

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



***Informe de resultados al segundo 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



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

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

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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.

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

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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 sur-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 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.

SAGARPA

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



COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

**PACTO POR
MÉXICO**

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

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.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013– 2018

**OBJETIVO
GENERAL**

LLEVAR A MÉXICO A SU MÁXIMO POTENCIAL

**CINCO METAS
NACIONALES**

- I. MÉXICO EN PAZ
- II. MÉXICO INCLUYENTE
- III. MÉXICO CON EDUCACIÓN DE CALIDAD
- IV. MÉXICO PRÓSPERO**
- V. MÉXICO CON RESPONSABILIDAD GLOBAL

**TRES
ESTRATEGIAS
TRANSVERSALES**

- i) DEMOCRATIZAR LA PRODUCTIVIDAD**
- ii) GOBIERNO CERCANO Y MODERNO
- iii) PERSPECTIVA DE GÉNERO

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Objetivo General	Llevar a México a su máximo potencial	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.
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.</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.
- 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.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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.

PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN

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.
	Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones.	Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones.

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

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

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

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

MARCO NORMATIVO

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

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

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

- El Reglamento Interior de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 25 de abril de 2012, que, en su artículo segundo transitorio, abrogó el anterior Reglamento Interior de la Dependencia publicado en el 21 de julio de 2001 y reformado el 15 de noviembre de 2006 y el 31 de julio de 2009. En dicho Reglamento Interior, en el artículo 2, apartado D, fracción I, se incluye como órgano administrativo desconcentrado de la SAGARPA a la “Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios”, sustituyendo el de “Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria”.
- El Reglamento Interior de la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 22 de diciembre de 2014.
- Adicionalmente, el Programa se sustenta 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 ASERCA para el ejercicio 2018.

MARCO NORMATIVO EJERCICIO FISCAL 2018	FECHA DE PUBLICACIÓN
REGLAS DE OPERACIÓN 2018: 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

PRESUPUESTO ORIGINAL, MODIFICADO Y EJERCIDO.

Las Asignaciones Autorizadas en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2018 por la H. Cámara de Diputados y publicadas en el Diario Oficial de la Federación con fecha 29 de noviembre de 2017, establece en el Anexo 11, el “Programa Especial Concurrente para el Desarrollo Rural Sustentable”, lo siguiente:

PROGRAMA ESPECIAL CONCURRENTE PARA EL DESARROLLO RURAL SUSTENTABLE (Millones de pesos)

VERTIENTES	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 2018, publicado en el Diario Oficial de la Federación con fecha 29 de noviembre de 2017.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

En virtud de lo anterior, la Coordinadora Sectorial 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 y comunica la Estructura Programática Sectorial y el Presupuesto Asignado Autorizado del Componente, el cual ascienden a \$285,742.7 miles de pesos, en la partida 43101 "Subsidios", de acuerdo al desglose siguiente.

PROGRAMA DE APOYOS A LA COMERCIALIZACIÓN PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

(Miles de pesos, con un decimal)

R	UR	ANO	FI	FU	SF	RG	PP	CP	OG	TG	FF	EF	UF	ORIGINAL
8	F00	2018	3	2	01	00	S262	6EH	431 01	1	1	34	F0000	\$ 176,455.6
8	F00	2018	3	2	01	00	S262	6EH	431 01	7	1	34	F0000	\$9,287.1
8	F00	2018	3	2	01	01	S262	6EH	431 01	1	1	34	F0000	\$95,000.0
8	F00	2018	3	2	01	01	S262	6EH	431 01	7	1	34	F0000	\$5,000.0
													Total	\$ 285,742.764.

Fuente: Dirección General de Administración y Finanzas, ASERCA.

PRESUPUESTO MODIFICADO

Para este periodo que se informa: Enero-Junio, se autorizaron adecuaciones presupuestarias de calendario compensado, con la finalidad de redistribuir los recursos acorde al periodo de compromisos del Sector, obteniendo así un Presupuesto Modificado Autorizado, como se muestra en la tabla calendarizada siguiente.

Presupuesto Original y Modificado Calendarizado 2018 (Miles de Pesos, con un decimal)

Concepto	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
PEF ORIGINAL	285,742.7	44,471.4	18,005.7	18,646.7	1,417.5	1,063.2	1,771.9	35,899.1	43,528.7	43,362.9	36,779.1	17,994.2	22,802.3
PEF MODIFICADO AUTORIZADO	455,587.0	35,678.6	54,413.7	24,220.4	25,259.9	192,321.6	1,603.6	71,041.4	15,288.1	14,061.4	11,873.0	8,889.7	935.6

Cabe destacar, que además de las adecuaciones de calendario, se autorizaron modificaciones presupuestarias compensadas entre partidas, para transferir recursos de la partida 43101 "Subsidios a la producción", a la partida 38401 "Exposiciones", para la operación del Programa de Apoyos a la Comercialización, en su Componente Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, y dar cumplimiento a los compromisos establecidos en el Programa de Eventos Nacionales e Internacionales 2018-2019. Así mismo, también se transfieren recursos de la Partida 43101 "Subsidios a la producción", a diversas partidas del capítulo 3000, que se destinarán a cubrir los gastos de operación del Programa.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

También, en este periodo de Enero a Junio, se puede observar una ampliación al presupuesto de \$169,844.2 miles de pesos, con la finalidad de contar con suficiencia presupuestal que permita el cumplimiento de los objetivos prioritarios de la unidad administrativa; pasando de \$285,742.7 miles de pesos a \$455,587 miles de pesos, quedando como se muestra en la tabla siguiente:

Concepto	Presupuesto Original (Miles de pesos)	Total Anual (Miles de pesos)	Presupuesto Modificado	Presupuesto Modificado	Avance %
			Programado Enero -junio (Miles de pesos)	Presupuesto Ejercido Enero -junio (Miles de pesos)	
Promoción Comercial (43101 "Subsidios a la Producción")	271,455,626.00	310,015,626.00	245,015,626.00	242,679,895.21	78.25
Fomento a las Exportaciones (38401 "Exposiciones y Ferias")		131,440,000.00	86,937,374.70	84,699,447.95	64.44
Gastos Indirectos (Capítulo 3000 "Gastos de operación")	14,287,138.00	14,131,424.67	1,544,768.75	924,910.32	6.55
Total	285,742,764.00	455,587,050.67	333,497,769.45	328,304,253.48	

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

Avance Presupuestal

Para el periodo que se informa Enero – Junio 2018, se consideró la ampliación presupuestal autorizada. Se tiene un Presupuesto Ejercido en el Subcomponente de Promoción Comercial, partida 43101, en un 76% de avance; en tanto para el Subcomponente Fomento a las Exportaciones partida 38401, el avance es de 64% y para gastos indirectos, capítulo 3000, el avance es del 20%

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.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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

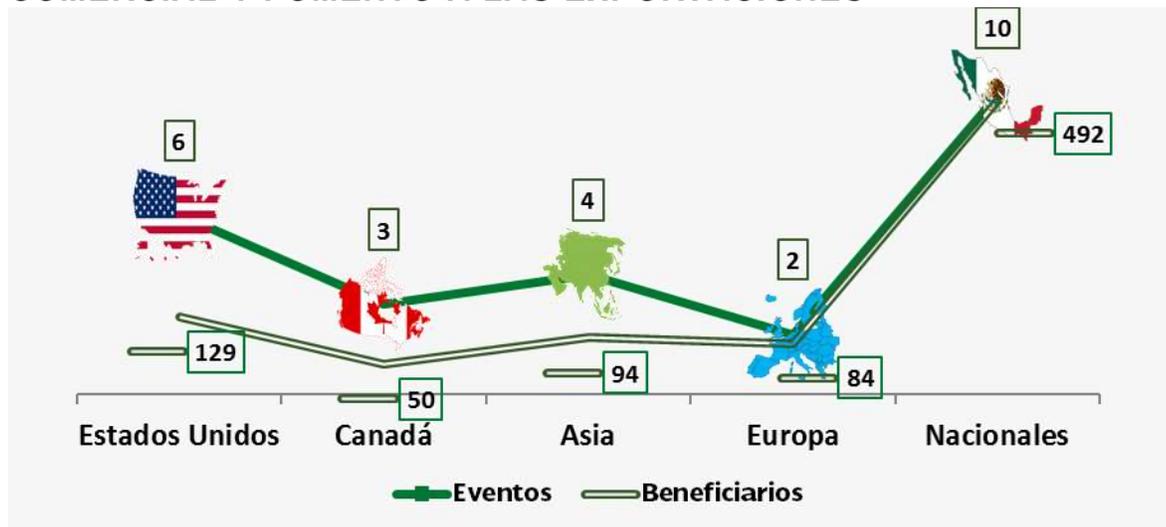
- ASERCA otorgará hasta el 100% del costo del total de los servicios que sean necesarios para el desarrollo del evento en el que participe, sin rebasar \$3'000,000.00 (tres millones de pesos 00/100 M.N.), pudiendo haber una aportación privada, municipal o estatal hasta del 100% sobre el monto total solicitado

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES.

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 semestre de 2018, ha contribuido en la promoción de productos en 25 eventos con la participación de 849 productores (492 a nivel nacional y 357 productores a nivel internacional), los cuales reportan ventas estimadas por 819,226.9 miles de dólares.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES



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

En este periodo, los eventos más destacados fueron: Misión Comercial a Singapur y Vietnam, CPMA, Sial China y Summer Fancy Food Show.



NRA SHOW, de acuerdo con el Comité Organizador, NRA Show es el evento de promoción de la industria del sector de servicios y restaurantes más importante de Estados Unidos. En su edición 2018, la exhibición contó con la asistencia de más de 65,000 miembros de esta industria proveniente de más de 110 países y representantes de empresas como: Walmart, Amazon, Kroger, Publix, Target, H-E-B; distribuidores: Sysco, US Foods, TriMark, así como 94 de las 100 marcas de restaurantes más importantes. La expo contó con un área de expositores internacionales, con 24 pabellones de países como Japón, Francia, Tailandia, Escocia, España, Grecia, Italia, China, Alemania y Ecuador, además del de México.

El Pabellón de México estuvo conformado por 20 productores nacionales provenientes de 10 estados de la república, mismos que reportaron ventas estimadas por 6.8 millones de dólares. 15 de los productores reportaron establecer enlaces comerciales equivalente a 205 clientes potenciales. Los productos que se promocionaron fueron: carne de bovino, cerveza, tequila, mezcal, mole, chiles y conservas en lata, salsas, vainilla, concentrado de jugo y entre otros.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES



China

SIAL CHINA, se realizó del 16 al 18 de mayo de 2018, en Shanghai, China. En su quinta participación. El Pabellón de México estuvo conformado por 8 empresas provenientes de 5 estados. Estas empresas reportaron ventas estimadas por un total de 50.2 millones de dólares; de las 8 participantes, 6 realizaron enlaces comerciales equivalente a 104 clientes potenciales. Los productos más destacados en esta exposición fueron: tequila, jarabe de agave, salsas, café orgánico y nuez.



SUMMER FANCY FOOD SHOW, se llevó a cabo del 30 de junio al 02 de julio de 2018, en Nueva York, Estados Unidos.

En su edición 64, al evento asistieron cerca de 47, 000 compradores, se registraron 2, 670 expositores y se promocionaron alrededor de 80,000 productos. Se benefició a 35 productores nacionales, provenientes de 17 estados de la república, de éstos, 34 obtuvieron enlaces comerciales, lo que suma 354 clientes potenciales y el registro de ventas estimadas es de 5. 6 millones de dólares.

Los productos más destacados fueron: aceite de aguacate, semilla de chía, pasta de mole, jarabe de agave, café tostado, salsas, mermeladas, tequila, mezcal, flor de sal de chapulín y de gusano de maguey, miel y chocolate, entre otros.

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.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

INCENTIVO PARA HERRAMIENTAS DE INFORMACIÓN

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

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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.

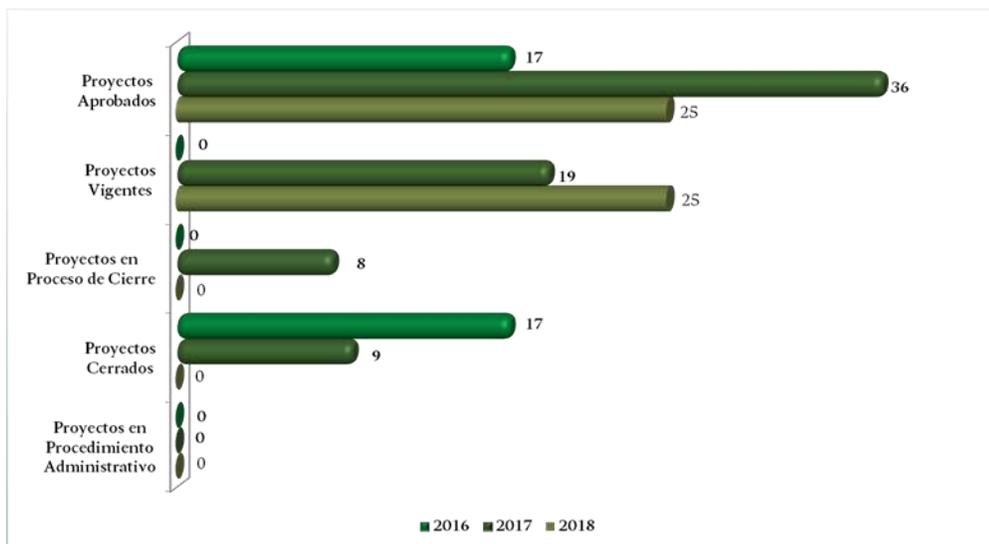
INCENTIVO PARA DESARROLLO DE CAPACIDADES PARA LA COMERCIALIZACIÓN NACIONAL E INTERNACIONAL

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 nutricional 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 2018.

Para el periodo del 1 de enero al 30 de junio de 2018, la Dirección de Promoción Comercial, tiene el siguiente estatus de los proyectos que fueron apoyados con Recursos Federales 2016, 2017 y 2018.



COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

De los proyectos apoyados con Recursos Federales en 2018, se considera que los siguientes son los más destacados.



Organización: MÉXICO CALIDAD SUPREMA, A.C.

Proyecto: “Proyecto de Mantenimiento, Fortalecimiento y Promoción de la Oferta Nacional e Internacional de los Productos Agropecuarios, Acuícolas, Pesqueros: Certificados Bajo Esquemas Nacionales e Internacionales.”.

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

Tipos de Incentivos: Certificación de Calidad, Sanidad e Inocuidad, 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: \$45, 672,395.00

Objetivo: Apoyar al pequeño productor y sector empacador en certificación, impulsando su incorporación en la implementación de la legislación nacional a través de los Sistemas de Reducción de Riesgos de Contaminación (SRRC), así como el cumplimiento en estándares GFSI, y preparar así al sector de manera integral para el cumplimiento de la Ley de Modernización de la Inocuidad Alimentaria, o FSMA (Food Safety Modernization Act) de los Estados Unidos de Norteamérica, nuestro principal socio comercial; y cuya legislación sobre inocuidad alimentaria tiene como fin modificar el enfoque, pasando de la reacción hacia la prevención ante eventos de contaminación en alimentos.

Asimismo incentivar el mercado nacional para el consumo de productos mexicanos sobre los beneficios que conlleva a la salud, a la economía y a la correcta alimentación; consumir los productos agroalimentario de ésta manera se incentiva el consumo y esto conlleva al crecimiento sectorial.

Resultados: Se realizaron Asistencias Técnicas a 96 unidades productivas en 8 estados de la República Mexicana para productos como: espárrago, especies orgánicas, aguacate, arándano, zarzamora, higo, tomate, pimiento y plátano; y 16 análisis de laboratorio a 68 unidades de producción de 4 estados en la República para el Análisis de Contaminantes para cultivos como: arándano, fresa, frambuesa, zarzamora e higo.

En lo referente a la Certificación se atendieron 285 Unidades de producción certificadas y reconocidas por 9 estándares en más de 50 municipios de 23 estados, en 22 cultivos, 12 productos orgánicos y más de 15 productos procesados (varios), con la participación de 11 Organismos de Certificación.

Y en el sector gastronómico se certificaron a 109 restaurantes en 6 estados, Puebla, CDMX, Quintana Roo, Jalisco, Estado de México y Guanajuato.

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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

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) segundo 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:

Nivel Objetivo
• Fin
Resumen Narrativo

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Nivel Objetivo	
<ul style="list-style-type: none"> 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. 	
Nombre del Indicador	
<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de productores agrícolas que mejoran sus condiciones de comercialización con respecto de la población objetivo. 	
Método de cálculo	
<ul style="list-style-type: none"> (Número de beneficiarios encuestados que reportan diversificación o ingreso a nuevos mercados en la Evaluación de participación anual / Número total de beneficiarios encuestados con la Evaluación de participación anual)*100 	
Frecuencia de Medición	
<ul style="list-style-type: none"> Porcentaje, Anual 	
Medios de verificación	
<p>"Informe de Resultados de la Evaluación de Participación Anual del Componente de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones"</p> <p>https://www.gob.mx/aserca/documentos/informes-de-resultados-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones?state=published</p>	

SUPUESTOS

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

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

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

POR REPORTAR ANUAL.

Nivel Objetivo
• Propósito
Resumen Narrativo
• Porcentaje de beneficiarios que logran diversificar mercados
Nombre del Indicador
• 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
Método de cálculo
• (Número de beneficiarios encuestados que reportan diversificación o ingreso a nuevos mercados en la Evaluación de participación anual / Número total de beneficiarios encuestados con la Evaluación de participación anual)*100
Frecuencia de Medición
• Porcentaje, Anual
Medios de verificación
https://www.gob.mx/aserca/documentos/informes-de-resultados-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones?state=published

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

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.

S-262 Programa de Apoyos a la Comercialización

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

Porcentaje de productores agrícolas que mejoran sus condiciones de comercialización con respecto de la población objetivo

Meta Planeada	Numerador	Denominador
61.33%	111	181

S-262 Programa de Apoyos a la Comercialización

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

Porcentaje de productores agrícolas que mejoran sus condiciones de comercialización con respecto de la población objetivo.

Periodo	Meta	Numerador	Denominador
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			
F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados			
Componente			
Meta Planeada	Numerador		Denominador
4.55	1.0		22.00
S-262 Programa de Apoyos a la Comercialización			
F00 - Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados			
Componente			
Porcentaje de proyectos apoyados			
Periodo Denominador	Meta	Numerador	
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.

Nivel Objetivo
• Componente
Resumen Narrativo
• Porcentaje de productores que logran la certificación o recertificación de calidad, sanidad o inocuidad
Nombre del Indicador
• 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.
Método de cálculo

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Nivel Objetivo

- (Número de productores que logran la certificación o recertificación /Número total de productores que iniciaron el proceso para la certificación o recertificación) * 100

Frecuencia de Medición

- Porcentaje, Trimestral.

Medios de verificación

- "Informe final de resultados de la organización beneficiaria del Componente de Promoción Comercial
- <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.

S-262 Programa de Apoyos a la Comercialización

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

Componente

Porcentaje de productores que logran la certificación o recertificación de calidad, sanidad o inocuidad

Meta Planeada	Numerador	Denominador
59.33	267	450

S-262 Programa de Apoyos a la Comercialización

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

Componente

Porcentaje de productores que logran la certificación o recertificación de calidad, sanidad o inocuidad

Periodo	Meta	Numerador	Denominador
Enero-diciembre	0.0	0	450

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

POR REPORTAR ANUAL.

Nivel Objetivo
• Actividad
Resumen Narrativo
• Porcentaje de los beneficiarios que logran enlaces comerciales.
Nombre del Indicador
• Mide el porcentaje de los beneficiarios que reportan enlaces comerciales en la Evaluación de Participación a través de los Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales.
Método de cálculo
• (Número total de beneficiarios que reportan enlaces comerciales / Número total de beneficiarios participantes en Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales) * 100
Frecuencia de Medición
• Porcentaje, Trimestral
Medios de verificación
• "Bitácora de registro de datos e indicadores 2018 • https://www.gob.mx/aserca/acciones-y-programas/componente-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones-142792 "

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

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

Actividad

Porcentaje de las empresas participantes del sector agroalimentario y pesquero que logran establecer enlaces comerciales.

Meta Planeada	Numerador	Denominador
17.86	250	1,400.00

S-262 Programa de Apoyos a la Comercialización

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

Componente

Porcentaje de las empresas participantes del sector agroalimentario y pesquero que logran establecer enlaces comerciales.

Periodo	Meta	Numerador	Denominador
Enero-marzo	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 que 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.