo semestre.

# S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de crecimiento de unidades productivas que obtuvieron la certificación de calidad, sanidad o inocuidad a través de proyectos de promoción comercial.

Meta Planeada  
18.52

Numerador  
5.00

Denominador  
27.00

# S-262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios

F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados  
Componente

Porcentaje de los beneficiarios del sector agroalimentario satisfechos con los apoyos otorgados

Periodo  
Junio 2015

Meta del Indicador  
0

Numerador  
0

Denominador  
0

No se reporta avance en este indicador debido a que se tiene comprometido de forma anual.

## Coordinador General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones

- **Lic. Georgius Ricardo Gotsis Fontes**
- Av. Municipio Libre # 377, 11° Piso-ala "B", Col. Santa Cruz Atoyac C.P. 03310, México, D.F. Tel. (01-55) 38.71.73.00 Ext. 50016

## Director de Control y Evaluación

- **C. Erik Alberto Cárdenas González**
- Av. Municipio Libre # 377, 11° Piso-ala "B", Col. Santa Cruz Atoyac C.P. 03310, México, D.F.
- Tel. (01-55) 38.71.73.00 Ext. 50149

## Directora de Desarrollo de la Oferta Exportable

- **Lic. Alena Hana Llaca**
- Av. Municipio Libre # 377, 11° Piso-ala "B", Col. Santa Cruz Atoyac C.P. 03310, México, D.F.
- Tel. (01-55) 38.71.73.00 Ext. 50017

## Directora de Promoción Comercial

- **Lic. Marlen Rubio D'Arce**
- Av. Municipio Libre # 377, 11° Piso-ala "B", Col. Santa Cruz Atoyac
- C.P. 03310, México, D.F.
- Tel. (01-55) 38.71.73.00 Ext. 50063

## Responsable de la elaboración e integración del informe

- **C. Omar Alejandro Aguilar Jara**
- Jefe de Departamento de la Dirección de Control y Evaluación
- Av. Municipio Libre # 377, 11° Piso-ala "B", Col. Santa Cruz Atoyac C.P. 03310, México, D.F.
- Tel. (01-55) 38.71.73.00 Ext. 50146