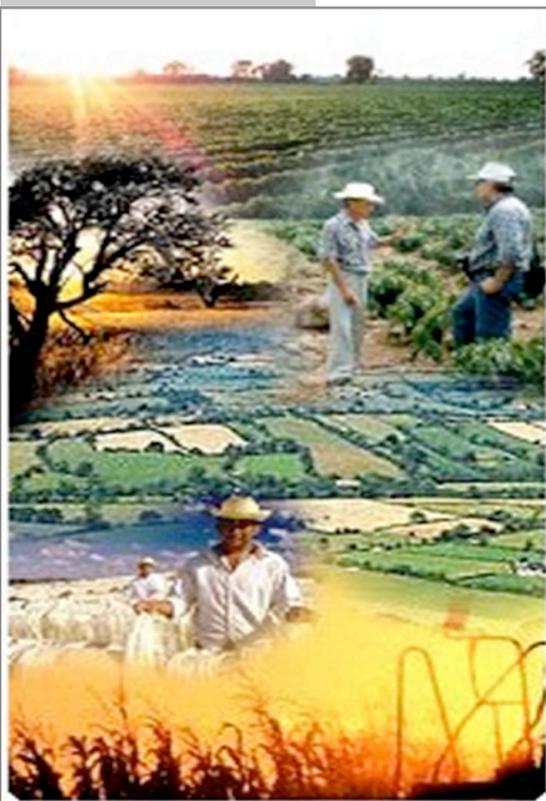




SAGARPA

Sistemas Producto: sectores estratégicos para el desarrollo agropecuario y pesquero de México

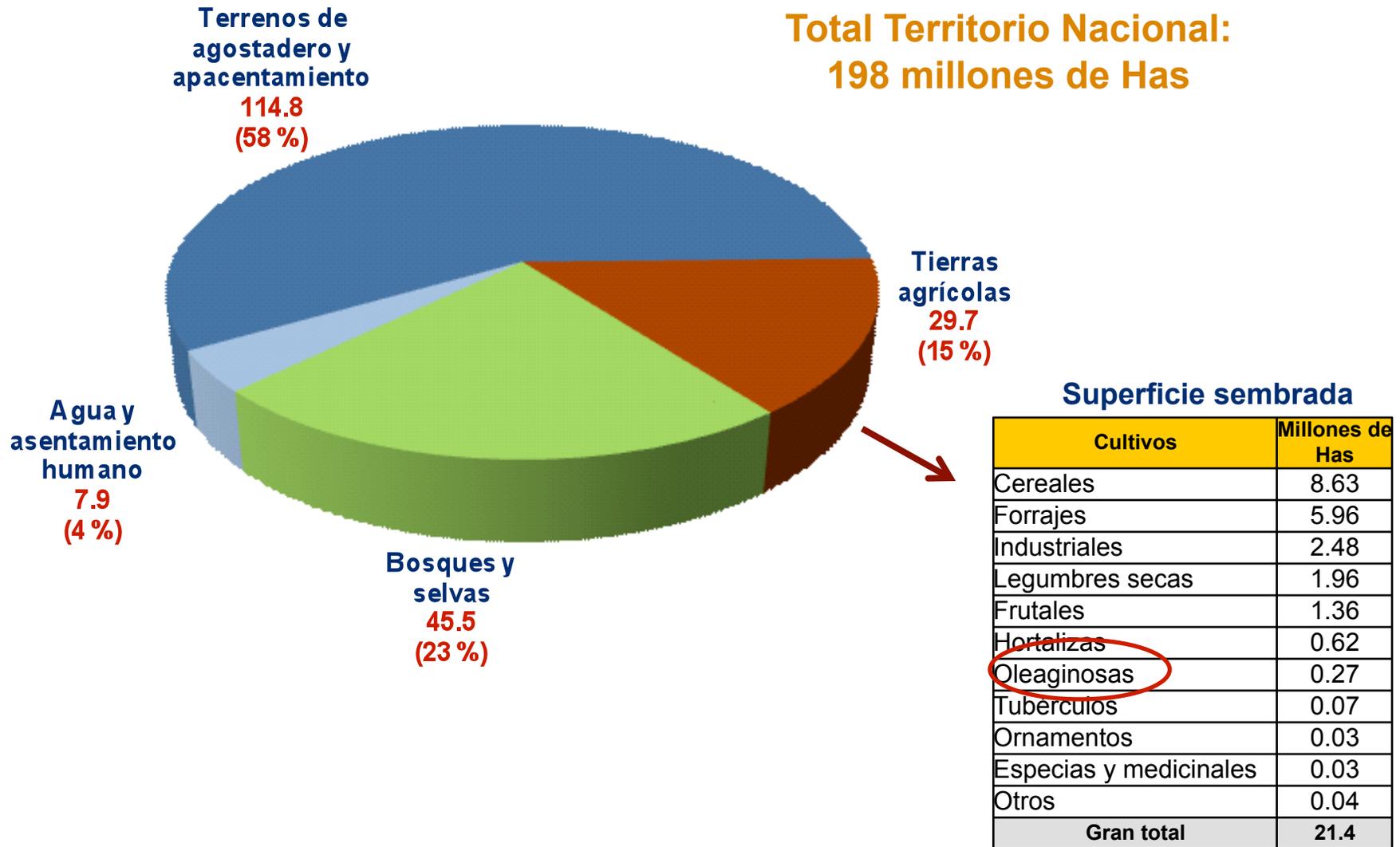


Estrategia de operación 2009

Antecedente

- **La atención por sistema producto ha demostrado ser un esquema adecuado de atención al sector agropecuario, ya que se promueve un trabajo conjunto para un fin común: lograr una producción sustentable y competitiva**
- **El reto es cubrir los requerimientos de consumidores en calidad, cantidad y oportunidad a precios competitivos, logrando niveles de ingreso adecuados para los sectores productivos**
- **Existen acciones que deben fortalecerse en los sistemas producto: mejorar la planeación y el seguimiento de acciones, mayor alineación de entidades y organismos, mayor participación de los sectores y esquemas de capacitación adecuadas, entre otros**

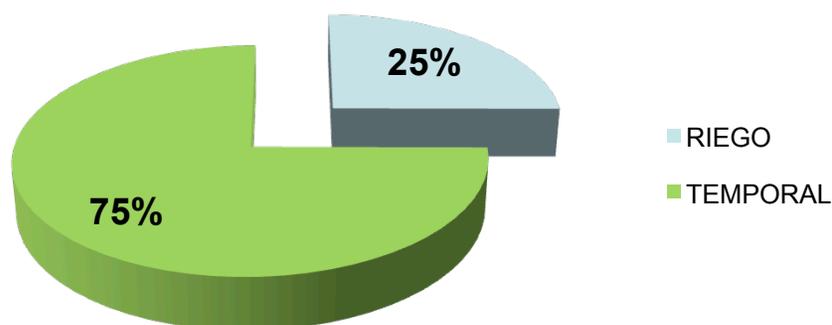
Distribución del Territorio Nacional



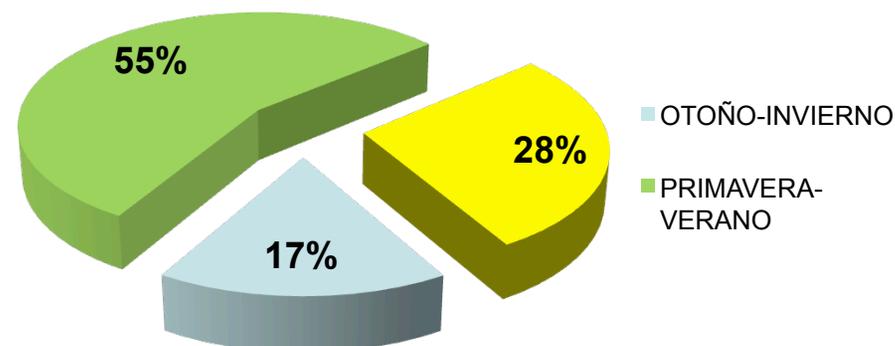
Superficie Sembrada por modalidad y ciclo

- La superficie sembrada prácticamente se ha mantenido en alrededor de 21 millones de hectáreas.
- Del total de la superficie sembrada, el 75% se siembra en temporal y el ciclo Primavera-Verano concentra el 55% de la superficie disponible.

Superficie Sembrada por Modalidad
2007

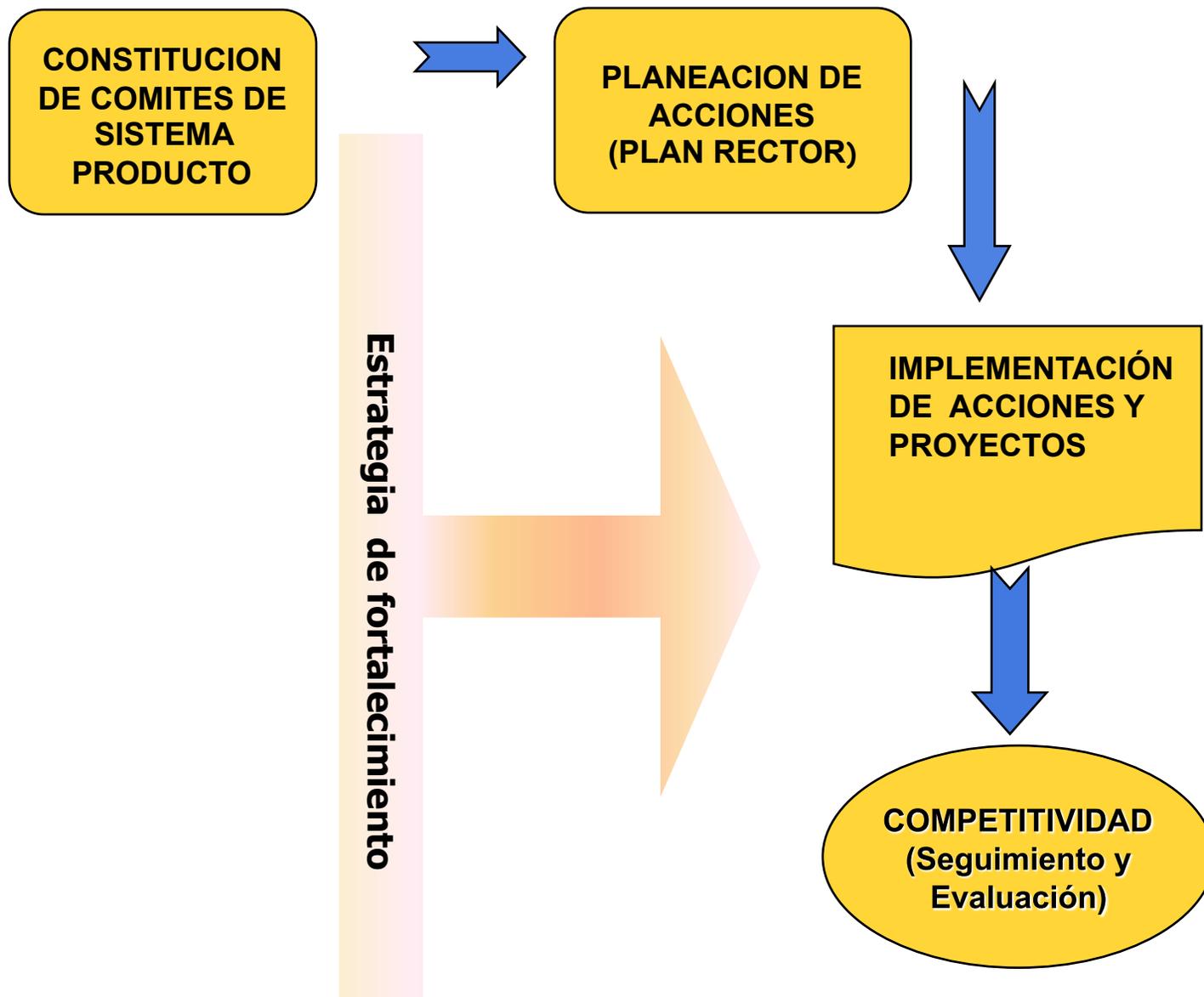


Superficie Sembrada por Ciclo
2007





Estrategia de Operación General



Objetivos

General

Promover acciones que permitan incrementar el nivel de Competitividad de los sistemas producto.

Específicos

1. Fomentar y promover proyectos y acciones que mejoren la eficiencia productiva, la calidad de los productos, el acceso a los mercados y el ingreso de los sectores productivos.
2. Promover y supervisar la consolidación de la estructura organizativa y gerencial de los Comités, para que sean mecanismos efectivos de planeación, coordinación y concertación de acciones de los sistemas producto.
3. Asegurar que los planes rectores sean esquemas de planeación que permitan direccionar de mejor manera las acciones en torno a los sistemas producto, y que en su ejecución se logre el objetivo de competitividad.

Universo de atención

COMITES SISTEMA PRODUCTO INTEGRADOS (2008)



✓El **61.6** del valor de la producción agrícola del país

246 Agrícolas	36 Comités Agrícolas Nacionales				
	Agave Tequila	Aguacate	Ajo	Algodón	Arroz
	Cacao	Café	Cebada	Chile	Cítricos
	Coco	Durazno	Fresa	Frijol	Guayaba
	Hule	Limón	Maguey	Maíz	Mango
	Manzana	Melón	mezcal	Maíz	Mango
		Palma de aceite	Nopal	Nuez	Oleaginosas
	Ornamentales	Sorgo	Papa	Papaya	Plátano
	Piña		Trigo	Uva	Vainilla
	Jamaica				
210 Comités Sistema Producto Estatales					

✓El **97%** del valor de la producción pecuaria



123 Pecuarios	10 Comités Pecuarios Nacionales				
	Bovinos leche	Bovinos Carne	Avícola	Apícola	Caprinos
	Ovinos	Cunícola	Porcinos	Huevo para plato	Ganadería Diversificada
	113 Comités Pecuarios Estatales				

✓El **53%** del valor de la producción pesquera y acuícola

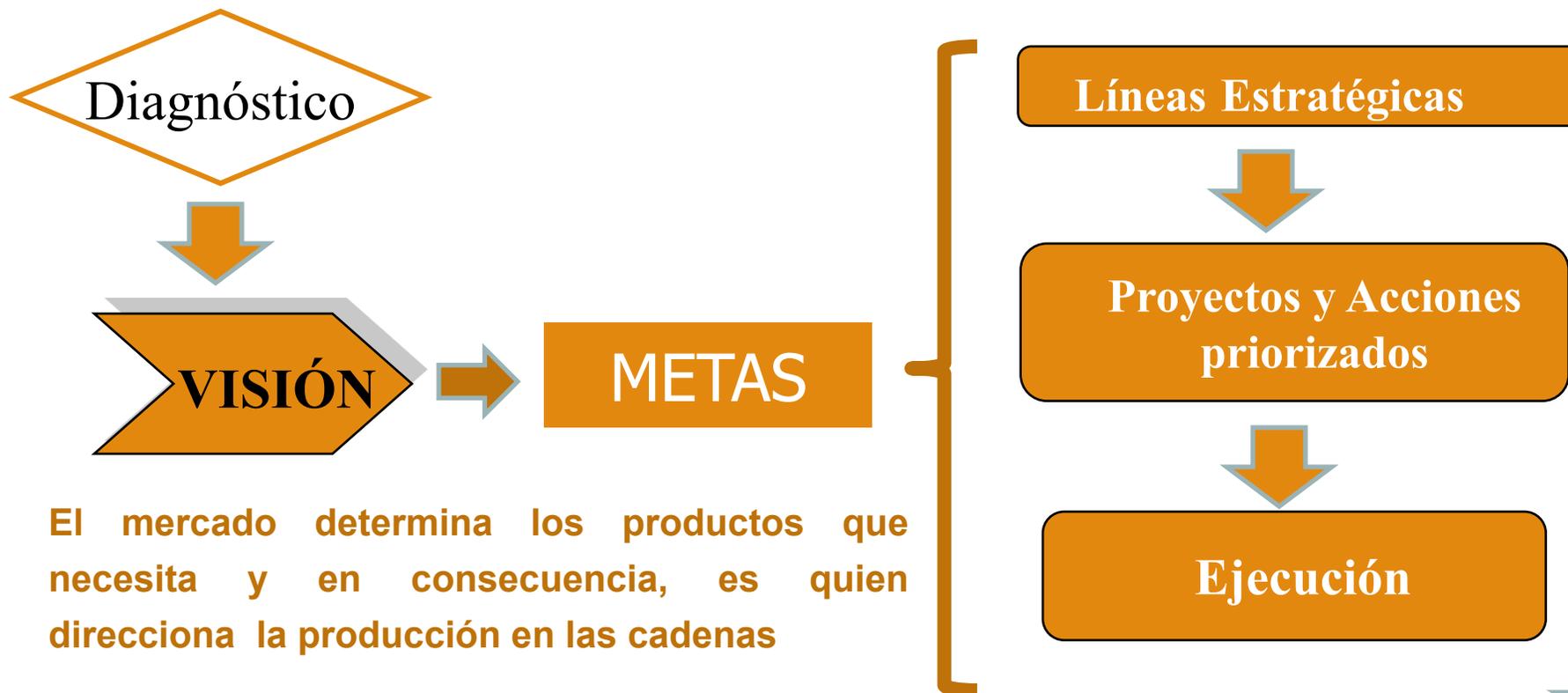


55 Acuícolas	8 Comités Acuícolas Nacionales				
	Bagre	Ostión	Calamar	Sardina	Trucha
	Camarón de Altamar	Tilapia	Langosta		
47 Comités Pecuarios Estatales					

PLANES RECTORES

Documento elaborado por los integrantes del sistema producto en donde se incluyen las estrategias, acciones y proyectos específicos que promueven la competitividad de un sistema producto.

Es un ejercicio de planeación estratégica, hecho por los Comités, con apoyo metodológico del Gobierno



El mercado determina los productos que necesita y en consecuencia, es quien direcciona la producción en las cadenas

Acciones y proyectos

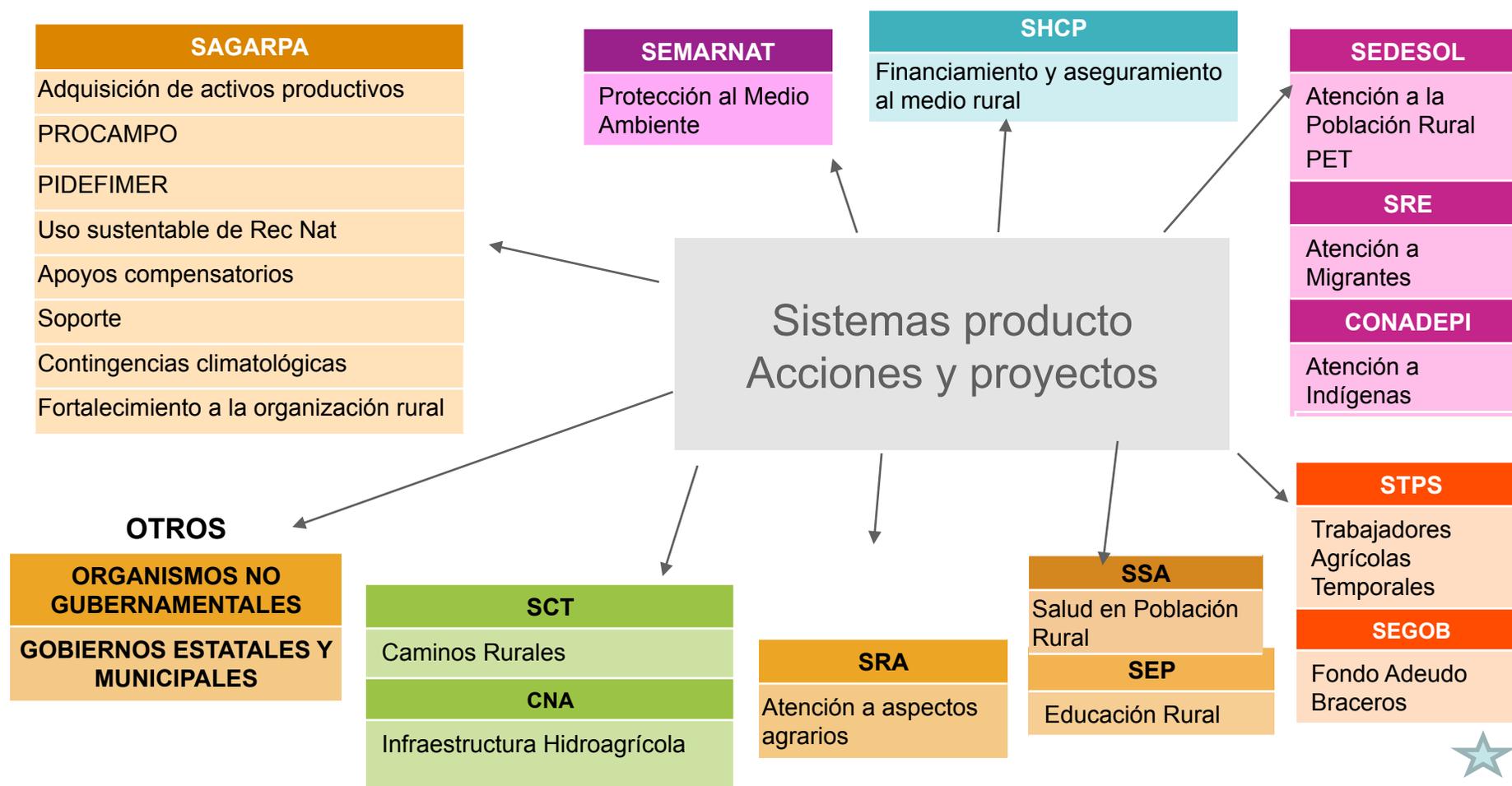
Lo fundamental para lograr el objetivo de sistema producto es implementar acciones y proyectos concretos que permitan la consecución de metas y mejoren la competitividad de la cadena.

Acciones y proyectos	Actividades a realizar al 2009
Información (padrones, análisis, estudios)	
Insumos para la producción	
Tecnologías de producción	
Variedades	
Riego	
Mecanización de la producción y cosecha	
Sanidad e inocuidad	
Capacitación	
Financiamiento	
Poscosecha, valor agregado	
Diversificación de productos	
Calidad de productos	
Mercados (aranceles, precios, practicas comerciales, promoción comercial, importaciones e exportaciones)	
Aspectos legales (acuerdos, cuotas)	
Medio ambiente	



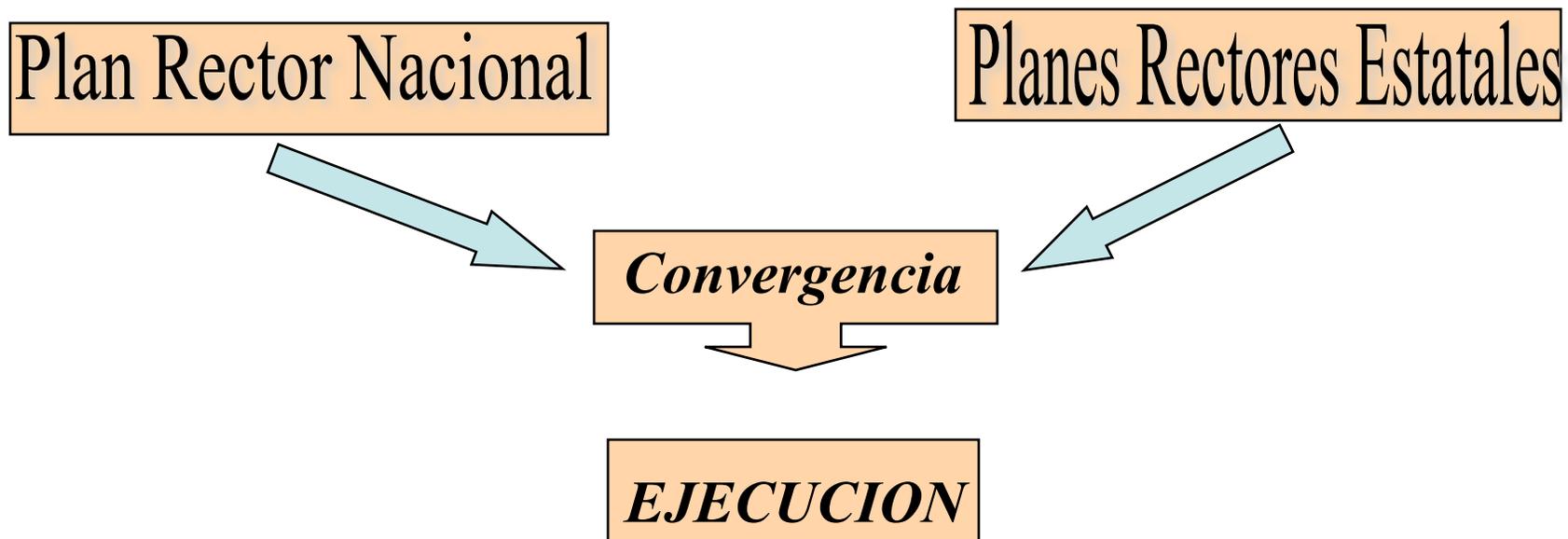
Coordinación interinstitucional

Los sistemas productos deben buscar la atención de sus acciones y proyectos a través de los programas y atribuciones de cada dependencia u organismo, no necesariamente implica asignación de recursos



Convergencia de planes rectores

- ✓ La convergencia es el esfuerzo conjunto entre los comités estatales y nacionales para que se logre la **complementariedad e integración** de acciones que beneficien al sistema producto en su conjunto.
- ✓ Lograr la convergencia implica entonces una revisión puntual de los esquemas estratégicos de cada uno de los Planes Rectores de los Sistemas Producto estatales involucrados, de tal manera que a partir de un análisis de las similitudes y divergencias entre los planes rectores, se determinen los proyectos que permitan atender esa problemática común e impacte a diferentes niveles: estatal, regional, nacional.





Seguimiento de Acciones

PLAN RECTOR (PR)			ACCIONES/PROYECTOS INSTRUMENTADOS												
ESTRATEGIAS	LINEAS ESTRATEGICAS	PROYECTOS ENUNCIADOS	ACCIONES	METAS y PROYECTOS		MONTOS (\$)/AÑO (Miles de pesos)					ESTADOS INVOLUCRADOS	SITUACION DEL PROYECTO (En operación, No iniciado, NO realizado, Concluido)	IMPACTOS GENERADOS (MEDIBLES)		
Generales	Definidas en PR	Definidos en PR		NOMBRE DEL PROYECTO ATENDIDO	Unidad de Medida	07	06	05	04	03					
I. FORTALECIMIENTO DE LA BASE DE CONOCIMIENTO PARA LA TOMA DE DECISIONES	I.1.-ANÁLISIS DE LA DEMANDA	I.1.P1.- ELABORACIÓN DEL CENSO	1.-Elaboración del censo de productores	Proyecto" Elaboración del Censo Nacional del Sistema Producto 2007"	Censo	10.0	10	25	0	50.0	Aguascalientes, Colima, Campeche, Sinaloa, Tamaulipas	Proyecto multianual en operación (actualización constante)	Se elaboro el censo nacional del sistema producto en beneficio de ___ productores en ___has		
			2.-Elaboración del Censo de Comercializadores												
			n.-												
		I.1.P2.-	1.-												
				2.-											
	I.2.- ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN	I.2.P1.- ANÁLISIS ESTADÍSTICO ANUAL DE LA PRODUCCION	1.- Analisis de la Superficie sembrada	2.- Analisis del incremento en produccion	Proyecto" Analisis general de la producción de Durante 2007)"	Estudio	55.0	0	0	0	0.0	Aguascalientes, Colima, Campeche, Sinaloa, Tamaulipas	Proyecto anual solicitado en 2007 y concluido en el mismo año. (Concluido)	Se realizó el analisis de la produccion nacional del cultivo de... con la finalidad de ...	
		I.2.P2.-													
I.3.- ESTUDIO DE MERCADO	I.3.P1.-ESTUDIO DE MERCADO	1.- Estudio de mercado nacional	2.- Analisis de la oferta y la demanda	Proyecto " Estudio de Mercado para la toma de decisiones en la formulación de lineas estratégicas del Plan Rector"	Estudio	0.0					Aguascalientes, Colima, Campeche, Sinaloa, Tamaulipas	NO Realizado	LINEA ESTRATEGICA POR ATENDER		
	I.3.P2.-														



Indicadores de Competitividad

Ejemplo

Indicadores Económicos

		2004	2005	2006	2007	2008
Superficie Cosechada (miles ha)	México	148.1	140.0	142.6	139.1	150.7
	ESTADOS UNIDOS	35	34	34	34	34
Producción (miles de ton)	México	148	140	143	139	151
	ESTADOS UNIDOS	857	868	933	978	978
Rendimiento (ton/ha)	México	12.80	12.70	12.50	13.45	13.86
	ESTADOS UNIDOS	25.77	25.60	27.83	25.03	25.04
Rentabilidad (B/C)	México	2.41	2.26	2.21	3.18	2.61
	ESTADOS UNIDOS	3.24	3.23	2.56	2.97	2.69
Precio medio Rural (\$/ton)	México	3,639	3,427	4,162	5,910	4,869
	ESTADOS UNIDOS	3,300	3,890	4,000	4,900	4,578
Costos de producción (\$/ton)	México	1,508	1,516	1,883	1,857	1,867
	ESTADOS UNIDOS	1,020	1,203	1,560	1,650	1,700

Indicadores de participación en los mercados

	2004	2005	2006	2007	2008
% de importaciones en el mercado interno	0.3%	0.2%	0.2%	0.3%	0.2%
Lugar en la Producción Mundial	2	2	2	2	2
Lugar en las Exp. Mundiales	2	2	2	2	3
Lugar en las Imp. Mundiales	28	36	36	32	32

Indicadores de competitividad

Ejemplo

INDICADOR	CALIFICACIÓN						PESO ESPECÍFICO DEL (%)
	2004	2005	2006	2007	2008	META	
CRITERIO DE CRECIMIENTO DE LA CADENA							
Productividad	0.82	0.82	0.75	0.89	0.92	1.66	16.666
Retorno al productor	0.90	0.90	1.06	1.10	1.00	1.66	16.666
Rentabilidad	1.24	1.16	1.43	1.78	1.61	1.66	16.666
PARTICIPACIÓN RELATIVA EN EL MERCADO							
Participación en el mercado nacional	1.65	1.66	1.66	1.65	1.66	1.66	16.666
Participación de México en el Mdo Meta (E)	0.42	0.38	0.28	0.27	0.32	1.66	16.666
Participación en el mercado global	0.32	0.28	0.26	0.26	0.28	1.66	16.666
TOTAL	5.35	5.19	5.43	5.95	5.77	9.96	99.996

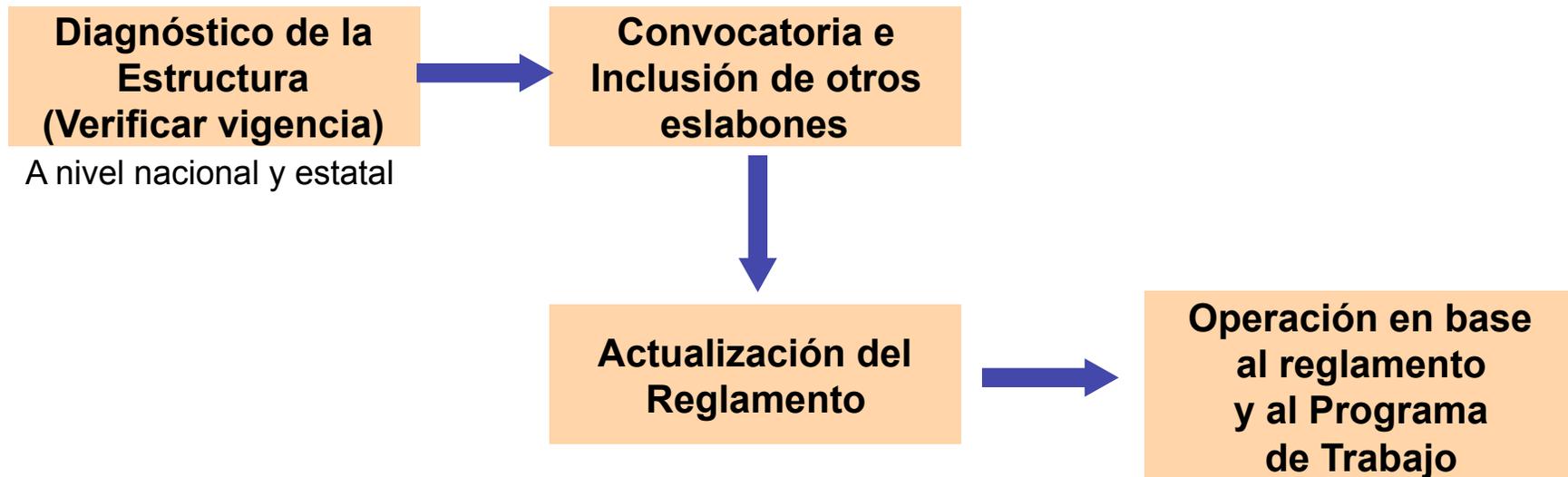
El Mercado meta para este ejemplo es EU

Los indicadores muestran un **crecimiento** en **competitividad general** del **7.8%** en la Cadena Agroalimentaria en el periodo del 2004 al 2008.



Representatividad de Comités

Es necesario fortalecer la participación y representatividad de los sectores involucrados en las cadenas



El Comité debe contar con una **Figura Jurídica Propia**



Profesionalización

Consolidar la profesionalización de Comités, mediante la contratación de personal profesional (facilitadores y personal especializado), que apoye el desarrollo de las acciones del Comité

El facilitador debe tener conocimiento del producto en particular y cubrir con un perfil mínimo que le permita cumplir, entre otras, con las siguientes actividades:

- **Seguimiento a las acciones contenidas en los planes rectores**
- **Coadyuve en la consecución de acciones del programas de trabajo**
- **Genere y actualice información básica del producto**
- **Informe de manera sistemática de las acciones y resultados a la DGFA**



Capacitación

Desarrollo de un esquema de capacitación a los miembros del comité que les permita tomar mejores decisiones a favor de toda la cadena, en aspectos:

- ✓ Técnicos
- ✓ Financieros
- ✓ Gerenciales
- ✓ De mercados
- ✓ Precios
- ✓ Normatividad



Seguimiento

Documentación básica del Comité:

1. Directorios
2. Reglamento de Operación
3. Plan Rector actualizado
4. Programa de Trabajo 2009
5. Reuniones realizadas y seguimiento de acuerdos
6. Programación de Reuniones 2009
7. Apoyos otorgados 2008
8. Acciones de impacto en 2008
9. Como está operando cada Comité (Diagnóstico analítico) 

Componente / conceptos de apoyo

Conceptos o componentes

El concepto de profesionalización se refiere a la contratación únicamente de personal gerencial que apoye el desarrollo de las funciones de cada Comité, no es la instalación de una oficina.

El concepto de equipamiento se refiere al apoyo para la adquisición de equipos de cómputo y software; impresoras, proyector, entre otros.

Los gastos de operación del Comité Sistema Producto se refiere a los gastos que se realizan para el desarrollo de sus funciones de planeación, comunicación y concertación tales como: reuniones, talleres, mesas de negocios, entre otros; incluye traslados y estancias.

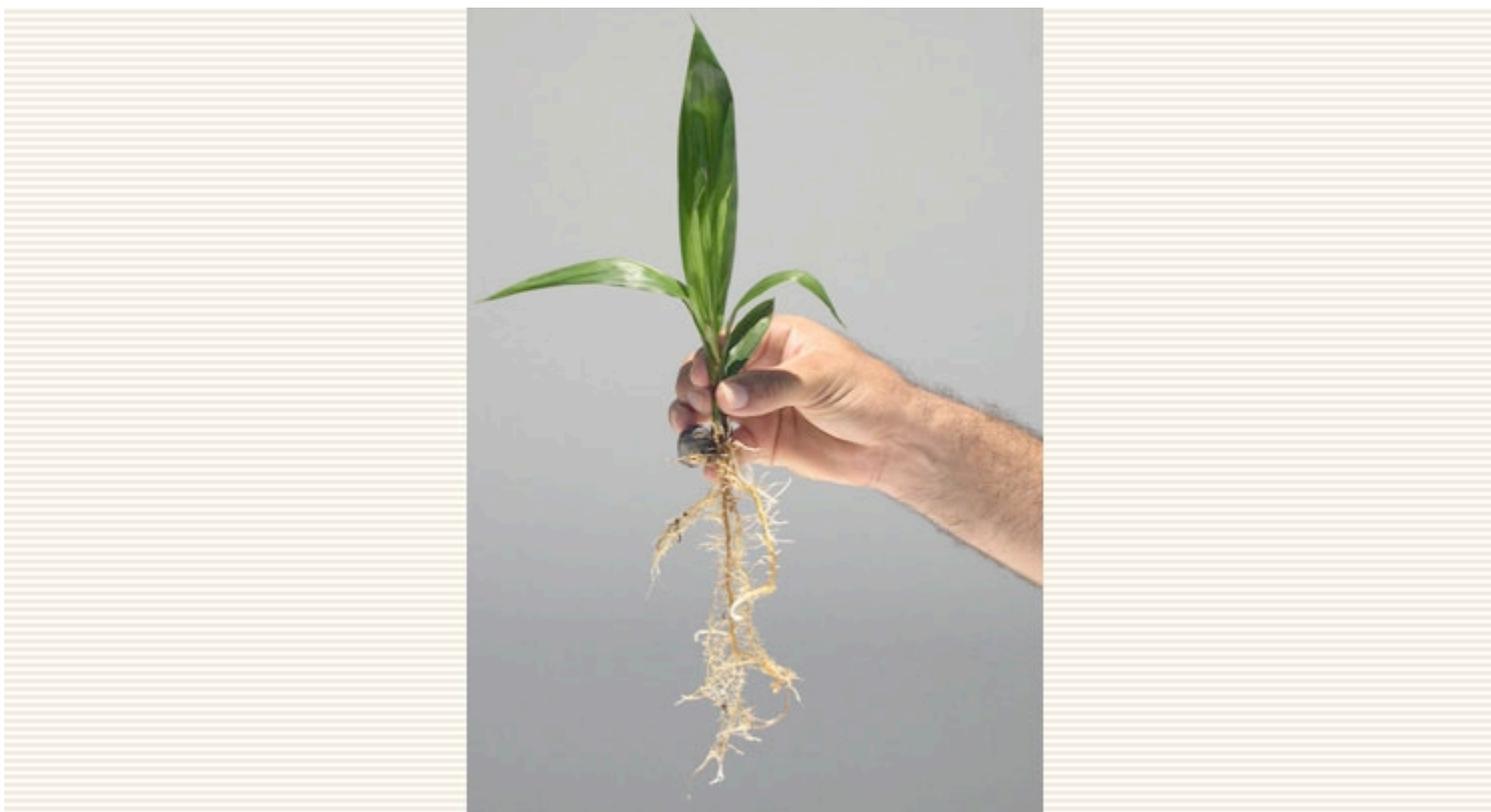
El Concepto de Difusión se refiere al apoyo para la publicación de trípticos, revistas, folletos, paginas web o cualquier medio de difusión de carácter informativo del Sistema Producto.

ADEMÁS :

A nivel nacional: Asesoría para elaboración y seguimiento de planes rectores;

A nivel estatal: Contratación de uno o varios facilitadores estatales, que coordinen las acciones de acompañamiento, seguimiento, y sirva de enlace entre la Delegación Estatal, el Gobierno del Estado y los Comités.





Organización Sistema Producto Palma de aceite

Datos Generales

Representante no gubernamental:	Lic. José Fernando Terrones López
Presidente del consejo:	C. Rafael Coutiño Peña
Fecha de constitución:	20 de septiembre 2004
Estados participantes:	Chiapas, Veracruz, Tabasco y Campeche
Ultima actualización del Plan Rector:	Diciembre 2008

- **Fomento Productivo:**
 - ✓ Aplicación de paquete tecnológico con fertilizantes

- **Agregación de valor:**
 - ✓ Infraestructura postcosecha

- **Esquemas de financiamiento:**
 - ✓ Creación de esquemas de financiamiento

METAS	2009	2012
Incremento del rendimiento de 2.5 a 6.7 ton /ha al 2012 para contribuir al incremento en la producción nacional de aceite de palma.	4.38	6.27
Incremento en la superficie establecida con palma de aceite de 23.8 en el 2007 a 100 mil hectáreas en el 2012 que permita en el mediano plazo incrementar la producción de aceite para abastecer la industria.	48,642	100,000

Logros

- Actualmente se estiman 31,000 has. establecidas de palma de aceite, distribuidas en los estados de Chiapas, Campeche, Tabasco y Veracruz.
- Se cuenta con 16 centros de acopio para la recolección de RFF.
- Se realizó el Primer Congreso Nacional de Palma de Aceite.
- Se ha participado en dos ferias agropecuarias.

Logros

- La actualización, edición y adquisición del libro “Tecnología para la producción de palma de aceite” (base para el curso de capacitación a palmicultores).
- La edición de nueve volúmenes del boletín informativo.
- Se cuenta con una página web.
- Se cuenta con un centro de información especializado.
- Con las acciones mencionadas se ha beneficiado sobre el orden de 10,000 palmicultores.

Líneas estratégicas

- **Capacitación** a los productores para elevar los estándares de productividad.
- **Financiamiento** a través de la constitución de esquemas de financiamiento
- **Fomento productivo** a nuevas plantaciones a través de la formación de viveros.
- Aumentar la superficie sembrada.

Retos y Oportunidades

- Sólo se ha cubierto el 50% de la capacidad de la industria instalada.
- Los precios internacionales del aceite determinan un mejor ingreso de los palmicultores nacionales.
- El aumento de la producción nacional, ha contribuido en la disminución de las importaciones.



Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación - Mozilla Firefox

Inicio Herramientas Ayuda

http://www.sagarpa.gob.mx/

Noticias

reglas2009.pdf (application/pdf Obj...)

SAGARPA

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

sagarpa.gob.mx

INICIO MAPA DEL SITIO CONTACTO ESPAÑOL | ENGLISH | RSS

México

Buscar en el sitio:

ir

Miércoles, 11 Febrero 2009

ACERCA DE SAGARPA

- INFORMACIÓN DEL SECTOR
- DIFUSIÓN Y EVENTOS
- SALA DE PRENSA
- TRÁMITES Y SERVICIOS
- PROGRAMAS
- TRANSPARENCIA
- OTROS SITIOS

ORGANISMOS DEL SECTOR

- ASERCA
- CONAPESCA
- CONAZA
- COLPOS
- FIRCO
- INCA RURAL
- INIFAP
- INAPESCA
- PRONABIVE
- SENASICA
- SIAP
- SNICS
- UAAAN
- UACH

ENLACES INTERNOS

SAGARPA y organizaciones cafetaleras acuerdan seguir trabajando para fortalecer la producción del aromático

México, D.F., 10 de febrero, 2009

En breve, los productores presentarán un Proyecto de Fomento Productivo

Avisos

- Consulta pública del Proyecto de Reglamento de la Ley Federal de Sanidad Vegetal y Sanidad Animal
- Reglas de operación 2009**
- Evaluación de las acciones a los Programas de SAGARPA
- Convocatoria Programa de Fortalecimiento a la Organización Rural (Organízate) 2009
- Programa de Apoyos para Maíz y Frijol PROMAF 2009

[ver todas +](#)

Documentos

PROGRAMAS

- Adquisición de Activos Productivos
- Apoyo Directo al Campo (PROCAMPO)
- Introducción y Desarrollo del Financiamiento al Medio Rural
- Uso Sustentable de Recursos Naturales para la Producción Primaria
- Programa de Soporte
- Atención a

ENLACES RELACIONADOS

- Agricultura
- Ganadería
- Desarrollo Rural
- Pesca
- Visión de la SAGARPA
- Directorio
- Registro Federal de Trámites y Servicios

ENLACES EXTERNOS

- SACTEL
- Transparencia y Rendición de Cuentas
- Trabaja en...
- SISI ahora es Infomex
- IFAI

Participa en la encuesta sobre nuestro sitio web

Sitio Nuevo presidencia.gob.mx

México Día
LUNES A VIERNES A LAS 7:00 A.M.
EN VIVO POR INTERNET

Reglas de operación 2009

Todos los Programas incluidos en las Reglas de Operación están sujetos al presupuesto autorizado en DPEF correspondiente y a la disponibilidad presupuestal de cada programa.

Preparar los proyectos con anticipación para las ventanillas correspondientes, dirigidos a atender las líneas estratégicas prioritarias del Plan Rector.

Las ventanillas de recepción serán: Delegaciones, Subdelegaciones, DDR y CADER.

La fecha de apertura de las ventanillas será del 15 de febrero al 15 de abril