

# **MEMORIA DOCUMENTAL 2012- 2018 COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018



## INDICE

PRESENTACION .....	3
Nombre del Programa .....	3
Objetivo.....	3
Periodo de Ejecución .....	3
Áreas Responsables .....	4
FUNDAMENTO LEGAL Y OBJETIVO DE LA MEMORIA DOCUMENTAL .....	4
ANTECEDENTES .....	5
MARCO NORMATIVO.....	6
ACCIONES REALIZADAS.....	7
PRESUPUESTO POR EJERCICIO FISCAL (miles de pesos).....	9
Ejercicio 2013 .....	9
Ejercicio 2014 .....	9
Ejercicio 2015 .....	9
Ejercicio 2016 .....	10
Ejercicio 2017 .....	10
Ejercicio 2018 (a Septiembre).....	11
PRINCIPALES PROBLEMATICAS ENCONTRADAS.....	11
RESULTADOS ALCANZADOS.....	12
Sub-Componente de Promoción Comercial .....	13
Sub-componente de Fomento a las Exportaciones .....	14
IMPACTOS.....	14
CONTINUIDAD.....	16
RELACIÓN DE ANEXOS.....	17



COMONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES  
MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018  
*coordinador General de Promoción  
Comercial y Fomento a  
las Exportaciones*

## PRESENTACION

El campo es un sector estratégico a causa de su potencial para reducir la pobreza e incidir sobre el desarrollo regional. De cara al siglo XXI, el sector agrícola presentaba muchas oportunidades para fortalecerse. Se requería impulsar una estrategia para construir el nuevo rostro del campo y del sector agroalimentario, con un enfoque de productividad, rentabilidad y competitividad, que también fuera incluyente e incorporara el manejo sustentable de los recursos naturales.

Derivado de lo anterior, el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 estableció como meta, un México próspero orientado a incrementar y democratizar la productividad de nuestra economía, con un enfoque que permitiera un acceso global a los factores de la producción. Es decir, la administración que está por concluir, buscaba eliminar trabas que limitaran la capacidad de todos los mexicanos para desarrollar sus actividades con mejores resultados.

A través de un fomento económico moderno, también se buscó construir un sector agropecuario y pesquero productivo que garantizara la seguridad alimentaria del país. Esto implicó impulsar al sector mediante inversión en desarrollo de capital físico y humano. Además, es necesario fomentar modelos de asociación que aprovecharan economías de escala y generaran valor agregado, así como otorgar certidumbre en la actividad agroalimentaria mediante mecanismos de administración de riesgos. Asimismo, se buscó incentivar el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales del país.

Para el logro de las estrategias planteadas, el programa de comercialización y desarrollo de mercados contempló como objetivo contribuir a mantener o mejorar el ingreso de los productores agropecuarios y pesqueros a través de brindar certidumbre en la comercialización, incentivándolos a comercializar su producción con transparencia en los mercados.

### Nombre del Programa

Programa de Apoyos a la Comercialización: Componente Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones.

### Objetivo

Contribuir al impulso comercial en los mercados nacional e internacional de productos agroalimentarios, plantas de ornato, herbolaria e ingredientes tradicionales utilizados en la gastronomía mexicana, mediante estrategias de promoción comercial, para beneficio de los diversos agentes económicos que integran la cadena productiva agroalimentaria.

### Periodo de Ejecución

- Fecha de inicio: 01 de diciembre de 2012
- Fecha de conclusión: 30 de noviembre de 2018

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

### Áreas Responsables

- Unidad Responsable: ASERCA
- Instancia Ejecutora: Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, quien se auxilió de la Dirección General de Administración y Finanzas de la UR
- Ventanillas de atención: la Instancia Ejecutora, las Direcciones Regionales y Estatales de la UR, las Delegaciones Estatales de la Secretaría y la Ventanilla Única de trámites y servicios
- Instancia dispersora de Recursos: La Dirección General de Administración y Finanzas de ASERCA.

### FUNDAMENTO LEGAL Y OBJETIVO DE LA MEMORIA DOCUMENTAL

En cumplimiento del "ACUERDO por el que se establecen las bases generales para la rendición de cuentas de la Administración Pública Federal y para realizar la entrega-recepción de los asuntos a cargo de los servidores públicos y de los recursos que tengan asignados al momento de separarse de su empleo, cargo o comisión" emitido por el Ejecutivo Federal, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 6 de julio de 2017, del "Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos

Generales para la regulación de los procesos de entrega-recepción y de rendición de cuentas de la

Administración Pública Federal" publicado en el DOF el 24 de julio de 2017, y del "Oficio Circular que establece el inicio al proceso de entrega – recepción y de rendición de cuentas de la Administración Pública Federal 2012-2018" difundido en el mismo órgano informativo de fecha 23 de octubre de 2017, y demás normatividad aplicable, la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA), elaboró el documento correspondiente al Programa de Apoyos a la Comercialización: Componente Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, que reúne la información relativa al programa mencionado por el período diciembre 2012 a noviembre 2018.

El objetivo de la Memoria Documental del "Componente de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones", contempla el contribuir al impulso comercial, mediante estrategias de promoción comercial, diversificación e inserción de los productos del sector agroalimentario mexicano en los mercados nacional e internacional, para beneficio de los diversos agentes económicos que integran la cadena productiva agroalimentaria.

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018



## ANTECEDENTES

Los países en desarrollo han jugado en los últimos años un papel fundamental en el aumento global de la demanda de alimentos. El incremento en el ingreso promedio de la población mundial y la reducción de la pobreza han provocado que la demanda de alimentos en el mundo se eleve. A la vez, que se observan cambios en la composición de las dietas, a las que se incorporan cada vez más y diferentes tipos de proteínas de origen animal, frutas, vegetales y alimentos procesados de alto valor agregado.

En el 2050, la población mundial será de 9,300 millones de personas y la FAO estima que la demanda mundial de alimentos aumentará 60% (FAO, World Agriculture Towards 2030/2050, The 2012 Revision, ESA Working Paper No. 12-03, June 2012) . Para ese año la población en México crecerá 34 millones, para alcanzar un total de 151 millones de personas.

El crecimiento sostenido de algunos países en desarrollo como Brasil, China e India impone retos y oportunidades en el ámbito mundial para el desarrollo del sector agroalimentario.

México se encuentra entre las primeras diez potencias mundiales en producción de alimentos, destacando el aguacate, el jugo de cítricos concentrado, la harina de maíz, sorgo para forraje y semilla de cártamo, limón y lima, chile, pimienta y alfalfa, vegetales congelados, así como el brócoli, coliflor, huevo de gallina, espárrago y toronja.

También se ubica entre los principales países exportadores de alimentos del mundo: ocupa un puesto entre los primeros tres lugares en aguacate, cebolla, frambuesa, espárrago, pepino, tomate, calabaza, chile y miel natural. Asimismo, en lo que se refiere a productos procesados, ocupa el primer lugar como exportador de cerveza y el tercero en jugo de naranja.

México dispone de un conjunto de diez acuerdos comerciales con 45 países (Subsecretaría de Comercio Exterior, Secretaría de Economía) en diversas regiones del mundo, lo que ha promovido un incremento de las exportaciones e importaciones agroalimentarias.

Lo anterior representaba una gran oportunidad para México, que podría tomar un papel protagónico en el abastecimiento de la demanda mundial de alimentos.

En ese sentido, la promoción al comercio y el fomento a las exportaciones del sector agroalimentario y pesquero fue una de las responsabilidades que la SAGARPA encomendó a la ASERCA, luego de que hasta antes de julio de 2001, estas funciones fueran realizadas por distintas áreas de la Secretaría. Por lo anterior se propuso la formación de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, la cual se autorizó en el mes de noviembre de 2001.

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Durante los últimos años el componente Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones ha sufrido algunos cambios en cuanto a los esquemas, apoyos y/o tipos de incentivos, actualizaciones que han permitido su continuidad en bienestar de los productores mexicanos.

2001 – Programa de Apoyos para la Integración a los Mercados y Fomento a las Exportaciones Agroalimentarias (PROEXPORTA).

2003 – Programa de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de Productos Agroalimentarios y Pesqueros Mexicanos (PROMOAGRO).

2008 – Desarrollo de Mercados y Planeación Prospectiva

2009 – Desarrollo de Mercados

2010 – Promoción de Exportaciones y Ferias

2013 – Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones

Es así como a partir del día miércoles 18 de diciembre de 2013, se publica en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el Acuerdo por el que se dan a conocer las Reglas de Operación del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados (hoy Programa de Apoyos a la Comercialización) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, considerando al componente de Incentivos para la Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones como parte de dicho Programa.

## **MARCO NORMATIVO**

ASERCA, es un Órgano Administrativo Desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), creado a través del decreto presidencial de fecha 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.

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, el que tuvo por objeto apoyar la comercialización de productos agropecuarios, publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en fecha 16 de abril de 1991;y

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

**MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018**



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

Adicionalmente, el Programa se sustenta en base al Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF), al “Acuerdo por el que se dan a conocer las Reglas de Operación del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación”, así como a Lineamientos, Mecanismos Específicos de Operación y/o Avisos, publicados en el Diario Oficial de la Federación.

## ACCIONES REALIZADAS

Los incentivos a la Promoción Comercial y el Fomento a las Exportaciones se canalizaron utilizando diferentes mecanismos y coberturas que facilitaron la integralidad y la convergencia de esfuerzos y recursos en beneficio de un universo amplio de beneficiarios. Estas modalidades de incentivos se encuentran diferenciadas por conceptos permitiendo mayor transparencia en la asignación de recursos, entre los que destacan:

- 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.

- Incentivo para Misiones Prospectivas, dentro y fuera de México.

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018



Son las misiones o actividades de Promoción Comercial de un grupo de Productores, procesadores, empaques, agroindustriales, promotores y/o Comercializadores mexicanos del sector alimentario, que 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 también con la intervención de líderes de opinión (incluyendo representantes de medios de comunicación, chefs, editores y periodistas);

- Incentivo para Eventos Comerciales.

Este incentivo aplica para cubrir la participación o la creación de ferias, exhibiciones, foros, congresos, y degustaciones.

- Incentivo para la Certificación de Calidad, Sanidad e Inocuidad, que podrá destinarse:
- Incentivo para Marcas Colectivas.
- Incentivo para Herramientas de Información.
- Incentivo para Denominaciones de Origen.
- Incentivo para el Desarrollo de Capacidades para la Comercialización Nacional e Internacional.

Por otro lado, a través del subcomponente de Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados, se llevan a cabo una serie de estrategias destacando entre ellas:

- Eventos Comerciales Nacionales.
- Eventos Comerciales Internacionales.
- Degustaciones Nacionales o en el Extranjero.
- Misiones Comerciales en y fuera de México.
- Desarrollo de Valor Agregado y Capacidades Comerciales.
- Foros, Congresos y/o Seminarios.
- Ruedas de Negocios.

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018





Estos esquemas son de aplicación nacional e internacional, en este último caso es en apego al área de adscripción de cada Consejería Agropecuaria de México en el Extranjero, de acuerdo a las bases de colaboración, en beneficio de la población objetivo.

La Instancia Ejecutora contrata los servicios requeridos a la empresa proveedora para la participación de las personas físicas o morales beneficiarias en las actividades del programa de eventos.

### **PRESUPUESTO POR EJERCICIO FISCAL (miles de pesos)**

#### **Ejercicio 2013**

<b>Presupuesto Asignado Original</b>	<b>350,000.00</b>
Promoción Comercial	0.00
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	
335,684.67	
Gastos de Operación	14,315.33
<b>Presupuesto Modificado Autorizado</b>	<b>460,581.75</b>
Promoción Comercial	305,211.79
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	137,747.37
Gastos de Operación	17,622.59
<b>Presupuesto Ejercido</b>	<b>460,581.75</b>
Promoción Comercial	305,211.78
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	137,747.37
Gastos de Operación	17,622.60

#### **Ejercicio 2014**

<b>Presupuesto Asignado Original</b>	<b>334,366.35</b>
Promoción Comercial	317,648.03
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	
0.00	
Gastos de Operación	16,718.32
<b>Presupuesto Modificado Autorizado</b>	<b>290,572.17</b>
Promoción Comercial	147,594.75
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	129,990.55
Gastos de Operación	12,986.87
<b>Presupuesto Ejercido</b>	<b>290,572.17</b>
Promoción Comercial	147,594.75
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	129,990.55
Gastos de Operación	12,986.87

#### **Ejercicio 2015**

<b>Presupuesto Asignado Original</b>	<b>334,366.35</b>
--------------------------------------	-------------------

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES



Promoción Comercial	317,648.03
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	0.00
Gastos de Operación	16,718.32
<b>Presupuesto Modificado Autorizado</b>	<b>305,363.22</b>
Promoción Comercial	175,806.03
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	117,576.44
Gastos de Operación	11,980.75
<b>Presupuesto Ejercido</b>	<b>305,363.22</b>
Promoción Comercial	175,806.03
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	117,576.44
Gastos de Operación	11,980.75

### Ejercicio 2016

<b>Presupuesto Asignado Original</b>	<b>271,810.54</b>
Promoción Comercial	258,220.01
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	13,509.53
Gastos de Operación	0.00
<b>Presupuesto Modificado Autorizado</b>	<b>321,260.78</b>
Promoción Comercial	188,838.04
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	128,908.73
Gastos de Operación	3,514.01
<b>Presupuesto Ejercido</b>	<b>321,260.78</b>
Promoción Comercial	188,838.04
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	128,908.73
Gastos de Operación	3,514.01

### Ejercicio 2017

<b>Presupuesto Asignado Original</b>	<b>277,242.77</b>
Promoción Comercial	263,380.63
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	0.00
Gastos de Operación	13,862.14
<b>Presupuesto Modificado Autorizado</b>	<b>388,120.15</b>
Promoción Comercial	232,599.56
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	135,839.68
Gastos de Operación	19,680.91
<b>Presupuesto Ejercido</b>	<b>388,047.84</b>
Promoción Comercial	232,599.56
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	135,839.68
Gastos de Operación	19,608.60

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES



### Ejercicio 2018 (a Septiembre)

<b>Presupuesto Asignado Original</b>	<b>285,742.76</b>
Promoción Comercial	271,455.63
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	0.00
Gastos de Operación	14,287.13
<b>Presupuesto Modificado Autorizado</b>	<b>656,153.11</b>
Promoción Comercial	466,547.63
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	178,344.85
Gastos de Operación	11,260.72
<b>Presupuesto Ejercido</b>	<b>582,795.99</b>
Promoción Comercial	445,339.53
Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados	135,670.31
Gastos de Operación	1,786.15

### PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS ENCONTRADAS

La problemática específica de comercialización, diversificación e inserción en el mercado tanto nacional como internacional de los productos del sector agroalimentario mexicano (agrícolas, pecuarios, acuícolas, pesqueros y de plantas de ornato, incluyendo herbolarios o ingredientes tradicionales utilizados en la gastronomía mexicana), deriva de los deficientes e insuficientes servicios comerciales, principalmente de información, capacidad de producción y estrategia de mercado.

Los agentes económicos participantes en el circuito comercial de más de la mitad de los volúmenes producidos y comercializados en el país, son un número reducido de grandes productores y compradores comerciales; y los volúmenes restantes se encuentran pulverizados en un número mayoritario de pequeños productores.

Por otra parte, la falta de organización, capacitación, acceso a la información comercial en tiempo real y a las tecnologías de última generación, aunado a la falta de planeación de la producción en función de las demandas del mercado, repercuten en incrementos de los costos de comercialización.

Otros factores que explican la problemática de comercialización son las deficiencias en los servicios comerciales, entre otros, la insuficiente y/o inadecuada infraestructura de almacenamiento y conservación, la falta de equipos y de una norma única para la determinación de calidad y clasificación de los productos, transporte ineficiente para la movilización de las cosechas, vías de comunicación insuficientes y/o deficientes como son los caminos de acceso a las áreas agrícolas en las que se cosecha el producto para su acopio y comercialización, así como para su distribución a los centros de beneficio,

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018



procesamiento y consumo, ocasionando costos financieros y de transporte por encima de los niveles del mercado.

El proceso descrito, precios a la baja en las épocas de producción frente a una demanda estable a lo largo del año; periodos de precios internacionales volátiles con los correspondientes efectos adversos en el mercado interno; así como problemas estructurales señalados, entre otros factores, deriva en una baja competitividad de los productos nacionales con relación a los productos importados y en consecuencia una baja rentabilidad de las actividades agropecuarias correspondientes.

Por otro lado, los altos costos que significa la promoción comercial y establecimiento de canales de comercialización a cargo de las personas físicas o morales cuya actividad preponderante es la producción, procesamiento, transformación, empaque y comercialización, así como el incremento considerable de algunos costos directos para alcanzar la publicidad adecuada que permita dar a conocer tanto en el mercado nacional como en el internacional sus productos.

Aunado a lo anterior, la falta de capacidad de los pequeños y medianos productores para la comercialización, así como los altos costos en la promoción y fomento a la exportación de los productos trae como consecuencia una escasa presencia en el mercado exterior.

Dentro de las tendencias de los mercados agroalimentarios, destacan como aspectos que generan incertidumbre sobre los comportamientos de los mercados globales en los años venideros, el cambio climático, la variación de los precios del petróleo y su relación con la demanda de biocombustibles y la volatilidad de los precios de los principales productos.

En relación a lo anterior, resulta indispensable la intervención gubernamental a efecto de fortalecer los procesos de promoción comercial y fomento a las exportaciones, estableciendo enlaces comerciales que permitan impulsar el desarrollo de las regiones del país.

## **RESULTADOS ALCANZADOS.**

El componente ha logrado apoyar la promoción de Productos Agroalimentarios, a nivel nacional e Internacional, mediante acciones enfocadas al aprovechamiento de nichos de mercado, eliminación de los intermediarios y mejoramiento de los precios pagados por productos, alentando el incremento del nivel de comercialización de los productores, procesadores, industriales y comercializadores agrícolas, pecuarios, agroalimentarios, pesqueros, acuícolas y de plantas de ornato mexicanos, a través de actividades de promoción comercial y fomento a las exportaciones mediante la participación en exposiciones y eventos especializados.

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

Entre los principales beneficios del Componente Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, destacan los siguientes:

- Propician el incremento de exportaciones; Facilitan el contacto entre oferentes y demandantes; Propician la diversificación de mercados y el aprovechamiento de oportunidades comerciales; Ofrecen la posibilidad de conocer nuevos canales de distribución; Facilitan el conocimiento de nuevos mercados; Permiten el conocimiento de las tendencias del mercado; Coadyuvan a la diferenciación del producto mexicano en los mercados internacionales; Fomentan la cultura entre los empresarios; y Propician el conocimiento de la competencia.

### **Sub-Componente de Promoción Comercial**

Dentro de los proyectos que se reportan en el periodo diciembre 2012 a septiembre 2018 se pueden destacar los siguientes logros.

En el periodo de 2013-2014 se desarrolló una Campaña de Posicionamiento del Tequila en China derivado de la autorización sanitaria China que permitió la importación de tequila 100% agave procedente de México.

En 2014 se realizó una campaña de promoción de carne de cerdo mexicana en Japón y Corea del Sur con la que se impulsó el consumo de este producto principalmente con las amas de casa, dentro de esta campaña se realizaron 412 degustaciones en supermercados y restaurantes, se realizaron 3 cápsulas en programas de televisión, se rotuló un camión con imágenes de la carne de cerdo mexicana que circuló por varias regiones durante 5 meses y se difundió información en 4 mil folletos de los miembros de la Metropolitan Pier Exposition Authority (MPEA).

En el mismo año 2014 se realizó otra campaña de promoción pero para el aguacate mexicano para impulsar su consumo en Japón, esto se logró a través de 12 recetas que incluyeron el aguacate en platillos de temporada, publicaciones en una página web que se desarrolló para el producto en aquel país, mil degustaciones en puntos de venta, publicidad en programas de televisión y carteles en las estaciones de tren.

Para el año 2015 se reforzó esta difusión con otra Campaña de Promoción del Tequila en China, ambas acciones incrementaron las exportaciones de este producto a ese país asiático.

En los años 2016, 2017 y 2018 se desarrolló la Expo México Alimentaria Food Show, siendo este, el evento de mayor trascendencia para el sector mismo que logró reunir en estos tres primeros años cerca de 188 mil visitantes que pudieron conocer los productos de 2,322 expositores, los cuales reportaron 12,920 enlaces comerciales y ventas estimadas por \$56,995 millones de pesos.

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018



## Sub-componente de Fomento a las Exportaciones

Dentro del Subcomponente de Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados, en este sexenio, se alcanzó un notable incremento del 82%, respecto al anterior, al sumar a 10,795 productores beneficiados; asimismo, se logró diversificar los destinos de los eventos a los que asisten los productores beneficiados, con la intención de no depender sólo del mercado norteamericano para las exportaciones de sus productos, tal es el caso de la península arábiga. Los destinos se reflejan a continuación.

Periodo 2012 (diciembre) a 2018 (septiembre) con 278 Eventos y un total de 10,795 Beneficiarios dentro del Subcomponente de Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados se asistió a 112 eventos nacionales y se contó con la participación de 7,106 beneficiarios en tanto que para eventos internacionales, se participó en 166 eventos distribuidos entre Estados Unidos, Canadá, Europa, Asia, Centro y Sudamérica contando con la participación de 3,689 beneficiarios.

Para el periodo diciembre 2012 a junio 2018 con 272 Eventos y un total de 10,606 Beneficiarios, participando Estados Unidos con 40 Eventos y 1,265 Beneficiarios; Canadá con 18 Eventos y 349 Beneficiarios; Europa con 43 Eventos y 1,036 Beneficiarios; Asia con 38 Eventos y 779 Beneficiarios; Centro y Sudamérica con 24 Eventos y 217 Beneficiarios; y México con 109 Eventos y 6,960 Beneficiarios.

En el periodo julio a septiembre 2018 se asistió a 6 eventos donde se contó con la participación de 189 productores, 43 productores en 3 eventos internacionales y 146 productores en 3 eventos nacionales. El 97% de los participantes en el periodo mencionado reportaron establecer enlaces comerciales y reportaron ventas estimadas por un monto superior a los 76 millones de dólares.

Cabe mencionar, que en este sexenio, el número de beneficiarios registrados como persona moral ascendió a 7,637 (equivalente al 72 %); por otro lado, las registradas como personas físicas sumaron un total de 2,969 (equivalente al 28%); de este último dato, se desprende que el 43 % es representado por mujeres, es decir, 1,268 mujeres (1701 hombres) buscando en todo momento, dar cumplimiento al tema de igualdad de género.

## IMPACTOS

México tiene 1 millón 964 mil 375 km<sup>2</sup> de superficie territorial y 3 millones 149 mil 920 km<sup>2</sup> de mares, por extensión es la 13a nación más grande del mundo y cuenta con 122.8 millones de habitantes, de los cuales 9.2 millones generan y transforman bienes agropecuarios y pesqueros, además el 1.7% de los pobladores del planeta vive en México, el 11avo país más poblado del mundo.

México figura entre las naciones que más productos de su campo y agua exportan; la variedad y su calidad han contribuido en la consecución de un superávit comercial

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

agroalimentario favorable por 3,175 millones de dólares en 2016, saldo no visto en los últimos 21 años.

El dinamismo del sector exportador agroalimentario mexicano y el nivel alcanzado en las ventas internacionales de sus productos durante 2016, posibilitó al país divisas que superan a las obtenidas por remesas, a las captadas por el turismo extranjero o las derivadas por la venta de petróleo.

La convergencia de territorio, recursos naturales, inventario animal, infraestructura y trabajadores posibilitan la generación de una producción agropecuaria y pesquera nacional que permite al país ubicarse en el lugar:

12° en producción mundial de alimentos

11° en producción mundial de cultivos agrícolas

11° en producción mundial de ganadería primaria

17° en producción mundial pesquera y acuícola

Como ejemplo se puede mencionar la cerveza, aguacate, jitomate, berries, Tequila, Chile, Carne de Bovino, Azúcar, Ganado Bovino, Chocolate, entre los principales productos agroalimentarios exportados.

Derivado de lo anterior, ASERCA contribuye de manera importante en la Promoción Comercial realizando 178 proyectos en el periodo diciembre 2012 a septiembre 2018 en apoyo a las organizaciones del sector en Certificación de Calidad, Sanidad e Inocuidad; Campañas Genéricas de Promoción Nacional y/o Internacional, Marcas Colectivas, Herramientas de Información, Misiones Prospectivas, dentro y fuera de México, Eventos Comerciales, Denominaciones de Origen, y Desarrollo de Capacidades para la Comercialización Nacional e Internacional.

Por otro lado, mediante el Subcomponente de Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados se ha apoyado a los productores del sector agroalimentario a través de Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales, Misiones Comerciales en y fuera de México, Degustaciones, Foros y Ruedas de Negocios, incluyendo la Capacitación y Consultoría que se ofrece a productores, a través del Programa de Valor Agregado, el cual tiene como objeto mejorar la presentación y competitividad de los productos, así como su difusión y trazabilidad al mismo.

Es de destacar el Costo-Beneficio obtenido por el Componente, tomando en consideración las ventas reportadas por los participantes mediante las evaluaciones practicadas se obtiene que por cada peso invertido por el Estado se ingresan al país \$35.91 pesos en promedio (2012 al 2018), marcando una tendencia favorable en los COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

últimos años (2016-2018) en donde se aprecia que por cada peso invertido ingresa al país \$48.33 pesos promedio, es importante mencionar que durante 2018 se obtuvo \$70.86 pesos de ingreso al país por peso invertido.

## **CONTINUIDAD**

El objetivo de este Componente es contribuir al impulso comercial en los mercados nacional e internacional de productos agroalimentarios, plantas de ornato, herbolaria e ingredientes tradicionales utilizados en la gastronomía mexicana, mediante estrategias de promoción comercial para beneficio de los diversos agentes económicos que integran la cadena productiva agroalimentaria.

En lo referente a los incentivos del Subcomponente de Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados la participación de los productores u organizaciones se realiza a través del "Programa de Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales", el cual es autorizado por el C. Secretario del Ramo.

Dentro del Programa antes mencionado se busca, como principal objetivo, el diversificar nuestro mercado y encontrar un nuevo nicho de mercado demandante, que permita desarrollarnos competitivamente ofertando los productos en el ramo agroalimentario.

Enfocados en ese objetivo se considera que algunas de las ventajas de participar en los incentivos son las siguientes:

- Es un instrumento que brinda a los productores mexicanos del sector agroalimentario una económica e inmejorable oportunidad para desarrollar e incrementar sus exportaciones.
- Permite la búsqueda de nuevos nichos de mercado, con la finalidad de diversificar la oferta exportable mexicana.
- Ayuda a que el productor del sector agroalimentario se mantenga actualizado en temas de regulaciones sanitarias e demás información relevante para la incursión en los mercados destino.
- Constituyen una importante instancia para promover la calidad, sanidad e inocuidad de los productos agroalimentarios mexicanos.
- Los productores nacionales en un mismo lugar y en un lapso de tiempo se concentran con importadores, comercializadores, distribuidores, agentes, representantes, etc., como clientes potenciales de sus productos.
- Se persigue el poder reducir intermediarios entre el productor y el comprador final, lo que genera mayores beneficios para el sector rural nacional.

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018



- Otorga al empresario/productor que participa en los incentivos de Fomento a las Exportaciones la posibilidad de maximizar el número de contactos con compradores potenciales in situ.
- Desarrollar y/o participar en actividades como conferencias, talleres técnicos, seminarios, rondas de negocios, degustaciones, etc., que en ocasiones se complementan con visitas a importadores, representantes y agentes locales.
- Promueve la imagen de México, sus ventajas económico-comerciales y sus características culturales.

Cabe señalar que el “Programa de Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales” considera los eventos del año fiscal y por lo general los eventos del primer trimestre del siguiente año fiscal (ej. 2018-2019), para darle continuidad a la estrategia.

Esto se debe a que los eventos que se consideran son los más importantes en las regiones de Asia, Norte América, Europa, Centro y Sudamérica y Oceanía, lo que nos obliga a mantener una presencia constante para poder darle a los productores nacionales la oportunidad de conocer las tendencias de los mercados internacionales, de las certificaciones y de las mejores prácticas para comercializar sus productos, así como todas las ventajas antes descritas.

Por otro lado, el promover que los productores diversifiquen su mercado en el ámbito internacional ha contribuido que en la balanza comercial se refleje un avance para el sector agroalimentario y agroindustrial.

Así en el año 2005, de contar con exportaciones agroalimentarios por un valor de cerca de 11,000 millones de dólares, para el periodo enero-diciembre de 2017, las divisas acumuladas por concepto de exportaciones agroalimentarias y pesqueras fueron 32,583 millones de dólares, superiores a las generadas por las exportaciones petroleras, a las remesas del exterior y a los ingresos por turismo en 38.0; 13.2 y 52.7 por ciento respectivamente.

## **RELACIÓN DE ANEXOS.**

La información electrónica se encuentra en la siguiente liga <https://www.gob.mx/aserca/documentos/informes-de-resultados-promocion-comercial-y-fomento-a-las-exportaciones?state=published> la cual respalda al Componente Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones del Programa a la Comercialización.

COMPONENTE DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

MEMORIA DOCUMENTAL 2012 -2018



**ELABORÓ  
EL COORDINADOR GENERAL  
DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS  
EXPORTACIONES**



**LIC. FERNANDO ARTURO CRUZ MORALES**