
SECRETARÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, DESARROLLO RURAL, PESCA Y ALIMENTACIÓN
Reglas de Operación del Programa de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones
de Productos Agroalimentarios y Pesqueros Mexicanos (PROMOAGRO)

JAVIER BERNARDO USABIAGA ARROYO, Secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, con fundamento en los artículos 16, 17, 26 y 35 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 9o. de la Ley de Planeación; 7o, 8o, 32 numerales IX y X, 60, 61, 65, 89 y 124 de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable; 54, 55, 59 y 60 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal del año 2003, y 6o. del Reglamento Interior de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, he tenido a bien expedir las siguientes:

REGLAS DE OPERACIÓN DEL PROGRAMA DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS Y PESQUEROS MEXICANOS (PROMOAGRO)

CONTENIDO GENERAL

CAPÍTULO I.- PRESENTACIÓN Y DEFINICIONES.

CAPÍTULO II.- DE LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA.

CAPÍTULO III.- DE LA POBLACIÓN OBJETIVO Y COBERTURA.

CAPÍTULO IV.- DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS APOYOS.

CAPÍTULO V.- BENEFICIARIOS DE LOS APOYOS.

CAPÍTULO VI.- DE LA CONCERTACIÓN CON ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES Y ENTIDADES FEDERATIVAS.

CAPÍTULO VII.- MARCO INSTITUCIONAL.

CAPÍTULO VIII.- DE LA OPERACIÓN Y EJECUCION.

CAPÍTULO IX.- INDICADORES DE RESULTADOS Y EVALUACION.

CAPÍTULO X.- QUEJAS Y DENUNCIAS.

TRANSITORIOS

CAPÍTULO I.- PRESENTACIÓN Y DEFINICIONES

ARTÍCULO 1.- PRESENTACIÓN.

La globalización de la sociedad y la economía obligan al sector agropecuario mexicano a modernizar los eslabones de la cadena productiva y de comercialización agroalimentaria para aprovechar las ventajas comparativas y competitivas que tiene con sus socios comerciales, por lo que en el marco de las atribuciones que tiene contenidas en la legislación vigente el Gobierno Federal, en un esquema de corresponsabilidad con los productores, comercializadores y sus asociaciones ha determinado desarrollar acciones de fortalecimiento de la oferta y de promoción para los productos agroalimentarios en el marco del **Programa de Apoyos a la Competitividad por Ramas de Producción**, como una respuesta a los sistemas obsoletos de comercialización tradicionales, así como a la ausencia de estrategias de comunicación que promuevan el consumo de productos frescos mexicanos en los mercados internos y externos.

Para el efecto, el Programa de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de Productos Agroalimentarios y Pesqueros Mexicanos (PROMOAGRO) instrumenta una estrategia que estimula y fomenta la participación de los productores, comercializadores e industrializadores agroalimentarios tanto en a). la integración y consolidación de la oferta como en b). la promoción del mercado nacional e internacional.

En este sentido, el programa busca consolidar la visión comercial de los productores y que estos respondan directamente a las tendencias del mercado y las necesidades de los consumidores.

ARTÍCULO 2.- DEFINICIONES.

Para los efectos de estas REGLAS aplicarán las siguientes definiciones de proyectos y conceptos:

- I. ASERCA.-** Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria, Órgano Administrativo Desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

- II. Beneficiarios.-** Son los productores, agroindustriales y comercializadores del sector agroalimentario o pesquero y sus organizaciones, consejos, asociaciones de carácter civil o mercantil, dedicados a alguna fase de la cadena de producción – comercialización o a la promoción de productos agroalimentarios.
- III. Certificación de Tercera Parte e Independiente.-** Es el conjunto de actividades realizadas por un organismo de certificación, que de forma imparcial e independiente certifica el cumplimiento y apego al pliego de condiciones que garantiza la calidad selecta del producto, conforme a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización.
- IV. Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones.-** Es el órgano colegiado constituido por miembros de las áreas técnicas de SAGARPA que dictaminará y dará seguimiento a cada una de las solicitudes del programa.
- V. Contratación de Servicios Profesionales.-** Se refiere a la contratación que realizarán los beneficiarios del programa, para que les presten los servicios de asesoría, asistencia técnica profesional en materia de promoción y comercialización agroalimentaria.
- VI. Factoraje.-** Contrato mediante el cual una persona física o moral, transfiere los derechos de cobro sobre créditos comerciales a una institución financiera, quien queda obligada a cambio de un precio previamente establecido, a prestar los servicios pactados.
- a. Costos Financieros.-** Los intereses, costo de la prima de seguro de crédito y otros cargos financieros inherentes generados con motivo de una operación de factoraje.
- VII. Marca Oficial “México Calidad Selecta”.-** Es aquella cuyo registro ha sido otorgado por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), a la Secretaría de Economía, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, y al Banco Nacional de Comercio Exterior.
- VIII. Pliego de Condiciones.-** Es el documento en el cual se establecen y especifican los parámetros mínimos certificables a cumplir por un producto, a fin de estar en posibilidades de utilizar la Marca Oficial “México Calidad Selecta”.
- IX. PROMOAGRO.-** Programa de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de Productos Agroalimentarios y Pesqueros Mexicanos.
- X. Proyecto de Campaña de un Sistema Producto o Especie Producto Específico.-** Se refiere a la estrategia de promoción que planea desarrollar un grupo de productores mexicanos en el mercado nacional o extranjero, en beneficio de todos los agentes económicos del país que intervienen en la cadena producción-consumo de dicho sistema producto.
- XI. Proyecto de Campaña Genérica de Frutas y Hortalizas.-** Se refiere a la estrategia de promoción que planea desarrollar un grupo de productores mexicanos en el mercado nacional o extranjero, en beneficio de todos los agentes económicos del sector hortofrutícola mexicano.
- XII. Proyecto de Campaña del Sistema “Tipo Inspección Federal”.-** Se refiere a la estrategia de promoción que planea desarrollar un grupo de productores mexicanos en el mercado nacional, en beneficio de todos los agentes económicos del Sistema “Tipo Inspección Federal”.
- XIII. Proyecto de Campaña de México Calidad Selecta.-** Se refiere a la estrategia de promoción que planea desarrollar un grupo de productores mexicanos en el mercado nacional o extranjero, en beneficio de todos los agentes económicos participantes en el Sistema “México Calidad Selecta”.
- XIV. Unidad Productiva.-** Explotación agroalimentaria en operación, sea esta conformada por uno o varios productores, integrada a un sistema o especie producto con base en un proyecto específico.
- XV. Proyecto.-** Se refiere a la propuesta de acciones para llevar a cabo un plan específico para el fortalecimiento y consolidación de la oferta, y/o para la promoción del comercio y consumo de los productos agroalimentarios mexicanos, en el marco de un sistema o especie producto, o de una cadena agroalimentaria.
- XVI. Sistema Tipo Inspección Federal (TIF).-** Es el sistema que garantiza el sacrificio y procesamiento de cárnicos bajo estándares Tipo Inspección Federal en materia de calidad, sanidad e inocuidad.

CAPÍTULO II.- DE LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA.

ARTÍCULO 3.- OBJETIVO GENERAL.- Promover el fortalecimiento de la oferta, así como el posicionamiento e incremento del consumo de los productos agroalimentarios mexicanos, a fin de integrar al productor de manera favorable a los mercados.

ARTÍCULO 4.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- I. Incentivar el desarrollo de acciones por parte de los productores, comercializadores y sus asociaciones, que permitan mejorar las condiciones de la oferta de productos agroalimentarios en términos de homogeneidad, volumen y calidad.
- II. Fomentar el diseño e instrumentación de estrategias de promoción y fomento al consumo de productos agroalimentarios mexicanos en el mercado nacional e internacional.

CAPÍTULO III.- DE LA POBLACIÓN OBJETIVO Y COBERTURA.

ARTÍCULO 5.- POBLACIÓN OBJETIVO.- Participan en el programa los productores y comercializadores, sus consejos, asociaciones u organizaciones formalmente constituidas por la legislación vigente y que estén dedicadas a la producción, transformación, comercialización o promoción de productos agroalimentarios y pesqueros, preferentemente dentro de un sistema producto y/o especie producto del sector o bien dentro de una cadena agroalimentaria.

ARTÍCULO 6.- COBERTURA.- El programa tendrá una aplicación de ejecución nacional.

CAPÍTULO IV.- DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS APOYOS.

ARTÍCULO 7.- TIPO DE APOYOS.- Los recursos que se asignan al PROMOAGRO son subsidios complementarios a las inversiones de los productores agropecuarios y pesqueros que se canalizan para la transformación, el fortalecimiento de la oferta y la integración a los mercados de las cadenas productivas, mediante la presentación de proyectos. La operación del PROMOAGRO es de ejecución nacional a través de ASERCA, considerando las siguientes **componentes** de apoyo:

- I. **Fortalecimiento y Consolidación de la Oferta:** Son apoyos otorgados a los productores, comercializadores y sus asociaciones u organizaciones para el desarrollo de proyectos tendientes a fomentar su organización en torno al mercado y a la mejora de las características de su oferta agroalimentaria comercializable.
- II. **Promoción del Comercio y Consumo:** Son subsidios a los productores, comercializadores y asociaciones u organizaciones, para el desarrollo de proyectos de publicidad, mercadotecnia y fomento a la comercialización de productos agroalimentarios en el mercado nacional e internacional.

ARTÍCULO 8.- MONTOS MÁXIMOS DE APOYO.

I. Proyectos para el Fortalecimiento y Consolidación de la Oferta.

Proyectos	Monto del apoyo
a. Desarrollo de las Capacidades Humanas en las Cadenas Agroalimentarias para su Inserción en los Mercados. Apoyo a los productores para la realización de cursos, talleres, foros, diplomados, encuentros y seminarios, para lo cual se contratarán los servicios de: renta de instalaciones, renta de equipo audiovisual, de cómputo; servicios de traducción; elaboración de materiales promocionales, (folletos, posters, trípticos, distintivos, manuales, etc.); elaboración de material didáctico (manuales, memorias, videos, cd roms, etc.); cuotas de inscripción, viáticos, transporte de participantes y conferencistas, instructores, ponentes, etc.; material de papelería, personal de apoyo	Se apoyará hasta el 70% del monto del proyecto, sin rebasar los 500 mil pesos por unidad productiva.

Proyectos	Monto del apoyo
para la coordinación de los eventos de capacitación, diagnóstico para detectar necesidades de capacitación.	
b. Estudios y asesorías. Contratación de servicios profesionales en apoyo a sistemas-producto o especies producto.	Hasta el 50% del costo del proyecto, sin rebasar 500 mil pesos por Sistema Producto o Especie Producto.
c. “México Calidad Selecta”. Contratación de los servicios de certificación del uso de la marca oficial de certificación “México Calidad Selecta” por parte de los productores, así como apoyo a los costos derivados de la elaboración de Pliegos de Condiciones, Normas de Calidad por producto, y promoción para el uso del esquema.	Se apoyará hasta el 70% del costo anual de la verificación y certificación por el uso de la marca oficial “México Calidad Selecta”, sin rebasar los 500 mil pesos por unidad productiva. Y se apoyará hasta el 100% del Costo de la elaboración de los Pliegos de Condiciones.
d. Inspección de Calidad. Contratación de servicios de inspección de calidad en la comercialización a través del sistema de inspección de calidad.	Se apoyará hasta el 50% del costo de inspección de certificación de calidad en la comercialización, sin rebasar los 500 mil pesos por unidad productiva.
e. Innovaciones comerciales y equipo para la comercialización. Apoyo para la aplicación de innovaciones en la comercialización nacional e internacional, en Centros de Distribución de productos agropecuarios, así como la instalación de empaques, cuartos fríos, seleccionadoras y otros equipos indispensables para la comercialización.	Se apoyará hasta el 70% del proyecto, con un monto máximo de 500 mil pesos por unidad productiva; excepto para centros de distribución de productos agropecuarios, cuyo monto máximo de apoyo será determinado por el Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones.
f. Solución de Controversias. Apoyo para el pago de membresías a organismos de solución de controversias por parte de los productores.	Se apoyará para el pago de membresías hasta cinco mil pesos por unidad productiva.
g. Sistema de Información Comercial. Apoyo a los productores para la contratación de servicios para el desarrollo de sistemas de información especializada sobre productos y mercados de las cadenas agroalimentarias, con fines de exportación.	Hasta el 50% del costo del proyecto, sin rebasar los 500 mil pesos por cultivo o especie a nivel estatal o regional.
h. Apoyo de costos financieros de factoraje. Son apoyos para el pago de los intereses, costo de la prima de seguros de crédito y otros cargos financieros derivados de operaciones de factoraje.	Se apoyará hasta con el 50% del costo financiero de factoraje, sin rebasar los 500 mil pesos por unidad productiva.

II. Proyectos para la Promoción del Comercio y Consumo.

Proyectos	Monto del apoyo
a. Campañas de Marcas Regionales. Apoyo para publicidad dirigida al consumidor por medios como TV, cine, CD’s, videos, espectaculares, posters, revistas, prensa, folletos, volantes, material punto de venta, radio, cassettes, degustaciones, cupones en medios impresos, concursos en medios impresos.	Se apoyará cada proyecto de campaña de un sistema producto o especie producto específico, hasta con 500 mil pesos por unidad productiva participante.
b. Campañas de Promoción Nacionales e Internacionales. Apoyo para que los productores realicen campañas de promoción en México y/o en el extranjero por producto y por mercado específico, mediante publicidad dirigida al consumidor por medios como TV, cine, CD’s, videos, espectaculares, posters, revistas, prensa, folletos, volantes, material punto de venta, radio, cassettes, degustaciones, cupones en medios impresos, concursos en medios impresos.	Se apoyará cada proyecto de campaña de un sistema producto o especie producto específico, hasta con un millón de pesos por unidad productiva participante.
c. Campaña genérica para el incremento de consumo de frutas y verduras en el mercado nacional o internacional. Se apoyará a los productores para publicidad dirigida al consumidor por medios como TV, cine, CD’s, videos, espectaculares, posters, revistas, prensa, folletos, volantes, material punto de venta, radio, cassettes, degustaciones, cupones en medios impresos, concursos en medios impresos.	Se apoyará cada proyecto de campaña genérica de frutas y verduras hasta con un millón de pesos por unidad productiva participante.
d. Campañas de Productos Pecuarios. Apoyo para publicidad dirigida al consumidor por medios como TV, cine, CD’s, videos, espectaculares, posters, revistas, prensa, folletos, volantes,	Se apoyará cada proyecto de campaña de especie producto específico, hasta con un millón de pesos por unidad productiva participante.

Proyectos	Monto del apoyo
material punto de venta, radio, cassettes, degustaciones, cupones en medios impresos, concursos en medios impresos.	
e. Campañas para promoción del Sistema “Tipo Inspección Federal”. Apoyo para publicidad dirigida al consumidor por medios como TV, cine, CD’s, videos, espectaculares, posters, revistas, prensa, folletos, volantes, material punto de venta, radio, cassettes, degustaciones, cupones en medios impresos, concursos en medios impresos.	Se apoyará cada proyecto de campaña del Sistema “Tipo Inspección Federal”, hasta con un millón de pesos por unidad productiva participante.
f. Campañas “México Calidad Selecta”. Apoyo para publicidad dirigida al consumidor por medios como TV, cine, CD’s, videos, espectaculares, posters, revistas, prensa, folletos, volantes, material punto de venta, radio, cassettes, degustaciones, cupones en medios impresos, concursos en medios impresos.	Se apoyará cada proyecto de campaña del Sistema México Calidad Selecta, hasta con un millón de pesos por unidad productiva participante.
g. Exposiciones Nacionales e Internacionales. Apoyo para organización y/o participación en ferias, exposiciones y eventos de promoción comercial nacional e internacional de los productos agroalimentarios y pesqueros, se contratarán los servicios de renta de espacios, mobiliario, instalación eléctrica, maniobras de montaje y desmontaje, servicio de limpieza, renta de equipo audiovisual, material y personal para la degustación, envío de muestras y material promocional, almacenamiento, equipo de refrigeración, fletes y maniobras de envío-recepción-retorno de muestras y material promocional en el recinto ferial, gastos de mantenimiento y manutención de animales durante su transporte y en exposiciones comerciales, gastos de servicios veterinarios de emergencia, trámites aduanales, servicios de traducción, elaboración de materiales promocionales, (folletos, posters, trípticos, distintivos, manuales, etc.), y difusión en medios masivos de comunicación, material de papelería, cuotas de registro en los eventos, viáticos y transporte de los promotores y expositores	Se apoyará hasta con un monto máximo de 500 mil pesos por unidad productiva, con aportación de 20% en especie por parte de los participantes.
h. Misiones comerciales. Apoyos para costos de transporte y viáticos de los integrantes de las misiones, contratación de servicios para degustaciones, actividades de promoción, material promocional (folletos, posters, trípticos, distintivos, manuales, etc.) envío de muestras y material promocional al extranjero, incluyendo trámites aduanales, almacenamiento, equipo de refrigeración y maniobras de entrega y recepción de muestras.	Se apoyará a las misiones comerciales de productores mexicanos al extranjero hasta con el 50% del costo de los servicios, sin rebasar los 500 mil pesos por unidad productiva. Se apoyará hasta con el 90% del costo de los servicios, a las misiones comerciales de compradores del extranjero a México, sin rebasar los 500 mil pesos por unidad productiva.

III. En virtud de que algunos proyectos están directamente ligados a la estacionalidad de la producción y que por tal razón se hubieran iniciado antes de la publicación de las presentes reglas de operación, las inversiones que hayan realizado los productores y/o sus organizaciones se considerarán como parte de sus aportaciones, siempre y cuando los proyectos que presenten cumplan con lo dispuesto en estas reglas de operación.

IV. Los apoyos establecidos en las fracciones I y II de este artículo quedarán sujetos a la disponibilidad presupuestal.

CAPÍTULO V.- BENEFICIARIOS DE LOS APOYOS.

ARTÍCULO 9.- CRITERIOS Y REQUISITOS DE ELEGIBILIDAD.

I.- Criterios de Elegibilidad:

- a. Pertenecer a la población objetivo del Programa.
- b. Que los proyectos que se presenten contribuyan a cumplir con los objetivos del programa, considerando que los beneficios que se pretendan obtener incidan en el mayor número posible de productores agropecuarios y agroindustriales.

- c. Se **otorgará preferencia para la asignación de los apoyos a las organizaciones sociales y a los productores que cuenten** con el esquema de certificación Marca Oficial “México Calidad Selecta”, y sean miembros de algún organismo de solución de **controversias**.

II.- Requisitos de Elegibilidad:

- a. Entregar la solicitud de apoyo del programa, en las Delegaciones Estatales de la SAGARPA, en las oficinas Centrales, Estatales y/o Regionales de ASERCA, conforme al formato denominado solicitud de apoyo que se presenta en el Anexo 1 de estas Reglas de Operación.
- b. Entregar proyecto por sistema o especie producto, ó con un enfoque de cadena productiva, en los términos establecidos **en el artículo 2 fracciones X, XI, XII, XIII y XV, y los artículos 7 y 8 de** estas Reglas de Operación.
- c. Entregar una carta en la que declaren que no están recibiendo apoyos de otros programas en el mismo concepto de gasto, **y en donde** se comprometen a cubrir, en su caso, la aportación que se estipule en el convenio correspondiente.
- d. Las personas físicas que posean la Clave Única de Registro Poblacional (CURP), deberán presentar copia o, en su caso, copia de alguna identificación oficial vigente; y las personas morales, organizaciones y sociedades, deberán presentar copia del Registro Federal de Contribuyentes (RFC), así como entregar copia simple del Acta Constitutiva y copia de la identificación del representante legal.

ARTÍCULO 10.- CRITERIOS DE TRANSPARENCIA.- La SAGARPA, a través de ASERCA **difundirá** en la página electrónica en el Sistema “Internet” <http://www.infoaserca.gob.mx> **las presentes Reglas de Operación, para que sean del conocimiento de la población objetivo.**

I.- Con objeto de dar mayor transparencia a la elegibilidad de los productores del programa, la SAGARPA establece que todas las solicitudes **de los beneficiarios del programa**, deberán llevar un registro denominado folio, **el cual será asignado por ASERCA, mismo que** identifica a cada una de las solicitudes que se reciban en las ventanillas de atención.

II.- El Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones, es quién dictaminará de manera colegiada por mayoría simple de sus integrantes, las solicitudes que se presenten en las ventanillas correspondientes, conforme a los que se establece en el artículo 16 fracción IV, de estas Reglas de Operación.

III.- Padrón de Beneficiarios.- Una vez otorgados los apoyos a la conclusión del ejercicio fiscal se publicará el padrón de beneficiarios, en los términos de la Ley de Información, Estadística y Geográfica, así como en lo establecido en la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental

IV.- **Leyenda en Publicidad y Promoción.-** La papelería, documentación oficial, así como la publicidad y promoción que utilicen las dependencias para el programa durante el Ejercicio Fiscal 2003, deberán considerar la inclusión de manera clara y explícita de la siguiente leyenda: “Este programa es de carácter público, no es patrocinado ni promovido por partido político alguno y sus recursos provienen de los impuestos que pagan todos los contribuyentes. Está prohibido el uso de este programa con fines políticos, electorales, de lucro y otros distintos a los establecidos. Quien haga uso indebido de los recursos de este programa deberá ser denunciado y sancionado de acuerdo con la ley aplicable y ante la autoridad competente”

ARTÍCULO 11.- DERECHOS DE LOS PRODUCTORES ELEGIBLES.- Los solicitantes del PROMOAGRO, conforme a lo establecido en el artículo 5 de Población Objetivo de estas Reglas de Operación, al entregar su solicitud debidamente integrada, adquieren el derecho de recibir una respuesta por escrito sobre el dictamen que al respecto emita el Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones, en un plazo no mayor a 30 días hábiles.

- I. Una vez que los sujetos beneficiarios del apoyo hayan ingresado su solicitud, ya sea de manera individual o **colectiva, ASERCA** deberá prevenir a los solicitantes por escrito, en su caso, sobre información faltante dentro de los siguientes diez días; para lo cual, los interesados dispondrán de cinco días hábiles para corregir o aportar información complementaria, apercibiéndoles que en caso de no cumplir con el requerimiento se le tendrá por no presentada la solicitud. **En este caso, el plazo de resolución de la dependencia será de conformidad con lo que establece el artículo 17 – A, tercer párrafo, de la Ley Federal de Procedimiento Administrativo.**
- II. Para las solicitudes que apruebe el Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones, la SAGARPA, a través de ASERCA, concertará con los solicitantes los apoyos autorizados mediante el convenio que corresponda, y la entrega de los apoyos se llevará a cabo durante los siguientes diez días a la firma

del citado convenio, ya sea en forma total o en parcialidades, de conformidad con lo que se establece en el artículo 14 de estas Reglas de Operación.

ARTÍCULO 12. OBLIGACIONES DE LOS BENEFICIARIOS.- Son obligaciones de los Beneficiarios:

- I. Cumplir con todas las condiciones que dieron origen a su elección como beneficiario;
- II. Cumplir en todos sus términos con lo dispuesto en estas Reglas de Operación;
- III. Proporcionar la información necesaria que **se solicite en la realización de auditorías técnicas, en visitas de supervisión e inspección y para** realizar una evaluación sobre los resultados logrados en la aplicación del apoyo al personal de la SAGARPA responsable de la operación del PROMOAGRO.

ARTÍCULO 13. CAUSAS DE INCUMPLIMIENTO Y SANCIONES.- Será motivo de apremio o cancelación del apoyo del PROMOAGRO:

- I. Incumplir con aquellas condiciones que dieron origen a su elección como beneficiario;
- II. No aceptar la realización de auditorías técnicas aleatorias, así como visitas de supervisión e inspección, **conforme a lo establecido en el artículo 12 fracción III de estas Reglas de Operación;** cuando así lo soliciten la SAGARPA, la SFP o cualquier otra instancia autorizada, con el fin de verificar la correcta aplicación de los apoyos otorgados;
- III. No aplicar los apoyos entregados para los fines aprobados;
- IV. Incumplir cualquier otra obligación o deber jurídico prevista en estas Reglas de Operación **o en el convenio** que se suscriba para el otorgamiento de los apoyos.
- V. La SAGARPA, a través de ASERCA, en **función de las causas** de incumplimiento a que se refieren las fracciones anteriores, podrá aplicar las siguientes medidas de apremio o sanción:
 - a. Requerir al Beneficiario para que en el término de 10 días, subsane las omisiones o irregularidades advertidas en la verificación, en las causas a que se refieren las fracciones I, II y IV del presente artículo.
 - b. Cancelar el pago de los apoyos, en caso de reincidencia o por la causa a que se refiere la fracción III del presente artículo.
 - c. Al beneficiario que se le haya aplicado la sanción que se establece en el inciso “b” de este artículo, **dejará de ser sujeto del apoyo y** excluido de los apoyos de otros programas de la SAGARPA,.

**CAPÍTULO VI.- DE LA CONCERTACIÓN CON ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES
Y ENTIDADES FEDERATIVAS.**

ARTÍCULO 14.- MECANISMOS DE CONCERTACIÓN.- Para la entrega de los apoyos conforme a los proyectos aprobados, la SAGARPA-ASERCA formulará los convenios de coordinación o concertación, de acuerdo a lo siguiente:

- I. Para el caso de los dictámenes positivos de solicitudes de apoyo de productores, comercializadores y sus asociaciones u organizaciones, ASERCA suscribirá un convenio de concertación para la ejecución de las acciones de apoyo.
- II. Para el caso de dictámenes positivos de solicitudes de apoyo de Gobiernos de los Estados, se procederá a suscribir un convenio de coordinación.
- III. En ambos casos, se establecerán los compromisos de aportación de recursos de ambas partes, las cuales podrán ser en especie y en efectivo, el plan de trabajo, metas y el calendario de aportaciones, y los compromisos de información y evaluación de resultados de los beneficiarios; así como para la implementación y consecución de los fines del factoraje agrícola y pecuario, los productores podrán celebrar convenios con diferentes instituciones financieras nacionales y del exterior, que permitan la obtención de estos servicios, quedando explícito en el convenio correspondiente entre el beneficiario y ASERCA el mecanismo de reembolso; asimismo ASERCA podrá participar como enlace con la Institución Financiera participante, a petición expresa del beneficiario, **el cual podrá solicitarlo en el formato de “Solicitud de Apoyo”, que se presenta en el Anexo 1 de estas Reglas de Operación.**

CAPÍTULO VII.- MARCO INSTITUCIONAL.

ARTÍCULO 15.- COORDINACION INSTITUCIONAL.- La operación del programa está a cargo de la SAGARPA, a través de ASERCA en coordinación con las Delegaciones Estatales de la SAGARPA y, en su caso, con los Gobiernos de las Entidades Federativas.

ARTÍCULO 16.- INSTANCIA EJECUTORA.- ASERCA, cuya estructura cuenta con oficinas centrales, direcciones regionales, estatales y Consejerías Agropecuarias de México en (Canadá, Estados Unidos, Bruselas y Guatemala), es el órgano administrativo desconcentrado de la SAGARPA para la atención de los asuntos relacionados con la comercialización agropecuaria. Para la ejecución del PROMOAGRO, ASERCA tendrá como funciones específicas:

- I. Coordinar las acciones necesarias con los Gobiernos Estatales o los representantes del sector productivo para dar amplia difusión al programa.
- II. Promover sinergias con otros organismos del sector público o privado, para coadyuvar al fortalecimiento de las actividades de promoción comercial y fomento a las exportaciones del sector.
- III. Dictaminar sobre las propuestas de modificación de metas, montos, transferencias de recursos presupuestales y procedimientos operativos de este programa.
- IV. Establecer el Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones, como Órgano colegiado de apoyo para la operación del PROMOAGRO, conforme a lo siguiente:
 - a. Para coordinar las actividades técnicas del programa, entre las que se incluyen la integración, evaluación y dictamen de las solicitudes de apoyo que sean recibidas, así como el seguimiento y evaluación interna del programa.
 - b. El Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones, fungirá como un cuerpo colegiado integrado por cinco titulares o en su ausencia sus respectivos suplentes. El Presidente será el Director en Jefe de ASERCA; el Secretario será el Coordinador General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA; y como vocales el Director General de Administración y Finanzas de ASERCA, el Coordinador General de Delegaciones de la SAGARPA, y uno de los titulares de las siguientes unidades responsables, según el tipo de los proyectos a dictaminar: Coordinación General de Ganadería, Dirección General de Fomento a la Agricultura y Comisión Nacional de Acuacultura y Pesca. Además tendrán dos invitados permanentes que serán el Coordinador General Jurídico de ASERCA y el Titular del Órgano Interno de Control de ASERCA.
 - c. El Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones, se reunirá una vez al mes a convocatoria expresa del secretario del comité, en sesiones ordinarias mensuales o extraordinarias cuando lo ameriten los casos a tratar. Su quórum se integrará con tres de sus miembros o tres de sus suplentes y tomará sus decisiones por mayoría relativa. Sus acuerdos serán asentados en actas firmadas por los asistentes y solo tendrán voto los titulares y en la ausencia de estos, sus suplentes.

ARTÍCULO 17.- INSTANCIAS DE CONTROL Y VIGILANCIA. -Los órganos internos de control de la SAGARPA y ASERCA en el ámbito de sus respectivas competencias, así como los respectivos órganos internos de control de los Gobiernos Estatales y del Gobierno del Distrito Federal cuando se suscriban convenios con ellos, quedan expresamente facultados para realizar las auditorías y revisiones que consideren necesarias, para efecto de evaluar los resultados del programa así como verificar el buen uso de los recursos autorizados.

CAPITULO VIII.- DE LA OPERACIÓN Y EJECUCION.

ARTICULO 18.- DIFUSION Y PROMOCION.- Los Gobiernos de los Estados, las Delegaciones de la SAGARPA y las oficinas centrales, las Direcciones Estatales y Regionales de ASERCA harán del conocimiento de los productores y/o sus organizaciones, las Reglas de Operación del PROMOAGRO, destacando los apoyos que se otorgan, los criterios de elegibilidad y procedimientos a seguir para ser beneficiario, mediante impresos en las ventanillas de atención de sus respectivas oficinas.

ARTÍCULO 19.- VENTANILLA DE ATENCION.- Funcionarán como ventanillas de atención para la recepción de solicitudes de apoyo: las Delegaciones Estatales de la SAGARPA, las Direcciones Regionales y Estatales de ASERCA, y las Oficinas Centrales de ASERCA.

ARTÍCULO 20. MECÁNICA DE OPERACIÓN:

- I. La solicitud de los apoyos y la documentación requerida se recibirá en las ventanillas de atención señaladas en el artículo 19 de estas Reglas de Operación.

- II. Las Delegaciones de la SAGARPA y las Direcciones Regionales de ASERCA integrarán la documentación en un expediente y harán un primer dictamen de la solicitud **en un máximo de diez días hábiles, conforme a lo que se establece en el artículo 11 fracción I de estas Reglas. El expediente completo lo deberán hacer llegar** a las Oficinas Centrales de ASERCA para su dictamen y aprobación por el Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones, el cual se hará en los términos del artículo 11 de estas Reglas de Operación.
- III. ASERCA informará al solicitante o solicitantes sobre el dictamen a su solicitud y del **Proyecto en los términos del artículo 11** y les presentará el Convenio de Coordinación o de Concertación que corresponda, conforme a lo establecido en el artículo 14 de estas Reglas de Operación. Los apoyos se entregarán al beneficiario conforme el calendario que se acuerde en el convenio.
- IV. ASERCA formulará informes de evaluación interna de resultados cada tres meses, a partir de iniciado el ejercicio con la radicación de recursos a los productores y/o Gobiernos de los Estados, estableciéndose los avances del ejercicio presupuestal, de metas y de indicadores de resultados, para el cumplimiento de los objetivos del programa, que se revisarán y analizarán en el seno del Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones. Informes y Actas de Acuerdos que estarán a disposición de los Órganos Internos de Control.
- V. A la conclusión del Proyecto en los tiempos que se pacten en el convenio correspondiente, se llevará a cabo el **finiquito del mismo**.

ARTÍCULO 21.- GASTOS DE OPERACIÓN Y EVALUACIÓN.- Se asigna hasta el seis por ciento (6%), para gastos de operación y evaluación de acuerdo a lo siguiente:

- I. **Gastos de Operación.-** Se otorgan para los gastos de operación hasta el 5% de los recursos asignados al PROMOAGRO, dichos recursos se utilizarán para la contratación de servicios profesionales que lleven a cabo la operación de las actividades correspondientes al seguimiento, revisión y la realización de supervisiones periódicas a productores y/u organizaciones beneficiarias del programa, así como para la realización de un Directorio de Exportadores y Padrón de Comercializadores de Productos Perecederos; y para la operación de programas de las organizaciones que promuevan el consumo de alimentos frescos; y a la normatividad aplicable.
- II. **Evaluación Externa.-** En cumplimiento a las disposiciones del artículo 54 del Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio del Año 2003, la evaluación de resultados del programa tendrá un apartado específico sobre el impacto y resultados sobre el bienestar, la equidad, la igualdad y la no discriminación de las mujeres. Para tal efecto, se destinará el uno por ciento (1%) de los recursos asignados para la contratación de un organismo o institución nacional o internacional relacionado con el sector agroalimentario.

CAPÍTULO IX.- INDICADORES DE RESULTADOS Y EVALUACIÓN.

ARTÍCULO 22.- INDICADORES DE RESULTADOS. La Unidad Responsable del PROMOAGRO establece que el programa tiene como grandes metas: a) Incrementar en 20% anual el volumen de producto certificado en México Calidad Selecta; b) Incrementar el volumen de exportación de productos frescos en 4.2% anual; c) Incrementar en 9% anual el volumen comercializado en comercio directo; d) Incrementar el consumo de productos agropecuarios 1.5 % anual durante los próximos 3 años.

INDICADORES DE RESULTADOS

Nombre del Indicador	Fórmula del Indicador	Unidad de Medida
I. Índice de productos certificados con la Marca México Calidad Selecta.	Volumen certificado con la Marca México Calidad Selecta por producto / Volumen certificado México Calidad Selecta del año base* *Año base 2002, se inició la certificación de la Marca México Calidad Selecta.	Porcentaje del Volumen en toneladas por producto.
II. Índice de Promoción de Exportaciones.	Volumen de exportación de productos frescos / volumen de exportación de productos frescos del año anterior.	Porcentaje del Volumen en toneladas por producto.
III. Índice de cobertura de factoraje en el mercado internacional.	Volumen en toneladas por producto con operaciones de factoraje en comercio directo / Volumen en toneladas exportado por producto en	Porcentaje del Volumen en toneladas por producto en comercio directo.

Nombre del Indicador	Fórmula del Indicador	Unidad de Medida
	comercio directo.	
IV. Índice de consumo y hábitos alimenticios.	Se medirá el incremento del consumo y hábitos alimenticios actuales del producto apoyado comparado con el crecimiento obtenido.	
V. Índice de Promoción a través de Misiones Comerciales Para Exportaciones.	Volumen de exportación de productos frescos derivado de misiones comerciales / Volumen de exportación de productos frescos derivado de misiones comerciales del año anterior.	Porcentaje del Volumen en toneladas por producto.

ARTÍCULO 23.- EVALUACIÓN INTERNA DEL PROGRAMA.- ASERCA contratará servicios profesionales para la realización de la evaluación interna, **para** la realización de informes trimestrales que se someterán al Comité de Promoción Comercial y Fomento al Mercado Interno y a las Exportaciones y que tendrá por objeto medir el cumplimiento en los objetivos del Programa, con base en las metas alcanzadas y beneficiarios, y el resultado de los indicadores establecidos. En cumplimiento a lo dispuesto en el Decreto del Presupuesto de Egresos, los resultados de esta evaluación interna se presentarán a más tardar el 15 de octubre a la Comisión de Presupuesto y Cuenta Pública de la Cámara de Diputados.

ARTÍCULO 24.- EVALUACIÓN EXTERNA.- Se iniciará una vez alcanzado el 60 % de avance del PROMOAGRO, poniendo especial atención a los objetivos y metas, su cobertura, operación, identificación y cuantificación de los beneficios, impacto de productividad, desarrollo tecnológico y ambiental, contribución al empleo y al mejoramiento del ingreso, entre otros, así como los indicadores de resultados que se plantearon. Esta información permitirá una retroalimentación de los programas para una mejor toma de decisión sobre los mismos. A la conclusión de la misma, se presentará a la Comisión de Presupuesto y Cuenta Pública de la Cámara de Diputados.

CAPÍTULO X.- QUEJAS Y DENUNCIAS.

ARTÍCULO 25.- DE LAS AUDITORÍAS.- Los servicios profesionales contratados por ASERCA, el Órgano Interno de Control en "ASERCA" y la Secretaría de la Función Pública, así como cualquier otra instancia competente de la Federación, podrán efectuar las revisiones y verificaciones que de acuerdo con sus programas de trabajo se considere conveniente o necesario realizar.

ARTÍCULO 26.- QUEJAS Y DENUNCIAS.- Se recibirán las quejas e inconformidades en forma directa en los Órganos Internos de Control en cada Delegación Estatal de la SAGARPA y de las Oficinas Centrales de ASERCA y de SAGARPA; o bien ante la Secretaría de la Función Pública (SFP), de manera directa en sus oficinas o mediante el Sistema electrónico de Atención Ciudadana (SACTEL) a los teléfonos 54 80 20 00 para el Distrito Federal y área Metropolitana, y al 01 800 00 14 800 para el resto del país.

TRANSITORIOS

PRIMERO.- Con el fin de desarrollar una estrategia integral de promoción comercial y fomento a las exportaciones, se incorpora al PROMOAGRO el Programa de Apoyos para la Integración a los Mercados y Fomento a las Exportaciones Agroalimentarias (PROEXPORTA), que venía operando con las Reglas de Operación de la Alianza para el Campo 2002.

SEGUNDO.- Las presentes Reglas de Operación entrarán en vigor a partir del día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Las presentes Reglas de Operación se expiden en la Ciudad de México, Distrito Federal a 13 de agosto de 2003.- El Secretario de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación. Javier Bernardo Usabiaga Arroyo.- Rúbrica.