

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

1

**INFORME DE RESULTADOS AL CUARTO TRIMESTRE
PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES
EJERCICIO FISCAL 2014**



PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS

Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones

Índice

PRESENTACIÓN	03
1. ANTECEDENTES	04
2. POLITICA DE COMERCIALIZACION	07
3. MARCO NORMATIVO	10
4. PRESUPUESTO	12
5. RESULTADOS DE OPERACIÓN	14
7. MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS (MIR - 2014)	24
8 DIRECTORIO DE FUNCIONARIOS	38

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 incorpore 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.

A través 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 y México Calidad Suprema incluyendo los Indicadores derivados tanto de las Reglas de Operación como de la Matriz de Indicadores para 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.



4

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 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”.

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.

5

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 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.

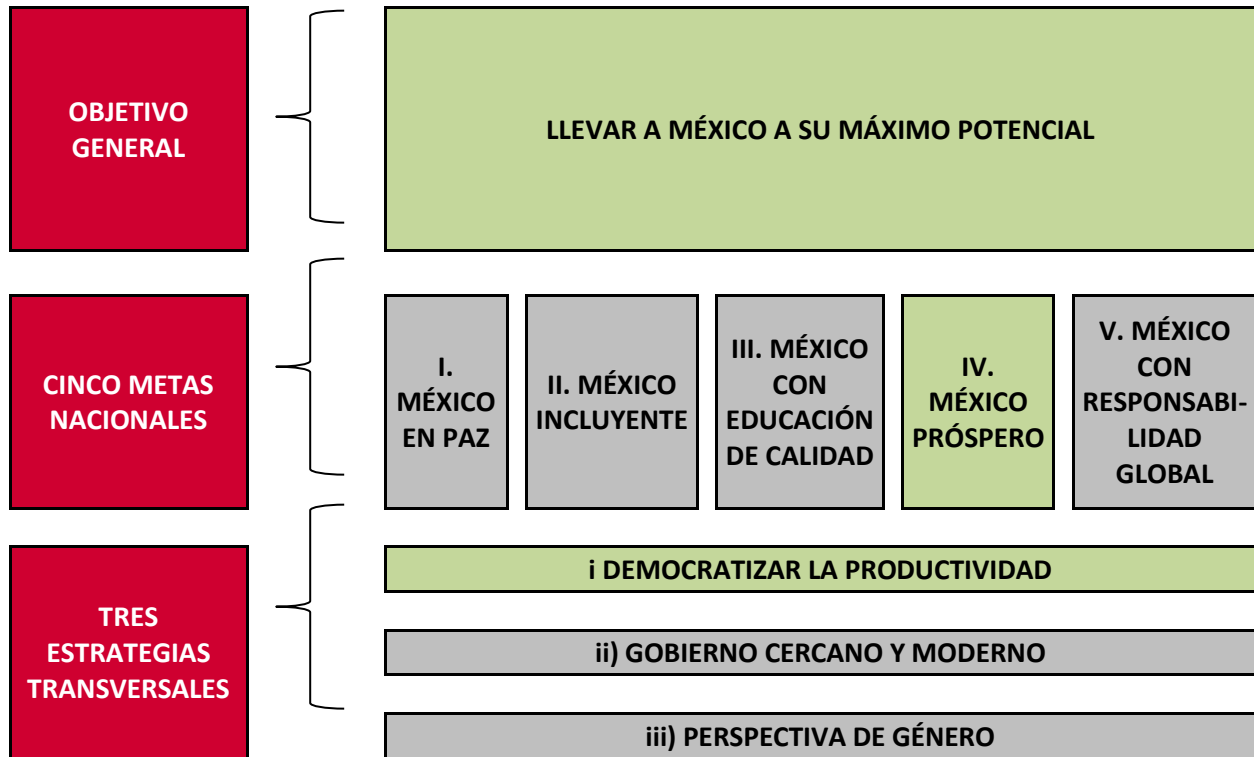
Con lo anterior, ASERCA se convierte en un gran elemento transformador, participando en la creación del
NUEVO ROSTRO DEL CAMPO.

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 COMERCIALIZACION Y DESARROLLO DE MERCADOS

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



7

<p>Objetivo general</p>	<p>Llevar a México a su máximo potencial</p>	<p>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>
--------------------------------	--	---

Meta Nacional	México Próspero	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.
Estrategia Transversal	Democratizar la Productividad	<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.

- ✚ Productivo que aumente la productividad de los factores de producción (tierra, trabajo, capital y agua) en el sector agroalimentario.
- ✚ 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 en actividades agrícolas, pecuarias y pesqueras que “sean negocio”.
- ✚ 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 de mejorar 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 ingreso 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.

10

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”.

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 2013 - 2014	FECHA DE PUBLICACIÓN
REGLAS DE OPERACIÓN 2013: ACUERDO por el que se establecen las Reglas de Operación de los Programas de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.	11/02/2013
ACUERDO por el que se modifican los artículos 16, 42, 51, 67, 68, 69, 71, 72 y 79, así como los anexos I, IV, V, VI, VII, VIII, IX, XI, XII, XIII, XIV, XV, XV-bis, XVI, XVII, XIX, XX, XXXI, XXXIX, XLVIII, LII, LIV y LVI; se adiciona en el artículo 72, fracción III, un número 5, y los anexos X-bis, XXXIV-bis y LIII-bis, y se derogan del artículo 3, fracción I, los incisos d), e), f), y g) y del artículo 72, fracción I, el número 4, todos del diverso 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, publicadas el 11 de febrero de 2013.	07/06/2013
ACUERDO por el que se modifica del artículo 12, el párrafo segundo, de la fracción I, inciso a), apartado de montos máximos el párrafo segundo, así como la fracción II; se adicionan en el artículo 12, fracción I, inciso a) apartado de montos máximos, los párrafos primero y cuarto, del diverso 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, publicadas el 11 de febrero de 2013.	25/07/2013
Acuerdo por el que se Modifica el artículo 31, fracción i.3., apartado apoyos al productor y/o al comprador en materia de coberturas, del diverso 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, publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 11 de febrero de 2013.	28/11/2013
REGLAS DE OPERACIÓN 2014: 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.	18/12/2013

Presupuesto

Las asignaciones autorizadas en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2014 (PEF), autorizado por la H. Cámara de Diputados y publicado en el Diario Oficial de la Federación con fecha 3 de diciembre de 2013, establece en el Anexo 10. "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	8,072.1
	Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados	8,072.1
	Incentivos a la Comercialización	7,737.8
	Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones	334.4

12

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 2013

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 Incentivos a la Comercialización.

PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MERCADOS
PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES
(Miles de pesos, con un decimal)

F00	2014	3	2	1	0	6	S262	6EH	4	43101	1	1	9	F0000	9	Subsidios Gasto Corriente	317,648.03
F00	2014	3	2	1	0	6	S262	6HD	4	43101	7	1	9	F0000	9	Subsidios Gastos de Operación	1,003.0
F00	2014	3	2	1	0	6	S262	6HE	4	43101	7	1	9	F0000	9	Subsidios Gastos de Operación	1,671.8
F00	2014	3	2	1	0	6	S262	6HO	4	43101	7	1	9	F0000	9	Subsidios Gastos de Operación	9,027.8
F00	2014	3	2	1	0	6	S262	6HP	4	43101	7	1	9	F0000	9	Subsidios Gastos de Operación	3,343.6
F00	2014	3	2	1	0	6	S262	6HS	4	43101	7	1	9	F0000	9	Subsidios Gastos de Operación	1,671.8
Total																	334,366.3

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 representando un 4.46% menos que el autorizado en el Ejercicio Fiscal anterior (350,000.00 miles de pesos).

En el periodo que se informa (enero-diciembre), 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 211,961.7 miles de pesos.

Concepto	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PEF ORIGINAL	334,366.3	45,400	25,942	29,895	25,245	25,195	29,545	30,545	33,956	35,395	18,025	35,223	0.00
PEF MODIFICADO AUTORIZADO	330,979.5	0.00	859.6	28,051.4	4,029.4	19,262.4	26,949.9	53,950.4	21,145.4	32,113.2	112,723.1	31,576.3	318

FUENTE: Dirección General de Administración y Finanzas. ASERCA

Avance Presupuestal

Para el ejercicio fiscal 2014 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, el cual es 4.46% menor con respecto al año anterior, 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. Durante el periodo que se informa se autorizó la adecuación presupuestal con folio 2014-8-F00-849, a fin de contar con recursos para la partida 38401.- Exposiciones, dando como resultado un presupuesto modificado de 150,000.00 miles de pesos para Subsidios a la Producción y 167,648.00 miles de pesos para Exposiciones.

El presupuesto ejercido al 31 de Diciembre del 2014, fue de 290,563.76 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 (anual) (Miles de Pesos)		
Promoción Comercial	334,366.00	150,000.00	147,603.95	147,594.75	99.9%
Exposiciones y Ferias	0.00	167,648.00	130,171.38	129,990.54	99.4%
Gasto de Operación	0.00	16,718.00	12,990.14	12,978.47	99.9%
Total	334,366.00	334,366.00	290,765.47	290,563.76	99.93%

RESULTADOS DE OPERACIÓN

Del Fomento a las Exportaciones a Través de Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales

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

Eventos Comerciales Nacionales.	Eventos Comerciales Internacionales	Degustaciones Nacionales o en el Extranjero	Desarrollo de Valor Agregado y Capacidades Comerciales para el mercado interno o internacional	Foros Congresos y/o Seminarios		Misiones Comerciales dentro y fuera de México.	
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.).	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.).	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.).	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.).	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.).	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.
*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 en su Dirección de Desarrollo de la Oferta Exportable, ha contribuido a promover **2,886 productores** a nivel nacional, y **772 productores** a nivel internacional beneficiando al 31 de Diciembre de 2014 para un total de **2,886 productores** mexicanos los cuales estimaron ventas por **739,414.72 miles de dólares**.

Año	Evento	Región	No. de Eventos	No. de Beneficiarios
2014	Internacional	Estados Unidos	6	287
		Canadá	5	84
		Asia	7	166
		Europa	7	154
		Centro y Sudamérica	8	81
	Sub-total		33	772
	Nacional	México	28	2,114
Gran Total		61	2,886	

Los productores participantes del programa reportaron ventas estimadas por **739,414.72 miles de dólares.**

Ferias Comerciales Nacionales

De enero a diciembre de 2014 se ha participado en **28 eventos** en México, con una asistencia de **2,114 productores**, empresas y organizaciones los cuales han reportado ventas estimadas por **62,359.07 miles de dólares**, de los cuales destacan los siguientes eventos:

II Foro Mundial



Se incentivó la participación de **140 productores** que se celebró en la ciudad de Puebla en el mes de noviembre instalando un pabellón en el que expusieron tequila, mezcal, cerveza, vainas y extracto de vainilla, flor de sal con especias, horchata, stevia, frutas deshidratadas, café tostado y molido, chocolate, salsas, flor de Jamaica, ate, mole con ajonjolí, dulces, aceitunas, mole y adobos, nopales procesados, licor de pitahaya entre otros; reportando ventas estimadas por **881 mil dólares.**

15



Se contó con la participación de **30 productores** los cuales reportaron ventas estimadas por **189 mil dólares** y se lograron **25 enlaces comerciales**, se ofrecieron productos como tequila, mermeladas, amaranto, chocolate, salsas, mayonesa, vainilla, condimentos y especias, mezcal, quesos, embutidos de conejo, vino, granola.



Se instaló un pabellón con **40 productores**, en donde se ofrecieron productos como miel, maíz, trigo, leche, chile piquín, manzanas, arándano, frijol, queso, chocolate, rompo, vino, mermeladas, ate, café, se reportaron ventas estimadas por **2.5 millones de dólares** y se lograron **28 enlaces comerciales.**

Ferias Comerciales Internacionales

Hasta el 31 de diciembre de 2014 se han apoyado a **772 productores** que han participaron en **33 eventos** a nivel internacional, los cuales reportaron ventas estimadas por **677,055.64 miles de dólares**, de los cuales destacan los siguientes eventos:



Se apoyó a **11 productores** mexicanos los cuales ofertaron Sotol, mezcal, tequila, salsas, mermeladas, yuca, aderezos, achiote, vino, pulpas de frutas, reportaron ventas por **1.4 millones de dólares** y se lograron **5 enlaces comerciales.**



Se llevó a cabo el mes de Noviembre en la ciudad de Jeddah, Arabia Saudita, donde por primera vez productores y agroempresarios mexicanos participaron en la feria especializada en alimentos de la región árabe, Foodex Saudí 2014 donde se apoyó a **9 productores**, se reportaron ventas por **7,163.71 miles de dólares**, y se realizaron **8 enlaces comerciales**, destacaron productos como jarabe de agave, inulina de agave, aceite de

aguacate, frijol, garbanzo, ajonjolí, sorgo, miel, chiles jalapeños, salsas, café tostado y molido, esto permite abrir nuevos mercados en las naciones que componen la región del Medio Oriente.



Se apoyó la participación de 9 productores de carne de tequila y mezcal, los cuales reportaron ventas estimadas por 808.5 miles de dólares, esta Feria representa una de las mejores oportunidades de promoción de bebidas alcohólicas en el mercado chino y otros países ya que se reunió a más de 30 mil profesionales de 70 países, entre ellos importantes importadores y exportadores, empresas comercializadoras mayoristas y menudistas, firmas

de logística y cadenas de hoteles y restaurantes.

Valor Agregado

Teniendo como objetivo incrementar la participación de la oferta exportable mexicana a través de la consolidación y diversificación de los productos agroalimentarios en mercados internacionales, el programa de valor agregado se llevó a cabo durante el periodo julio a diciembre logrando beneficiar a 502 empresas del sector agroalimentario los cuales recibieron 1,026 servicios de diseño, desglosan de la siguiente forma:

- DISEÑO O REDISEÑO DE IMAGEN DE MARCA: 295 SERVICIOS
- DISEÑO O REDISEÑO DE ETIQUETA: 348 SERVICIOS
- DEFINICIÓN DE ENVASE O EMPAQUE DE LÍNEA: 110 SERVICIOS
- DISEÑO GRÁFICO DEL ENVASE O EMPAQUE: 74 SERVICIOS
- FOLLETO - DÍPTICO O RECETARIO: 113 SERVICIOS
- SITIO WEB INFORMATIVO: 86 SERVICIOS

Con respecto a servicios de Consultoría a Mercados Internacionales, se otorgan 25 registros ante la FDA y 25 estudios de Accesos a Mercados Internacionales tales como: Europa, Estados Unidos y Japón.



Misiones Comerciales



Se llevó a cabo en GUANGZHOU, CHINA, donde se apoyó a **53 productores** de Tequila, cárnicos, chayote, maíz, fresa, frambuesa, arándano, nuez, aceite de aguacate, aguacate, jarabe de agave, aderezos y salsas los cuales reportaron ventas estimadas por **41,452.46 miles de dólares**.

17



Del 3 de Octubre al 3 de Noviembre 5 empresas procedentes de Bélgica, España, Reino Unido, Japón, Corea del Sur, Israel y China, visitaron regiones productoras de Tequila y Mezcal donde participaron más de **20 productores nacionales** reportando ventas iniciales por **6.7 millones de dólares**.

De Promoción Comercial

Los incentivos para la Promoción comercial están orientados para el apoyo a la población objetivo*:

Obtener Certificaciones de Calidad, Sanidad e Inocuidad que sean requeridas para la comercialización de productos del sector agroalimentario	Campañas Genéricas de Promoción Nacional y/o Internacional el cual es un Plan Estratégico de Publicidad y Mercadotecnia del Sector Agroalimentario.	Promoción, Gestión y Trámite de Marcas Colectivas.	Herramientas de información como Directorios comerciales.	Misiones Comerciales y Prospectivas Nacionales e Internacionales.	Gestión y Trámite de Denominaciones de Origen y Desarrollo de Capacidades para la Comercialización Nacional e Internacional.
Hasta el 100% del costo total por proyecto sin rebasar \$500,000.00 (quinientos mil pesos) por Unidad Productiva	Hasta el 100% del costo por campaña genérica, sin rebasar \$20'000,000.00 (veinte millones de pesos).	Hasta el 100% del costo total de los productos relacionados con el Proyecto, sin rebasar \$4'000,000.00 (cuatro millones de pesos).	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.	Hasta el 80% del costo, sin rebasar \$300,000.00 (trescientos mil pesos) por Unidad Productiva.	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

APOYO A LAS CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL.

Para el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2014, la Dirección de Promoción Comercial otorgo la asesoría técnica para la elaboración de propuestas de proyectos de 44 organizaciones interesadas en ser beneficiarios.

Al concluir con la revisión de las propuestas de los proyectos que solicitaron apoyos de promoción comercial, al segundo semestre 2014 se logró contar con 44 solicitudes ingresadas; de las cuales, 25 cubrieron en su totalidad el procedimiento marcado en Reglas de Operación 2014 logrando con ello la firma de sus Convenios de Concertación, una de estas desistió por escrito de los apoyos. Sin embargo, al cierre del segundo semestre sólo fue posible otorgar el incentivo a 17 de los 25 beneficiarios mencionados, toda vez que derivado de la publicación de los "Lineamientos de cierre presupuestario del ejercicio Fiscal 2014" como parte de las acciones del ambiente controlado operado por las instancias correspondientes, no fue posible contar con la disponibilidad para cubrir la transferencia de recursos por concepto del otorgamiento de los Incentivos de Promoción comercial, para cubrir los compromisos de pago. Finalmente y de conformidad con lo establecido en los "Lineamientos correspondientes a los Adeudos de Ejercicios Fiscales Anteriores para el Ejercicio Fiscal 2015", los 8 Convenios de Concertación pendientes del otorgamiento de recurso serán cubiertos con cargo al Presupuesto Autorizado del ejercicio Fiscal 2015.

Por otra parte a finales de Diciembre de 2014 se recibieron 2 escritos uno por la organización "Banco de Alimentos de la Central de Abasto de la Ciudad de México" y el segundo por el "Consejo Mexicano para la Exportación Agropecuaria" en el cual menciona que por así convenirlo desisten del convenio firmado en 2014, esto deja como resultado un total de 23 proyectos aprobados y apoyados de los cuales se presenta la siguiente información:

Status de Proyectos al 31 de Diciembre de 2014

Proyectos Aprobados	Proyectos pagados al 31 de Diciembre	Proyectos Finiquitados	Proyectos en Proceso de Cierre	Proyectos Vigentes	Proyectos en Proceso Administrativo
23	17	1	3	13	1

CAMPAÑAS DESTACADAS DE LA DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN COMERCIAL

Organización	Objetivo	Importe Ministrado de Apoyo (Miles de Pesos)	Estatus
Exportadores Mexicanos de Carne de Cerdo y Cárnicos Afines, A.C.	Se pretende llevar a cabo una campaña de promoción en Japón y Corea del Sur que combina diferentes medios de comunicación para promover el consumo de carne de cerdo mexicana y con la finalidad de transmitir a consumidores, importadores, distribuidores, restauranteros, etc., las ventajas de la carne de cerdo sobre todo de inocuidad e higiene.	17,000.000	Vigente

Comité Nacional Sistema Producto Papaya, A.C.	El objetivo principal es continuar con el proceso de educación de los consumidores y no consumidores de papaya mexicana en torno a los beneficios de consumir papaya y, con ello, buscar incentivar su ingesta y atraer a nuevos canales comerciales hacia la oferta de papaya mexicana para poder atender la demanda creciente de esta fruta en ese mercado	7,000.00	Vigente
---	--	----------	---------

Organización	Objetivo	Importe Ministrado de Apoyo (Miles de Pesos)	Estatus
Impulso Orgánico Mexicano, A.C.	Dirigido al Consumidor: Incrementar el consumo de productos orgánicos mexicanos certificados en la República Mexicana y ampliar los contactos de negocio en los mercados de Alemania beneficiando a los productores ya que por consiguiente estos incrementarán sus ventas. Dirigido al Productor: Dar a conocer entre los productores mexicanos, orgánicos o no, el incentivo que se le ofrece para mejorar la comercialización de sus productos mediante la obtención del Distintivo Nacional de los Productos Orgánicos.	16,974.12	Vigente
Confederación de Porcicultores Mexicanos, A.C.	La campaña 2014, al igual que otros años, se enfocará en incrementar el consumo de la Carne de Cerdo Mexicana, resaltando sus Valores Nutrimientales, Formas de preparación y dando a conocer los sistemas de producción actuales, que favorecen la seguridad de este producto, además de incentivar el consumo de la Carne de Cerdo Mexicana, mediante la transmisión de los valores nutrimentales, formas de preparación y buenas prácticas de producción, en medios de comunicación de alto impacto, tales como: Televisión, Camiones y Revistas.	\$16,948.49	Vigente
Comité Nacional Sistema Producto Guayaba A.C.	El objeto del apoyo para esta organización consiste en llevar a cabo una campaña de promoción en Estados Unidos combinando distintos medios de comunicación como: Plan de carteleras, Plan de Mobile media Trucks, Plan Estrategia en línea (digital, sitio web, social media, Facebook, campaña de Ads, campaña de Tabs, Twitter, YouTube, Banners, Video, capacitación a productores, misiones comerciales y/o prospectivas dentro y fuera de México y participación en una Expo Internacional, resaltando las ventajas saludables al consumir guayaba mexicana.	7,513.62	Vigente
Consejo Nacional Agropecuario, A.C.	A través del programa televisivo "Pati's Mexican table" promocionar y posicionar, la calidad y consumo de Productos hortofrutícolas mexicanos. Así como la elaboración del Directorio de Agroexportadores mexicanos, que facilite el contacto de nuestros productores.	\$12,627.33	Vigente

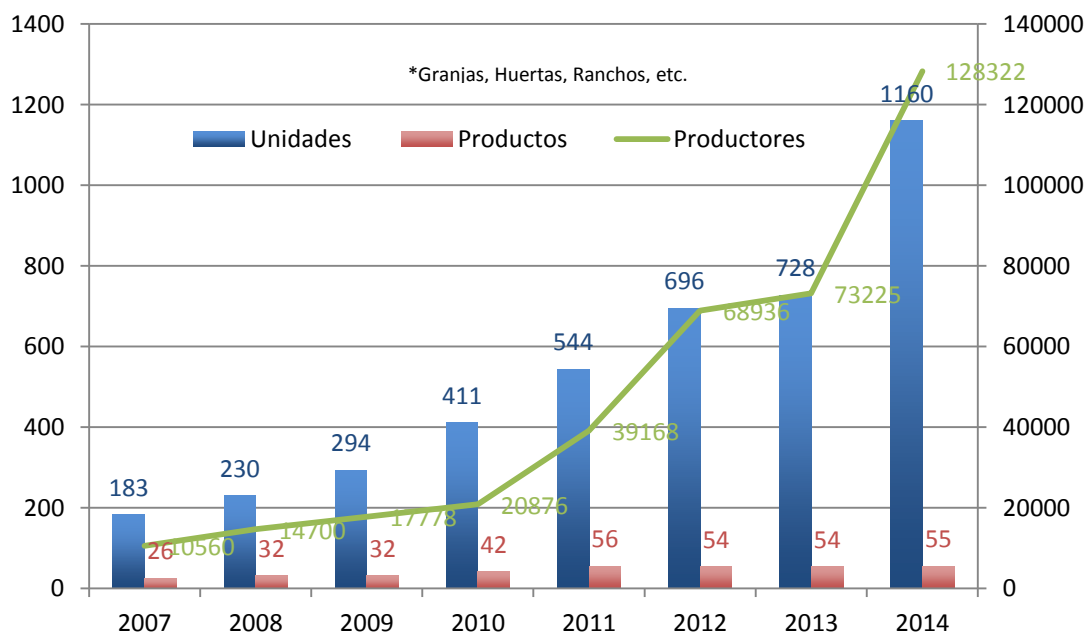
En seguimiento a los 26 proyectos apoyados en 2013:

Status de Proyectos 2013 al 31 de Diciembre de 2014	
Proyectos Aprobados	Proyectos Finiquitados
26	26

20

Certificación México Calidad Suprema

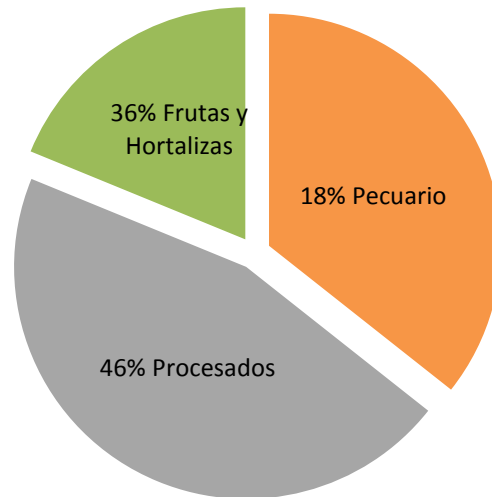
En el periodo de enero al 31 de diciembre del 2014, se ha logrado la certificación de 55 productos de los 54 que se tienen contemplados. También se obtuvo un incremento del 59% en el número de unidades certificadas, las cuales pasaron de 728 a 1160 unidades participantes y en el caso de los productores beneficiarios de la certificación, se registró un incremento del 75%, al pasar de 73,225 productores beneficiarios a 128,322 productores beneficiarios.



Al cuarto trimestre de 2014, se certificaron en los rubros frutas y hortalizas, pecuario y acuícola, ascienden a 1,720,350 toneladas de productos agroalimentarios, entre los que destacan: aguacate, mango, manzana, papaya, fresa, espárragos, carne de cerdo y carne de bovino. Así como también 1,456,264 toneladas de leche (que equivalen a 1,409,663,552 lts.) y 3,348 toneladas de aceite de cártamo (equivalente a 3,883,680 lts.) lo que da un gran total de 3,179,962 toneladas de productos agroalimentarios y procesados, de las cual se pueden apreciar las siguientes tablas:

PRODUCCION ENE-DIC 2013-2014 (TON)		
	ENE- DIC 2013	ENE-DIC 2014
PROCESADOS	1,560,511	1,459,612
FRUTAS Y HORTALIZAS	881,174	1,142,901
PECUARIO	498,080	577,449
ACUICOLA	845	0
TOTAL	2,940,610	3,179,962

Productos certificados Enero- Diciembre 2014



MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS (MIR - 2014)

La Planeación del Marco Lógico para el Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados, se inicia en mayo de 2013, pres entando los avances en el Curso-Taller Metodología de Marco Lógico impartido por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) y el ILPES/CEPAL en el mes de julio de 2013.

Cabe destacar que como producto del Curso-Taller referido en el párrafo anterior, se obtuvo la Metodología de Marco Lógico y la MIR 2014 del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados, 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) Diagnostico
- 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 - 2014).

Es importante destacar que el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 fue publicado con fecha 20 de mayo, la Metodología de Marco Lógico y MIR 2014 en julio, el Programa Sectorial 2013-2018 se publica el 13 de diciembre y las Reglas de Operación del Programa el 18 de diciembre de 2013. El proceso de ajuste de la MIR 2014 se realizó del 28 de febrero al 31 de marzo de 2014.

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 134

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

Reglamento de la LFPyRH 180

Ley de Coordinación Fiscal 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 IV, Capítulo V. De la Evaluación,

Seguimiento y Supervisión

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

Lineamientos Generales para la Evaluación de los Programas Federales

Por otro lado, y de conformidad con la periodicidad establecida para el reporte de los indicadores de la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) y considerando que el resultado de los mismos debe ser integral, se presenta a continuación los indicadores al 31 de marzo de 2014.

Nivel objetivo	Resumen Narrativo	Nombre del Indicador	Método de cálculo	Frecuencia de Medición	Medios de verificación	Supuestos
FIN	F.- Contribuir a mantener o mejorar el ingreso de los productores agropecuarios y pesqueros a través de brindar certidumbre en la comercialización.	F.- Tasa de variación del ingreso bruto de los productores agropecuarios y pesqueros apoyados, proveniente de sus actividades económicas.	(Ingreso bruto de los productores agropecuarios y pesqueros con apoyos a la comercialización y desarrollo de mercados / Ingreso bruto de los productores agropecuarios y pesqueros sin apoyos) *100.	Triannual	Ingreso bruto de los productores agropecuarios y pesqueros con incentivos y/o apoyos a los productos elegibles - Otros - Informes de Resultados al Cuarto Trimestre de la Coordinación General de Comercialización y la Coordinación General de Promoción y Fomento a las Exportaciones de ASERCA - Otros - Ingreso bruto de los productores agropecuarios y pesqueros de productos elegibles sin incentivos y/o apoyos - Otros - Precio Medio Rural con Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), con información de las Delegaciones de la SAGARPA - Otros - Base de datos de encuesta y entrevistas del levantamiento de la información (trabajo de campo y gabinete).	1.- Las condiciones climáticas permiten un normal desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras. 2. Las condiciones macroeconómicas del país se mantienen estables.

Nivel objetivo	Resumen Narrativo	Nombre del Indicador	Método de cálculo	Frecuencia de Medición	Medios de verificación	Supuestos
PROPÓSITO	P.- Productores agropecuarios y pesqueros comercializan su producción con certidumbre en los mercados (ordenamiento del mercado con transacciones comerciales certeras).	P.1. Porcentaje de productores agropecuarios y pesqueros con problemas de comercialización apoyados con respecto a la población objetivo.	(Número de productores agropecuarios y pesqueros con problemas de comercialización apoyados con incentivos a la comercialización y desarrollo de mercados / Población Objetivo)*100	Anual	Número de productores agropecuarios y pesqueros que cuentan con incentivos a la comercialización y desarrollo de mercados promovidos por el Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados - Otros - Informes de Resultados al Cuarto Trimestre de la Coordinación General de Comercialización y la Coordinación General de Promoción y Fomento a las Exportaciones de ASERCA - Otros - Población Objetivo - Otros - Informe de INEGI. Estados Unidos Mexicanos. Censo Agropecuario 2007, VIII Censo Agrícola, Ganadero y Forestal. Aguascalientes, Ags. 2009.	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Las condiciones climáticas permiten un normal desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras. 2. Las condiciones macroeconómicas del país se mantienen estables. 3. Los precios de productos agropecuarios y pesqueros en el mercado interno se mantienen relativamente estables. 4. Existe producción comerciable de productos agroalimentarios y pesqueros.

Nivel objetivo	Resumen Narrativo	Nombre del Indicador	Método de cálculo	Frecuencia de Medición	Medios de verificación	Supuestos
PROPÓSITO	P.- Productores agropecuarios y pesqueros comercializan su producción con certidumbre en los mercados (ordenamiento del mercado con transacciones comerciales certeras).	P.2. Porcentaje del volumen de productos agropecuarios y pesqueros elegibles con problemas de comercialización apoyado con respecto al total producido	(Sumatoria total del volumen de productos agropecuarios y pesqueros elegibles con problemas de comercialización apoyado / Total de volumen producido de productos elegibles)*100	Anual	Sumatoria del volumen de productos agropecuarios y pesqueros elegibles apoyados - Otros - Informes de Resultados al Cuarto Trimestre de la Coordinación General de Comercialización y la Coordinación General de Promoción y Fomento a las Exportaciones de ASERCA - Otros - Total de volumen producido de productos elegibles - Otros - Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), con información de las Delegaciones de la SAGARPA.	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Las condiciones climáticas permiten un normal desarrollo de las actividades agropecuarias y pesqueras. 2. Las condiciones macroeconómicas del país se mantienen estables. 3. Los precios de productos agropecuarios y pesqueros en el mercado interno se mantienen relativamente estables. 4. Existe producción comerciable de productos agroalimentarios y pesqueros.

Nivel objetivo	Resumen Narrativo	Nombre del Indicador	Método de cálculo	Frecuencia de Medición	Medios de verificación	Supuestos
COMPONENTE	C.1.- Incentivos a la Comercialización, entregados a los productores agropecuarios para almacenaje, fletes y costos financieros, certificación de beneficio y calidad, inducción productiva, administración de riesgos de mercado, problemas específicos de comercialización, e infraestructura comercial.	C.2.3. Tasa de crecimiento de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos	$\left(\frac{\text{Número total de productores del sector agroalimentario, pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos en el año } t_n}{\text{número de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos en el año } t_{n-1}} - 1 \right) * 100$	Trimestral	Encuestas aplicadas a productores del sector agroalimentario y pesquero que se integran al expediente de transparencia - Otros - Bases de datos de la Dirección de Desarrollo de la Oferta Exportable de la Coordinación de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones. ASERCA.	<ol style="list-style-type: none"> 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, con lo cual se maximiza la posibilidad de realizar enlaces comerciales.

Nivel objetivo	Resumen Narrativo	Nombre del Indicador	Método de cálculo	Frecuencia de Medición	Medios de verificación	Supuestos
ACTIVIDAD	A.2.1. Medición realizada de la satisfacción de los productores del sector agroalimentario y pesquero con los apoyos otorgados.	A.2.1.1 Porcentaje de los productores del sector agroalimentario y pesquero satisfechos con los apoyos otorgados.	(Número de productores del sector agroalimentario y pesquero satisfechos con los apoyos otorgados / número de productores del sector agroalimentario y pesquero encuestados) * 100	Trimestral	Número de productores del sector agroalimentario y pesquero satisfechos con los apoyos otorgados- Otros - Encuestas aplicadas a los productores del sector agroalimentario y pesquero.	<ol style="list-style-type: none"> 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 de los requisitos establecidos en la normatividad aplicable.

Nivel objetivo	Resumen Narrativo	Nombre del Indicador	Método de cálculo	Frecuencia de Medición	Medios de verificación	Supuestos
ACTIVIDAD	A.2.2. Supervisión efectuada de proyectos aprobados que accedieron a los incentivos para la promoción comercial.	A.2.2.1. Porcentaje de proyectos aprobados supervisados que accedieron a los incentivos para la promoción comercial.	(Número total de proyectos aprobados supervisados / número total de proyectos aprobados de promoción comercial) * 100	Trimestral	Número total de proyectos aprobados supervisados mensualmente- Otros - Informes Trimestrales de Avance Programático-Presupuestario - Otros - Bases de datos de la Dirección de Promoción Comercial de la Coordinación de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones. ASERCA - Otros - Actas de reunión mensual de seguimiento.	<ol style="list-style-type: none"> 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 de los requisitos establecidos en la normatividad aplicable.

Nivel objetivo	Resumen Narrativo	Nombre del Indicador	Método de cálculo	Frecuencia de Medición	Medios de verificación	Supuestos
ACTIVIDAD	A.2.4. Publicación de convocatorias por evento.	A.2.4.1 Porcentaje de las convocatorias publicadas para eventos de promoción de exposiciones y ferias	(Número de convocatorias publicadas / número de publicaciones programadas) * 100	Trimestral	Número de convocatorias publicadas - Página de ASERCA en el rubro de programa de exposiciones y ferias: http://www.infoaserca.gob.mx/mexbest/Convocatoria2013.asp	<ol style="list-style-type: none"> 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 de los requisitos establecidos en la normatividad aplicable.

INDICADORES

A continuación, se presentan los Indicadores del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados en su Componente Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones al 30 de Septiembre de 2014.

Cabe destacar que dichos Indicadores contienen entre otros:

- Resumen Narrativo
- b) Nombre del Indicador
- c) Dimensión del Indicador
- d) Tipo del Indicador
- e) Definición del Indicador
- f) Método de Cálculo
- g) Unidad de Medida
- h) Desagregación Geográfica
- Frecuencia De Medición
- j) Mes de la Meta
- k) Valor de la Meta Anual
- l) Parámetros de Semaforización.

Con lo anterior, se pretende expresar en forma cuantitativa el cumplimiento de los objetivos y metas establecidas, con la finalidad de contar con un instrumento que permita evaluar los resultados del Programa en su Componente.

		INDICADOR PARA RESULTADOS									
JERARQUIA DE OBJETIVOS		C. 2.2 COMPONENTE									
NOMBRE DEL INDICADOR		Tasa de crecimiento de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos.									
DIMENSIÓN DEL INDICADOR		CALIDAD									
TIPO DEL INDICADOR		ESTRATEGICO									
DEFINICIÓN DEL INDICADOR		Mide el crecimiento de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos.									
MÉTODO DE CÁLCULO		(Número total productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos en el año tn / Número total de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos en el año tn-1) -1) * 100									
UNIDAD DE MEDIDA		Tasa de variación									
DESAGREGACIÓN GEOGRÁFICA		N/A									
FRECUENCIA DE MEDICIÓN		TRIMESTRAL									
MES DE LA META		ENERO-DICIEMBRE									
VALOR DE LA META ANUAL		8.18									
Programa	Nivel del indicador	Nombre del Indicador	Área responsable	Meta Planeada (Relativa)			Valor de la Meta Realizada del Ciclo Presupuestario en Curso				
				Cuarto Trimestre			Cuarto Trimestre				
				Meta del Indicador	Numerador	Denominador	Periodo	Meta del Indicador	Numerador	Denominador	
S - 262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados	Componente	Tasa de crecimiento de productores del sector agroalimentario y pesquero que logran enlaces comerciales para la venta de sus productos.	F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados	10.50	1,400	1,267	Diciembre	38.83	1,759	1,267	

Causas	Efectos
<p>El Programa de Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales registró modificaciones en el transcurso del año consistentes en eventos nuevos, cancelados y/o modificados, estos pasaron de 56 a principios de año a 61 al cierre de 2014, teniendo como estrategia una mayor participación en eventos como Misiones comerciales al extranjero, así como mesas de negocios en los eventos comerciales nacionales e internacionales para que los productores contactaran un mayor número de compradores internacionales. En los meses de abril, mayo, septiembre, octubre y noviembre se participó en los siguientes eventos que no estaban considerados en el Programa original de eventos: Rueda de Negocios Agroalimentaria; Misión Comercial de Importadores de miel; ANAM, Asociación Nacional de Abarroteros mayoristas; Latin American and Caribbean Flavors; Misión Comercial de compradores de Tequila y Mezcal a México; Misión Comercial de importadores Chinos de Aguacate; Feria internacional de pequeñas y Medianas empresas. Lo anterior dio como resultado que la meta establecida fuera superada en 306 enlaces comerciales adicionales a los programados.</p>	<p>Se diversificó la demanda de productos agroalimentarios mexicanos en el extranjero y se fortaleció su presencia en el mercado interno de productos tales como café, miel, aguacate, tequila, mezcal, fresa, entre otros.</p>

INDICADOR PARA RESULTADOS

JERARQUIA DE OBJETIVOS	C. 1.2 COMPONENTE
NOMBRE DEL INDICADOR	Porcentaje de los productores del sector agroalimentarios y pesqueros satisfechos con los apoyos otorgados.
DIMENSIÓN DEL INDICADOR	EFICACIA
TIPO DEL INDICADOR	RELATIVA
DEFINICIÓN DEL INDICADOR	Mide el porcentaje de los productores del sector agroalimentarios y pesqueros satisfechos con los apoyos que recibieron.
MÉTODO DE CÁLCULO	(Número de productores del sector agroalimentario y pesquero satisfechos con los apoyos otorgados / número de productores del sector agroalimentario y pesquero encuestados) * 100
UNIDAD DE MEDIDA	PORCENTAJE
DESAGREGACIÓN GEOGRÁFICA	N/A
FRECUENCIA DE MEDICIÓN	SEMESTRAL
MES DE LA META	ENERO-DICIEMBRE
VALOR DE LA META ANUAL	91.00

33

Programa	Nivel del indicador	Nombre del Indicador	Área responsable	Meta Planeada (Relativa)			Valor de la Meta Realizada del Ciclo Presupuestario en Curso			
				Cuarto Trimestre			Cuarto Trimestre			
				Meta del Indicador	Numerador	Denominador	Periodo	Meta del Indicador	Numerador	Denominador
S - 262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados	Actividad	Porcentaje de los productores del sector agroalimentarios y pesqueros satisfechos con los apoyos otorgados.	F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados	90.11	1,595	1,770	Diciembre	105.00	1,818	1,770

Causas	Efectos
Derivado de que se realizaron cinco eventos nacionales e internacionales mas de los programados para el 2014 y a la conclusión de actividades y cierre de proyectos de organizaciones beneficiarias de los proyectos de promoción comercial, mismas que aplicaron 13 encuestas de satisfacción, se logró superar en casi 15% la meta establecida.	El resultado de contar con un número creciente de productores satisfechos con los incentivos y servicios que proporciona ASERCA-SAGARPA para la promoción comercial y fomento a las exportaciones de productos agroalimentarios nacionales, está permitiendo que los productores nacionales orienten la oferta de sus productos a los mercados interno y externo con mejores condiciones de venta y precios.

INDICADOR PARA RESULTADOS										
JERARQUIA DE OBJETIVOS		C. 2.2 COMPONENTE								
NOMBRE DEL INDICADOR		Porcentajes de proyectos supervisados con respecto a los proyectos aprobados								
DIMENSIÓN DEL INDICADOR		CALIDAD								
TIPO DEL INDICADOR		RELATIVA								
DEFINICIÓN DEL INDICADOR		Mide el porcentaje de proyectos supervisados trimestralmente que accedieron a los incentivos para la promoción comercial.								
MÉTODO DE CÁLCULO		$(\text{Número total de proyectos aprobados supervisados} / \text{número total de proyectos aprobados de promoción comercial}) * 100$								
UNIDAD DE MEDIDA		PORCENTAJE								
DESAGREGACIÓN GEOGRÁFICA		N/A								
FRECUENCIA DE MEDICIÓN		TRIMESTRAL								
MES DE LA META		ENERO-DICIEMBRE								
VALOR DE LA META ANUAL		100								
Programa	Nivel del indicador	Nombre del Indicador	Área responsable	Meta Planeada (Relativa)			Valor de la Meta Realizada del Ciclo Presupuestario en			
				Cuarto Trimestre			Cuarto Trimestre			
				Meta del Indicador	Numerador	Denominador	Periodo	Meta del Indicador	Numerador	Denominador
S - 262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados	Actividad	Porcentajes de proyectos supervisados con respecto a los proyectos aprobados	F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados	100.00	20	20	Diciembre	125.00	25	20

Causas	Efectos
Al concluir el último trimestre de 2014 se logró atender un total de 48 organizaciones que presentaron sus propuestas de proyectos para participar en el Programa. Así mismo y derivado de las revisiones y asesorías a dichas organizaciones con respecto a cumplir con los requisitos marcados en las Reglas de Operación de 2014, se logró recibir de ese total a 44 proyectos para iniciar con el procedimiento de evaluación conforme a las mencionadas Reglas de Operación; de los cuales, 25 proyectos fueron aprobados y los 19 proyectos restantes fueron rechazados debido a que no cumplieron con los requisitos establecidos. Con ello se superó la meta en 25%.	Con este proceso se logró una mayor participación de las organizaciones y/o productores en la elaboración de proyectos para acceder a los incentivos del Programa. Esto contribuye a establecer una cultura de participación coordinada con el sector para una mejor y más amplia difusión y venta de los productos agroalimentarios en los mercados nacional e internacional en mejores condiciones para los productores.

INDICADOR PARA RESULTADOS										
JERARQUIA DE OBJETIVOS		C. 4.2 COMPONENTE								
NOMBRE DEL INDICADOR		Porcentaje de las convocatorias publicadas para eventos de promoción comercial y fomento a las exportaciones								
DIMENSIÓN DEL INDICADOR		EFICACIA								
TIPO DEL INDICADOR		RELATIVA								
DEFINICIÓN DEL INDICADOR		Mide el porcentaje de las convocatorias publicadas para eventos de promoción comercial y fomento a las exportaciones								
MÉTODO DE CÁLCULO		(Número de convocatorias publicadas / número de convocatorias programadas) * 100								
UNIDAD DE MEDIDA		PORCENTAJE								
DESAGREGACIÓN GEOGRÁFICA		N/A								
FRECUENCIA DE MEDICIÓN		TRIMESTRAL								
MES DE LA META		ENERO-DICIEMBRE								
VALOR DE LA META ANUAL		101.89								
Programa	Nivel del indicador	Nombre del Indicador	Área responsable	Meta Planeada (Relativa)			Valor de la Meta Realizada del Ciclo Presupuestario en Curso			
				Cuarto Trimestre			Cuarto Trimestre			
				Meta del Indicador	Numerador	Denominador	Periodo	Meta del Indicador	Numerador	Denominador
S - 262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados	Actividad	Porcentaje de las convocatorias publicadas para eventos de promoción comercial y fomento a las exportaciones Porcentaje de las convocatorias	F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados	87.50	56	64.00	Diciembre	87.50	56	64

INDICADOR PARA RESULTADOS										
JERARQUIA DE OBJETIVOS		C. 2.2 COMPONENTE								
NOMBRE DEL INDICADOR		Porcentaje de los incentivos de otorgados en proyectos de promoción comercial mediante convenios de concertación para el desarrollo comercial.								
DIMENSIÓN DEL INDICADOR		EFICACIA								
TIPO DEL INDICADOR		RELATIVA								
DEFINICIÓN DEL INDICADOR		Mide el porcentaje de proyectos de promoción comercial apoyados con incentivos mediante convenios de concertación para el desarrollo comercial.								
MÉTODO DE CÁLCULO		(Número de convocatorias publicadas / número de convocatorias programadas) * 100								
UNIDAD DE MEDIDA		PORCENTAJE								
DESAGREGACIÓN GEOGRÁFICA		N/A								
FRECUENCIA DE MEDICIÓN		SEMESTRAL								
MES DE LA META		ENERO-DICIEMBRE								
VALOR DE LA META ANUAL		54.20								
Programa	Nivel del indicador	Nombre del Indicador	Área responsable	Meta Planeada (Relativa)			Valor de la Meta Realizada del Ciclo Presupuestario en Curso			
				Cuarto Trimestre			Cuarto Trimestre			
				Meta del Indicador	Numerador	Denominador	Periodo	Meta del Indicador	Numerador	Denominador
S - 262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados	Componente	Porcentaje de los incentivos otorgados en proyectos de promoción comercial mediante convenios de concertación para el desarrollo comercial.	F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados	76.92	20.00	26.00	Diciembre	65.38	17.00	26.00

Causas	Efectos
Al concluir con la revisión de las propuestas de los proyectos que solicitaron apoyos de promoción comercial, al segundo semestre 2014 se logró contar con 44 solicitudes ingresadas; de las cuales, 25 cubrieron en su totalidad el procedimiento marcado en Reglas de Operación 2014 logrando con ello la firma de sus Convenios de Concertación, una de estas desistió por escrito de los apoyos. Sin embargo, al cierre del segundo semestre sólo fue posible otorgar el incentivo a 17 de los 24 beneficiarios mencionados, toda vez que derivado de la publicación de los "Lineamientos de cierre presupuestario del ejercicio Fiscal 2014" como parte de las acciones del ambiente controlado operado por las instancias correspondientes, no fue posible contar con la disponibilidad para cubrir la transferencia de recursos por concepto del otorgamiento de los Incentivos de Promoción comercial, para cubrir los compromisos de pago. Finalmente y de conformidad con lo establecido en los "Lineamientos correspondientes a los Adeudos de Ejercicios Fiscales Anteriores para el Ejercicio Fiscal 2015", los 6 Convenios de Concertación pendientes del otorgamiento de recurso serán cubiertos con cargo al Presupuesto Autorizado del ejercicio Fiscal 2015.	La meta planteada no fue alcanzada debido a los recortes presupuestales que afectaron a la Coordinación General, sin embargo y debido a que hubo una mayor difusión del Programa en medios de comunicación y asesorías brindadas por parte de las oficinas regionales y central de ASERCA, se logró la firma de Convenios de Concertación de más organizaciones a las planeadas, buscando con ello poder beneficiar a más organizaciones y/o productores del sector agroalimentario. Asimismo, los 6 Convenios de Concertación pendientes del otorgamiento de recursos, serán cubiertos con cargo al Presupuesto Autorizado del ejercicio Fiscal 2015.

INDICADOR PARA RESULTADOS										
JERARQUIA DE OBJETIVOS		C. 2.5 COMPONENTE								
NOMBRE DEL INDICADOR		Porcentaje de productores del sector agroalimentario y pesquero capacitados a través de proyectos de promoción comercial y eventos.								
DIMENSIÓN DEL INDICADOR		EFICACIA								
TIPO DEL INDICADOR		RELATIVA								
DEFINICIÓN DEL INDICADOR		Mide el porcentaje de productores del sector agroalimentario y pesquero capacitados a través de proyectos de promoción comercial y eventos.								
MÉTODO DE CÁLCULO		(Número de productores del sector agroalimentario y pesquero capacitados / número total de la población objetivo) * 100								
UNIDAD DE MEDIDA		PORCENTAJE								
DESAGREGACIÓN GEOGRÁFICA		N/A								
FRECUENCIA DE MEDICIÓN		SEMESTRAL								
MES DE LA META		ENERO-DICIEMBRE								
VALOR DE LA META ANUAL		62.50								
Programa	Nivel del indicador	Nombre del Indicador	Área responsable	Meta Planeada (Relativa)			Valor de la Meta Realizada del Ciclo Presupuestario en Curso			
				Cuarto Trimestre			Cuarto Trimestre			
				Meta del Indicador	Numerador	Denominador	Periodo	Meta del Indicador	Numerador	Denominador
S - 262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados	Componente	Porcentaje de productores del sector agroalimentario y pesquero capacitados a través de proyectos de promoción comercial y eventos.	F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados	63.99	3,920.00	6,126.00	Diciembre	80.48	4,930.00	6,126.00

Causas	Efectos
La meta establecida se logró superar en el primer semestre, debido a que la organización Promotores y Exportadores de Pequeñas y Medianas Empresas Mexicanas, A.C. concluyó sus actividades en dicho periodo, logrando capacitar a 2086 productores. Así mismo, la organización México Calidad Suprema, A.C. logró capacitar a 2342 productores más del sector agroalimentario.	Derivado de que la meta establecida fue superada, un número mayor de productores cuentan con los elementos necesarios para lograr la certificación de productos del sector agroalimentario, lo que se traduce en un mayor número de productores que participaran en los mercados nacionales e internacionales con una mejor presencia de sus productos.

INDICADOR PARA RESULTADOS										
JERARQUIA DE OBJETIVOS		C. 2.3 ACTIVIDAD								
NOMBRE DEL INDICADOR		Porcentaje de solicitudes de proyectos de promoción comercial dictaminadas favorablemente para acceder a los incentivos								
DIMENSIÓN DEL INDICADOR		EFICACIA								
TIPO DEL INDICADOR		RELATIVA								
DEFINICIÓN DEL INDICADOR		Mide el porcentaje de las solicitudes de proyectos de promoción comercial dictaminadas favorablemente para acceder a los incentivos								
MÉTODO DE CÁLCULO		(Número total de solicitudes de proyectos de promoción comercial dictaminadas favorablemente / número total de solicitudes de proyectos de promoción comercial recibidas) * 100								
UNIDAD DE MEDIDA		PORCENTAJE								
DESAGREGACIÓN GEOGRÁFICA		N/A								
FRECUENCIA DE MEDICIÓN		SEMESTRAL								
MES DE LA META		ENERO-DICIEMBRE								
VALOR DE LA META ANUAL		79.00								
Programa	Nivel del indicador	Nombre del Indicador	Área responsable	Meta Planeada (Relativa)			Valor de la Meta Realizada del Ciclo Presupuestario en Curso			
				Cuarto Trimestre			Cuarto Trimestre			Denominador
				Meta del Indicador	Numerador	Denominador	Periodo	Meta del Indicador	Numerador	
S - 262 Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados	Componente	Porcentaje de solicitudes de proyectos de promoción comercial dictaminadas favorablemente para acceder a los incentivos	F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados	76.92	20.00	26.00	Diciembre	96.15	25.00	26.00

Causas	Efectos
Al cierre del segundo semestre de 2014, fue recibido un total de 44 solicitudes de apoyo, derivado de la conclusión de los procedimientos de evaluación marcados en las Reglas de Operación de 2014, se tuvieron los siguientes resultado: 25 solicitudes se pudieron dictaminar favorablemente, 19 solicitudes se dictaminaron con estatus de rechazo debido a que no cumplieron en su totalidad con los requisitos marcados en dichas Reglas de Operación. Con ello se logró superar en un 25% la meta establecida.	La meta planeada fue superada derivado a que se tuvo una mayor participación de organizaciones y/o productores, así mismo el Programa busca tener y lograr los mejores resultados en el sector agroalimentario por lo que al llevar a cabo el procedimiento de evaluación se pudo dictaminar a más organizaciones favorablemente.

DIRECTORIO DE FUNCIONARIOS COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Lic. Georgius Ricardo Gotsis Fontes

Coordinador General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones
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

C. Erik Alberto Cárdenas González

Director 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. 50149

Lic. Alena Hana Llaca

Directora de Desarrollo de la Oferta Exportable
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

Lic. Marlen Rubio D'Arce

Directora de Promoción Comercial
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