

# *INFORME DE RESULTADOS AL PRIMER TRIMESTRE DEL EJERCICIO FISCAL 2018*



***COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES***

**PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN**

**COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

**ÍNDICE**

PRESENTACIÓN	01
1. ANTECEDENTES	02
2. POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN	05
3. MARCO NORMATIVO	08
4. PRESUPUESTO ORIGINAL, MODIFICADO Y EJERCIDO	10
5. RESULTADOS DE OPERACIÓN	12
6. MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS (MIR - 2018)	23

## PRESENTACIÓN

El campo es un sector estratégico, por 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 APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN 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 vender su producción con confianza en los mercados.

ASERCA, presenta el documento correspondiente al Informe del Primer Trimestre del Ejercicio Fiscal 2018 del programa sustantivo de la Institución denominado PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN en su componente PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES, el cual refleja los resultados principales del subcomponente, Ferias Comerciales Nacionales e 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.

## 1. 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 Reglamento Interior del 21 de julio de 2001 y 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.

## COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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 nula (DEFICIENCIA) 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, 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.

Es por este proceso descrito, además de los precios a la baja en épocas de producción, periodos de precios internacionales volátiles con los correspondientes efectos adversos en el mercado interno, así como los problemas estructurales señalados, entre otros factores, son los que derivan 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 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 intensidad y concentración en época de lluvias, derivado 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 adecuada organización y con arraigo cultural en prácticas de cultivo y técnicas tradicionales, carentes de capacitación, acceso a la información, servicios comerciales, financiamiento para la comercialización, acceso a instrumentos de manejo de riesgos de mercado y al 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, así como los 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 con fecha 30 de diciembre de 2017 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 Apoyos a la Comercialización de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación para el ejercicio 2018”, cuyo objetivo es contribuir a mantener o mejorar el ingreso de los productores agropecuarios y pesqueros a través de brindar certidumbre en la comercialización.



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 garantice una adecuada comercialización de los productos del campo, que se traduzca en mayores beneficios para los productores y mejores precios para los consumidores.

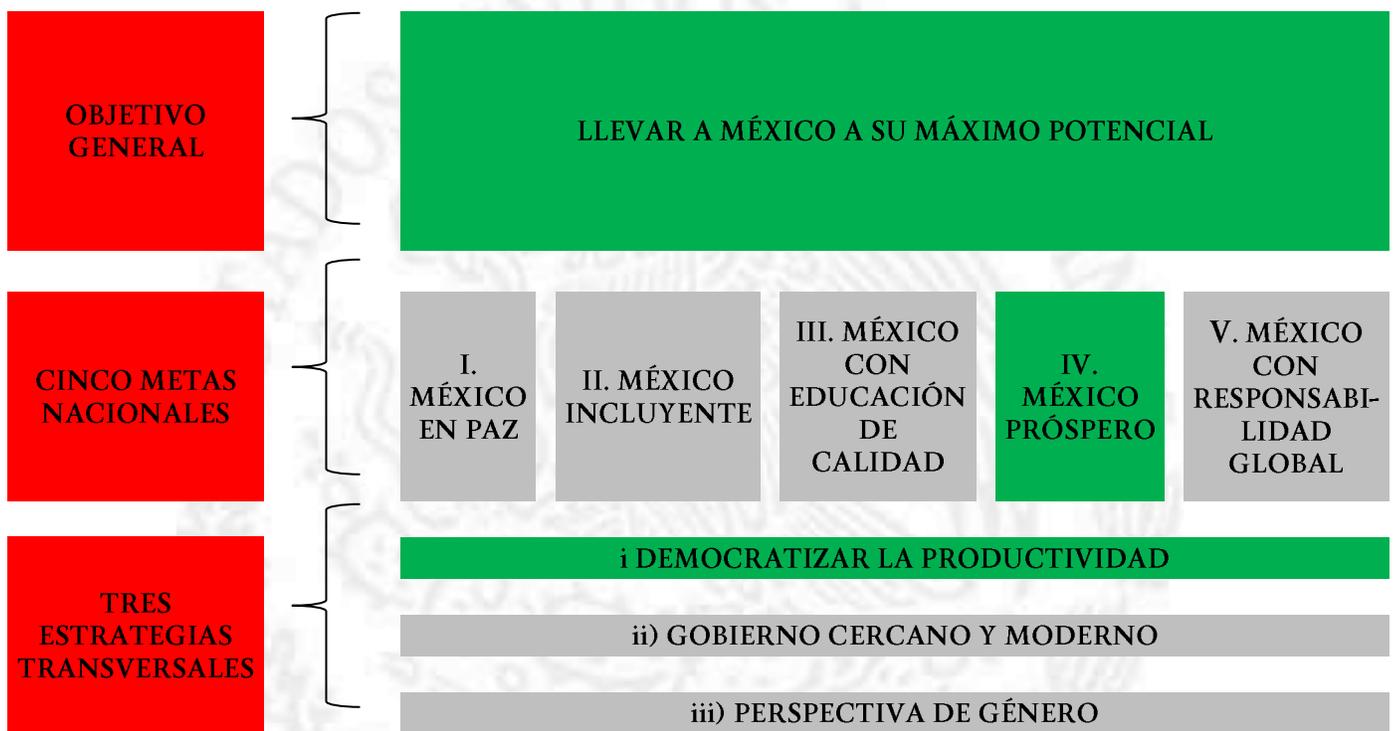
Con lo anterior, ASERCA se convierte extraordinario elemento transformador, participando en la creación de un NUEVO ROSTRO DEL CAMPO.



## 2. POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN

El Programa de Apoyos a la Comercialización, 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.

### PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013 – 2018



**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

<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.
<b>Meta Nacional</b>	<b>México Próspero</b>	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.
<b>Estrategia Transversal</b>	<b>Democratizar la Productividad</b>	<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.</p> <p>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.

## COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

- 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 publicó 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 agro negocios 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 agro alimentos 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 30 de diciembre 2017 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 Apoyos a la Comercialización de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación para el ejercicio 2018.

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

<b>PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN</b>		
<b>Unidad responsable</b>	<b>Componentes</b>	<b>Unidad Administrativa Operadora</b>
F00. Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA).	Incentivos a la Comercialización.	Coordinación General de Comercialización.
	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.

### **3. 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 tres 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, 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.
- 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,

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

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 con base en el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF), al “ACUERDO por el que se dan a conocer las Reglas de Operación del Programa de Apoyos a la Comercialización de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación para el ejercicio 2018.**

<u>MARCO NORMATIVO</u> <u>EJERCICIO FISCAL 2018</u>	<u>FECHA DE</u> <u>PUBLICACIÓN</u>
<u>REGLAS DE OPERACIÓN 2018:</u> ACUERDO por el que se dan a conocer las Reglas de Operación del Programa de Apoyos a la Comercialización de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación para el ejercicio 2018.	30/12/2017

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

**4.- PRESUPUESTO ORIGINAL, MODIFICADO Y EJERCIDO.**

Las asignaciones autorizadas en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2018 autorizadas por la H. Cámara de Diputados y publicadas en el Diario Oficial de la Federación con fecha 29 de noviembre de 2017, ascienden a 9,748.7miles de pesos para el Programa de Apoyos a la Comercialización.

El Componente Incentivos a la Comercialización cuenta con una asignación presupuestal de 9,463.0 miles de pesos, de los cuales 8,989.8 miles de pesos se catalogaron para ser asignados mediante subsidios, mientras que de forma complementaria se asignaron 473.1 miles de pesos como reserva para gasto indirecto para la operación asociada a dicho componente.

**PROGRAMA ESPECIAL CONCURRENTENTE PARA EL DESARROLLO RURAL  
SUSTENTABLE  
(MILLONES DE PESOS)**

VERTIENTE	DENOMINACIÓN	MONTO
Competitividad	Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación	\$ 9,748.7
	Programa de Apoyos a la Comercialización	\$ 9,748.7
	Incentivos a la Comercialización	\$ 9,463.0
	Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones	\$ 285.7

Fuente: Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2017 publicado en el Diario Oficial de la Federación con fecha 29 de noviembre de 2017.

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 Apoyos a la Comercialización en su componente Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones.

**PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN  
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	P001	616	3	38401	1	1	9	F0000	9	0.00
2	1	0	6	S262	6H7	4	43101	7	1	34	F0000	34	0.00
2	1	0	6	S262	6HR	4	43101	7	1	34	F0000	34	0.00
2	1	0	6	S262	6EH	4	43101	1	1	34	F0000	34	176,455.6
2	1	0	6	S262	6EH	4	43101	7	1	34	F0000	34	9,287.1
2	1	0	6	S262	6HZ	4	43101	7	1	34	F0000	34	0.00
2	1	1	6	S262	6EH	4	43101	1	1	34	F0000	34	95,000.0
2	1	1	6	S262	6EH	4	43101	7	1	34	F0000	34	5,000.0
2	1	0	6	S262	6HP	4	43101	7	1	34	F0000	34	0.00
2	1	0	6	S262	6HD	4	43101	7	1	34	F0000	34	0.00
2	1	0	6	S262	6HY	4	43101	7	1	34	F0000	34	0.00
2	1	0	6	S262	6H6	4	43101	7	1	34	F0000	34	0.00
2	1	0	6	S262	6HO	4	43101	7	1	34	F0000	34	0.00
Total													285,742.7

Fuente: Dirección General de Administración y Finanzas, ASERCA.

## PRESUPUESTO MODIFICADO

El presupuesto asignado para subsidios para el presente Ejercicio Fiscal es \$285,742.7 miles de pesos.

En el periodo que se informa (enero-marzo), se autorizaron 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 \$285,742.7 miles de pesos.

Cabe destacar, que todos y cada uno de los movimientos presupuestarios, se encuentran debidamente registrados y soportados por medio de sus respectivas adecuaciones presupuestarias autorizadas.

**Tabla de Modificaciones Presupuestales 2018**

Concepto	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PEF ORIGINAL	285,742.7	44,471,359	18,005,707	18,646,743	1,417,545	1,063,158	1,771,931	35,899,115	43,528,734	43,362,872	36,779,124	17,994,203	<b>22,802,273</b>
PEF MODIFICADO AUTORIZADO	285,742.7	35,678,559	16,880,877	24,563,255	2,676,577	2,156,708	2,875,483	33,251,598	45,710,160	43,385,163	36,796,857	18,011,936	23,755,588

## AVANCE PRESUPUESTAL

Para el ejercicio fiscal 2018 se otorgó una asignación presupuestal por \$285,742.7 miles de pesos para el Componente de "Incentivos para la Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones" del Programa Apoyos a la Comercialización, de los cuales \$271,455.6 miles de pesos corresponden a Subsidios a la Producción y \$14,287.1 miles de pesos a Gasto de Operación.

El presupuesto ejercido al 31 de marzo de 2018, fue de \$56,782.1 miles de pesos, los cuales se ejercieron de la siguiente manera:

Concepto	Presupuesto Modificado				Avance %
	Presupuesto Original (Miles de pesos)	Total Anual (Miles de pesos)	Programado Ene-mar. (Miles de pesos)	Presupuesto Ejercido (Miles de pesos)	
<b>Subsidios Tipo de Gasto 1 (Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones)</b>	271,455.6	140,015.6	44,362.4	27,688.4	19.7%
<b>Subsidios Tipo de Gasto 7. Gastos Indirectos</b>	14,287.1	14,287.1	3,058.4	306.3	8.5%
<b>Servicios Generales (Ferias)</b>	0.0	131.440	29,701.7	28,787.3	21.9%
<b>Total</b>	<b>285,742.7</b>	<b>285,742.7</b>	<b>77,122.6</b>	<b>56,782.1</b>	<b>19.87</b>

## 5.- 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.

#### Eventos Comerciales Nacionales

- ASERCA otorgará hasta el 100% del costo del total de los servicios que sean necesarios para el desarrollo del evento en el que participe, sin rebasar **\$20'000,000.00** (veinte millones de pesos 00/100 M.N.), pudiendo haber una aportación privada, municipal o estatal hasta del 100% sobre el monto total solicitado.

#### Eventos Comerciales Internacionales

- ASERCA otorgará hasta el 100% del costo del total de los servicios que sean necesarios para el desarrollo del evento en el que participe, sin rebasar **\$30'000,000.00** (treinta millones de pesos 00/100 M.N.), pudiendo haber una aportación privada, municipal o estatal hasta del 100% sobre el monto total solicitado.

#### Degustaciones Nacionales o en el Extranjero

- ASERCA otorgará hasta el 100% del costo del total de los servicios que sean necesarios para el desarrollo del evento en el que participe, sin rebasar **\$3'000,000.00** (tres millones de pesos 00/100 M.N.), pudiendo haber una aportación privada, municipal o estatal hasta del 100% sobre el monto total solicitado.

#### Misiones Comerciales dentro y fuera de México

- ASERCA otorgará hasta el 100% del costo total de los servicios de pasaje y hospedaje por beneficiario, hasta dos personas por empresa por Unidad Productiva por misión sin rebasar los **\$500,000.00** (quinientos mil pesos 00/100 M.N.) al año por Unidad Productiva.

### Desarrollo de Valor Agregado y Capacidades Comerciales

- ASERCA otorgará hasta el 100% del costo total de los servicios que sean necesarios para el desarrollo del evento en el que participe (incluye gestión de la conformación de tablas nutricionales, código de barras, trámites ante FDA o instancias internacionales equivalentes).

### Foros Congresos y/o Seminarios

- Para inscripciones a foros, congresos y/o seminarios nacionales e internacionales, de hasta 5 personas por empresa o por Unidad Productiva, sin rebasar \$20,000.00 (veinte mil pesos 00/100 M.N.).

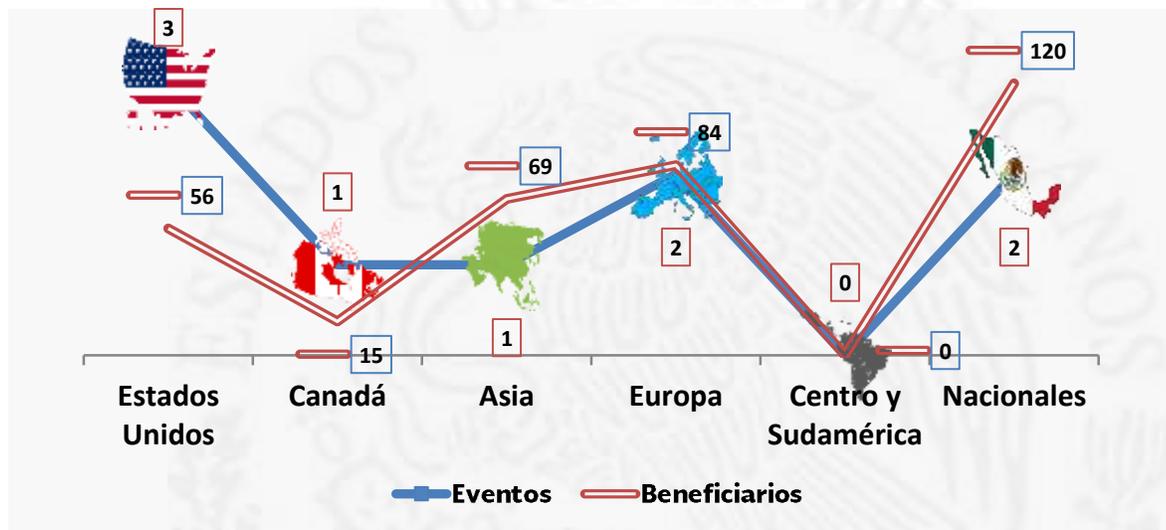
### Ruedas de Negocios

- ASERCA otorgará hasta el 100% del costo del total de los servicios que sean necesarios para el desarrollo del evento en el que participe, sin rebasar \$3'000,000.00 (tres millones de pesos 00/100 M.N.), pudiendo haber una aportación privada, municipal o estatal hasta del 100% sobre el monto total solicitado

**DESARROLLO DE LA OFERTA EXPORTABLE**

**Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados (Ferias Comerciales Nacionales e Internacionales)**

La Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones a través del Subcomponente de Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados, durante el primer trimestre de 2018, ha contribuido en la promoción de productos en 9 eventos con la participación de 344 productores (120 a nivel nacional y 224 productores a nivel internacional), los cuales reportan ventas estimadas por 468,388.2 miles de dólares.



Fuente: ASERCA/CGPCFE/DDOE. Cifras preliminares. Enero-marzo 2018.

En este periodo, los eventos más destacados fueron: Fruit Logistica, Expo ANTAD-Alimentaria México y Foodex-Japón.



## COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES



**FRUIT LOGISTICA**, se realizó del 7 al 9 de febrero de 2018, en la ciudad de Berlín, Alemania. Es un evento dirigido a los profesionales del sector de frutas y hortalizas, reúne a los principales compradores de productos frescos. Se trata de la plataforma más importante de negocios de comercio internacional que permitirá a las empresas nacionales fortalecer sus relaciones comerciales y detectar nuevas oportunidades de mercado con la Unión Europea en el sector hortofrutícola e industrias asociadas. Los productos más destacados en esta exposición fueron: berries, mango, espárrago, cítricos, uva de mesa y dátiles.

Se benefició a 60 empresas provenientes de 15 estados de la república, se reportaron ventas estimadas por 153, 231, 600.00 dólares y se logró establecer contacto con 313 clientes potenciales (enlaces comerciales).



**EXPO ANTAD Y ALIMENTARIA MÉXICO**, se realizó del 6 al 8 de marzo de 2018, en la ciudad de Guadalajara, Jalisco. Es una exposición de negocios dirigido al sector detallista, tiene como objetivo principal que sus participantes promuevan y posicionen sus productos en el mercado nacional. Además, es el único evento donde cadenas comerciales asociadas a la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio –ANTAD–, trasladan su oficina de compras al piso de negocios, generando una interacción directa durante los 3 días de actividad. ASERCA logró beneficiar a 100 productores, los cuales establecieron un total de 1,167 clientes potenciales, y las ventas estimadas reportadas suman los 13, 330, 176,43 dólares.

Se detectaron nichos de mercado para: cerveza artesanal y ajo negro. Los productos más destacados fueron: derivados de amaranto, mermelada de pitahaya, cerveza artesanal a base de hidromiel y hojas de menta fresca.



**FOODEX-JAPON**, se llevó a cabo del 6 al 9 de marzo de 2018, en Tokio, Japón.

El Pabellón de México estuvo conformado por 69 empresas provenientes de 23 estados de la república. Estas empresas reportaron ventas estimadas por un total de 166,055, 894.40 dólares; de las 69 participantes, 66 realizaron enlaces comerciales equivalente a 504 clientes potenciales. Se promocionaron productos cárnicos (res y cerdo), productos procesados, frutas y hortalizas y bebidas espirituosas. Cabe destacar que para ASERCA está es su vigésima participación

Es importante mencionar que en el marco de la inauguración del evento, ASERCA ofreció una cena de negocios para 320 invitados. Se contó con la presencia de 100 compradores japoneses (importadores, cadenas de supermercados, comercializadoras, mayoristas y minoristas).

## PROMOCIÓN COMERCIAL

### INCENTIVO PARA LA CERTIFICACIÓN DE CALIDAD, SANIDAD E INOCUIDAD, QUE PODRÁ DESTINARSE

a) Para iniciar procesos y/u obtención de certificaciones y/o recertificaciones de calidad, sanidad e inocuidad.

Se podrá otorgar un incentivo de hasta \$450,000.00 (cuatrocientos cincuenta mil pesos 00/100) por Unidad Productiva. Para cubrir la totalidad del proyecto, podrá haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales;

b) Para la creación de estándares de calidad, sanidad e inocuidad, anexos técnicos, pliegos de condiciones o protocolos.

Se podrá otorgar un incentivo de hasta \$450,000.00 (cuatrocientos cincuenta mil pesos 00/100 M.N.) por producto. Para cubrir la totalidad del proyecto; podrán haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales.

### INCENTIVO PARA CAMPAÑAS GENÉRICAS DE PROMOCIÓN NACIONAL Y/O INTERNACIONAL DE PRODUCTOS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

La Campaña Genérica de Promoción es una estrategia de promoción que planea desarrollar un grupo constituido de Productores mexicanos, para su posicionamiento y/o colocación en el mercado nacional e internacional.

Su objeto es desarrollar publicidad y mercadotecnia de productos del Sector Agroalimentario mediante un plan estratégico que incluye una o varias de las siguientes actividades: publicidad en medios de comunicación; degustaciones, activaciones y catas; material promocional; grupos de enfoque; evaluación de las campañas de promoción comercial; servicios de representación comercial internacional; y adquisición de bases de datos, directorios especializados y/o acceso de sistemas de información especializada.

Se podrá otorgar un incentivo de hasta el 100% del monto solicitado, sin rebasar \$4'500,000.00 (cuatro millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.), hasta el 90% sin rebasar \$9'000,000.00 (nueve millones de pesos 00/100 M.N.), hasta el 85% sin rebasar \$10'800,000.00 (diez millones ochocientos mil pesos 00/100 M.N.) o hasta el 80% sin rebasar \$14'400,000.00 (catorce millones cuatrocientos mil pesos 00/100 M.N.); dependiendo de las características específicas del proyecto. Para cubrir la totalidad del proyecto, podrá haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales.

## INCENTIVO PARA MARCAS COLECTIVAS

Este incentivo podrá cubrir uno o más de los siguientes conceptos: Creación de marca y diseño de imagen; consultoría y pago de derechos de registro de Marcas Colectivas; difusión y posicionamiento de las Marcas Colectivas a través de publicidad en medios de comunicación y/o materiales de promoción comercial; estrategias de promoción comercial de los productos relacionados con el uso de la marca; actividades que promuevan la integración de personas productoras a marcas colectivas ya existentes, tales como la realización de sesiones de inducción o informativas, gastos inherentes a la integración de nuevas partes productoras como copropietarias de una marca colectiva, entre otras; creación de manuales, reglas de uso, estudios de diagnóstico, consultoría para la planeación y funcionamiento de dichas marcas.

Se podrá otorgar un incentivo de hasta \$4'500,000.00 (cuatro millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.) dependiendo de las características específicas del Proyecto. Para cubrir la totalidad del proyecto, podrá haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales.



## INCENTIVO PARA HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN

Este Incentivo se podrá solicitar:

- a) Para la elaboración de directorios comerciales del sector agroalimentario que comprendan una o más de las actividades siguientes: diseño y compilación de información; actualización de información; elaboración de versión electrónica y/o impresa; difusión; y servicios de traducción;
- b) Para la creación y/o mejora de versión electrónica y herramientas digitales para apoyar la comercialización de productos del sector agroalimentario.

En ambos casos se podrá otorgar un incentivo de hasta el 90% del monto solicitado, sin rebasar \$4'500,000.00 (cuatro millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.) dependiendo de las características específicas del proyecto. Para cubrir la totalidad del proyecto podrá haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales;

- c) Para elaborar estudios y diagnósticos comerciales de mercados nacional y/o internacional, que incluyan el trabajo de gabinete y el trabajo de campo.

Se podrá otorgar un incentivo de hasta \$4'500,000.00 (cuatro millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.) para mercados nacionales y \$5'400,000.00 (cinco millones cuatrocientos mil pesos 00/100 M.N.) para mercados internacionales; dependiendo de las características específicas del Proyecto. Para cubrir la totalidad del proyecto, podrá haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales.

### INCENTIVO PARA MISIONES PROSPECTIVAS, DENTRO Y FUERA DE MÉXICO

Son las misiones o actividades de Promoción Comercial de un grupo de productores, procesadores, empacadores, agroindustriales, promotores y/o Comercializadores mexicanos del sector alimentario, viajan al extranjero o que participan en el desarrollo de una agenda previamente consensuada con empresas extranjeras que visitan México, a fin de atender asuntos programados de intercambio tecnológico, proyectos de coinversión o para establecer relaciones de compra-venta, enfocándose principalmente a la investigación de mercados y de acciones que en el mediano o largo plazo permitan un intercambio comercial, para lo cual podrá contarse con la intervención de líderes de opinión (incluyendo representantes de medios de comunicación, chefs, editores y periodistas);

Este incentivo puede cubrir uno o más de los siguientes conceptos: gastos de contratación de servicios de degustación; transporte y hospedaje (excepto alimentos); traducciones; mesas de negocios; exposición y exhibición de productos; material promocional y envíos de productos y de material promocional.

Se podrá otorgar hasta el 80% del monto solicitado, sin rebasar \$450,000.00 (cuatrocientos cincuenta mil pesos 00/100 M.N.) por Unidad Productiva, dependiendo de las características específicas del proyecto. Para cubrir la totalidad del proyecto, podrá haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales.

### INCENTIVO PARA EVENTOS COMERCIALES

Este incentivo aplica para cubrir la participación o la creación de ferias, exhibiciones, foros, congresos, y degustaciones que pueden considerar entre sus gastos uno o más de los siguientes:

Inscripción; renta del espacio o recinto ferial; diseño de la imagen del evento, módulos de exhibición; renta de equipo audiovisual y de servicios; montaje y desmontaje de módulos de exhibición; publicidad de la feria en medios de comunicación; renta de equipo, servicio de registro de asistentes; levantamiento de encuestas de entrada y salida; video memoria, memoria fotográfica; material promocional para el evento; contratación de servicio de degustación (no incluye productos a promover) y elaboración de directorios de expositores.

Se podrá otorgar hasta el 90% del monto solicitado, sin rebasar \$7'200,000.00 (siete millones doscientos mil pesos 00/100 M.N.) dependiendo de las características específicas del proyecto. Para cubrir la totalidad del proyecto, podrá haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales.

### INCENTIVO PARA DENOMINACIONES DE ORIGEN

Este incentivo puede cubrir uno o más de los siguientes conceptos: gestión y trámite de denominaciones de origen; gestión y trámite de NOM'S asociadas; actividades que promuevan la integración de personas Productoras a denominaciones de origen ya existentes, tales como: la realización de sesiones de inducción/informativa así como gastos inherentes a la protocolización de una nueva denominación de origen; y estudios de diagnóstico y consultoría para la planeación y funcionamiento de denominaciones de origen.

Se podrá otorgar hasta \$2'700,000.00 (dos millones setecientos mil pesos 00/100 M.N.) por denominación, dependiendo de las características específicas del proyecto. Para cubrir la totalidad del proyecto, podrá haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales.

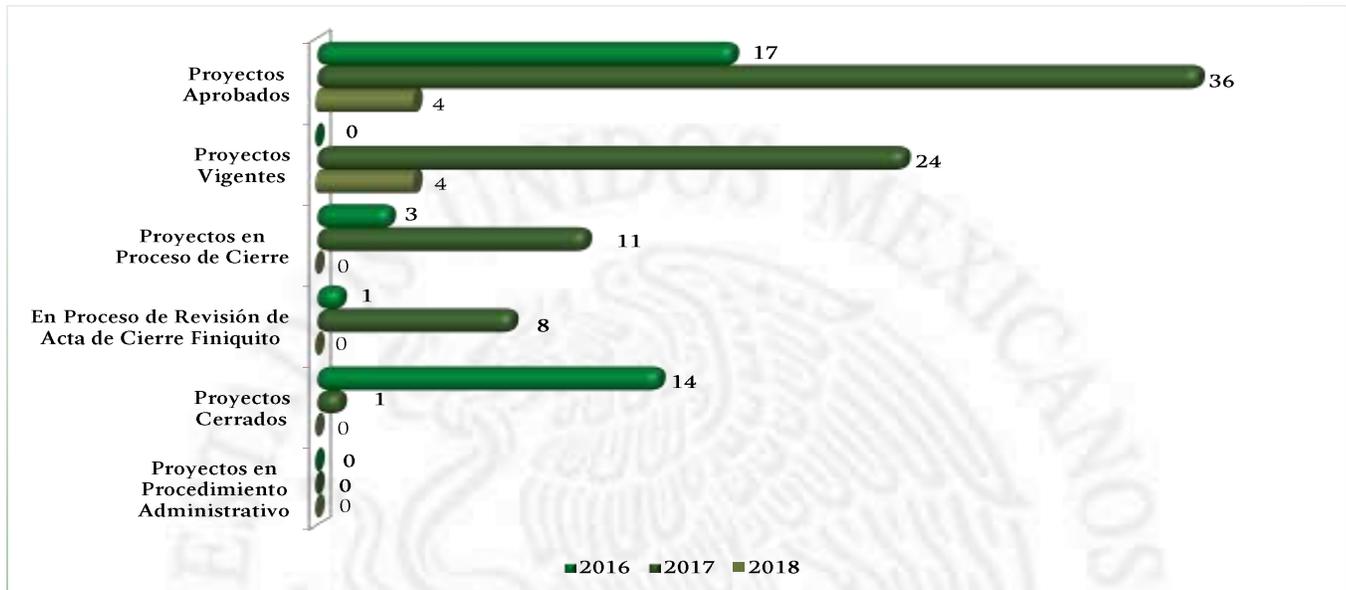
### INCENTIVO PARA DESARROLLO DE CAPACIDADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

Destinado a: capacitación; material promocional; viáticos de capacitador/consultor; material didáctico; asesoría en la gestión para el desarrollo de código de barras; asesoría en la gestión para el desarrollo de tabla nutrimental y asesoría en la gestión de autorización y/o registro ante FDA (Food and Drug Administration) Agencia de Alimentos y Medicamentos o Agencia de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos de AMERICA o instancias internacionales equivalentes.

Se podrá otorgar hasta \$4'500,000.00 (cuatro millones quinientos mil pesos 00/100 M.N.) dependiendo de las características específicas del proyecto. Para cubrir la totalidad del proyecto, podrá haber otras aportaciones privadas u otros incentivos federales, estatales y/o municipales.

**ESTATUS DE PROYECTOS 2016, 2017 Y PRIMER TRIMESTRE 2018.**

Para el periodo del 1 de enero al 31 de marzo de 2018, la Dirección de Promoción Comercial, tiene el siguiente estatus de los proyectos que fueron apoyados con Recurso Federal 2016, con Recurso Federal 2017 y de los proyectos del año 2018.



De los proyectos apoyados con Recursos Federales en 2017, se considera que los siguientes son los más destacados.



**Consejo Nacional Agropecuario**

**Organización: CONSEJO NACIONAL AGROPECUARIO, A.C.**

**Proyecto:** “Estrategia Integral de Cuantificación, Promoción y Posicionamiento de Productos Agroalimentarios Mexicanos”.

**Producto a promover:** Todo tipo de alimentos de origen mexicano con el fin de incentivar el sector Agroalimentario Mexicano; para su exportación al extranjero.

**Tipos de Incentivos:** Campañas Genéricas de Promoción Nacional y/o Internacional de Productos del Sector Agroalimentario, Herramientas de Información, Eventos Comerciales, Desarrollo de Capacidades para la Comercialización Nacional e Internacional.

**Monto Incentivo:** \$34, 899,984.19

## COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

**Objetivo:** Promover el uso del Directorio de Agroexportadores Mexicanos entre compradores internacionales y nacionales para que continúe siendo una herramienta básica para la búsqueda y localización de productos agroalimentarios mexicanos. Analizar los temas más importantes para el sector agroalimentario y de esta forma dotar de herramientas, para la mejora continua en la organización de los productores integrantes de los sistemas producto y de organizaciones económicas del sector rural; así mismo, se busca desarrollar capacidades, contando con una política agroalimentaria consistente, congruente y de largo plazo para el campo; Identificar una propuesta de modelo de política pública para el sector agroalimentario mexicano para enfrentar satisfactoriamente los retos en sector y lograr un avance integral que se requiere de largo plazo, clara, congruente, acompañada con instrumentos idóneos para adaptarse a numerosos cambios que influyen determinadamente en la producción de alimentos.

Por otra parte de las actividades señaladas en el presente proyecto, CNA se une a los esfuerzos de SAGARPA por impulsar la promoción y comercialización de los productos agrícolas, pecuarios y pesqueros mexicanos, tanto en frescos como en procesados a través de la celebración por segundo año consecutivo de “México Alimentaria Food Show”.



**Organización:** Consejo Agropecuario de Jalisco, A.C.

**Proyecto:** “Congreso México Agroalimentario, “ESTRATEGIA PAÍS” EN LA MIRA DE UNA AGENDA PARA EL CAMPO 2018-2023”.

**Objetivo:** El evento tuvo como objetivo convocar a los actores claves de la agroindustria del país en un Congreso para realizar un análisis que fomente una estrategia de diversificación de mercados y una agenda específica para el campo ante las problemáticas de los entornos internacionales que pudieran vulnerar a nuestro sector desde la perspectiva de una probable salida del TLCAN.

**Tipo de Incentivo:** Eventos Comerciales

**Monto Incentivo:** \$297,105.95

En el “Congreso México Agroalimentario, “ESTRATEGIA PAÍS” EN LA MIRA DE UNA AGENDA PARA EL CAMPO 2018-2023”, se llevó a cabo del 23 al 24 de noviembre del 2017 y contó con un extenso programa con más de 120 participantes involucrados a lo largo de los 2 días que duró el evento.

El Congreso tuvo resultados concretos en base a los objetivos presentados al consejo económico y social del estado de Jalisco, así como a la comunidad jalisciense en general, la estrategia de los sectores productivos para contar con una agenda para el campo de Jalisco con una visión de largo plazo que pueda ser presentada a los distintos candidatos a los puestos de elección popular en municipios el propio gobierno estatal, diputaciones y como parte de la agenda nacional para el gobierno federal, en donde se vislumbran la necesidad de contar con una ley de inocuidad alimentaria cuyos primeros analíticos parten del estudio que de la mano con FUMEC ha solicitud derivada de este congreso por parte del CAJ y teniendo como articulador al propio CESJAL, el cual se está trabajando en el análisis de las condiciones actuales de la inocuidad y las propuestas de regulación, actualización o en su caso articulación para el sector primario, como segunda

## COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

fase vendrá la analítica del sector de transformación de nuestros alimentos aunado a un estudio de diagnóstico de la normatividad existente y su vigencia en el entorno de la trazabilidad de productos y la inocuidad alimentaria todo ello con miras para contar con la mencionada ley de inocuidad alimentaria.

Así mismo, ante la visión de los ponentes en relación a que Jalisco se puede convertir en el eslabón logístico más importante del sector agroalimentario de México para la exportación y enmarcarse dentro de la estrategia país de diversificación de mercados, se presentó la solicitud del CESJAL para hacer el primer estudio de diagnóstico de la cadena logística agroalimentaria de Jalisco por vía terrestre marítima y aérea, esto considerando que a la fecha el 30% de perecederos del país que van a la exportación vía aérea salen del aeropuerto internacional de Guadalajara, que es el único aeropuerto de carga internacional con conexiones y vuelos directos algunos dos veces al día a ASIA, ORIENTE, CANADÁ Y USA, y que en el entorno nacional es el centro de distribución de productos marítimos de floricultura, cárnicos, de avicultura, ganadería y agricultura lo que demanda un estudio eficiente que establezca las oportunidades reales de crecimiento y que finque las bases para una estrategia de promoción tanto nacional como internacional para los modelos logísticos de perecederos.

---

*Fuente: ASERCA/CGPCFE/DPC. Cifras preliminares. Enero-Diciembre 2017 y Enero-Marzo 2018*

### 6.- MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS (MIR-2018)

La Planeación del Marco Lógico para el Programa de Apoyos a la Comercialización 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 Apoyos a la Comercialización con el Plan Nacional de Desarrollo (PND).
- 6) Programa de Apoyos a la de Comercialización y sus Componentes (Incentivos).
- 7) Cobertura Geográfica.
- 8) Análisis Poblacional.
- 9) Matriz de Indicadores para Resultados (MIR - 2018) primer trimestre

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 que 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 Arts. 8 y 29.

Reglas de Operación de la SAGARPA. Título Único de las disposiciones generales, Capítulo IV del monitoreo y evaluación de los programas y componentes del “Acuerdo por el que se dan a conocer las disposiciones generales aplicables a las reglas de operación de los programas de la secretaría de agricultura, ganadería, desarrollo rural, pesca y alimentación, para el ejercicio 2018”.

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) 2018:

<b>NIVEL OBJETIVO</b>		
• Fin		
<b>RESUMEN NARRATIVO</b>		
• Mide la variación del promedio de ventas declaradas por los beneficiarios encuestados mediante la Evaluación de participación anual y que reportan ventas generadas como resultado de su participación a través del Componente de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones.		
<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>		
• Porcentaje de productores agrícolas que mejoran sus condiciones de comercialización con respecto de la población objetivo.		
<b>MÉTODO DE CÁLCULO</b>		
• $(\text{Número de beneficiarios encuestados que reportan diversificación o ingreso a nuevos mercados en la Evaluación de participación anual} / \text{Número total de beneficiarios encuestados con la Evaluación de participación anual}) * 100$		
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>		
• Porcentaje, Anual		
<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>		
"Informe de Resultados de la Evaluación de Participación Anual del Componente de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones <a href="https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792">https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792</a> "		"Informe de Resultados de la Evaluación de Participación Anual del Componente de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones <a href="https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792">https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792</a> "

### SUPUESTOS

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

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados.</b>		Tasa de variación de ventas derivadas de los incentivos a la Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones	
<b>Meta Planeada</b>		<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
<b>30.88%</b>		<b>780</b>	<b>256</b>
S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados</b>		Tasa de variación de ventas derivadas de los incentivos a la Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones	
<b>Componente</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Meta</b>	<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
<b>Enero-Diciembre</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Por reportar Anual.

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

<b>NIVEL OBJETIVO</b>	
• Propósito	
<b>RESUMEN NARRATIVO</b>	
• Porcentaje de beneficiarios que logran diversificar mercados	
<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>	
• Mide el porcentaje de beneficiarios que reportan, en la Evaluación de participación anual, haber diversificado o ingresado a nuevos mercados a través del Componente de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones	
<b>MÉTODO DE CÁLCULO</b>	
• $(\text{Número de beneficiarios encuestados que reportan diversificación o ingreso a nuevos mercados en la Evaluación de participación anual} / \text{Número total de beneficiarios encuestados con la Evaluación de participación anual}) * 100$	
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>	
• Porcentaje, Anual	
<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>	
"Informe de Resultados de la Evaluación de Participación Anual del Componente de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones <a href="https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792">https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792</a> "	"Informe de Resultados de la Evaluación de Participación Anual del Componente de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones <a href="https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792">https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792</a> "

**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. Los precios de productos agropecuarios y pesqueros en el mercado interno se mantienen relativamente estables.
4. Existe producción comerciable de productos agroalimentarios y pesqueros.

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados.</b>		Porcentaje de productores agrícolas que mejoran sus condiciones de comercialización con respecto de la población objetivo.	
<b>Meta Planeada</b>		<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
61.33%		111	181
S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados.</b>		Porcentaje de productores agrícolas que mejoran sus condiciones de comercialización con respecto de la población objetivo.	
<b>Periodo</b>	<b>Meta</b>	<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
Enero-diciembre	0	0	181

Por reportar Anual.

## COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

### NIVEL OBJETIVO

- Componente

### RESUMEN NARRATIVO

- Porcentaje de proyectos apoyados

### NOMBRE DEL INDICADOR

- Mide el porcentaje de proyectos que fueron apoyados con respecto al total de los proyectos que ingresaron para ser beneficiarios de los incentivos de Promoción Comercial.

### MÉTODO DE CÁLCULO

- $(\text{Número de proyectos apoyados} / \text{Número total de proyectos ingresados}) * 100$

### FRECUENCIA DE MEDICIÓN

Porcentaje, Trimestral

### MEDIOS DE VERIFICACIÓN

"Listado de beneficiarios apoyados en el año fiscal publicados trimestralmente en la página electrónica <https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792> "

### SUPUESTOS

- 1.- Existe participación activa por parte de organizaciones; productores del sector agroalimentario, pesqueros, otros agentes económicos.
- 2.- Las organizaciones, productores del sector agroalimentario, pesqueros y otros agentes económicos muestran interés en la Información.

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados</b>		Porcentaje de proyectos apoyados	
<b>Componente</b>			
<b>Meta Planeada</b>		<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
4.55		1.0	22.00
S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados</b>		Porcentaje de proyectos apoyados	
<b>Componente</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Meta</b>	<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
Enero-marzo	22.73	5.0	22.00

La meta planeada fue superada, debido a que se tuvo una gran participación de organizaciones que buscan ser beneficiados del Incentivo de promoción Comercial, ya que en este periodo se recibieron 17 solicitudes de apoyo, de las cuales 5 han sido aprobadas, 2 han sido rechazadas y 10 se encuentran en el proceso de evaluación.

El efecto es positivo ya que al haber implementado el aviso de apertura de ventanilla para el Incentivo de Promoción Comercial, en la página de ASERCA, esto contribuyó a que hubiera un gran interés de productores que buscan ingresar su solicitud para llevar a cabo el proceso de evaluación marcado en ROP y poder ser beneficiarios.

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

<b>NIVEL OBJETIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Componente</li> </ul>
<b>RESUMEN NARRATIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de productores que logran la certificación o recertificación de calidad, sanidad o inocuidad</li> </ul>
<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mide el porcentaje de productores que finalizan y obtienen la certificación o recertificación de calidad, sanidad o inocuidad mediante proyectos de promoción comercial, con respecto al total de productores que iniciaron el proceso de certificación o recertificación.</li> </ul>
<b>MÉTODO DE CÁLCULO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <math>(\text{Número de productores que logran la certificación o recertificación} / \text{Número total de productores que iniciaron el proceso para la certificación o recertificación}) * 100</math></li> </ul>
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje, Trimestral.</li> </ul>
<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Informe final de resultados de la organización beneficiaria del Componente de Promoción Comercial</li> <li>• <a href="https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792">https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792</a> "</li> </ul>

**SUPUESTOS**

- 1.- Existe participación activa por parte de organizaciones; productores del sector agroalimentario, pesqueros, otros agentes económicos.
- 2.- Las organizaciones, productores del sector agroalimentario, pesqueros y otros agentes económicos muestran interés en la Información.

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados</b>		Porcentaje de productores que logran la certificación o recertificación de calidad, sanidad o inocuidad	
<b>Componente</b>			
<b>Meta Planeada</b>		<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
59.33		267	450
S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados</b>		Porcentaje de productores que logran la certificación o recertificación de calidad, sanidad o inocuidad	
<b>Componente</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Meta</b>	<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
Enero-diciembre	0.0	0	450

Por reportar Anual.

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

<b>NIVEL OBJETIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividad</li> </ul>
<b>RESUMEN NARRATIVO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje de los beneficiarios que logran enlaces comerciales.</li> </ul>
<b>NOMBRE DEL INDICADOR</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mide el porcentaje de los beneficiarios que reportan enlaces comerciales en la Evaluación de Participación a través de los Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales.</li> </ul>
<b>MÉTODO DE CÁLCULO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>(Número total de beneficiarios que reportan enlaces comerciales / Número total de beneficiarios participantes en Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales) * 100</b></li> </ul>
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Porcentaje, Trimestral</li> </ul>
<b>MEDIOS DE VERIFICACIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Bitácora de registro de datos e indicadores 2018</li> <li>• <a href="https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792">https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792</a> "</li> </ul>

**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 agentes económicos) de los requisitos establecidos en la normatividad aplicable.

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados</b>		Porcentaje de las empresas participantes del sector agroalimentario y pesquero que logran establecer enlaces comerciales.	
<b>Actividad</b>			
<b>Meta Planeada</b>		<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
17.86		250	1,400.00
S-262 PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN			
<b>F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados</b>		Porcentaje de las empresas participantes del sector agroalimentario y pesquero que logran establecer enlaces comerciales.	
<b>Componente</b>			
<b>Periodo</b>	<b>Meta</b>	<b>Numerador</b>	<b>Denominador</b>
<b>Enero-marzo</b>	17.86	250	1,400.00

Se superó la meta en 31% derivado de que se integró un mayor número de eventos y por consiguiente más beneficiarios en el primer trimestre; cabe señalar que este dato se estimó antes de saber el total de eventos y beneficiarios que se tendrían por trimestre, se reajustarán las metas para los siguientes trimestres.

El efecto es positivo porque se logró apoyar a más productores en los eventos de este trimestre en el mercado nacional e internacional.