

Descifra Investigación Estratégica Social, Política y de Mercado, S.C.
(DEMOSKÓPICA MÉXICO)
Lope de Vega Núm. 24, Interior 302, Col. Ladrón de Guevara
Tel. +52 33 3615-79-18
www.demoskopicamexico.com.mx



DEMOSKÓPICA MÉXICO

**Evaluación de Resultados del Componente “Ferias,
Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales” del
Programa Jalisco Competitivo
Ejercicio Anual 2015**

INFORME FINAL

Investigadoras Responsables: Dra. Yasodhara Silva Medina
Dra. Ivette Flores Laffont
Dra. Ana Marcela Torres Hernández
Mtra. Anabel Peña Guzmán

Agosto de 2016



ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO	3
2. INTRODUCCIÓN	6
3. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA PÚBLICO EVALUADO	9
4. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN	13
5. METODOLOGÍA	14
6. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN	19
7. ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS	36
8. RECOMENDACIONES	41
9. CONCLUSIONES	45
10. BIBLIOGRAFÍA	46
11. GLOSARIO DE TÉRMINOS	47
12. DIRECTORIO DE PARTICIPANTES	49
13. ANEXOS	50
ANEXO 1. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.	50
ANEXO 2. Valoración final del programa	55
ANEXO 3. Ficha técnica con los datos generales de la entidad evaluadora externa y el costo de la evaluación.	57
ANEXO 4. Relación de entrevistas realizadas durante la evaluación	58
ANEXO 5. Listado de proyectos aprobados del Subprograma Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales de Jalisco en el año 2015.	61
ANEXO 6. Análisis de rotación de los proyectos aprobados en los ejercicios 2015 y 2016.	63
ANEXO 7. Proyectos ejecutados por el Subprograma en el año 2015.	64
ANEXO 8. Formato 03F-DGCMÍ de Evaluación de Resultados en relación a “Encuentros de Negocios”	65
ANEXO 9. Formato 03F-DGCMÍ: Evaluación de Resultados del Evento en relación a Ventas	66
ANEXO 10. Formato 10F-DGCMÍ: Informe final de resultados y beneficios obtenidos.	67
ANEXO 11. Diagnóstico de Principales Obstáculos comerciales de las MIPYMES en Jalisco	68
ANEXO 12. Guía de tópicos para entrevistas con Funcionarios del Subprograma.	72
ANEXO 13. Guía de tópicos para entrevistas con Dispersores del Subprograma	74
ANEXO 14. Guía de tópicos para entrevistas con Beneficiarios del Subprograma.	76

1. RESUMEN EJECUTIVO

El Subprograma “Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales” es uno de los componentes del programa gubernamental estatal para el fomento a la industria, comercio, servicios y desarrollo de los sectores productivos denominado “*Jalisco Competitivo: Generando Bienestar y Desarrollo Económico*”. Su objetivo es impulsar el desarrollo comercial de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) jaliscienses en el mercado estatal y nacional a través de la participación en ferias, exposiciones y encuentros de negocios, capacitaciones, permitiendo crear un vínculo comercial con los diferentes sectores productivos (Convocatoria 2015).

El año sujeto a la evaluación de resultados del componente correspondió al ejercicio 2015 y tiene como propósito determinar la pertinencia de los bienes o servicios que entrega el subprograma, así como sus efectos inmediatos para cumplir con sus objetivos y atender el problema público definido como limitaciones de las MIPYMES para posicionar sus productos en otros mercados nacionales debido a los altos costos para desarrollar nuevos canales de comercialización, carencia de estrategias y mecanismos para poder encontrar clientes potenciales para distribuir los productos del estado en el mercado nacional y dificultades para cumplir con los requerimientos o exigencias (capacidad productiva, nuevas tendencias entre otros) de los clientes potenciales desaprovechando la demanda nacional de sus productos (TDR, 2015).

Algunas de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del Subprograma que sobresalen a partir de los hallazgos obtenidos por la evaluación de resultados son:

Fortalezas

- + El Subprograma ha desarrollado mecanismos para el seguimiento puntual de resultados correspondiente a cada proyecto ejecutado a través de un cronograma interno de monitoreo, así como diversos formatos que recogen indicadores relativos al número de empresas participantes y sus características, número de contactos de negocio, incremento en ventas, empleos generados y conservados, entre otros indicadores que son pertinentes de acuerdo a sus objetivos.
- + El subprograma ofrece un acompañamiento presencial antes y durante el desarrollo de los eventos que son cubiertos.
- + La convocatoria pública del Subprograma contiene criterios de elegibilidad que priorizan aquellas características que aseguran mayor viabilidad en el cumplimiento de sus objetivos (sectores precursores o prioritarios en el Estado, proyectos generadores y/o conservadores de empleo, que impulsen la integración o encadenamientos del sector, fomenten la inversión, incrementen el nivel de producción y ventas de empresas, impulso de sectores precursores, fomenten la exportación entre otros).
- + La convocatoria pública del Subprograma establece indicadores y metas específicas que buscan abonar al cumplimiento de objetivos del Subprograma y que se hacen obligatorios a través de la firma de convenios, los cuales cumplen en su mayoría con criterios del enfoque de Gestión para Resultados.

- + La plataforma en línea de Jalisco Competitivo (<http://jaliscocompetitivo.jalisco.gob.mx/>) permite un acceso fácil y transparente a los contenidos de sus componentes, entre ellos, el de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales (aunque no así a sus resultados de manera integral).

Debilidades

- Rotación frecuente del personal de apoyo del área responsable de la operación del Subprograma.
- El Subprograma no cuenta con estudios externos o independientes en donde se analicen los resultados obtenidos en casos de intervención pública similares a los que ofrece el Subprograma para la atención del problema público.
- Difusión limitada del Subprograma que repercute en baja rotación de participantes.
- El Subprograma no cuenta con una base de datos en donde la unidad de análisis sean las empresas o emprendedores beneficiarios para una caracterización más detallada de la población atendida y un acercamiento analítico más desagregado respecto a la atención del problema público.
- El Subprograma carece de mecanismos documentados para la ampliación de la cobertura en el corto, mediano y largo plazo.

Oportunidades

- + Vinculación con organismos dispersores que cuentan con gran experiencia y relevancia en el mercado nacional.
- + Recintos de excelencia y prestigio, así como agenda activa de eventos locales y nacionales en la entidad.

Amenazas

- Existencia de otros programas similares al Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales¹ que compiten y generan deserción en el Subprograma debido a que no exigen una aportación económica de los participantes.

El Subprograma responde a necesidades que han sido detectadas como desventajas de las empresas micro, pequeñas y medianas que enfrentan mayores dificultades de acceso y vinculación con los mercados, en donde la participación en eventos de exhibición y comercialización representa oportunidades de incursión a esos medios que pueden incrementar su sostenibilidad en el tiempo. También incentivan la formalidad que es condición para la inscripción al programa como ha sido el caso de los artesanos(as) quienes han encontrado un impulso importante a su actividad.

¹ Como ejemplo se puede citar al Programa de Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales de la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios (ASERCA) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) del gobierno federal.



En ese sentido, cabe mencionar que las valoraciones expresadas por beneficiarios del Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales fueron muy positivas respecto a los resultados logrados en cuanto a la apertura de nuevos de canales de comercialización, posicionamiento de manera satisfactoria de sus productos y/o servicios, el contacto con el público más especializado dentro de sus mercados de interés y el conocimiento sobre cómo este tipo de eventos [ferias y exposiciones] son una alternativa para expandir sus mercados, incrementar su productividad y la posibilidad de emplear a más personas.

Por otra parte, los aspectos que requieren mejorarse es el conocimiento respaldado en estudios externos con evidencia empírica de los resultados que se han obtenido en otras experiencias basadas en intervenciones similares para la atención del problema público en el que se desea incidir, la elaboración de diagnóstico elaborado exprofeso para una comprensión más integral de la lógica y correspondencia causal de la intervención, la sistematización de indicadores a nivel de las empresas y emprendedores participantes que permitan caracterizar a la población atendida y llevar a cabo una valoración más puntual de los resultados de forma desagregada. Del mismo modo, es importante la documentación de retos, la formulación de estrategias de cobertura en el corto, mediano y largo plazo, así como la publicación de los indicadores de resultados que son establecidos en la convocatoria pública.

2. INTRODUCCIÓN

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco (CCIJ) en el año 2015 publicaron el “Diagnóstico del entorno de negocios de Jalisco, México 2015”. En este estudio se presenta un análisis detallado de las barreras que frenan el desarrollo de los negocios en el estado. En cuanto a la vinculación de las empresas jaliscienses con la “demanda y oferta de bienes y servicios de mercados” el informe concluye que “dependen en gran medida del tamaño de las empresas y de sus actividades sectoriales” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 83).

La polarización en la economía prevalece y afecta la vinculación de mercados, ya que por un lado, “las grandes empresas y las empresas en actividades modernas muestran un gran nivel de sofisticación para servir mercados domésticos y externos. Por otro lado, el sector mayoritario de micro empresas tiene vínculos de mercado muy limitados y se focaliza sobre todo a servir a una demanda muy local y obtiene insumos de forma ineficiente” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 83).

Las principales barreras identificadas para las MIPYMEs² en esta materia son las siguientes:

- “Las empresas más pequeñas dedicadas a actividades de bajo valor agregado operan en mercados locales con deficiente información del conjunto de mercados”.
- “...cerca de un tercio de los micro negocios funciona de forma menos establecida (sin local). De entre los micro negocios sin local, la mayoría opera a partir del hogar, lo cual tiende a contribuir a disminuir lazos y visibilidad de los mercados”.
- “La falta de organización de micro empresas dificulta los vínculos con cadenas productivas”.
- “Los costos de transacción son altos por la seguridad e ineficiencia en los sistemas de distribución y almacenamiento, sobre todo para los pequeños productores y comerciantes”.
- “Mínimo uso de internet y comercio online en (los sectores) comercio y servicios privados no financieros”.
- “Los micro negocios se caracterizan por hacer elecciones de proveedores ineficientes que lastran su competitividad”.
- “Un bajo porcentaje de microempresarios jaliscienses tiene conocimiento y accede a programas gubernamentales de apoyo al desarrollo empresarial, lo cual no contribuye a mejorar los vínculos con los mercados”.
- “Existe un bajo registro ante instituciones [del sector público y privado] aun cuando ello aumenta la propensión a conocer los programas de apoyo³”.
- “Hay pocos programas específicamente diseñados para apoyar a las empresas más pequeñas a realizar una mejor inserción y utilización de información de mercados” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 83).

² Acrónimo o siglas con el que se identifica a las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas, legalmente constituidas para realizar actividades productivas.

³ Cita textual del documento denominado “Diagnóstico del entorno de negocios de Jalisco, México” (OIT & CCIJ, 2015) que se refiere al registro de un reducido número de empresas ante instituciones de diferentes sectores, tanto público y privado, como las Cámaras Empresariales, el Sistema de Información Empresarial Mexicano y otras mediante las cuales se podrían enterar de programas de apoyo gubernamental o de la iniciativa privada.



En este escenario se inserta el componente denominado Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales que forma parte de la estrategia gubernamental instrumentada por la actual administración estatal del periodo 2013-2018 a través del Programa “Jalisco Competitivo: Generando bienestar y desarrollo económico”⁴.

El Programa Jalisco Competitivo, como se le conoce más comúnmente, tiene como fin impulsar el bienestar económico, competitividad, productividad y sustentabilidad del Estado mediante la generación de empleos, la inversión local y extranjera, desarrollo regional y de los sectores productivos, desarrollo comercial y artesanal, la innovación, el emprendurismo, así como la atención de situaciones económicas emergentes que contribuyan al desarrollo equilibrado y sustentable del estado de Jalisco (Portal de Jalisco Competitivo, s.f.). En ese sentido, el componente o subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales contribuye especialmente en el propósito de apoyar el desarrollo comercial y artesanal.

En el año 2015, el Programa Jalisco Competitivo tuvo un presupuesto total aprobado por 84 millones 505 mil 619 pesos, cuya distribución consideró diez categorías de apoyo por parte del Comité Técnico del Programa, el cual de acuerdo a sus reglas de operación (ROP) es el ente responsable de la validación y aprobación de proyectos, mecanismos de operación y acciones vinculadas a la ejecución y distribución del recurso.

Cuadro 1. Distribución del presupuesto del Programa “Jalisco Competitivo” por categorías en el año 2015.

CATEGORÍAS	DISTRIBUCIÓN 2015
1. Certificación y Procesos de Mejora	\$ 900,000.00
2. Fomento al Comercial Nacional	\$ 6'000,000.00
3. Formación Empresarial, Incubación y Aceleración	\$ 28'600,000.00
4. Fomento al Comercio Exterior	\$ 5'500,000.00
5. Proyectos Estratégicos	\$ 12,000,000.00
6. Proyectos Precursores	\$ 2,500,000.00
7. Desarrollo Artesanal	\$ 2,500,000.00
8. Concurrencia	\$ 19'500,000.00
9. Impulso al Desarrollo Económico Regional Transversal	\$ 5,150,000.00
10. Mejora de Herramientas Operativas y Evaluación de Impacto	\$ 1,855,619.00
Total	\$ 84'505,619.00

Fuente: Acta de la 1ª Reunión Ordinaria del Comité Técnico del Programa Jalisco Competitivo celebrada el día 5 de febrero de 2015 para los proyectos 2015 a través del Programa Jalisco Competitivo.

⁴ A nivel federal, la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa tiene por objeto promover el desarrollo económico nacional a través del fomento a la creación de micro, pequeñas y medianas empresas y el apoyo para su viabilidad, productividad, competitividad y sustentabilidad. Asimismo incrementar su participación en los mercados, en un marco de crecientes encadenamientos productivos que generen mayor valor agregado nacional con la finalidad de fomentar el empleo y el bienestar social y económico de todos los participantes en la micro, pequeña y mediana empresa.



El Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales pertenece a la categoría de Fomento al Comercio Nacional y es operado mediante convocatoria pública. En el año 2015 tuvo un presupuesto aprobado de 4 millones 250 mil pesos, de los cuales fueron ejercidos 4 millones 74 mil 998 pesos a través de 16 proyectos. Este Subprograma ofrece apoyos económicos para 1) participación en ferias y festivales nacionales en general, 2) ferias, exposiciones y encuentros de negocio a través del Pabellón “Hecho en Jalisco” y 3) ferias y Exposiciones para el desarrollo artesanal”.

El resto del presupuesto correspondiente a la categoría de Fomento al Comercio Nacional fue ejercido a solicitud del Consejo Estatal de Promoción Económica (CEPE) por un monto de 2 millones de pesos correspondiente a “Proyectos de Fortalecimiento para Empresas y Emprendedores en el Desarrollo de Productos y/o Servicios de Comercio 2015” con un número estimado de beneficiarios de 210 empresas y cuyo destino consideró desarrollo de productos, incorporación de TIC’s y cumplimiento de NOM’s, códigos de barra, registro y protección de marcas (Acta de la 1^{ra}. Reunión Ordinaria del Comité Técnico del Programa Jalisco Competitivo).

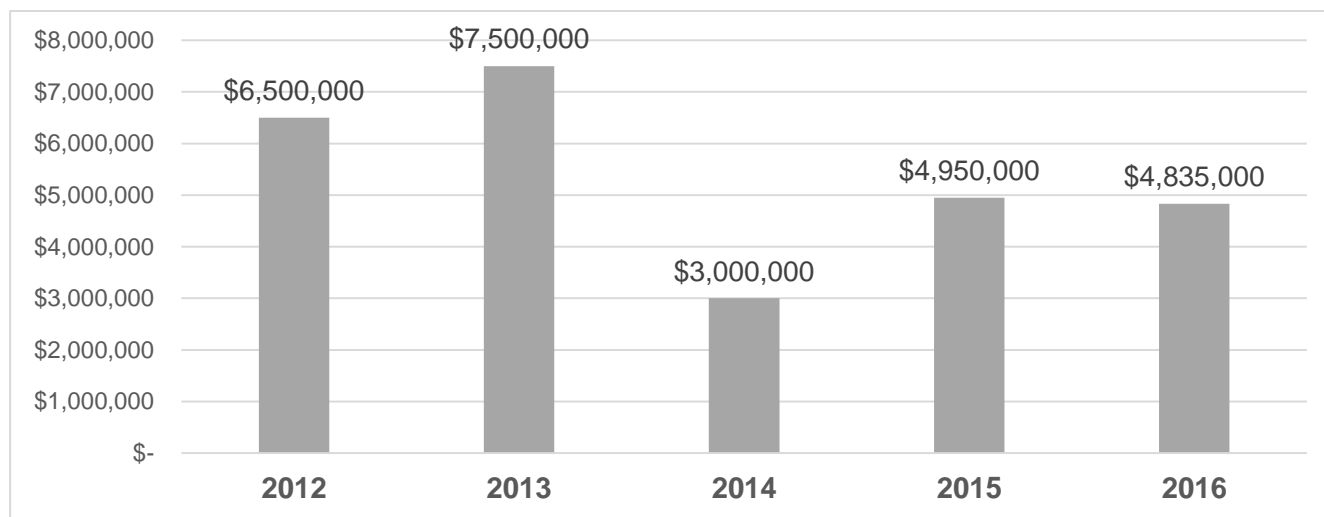
Es importante señalar que la presente evaluación de resultados se refiere únicamente al Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales, cuyo objetivo general es determinar la pertinencia de los bienes o servicios que entrega, así como sus efectos inmediatos para cumplir con sus objetivos y atender el problema público definido como limitaciones de las MIPYMES para posicionar sus productos en otros mercados nacionales debido a los altos costos para desarrollar nuevos canales de comercialización, carencia de estrategias y mecanismos para poder encontrar clientes potenciales para distribuir los productos del estado en el mercado nacional, así como dificultades para cumplir con los requerimientos o exigencias (capacidad productiva, nuevas tendencias entre otros) de los clientes potenciales desaprovechando la demanda nacional de sus productos (TDR, 2015).

3. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA PÚBLICO EVALUADO

El Subprograma “Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales⁵” es uno de los componentes del programa gubernamental estatal para el fomento a la industria, comercio, servicios y desarrollo de los sectores productivos denominado “*Jalisco Competitivo: Generando Bienestar y Desarrollo Económico*” que corresponde a la partida presupuestal “07 00 4331 Subsidio a la Promoción Económica del Estado”.

Este subprograma fue creado en el año 2012⁶ como parte de la estrategia denominada “Productividad Jalisco” bajo el nombre de “Comercio Nacional a través de Encuentros, Ferias y Exposiciones de Empresas” y en 2013 cambia su nombre a “Fomento al Comercio Nacional a través Exposiciones, Ferias y Encuentros de Negocios dentro del país de productos y servicios hechos en Jalisco”, de tal forma que en el año 2015 cumplió tres años de operación. Su presupuesto asignado ha sido variable y se ha focalizado en apoyar el desarrollo del comercio a nivel estatal y nacional.

Gráfico 1. Presupuesto Anual en el periodo comprendido de 2012 a 2016 del subprograma “Ferias, Exposiciones y Encuentro de Negocios Nacionales”.



Fuente: Elaboración propia con base en las convocatorias públicas disponibles en la plataforma “Jalisco Competitivo” en <http://sedeco.jalisco.gob.mx/temas-economicos/convocatorias>

⁵ Ferias son aquellos eventos casi siempre en exteriores, abiertos al público en general sin una caracterización específica de sus asistentes y donde hay venta directa (ferias municipales, patronales), a diferencia de las exposiciones que son eventos que se llevan a cabo en recintos formales donde tienen lugar, encuentros o agendas de negocio, conferencias con públicos especializados de acuerdo a la categoría del evento (compradores internacionales, nacionales, empresarios que buscan productos específicos para sus negocios) para vincularse con clientes potenciales a corto, mediano y largo plazo.

⁶ 2012 es el año que se señala como inicio de operaciones del Programa en la Ficha Básica del Subprograma consultada en el Sistema de Monitoreo de Programas Públicos del estado de Jalisco (<https://programas.app.jalisco.gob.mx>). Sin embargo, en el informe de resultados de la “Evaluación de diseño, operación y resultados del Programa Productividad Jalisco” se indica que el año de inicio de operaciones del Programa de Desarrollo Comercial Nacional que formaba parte de Productividad Jalisco fue en el año 2009, lo que indicaría seis años de operación para el año 2015.

Actualmente el área responsable de la ejecución, seguimiento y cierre de los proyectos del Subprograma es la Dirección de Área de Promoción Comercial adscrita a la Dirección General de Comercio y Mercado Interno de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO).

El objetivo del componente es impulsar el desarrollo comercial de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) jaliscienses en el mercado estatal y nacional a través de la participación en ferias, exposiciones y encuentros de negocios, capacitaciones, permitiendo crear un vínculo comercial con los diferentes sectores productivos.

Tiene cobertura en los 125 municipios del estado y en otros estados de la República Mexicana en los casos en que aplique para la promoción y difusión de productos de empresas Jaliscienses (Convocatoria, 2015).

Esta categoría de apoyos está dirigida a las personas físicas y jurídicas legalmente constituidas como pueden ser empresas, cámaras, asociaciones empresariales, organismos empresariales, clúster, sociedades civiles y universidades públicas y privadas; así como las dependencias gubernamentales, organismos públicos descentralizados, fideicomisos públicos u otras entidades públicas de los tres niveles de gobierno (Convocatoria, 2015).

Los apoyos son otorgados a través de convocatoria pública, la cual tuvo vigencia en el año 2015 por el periodo comprendido del 12 de febrero al 4 de marzo para el registro, verificación jurídica e ingreso de proyectos⁷ bajo tres modalidades que se muestran en los cuadros 2, 3 y 4:

Cuadro 2: Modalidad 1. Participación en Ferias y Festivales Nacionales

No.	Rubros de Apoyo	Destino del Recurso	Máximo de Apoyo
1	Apoyo a MIPYMES en la participación en Ferias y Festivales.	Pago para área de exhibición, piso, diseño y montaje acorde al evento, promoción y difusión.	De \$150,000.00 pesos, hasta \$300,000.00 pesos.

Fuente: Convocatoria publicada en la plataforma del Programa Jalisco Competitivo.

Cuadro 3: Modalidad 2. Ferias, Exposiciones y encuentro de negocios a través de Pabellón Hecho en Jalisco

No.	Rubros de Apoyo	Destino del Recurso	Máximo de Apoyo
1	Piso, diseño y montaje de Pabellones dentro del país, para la promoción de productos Hechos en Jalisco, realizadas en la Zona Metropolitana del Estado de Jalisco.	Pago de stand, piso, diseño, montaje y servicio.	75%
2	Piso, diseño y montaje de Pabellones dentro del país, para la promoción de productos Hechos en Jalisco. Con sede dentro del territorio Nacional y fuera de la Zona Metropolitana del Estado de Jalisco.	Pago de stand, piso, diseño, montaje y servicio.	100%

Fuente: Convocatoria publicada en la plataforma del Programa Jalisco Competitivo.

⁷ En 2015 se tuvieron 42 solicitudes, el Comité Técnico del Programa Jalisco Competitivo aprobó 24 proyectos según el acto de la 2da. Reunión Ordinaria celebrada el día 10 de marzo de 2016 y finalmente fueron ejecutados un total de 16 proyectos.

Cuadro 4: Modalidad 3. Ferias y Exposiciones para el Desarrollo Artesanal

No.	Rubros de Apoyo	Destino del Recurso	Máximo de Apoyo
1	Apoyo a Ferias y Exposiciones para el Desarrollo Artesanal.	Área de exhibición, piso, diseño, montaje y traslado de mercancías acorde al evento, promoción y difusión.	Hasta \$300,000.00 pesos.

Fuente: Convocatoria publicada en la plataforma del Programa Jalisco Competitivo.

Las asociaciones, empresas, cámaras, patronatos e institutos, entre otros, que organizan las ferias, exposiciones y encuentros participan como organismos dispersores, mientras que las MIPYMES resultan las beneficiadas durante el periodo de los eventos que tienen como fin generar contactos comerciales e incrementar sus ventas a través de los encuentros de negocios o transacciones directas en el sitio.

En años anteriores como se puede apreciar en el cuadro 5, las modalidades de apoyo estaban dirigidas a la promoción general de las empresas jaliscienses y en el año 2015 se añade una modalidad que apoya de manera específica a artesanos(as) jaliscienses según se muestra en el cuadro 4 y se refleja en el número de proyectos aprobados en donde participa el Instituto de la Artesanía Jalisciense (anexos 2 y 3) que corresponden a 8 de los 24 proyectos aprobados (33%).

Cuadro 5: Modalidades de apoyo del Subprograma “Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales” en años anteriores (2012-2014).

AÑO	MODALIDADES DE APOYO
2012	<ol style="list-style-type: none"> Exposiciones, ferias y encuentros de negocios dentro del país para la promoción Comercialización de productos y servicios hechos en Jalisco.
2013	No se especifican en la convocatoria.
2014	<ol style="list-style-type: none"> Exposiciones, Ferias y Encuentros de Negocios a través de Pabellón Hecho en Jalisco. Participación de MIPYMES a través de Congresos.

Fuente: Elaboración propia con base en convocatorias públicas disponibles en la plataforma “Jalisco Competitivo” en <http://sedeco.jalisco.gob.mx/temas-economicos/convocatorias>

La convocatoria pública representa el marco de operación específico del subprograma y se fundamenta con base en las reglas de operación (ROP) del Programa “Jalisco Competitivo: Generando Bienestar y Desarrollo Económico” que fueron publicadas el 7 de febrero de 2015. Es en la convocatoria donde se encuentran los criterios de elegibilidad, exclusión y pre-valoración de los proyectos, así como los indicadores de impacto, metas establecidas y productos entregables.

Es importante señalar que los indicadores de impacto y metas establecidos en las convocatorias públicas y que posteriormente forman parte de los convenios firmados con los beneficiarios han variado en el tiempo según las modalidades de apoyo de las convocatorias como se puede apreciar en el cuadro 6.

Cuadro 6. Indicadores de impacto y metas establecidas en las convocatorias públicas y convenios firmados con beneficiarios.

2012	2013	2014	2015
<ul style="list-style-type: none"> • Número de empresas beneficiadas, • Número de sectores beneficiados, • Impacto en sectores precursores. (Criterios de elegibilidad) 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empresas beneficiadas, • Listado de participantes en el evento, mencionando el giro y/o actividad del mismo, • Ventas registradas durante la participación del evento, • Mantener y/o incrementar los empleos de la empresa beneficiada, • Número de personas capacitadas y empresas beneficiadas en aquellos proyectos que lo establezcan 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empresas beneficiadas en relación al monto de apoyo otorgado por proyecto, • Listado de participantes en el evento, mencionando el giro y/o actividad del mismo, • Mantener y/o incrementar empleos de las empresas beneficiadas, • Número de personas capacitadas y/o empresas beneficiadas en aquellos proyectos que lo establezcan, • Incremento de ventas posterior al evento, • Ventas registradas durante el evento en caso de que aplique, • Evaluar número de encuentros de negocios de las empresas beneficiadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de empresas beneficiadas en relación al monto de apoyo otorgado por proyecto, • Ventas generadas en las ferias y festivales de desarrollo comercial, • Número de encuentros de negocios de las empresas beneficiadas, • Número de asistentes y visitantes en el evento, • Derrama económica generada en el evento en los casos que aplique, • Número de artesanos beneficiados en relación al monto de apoyado otorgado por proyecto

Fuente: Elaboración propia con base en las convocatorias públicas disponibles en la plataforma “Jalisco Competitivo” en <http://sedeco.jalisco.gob.mx/temas-economicos/convocatorias>

Finalmente, cabe mencionar que en el caso de la modalidad “Pabellón Hecho en Jalisco” cuenta con procesos certificados en ISO a través de diagrama de flujo de actividades y descripción de procedimiento narrativo elaborado en el año 2014

4. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN

El **objetivo general** y el **problema público** que atiende el subprograma de acuerdo a los Términos de Referencia (TDR) son:

OBJETIVO GENERAL	PROBLEMA PÚBLICO QUE ATIENDE EL PROGRAMA
<p>Determinar la pertinencia de los bienes o servicios que entrega el subprograma público Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales, así como sus efectos inmediatos para cumplir con sus objetivos y atender el problema público.</p>	<p>Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y emprendedores:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Se ven limitados a posicionar sus productos en otros mercados nacionales debido a los altos costos para desarrollar nuevos canales de comercialización. 2) Carecen de estrategias y mecanismos para poder encontrar clientes potenciales para distribuir los productos del estado en el mercado nacional. 3) Se ven limitados en cumplir con los requerimientos o exigencias (capacidad productiva, nuevas tendencias entre otros), de los clientes potenciales desaprovechando la demanda nacional de sus productos.

Mientras los **objetivos específicos** son los que a continuación se señalan:

- 1) Determinar la pertinencia de los mecanismos de seguimiento con los que cuenta el Subprograma para documentar sus resultados y el avance en el cumplimiento de sus objetivos.
- 2) Determinar en qué medida el cumplimiento de los objetivos del Subprograma es pertinente para la atención del problema público que se tiene diagnosticado.
- 3) Determinar en qué medida el desempeño del Subprograma es pertinente para garantizar su sostenibilidad y la de sus resultados.

Cuadro 7. Apartados temáticos por objetivos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	APARTADO TEMÁTICO	PREGUNTAS
<p>Determinar la pertinencia de los mecanismos de seguimiento con los que cuenta el Subprograma para documentar sus resultados y el avance en el cumplimiento de sus objetivos.</p>	<p>Mecanismos de seguimiento</p>	<p>1, 2</p>
<p>Determinar en qué medida el cumplimiento de los objetivos del Subprograma es pertinente para la atención del problema público que se tiene diagnosticado.</p>	<p>Cumplimiento de objetivos</p>	<p>3, 4, 5</p>
<p>Determinar en qué medida el desempeño del Subprograma es pertinente para garantizar su sostenibilidad y la de sus resultados.</p>	<p>Desempeño y garantía de sostenibilidad</p>	<p>6, 7, 8</p>
<p>Total</p>		<p>8</p>

Fuente: Elaboración propia con base en los TDR.

5. METODOLOGÍA

El abordaje metodológico incluyó trabajo de gabinete y campo con el propósito de respaldar la comprensión analítica y la argumentación de cada una de las ocho preguntas de investigación correspondientes a los tres objetivos específicos, así como la elaboración del Análisis de Fortalezas y Debilidades (FODA) y los anexos solicitados en los TDR.

El análisis documental consideró actividades de acopio, organización, sistematización y valoración de la información identificada en registros administrativos, bases de datos, documentos institucionales, presupuestos, diagnósticos, estudios, instrumentos normativos y todos los archivos proporcionados y consultados por la Unidad Interna de Evaluación y la Unidad Administrativa responsables del programa sujeto a evaluación.

El trabajo de campo por su parte se llevó a cabo a través de una aproximación cualitativa a partir de entrevistas con los actores clave del programa, así como adicionalmente entrevistas dirigidas a beneficiarios dispersores del programa para generar información complementaria y cruzada que enriqueciera los hallazgos.

A través de las entrevistas a funcionarios⁸ a cargo del programa se abordaron temáticas sobre el seguimiento de los resultados y el cumplimiento de objetivos del programa para identificar los mecanismos e instrumentos con que cuenta el Programa, así como estimar el grado de consolidación de procesos documentados con este fin.

Las entrevistas semi-estructuradas dirigidas a los beneficiarios⁹ del Subprograma estuvieron enfocadas a profundizar en sus experiencias de retroalimentación con la dependencia a cargo del Subprograma sobre los resultados obtenidos a partir de su participación.

Los parámetros metodológicos integrados por el enfoque, técnica de investigación, alcances y tipos de fuentes que se utilizaron para responder cada uno de los objetivos específicos de la evaluación son los que se muestran a continuación:

⁸ Ver guía de tópicos para entrevistas con funcionarios públicos (Anexo 12) del Subprograma y listado de personas entrevistadas (Anexo 4).

⁹ Ver Guía de tópicos para entrevistas con dispersores y empresas beneficiarias (Anexo 13 y 14), así como listado de personas entrevistadas (Anexo 4).

Cuadro 8. Parámetros metodológicos utilizados en la evaluación de los objetivos específicos.

	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PARÁMETROS METODOLÓGICOS
1	Determinar la pertinencia de los mecanismos de seguimiento con los que cuentan los programas para documentar sus resultados y el avance en el cumplimiento de sus objetivos.	<p>ENFOQUE Cualitativo</p> <p>TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN Análisis documental, observación directa y entrevistas semi-estructuradas con actores clave vinculados con el seguimiento de los resultados y cumplimiento de objetivos del programa.</p> <p>ALCANCE Descriptivo que responda las preguntas de investigación (ver anexo A) bajo los criterios cuantitativos y argumentativos establecidos en el punto 3.5.</p> <p>FUENTES Directas e indirectas, información obtenida a través de las entrevistas, observaciones in situ, estudios, informes, diagnósticos, documentos metodológicos, bases de datos, indicadores del sistema MIDE, así como todos los materiales impresos y electrónicos que se obtengan como evidencias documentales.</p>
2	Determinar en qué medida el cumplimiento de los objetivos para cada programa es pertinente para la atención del problema público que se tiene diagnosticado	<p>ENFOQUE Cualitativo</p> <p>TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN Entrevistas de profundidad con actores clave responsables del programa, análisis documental y observación directa.</p> <p>ALCANCE Descriptivo que responda las preguntas de investigación (ver anexo A) bajo los criterios cuantitativos y argumentativos establecidos en el punto 3.5.</p> <p>FUENTES Información obtenida a través de las entrevistas, diagnósticos, documentos institucionales.</p>
3	Determinar en qué medida el desempeño de los programas son pertinentes para garantizar su sostenibilidad y la de sus resultados	<p>ENFOQUE Predominantemente cuantitativo</p> <p>TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN Análisis de las estadísticas financieras del programa para estimar su costo-eficiencia y costo-efectividad, análisis documental, observación directa y entrevistas de profundidad con actores clave programa, análisis documental.</p> <p>ALCANCE Descriptivo que responda las preguntas de investigación (ver anexo A) bajo los criterios cuantitativos y argumentativos establecidos en el punto 3.5.</p> <p>FUENTES Presupuesto, inversiones, datos financieros de costos y beneficios, documentos institucionales e información obtenida a través de las entrevistas, diagnósticos, documentos institucionales.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en los TDR.

-Contenidos de los instrumentos de captación de información a través de entrevistas

La estructura y contenido de los instrumentos de recolección de datos (guías de tópicos) se elaboraron con base en los objetivos de la evaluación y fueron aprobados por la Unidad de Evaluación del Gobierno del Estado de Jalisco a través de la Dirección General de Monitoreo y Seguimiento cuyo enlace fue la Dirección de Evaluación de Resultados e Impacto, así como la Unidad Interna de Evaluación del Subprograma¹⁰.

Los temas que se consideraron en el diseño de los instrumentos consideraron los siguientes aspectos:

Cuadro 9. Contenidos de los instrumentos de recolección a través de entrevistas.

INSTRUMENTO	VARIABLES/ TEMÁTICAS ABORDADAS
<p>Guía de tópicos para funcionarios responsables del Programa</p>	<p>Participación en el seguimiento de resultados y cumplimiento de objetivos del Programa. Uso de estudios externos o independientes como referencia para analizar los resultados generados por el tipo de intervención que ofrece el Programa en relación al problema público que pretende resolver. Conocimiento sobre mecanismos e instrumentos de seguimiento utilizados por otros programas similares en otras entidades del país o a nivel internacional. Valoración sobre los alcances y limitaciones de los mecanismos e instrumentos dedicados al seguimiento de resultados y cumplimiento de los objetivos Programa. Descripción detallada de los procesos implicados en el seguimiento de resultados y cumplimiento de objetivos. Identificación de los retos para el cumplimiento de objetivos del Programa.</p>
<p>Guía de tópicos para beneficiarios del Programa</p>	<p>Percepción sobre los mecanismos de seguimiento implementados por el Programa para conocer los resultados obtenidos a través de su participación en el Programa. Apreciación de aspectos positivos y negativos sobre el Programa. Identificación de áreas de oportunidad de mejorar en relación al seguimiento de experiencias y resultados de los beneficiarios del Programa.</p>

Fuente: Elaboración propia.

-Referencias utilizadas en el análisis documental

La revisión de documentos consideró aquella disponible en la plataforma del Programa Jalisco Competitivo (<http://jaliscocompetitivo.jalisco.gob.mx/>), la entregada por la Dirección de Área de Promoción Comercial, la Dirección General de Planeación y la Dirección de Programación y Evaluación de Presupuesto de la Secretaría de Desarrollo Económico, así como información proveniente de la consulta de otras fuentes externas.

¹⁰ Ver Guías de Tópicos de Entrevistas en Anexos 5 y 6.

Cuadro 10. Fuentes documentales consultadas.

NÚM.	NOMBRE DE ARCHIVO	FORMATO	DESCRIPCIÓN DE SU CONTENIDO
1	Actas del Comité Técnico del Subprograma	PDF	Cinco actas de reuniones ordinarias (5 de febrero, 10 de marzo, 16 de abril, 12 de agosto y 28 de octubre de 2015) donde se describen los proyectos aprobados de las distintas categorías de apoyo del Programa Jalisco Competitivo.
2	Reglas de Operación	Link en internet	Reglas de operación de asignación de recursos para los proyectos 2015 a través del Programa para el Fomento a la Industria, Comercio, Servicios y Desarrollo de los Sectores Productivos "Jalisco Competitivo: Generando Bienestar y Desarrollo Económico" publicadas en el Periódico Oficial "El Estado de Jalisco" el sábado 7 de febrero de 2015, Núm. 26, Sección IV.
3	Convocatorias públicas 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016	Link en internet	Marco normativo específico del Subprograma donde se detallan las características de los apoyos y las formas de acceder a ellos.
4	Ficha Básica	Link en internet	Datos generales del Programa Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales (Subprograma Jalisco Competitivo) dentro del Sistema de Monitores de Programas Públicos del Gobierno del Estado de Jalisco.
5	Matriz de Indicadores de Jalisco Competitivo del año 2015	Excel	Base de datos que contiene Fin, Propósito, Componentes y Actividades, así como sus indicadores respectivos.
6	Indicadores del Sistema MIDE	Link en internet	Dimensión de desarrollo: Economía Próspera e Incluyente/ Desarrollo Económico y Competitividad/Competitividad y Crecimiento Económico (Participación en ferias y exposiciones realizadas en el país).
7	Lista de proyectos aprobados de Convocatorias Jalisco Competitivo en 2015	Link en internet	Listado de los proyectos aprobados en la convocatoria 2015.
8	Padrón de beneficiarios de Jalisco Competitivo del año 2015	Link de internet	Padrón de Beneficiarios de todos los proyectos contemplados dentro del Programa Jalisco Competitivo.
9	Cronograma de proyectos, Ferias y Exposiciones 2015	Excel	Cronograma por proyecto. Seguimiento de actividades.
10	Formato Informe Final de Resultados y Beneficios Obtenidos por Proyecto	Excel	Formato de Informe Final para proyecto
11	Formato de evaluación de resultados en EXPOS.ENG.NEG (03F-DGCM)	Excel	Formato de evaluación de resultados (Datos de las empresas con que se dio el encuentro de negocio)
12	Formato de evaluación de resultados VTAS (03F-DGCM)	Excel	Formato de evaluación de resultados del eventos para dar seguimiento de ventas por empresa
13	Formato de Informe Final de Resultados y Beneficiarios FERIAS Y EXPOSICIONES (09F-DGCM)	PDF	Documento de informe final de resultados para cada proyecto

14	Formato Libre para La Comprobación de Recursos	PDF	Ejemplo de informe para comprobación de recursos
15	Reporte final de resultados Joya 2015	PPT	Reporte Final Expo Joya que contiene reporte individual del proyecto
16	Evaluación de Resultados 90 días posterior al evento (12F-DGCM)	Word	Formato para la evaluación del resultado posterior al evento
17	Presupuesto 2015 12 Dic 189 Comercio y Mdo Int.tif	PDF	Presupuesto
18	Reporte de Resultados 90 días ANTAD 2014	PPT	Reporte de resultados 90 días posteriores EXPO ANTAD 2014 (Ejemplo de seguimiento que se hizo por única ocasión en el año 2014)
19	Tablas Cierre 2015	PDF y Word	Documentos que muestran: 1) Tabla de Presupuesto aprobado versus Total de proyectos ejecutado por categoría para año fiscal 2015, 2) Tabla del Total de proyectos ejecutados por categoría por tipo de aprobación para año fiscal 2015 y 3) Total de Proyectos que finalizaron durante el año fiscal 2015 por categoría.
20	Cierre Planeación DPC 2015	Excel	Reporte de resultados de los proyectos ejecutados durante el año 2015 que contiene información sobre el número de empresas beneficiadas, número de encuentros de negocios y volumen de ventas generadas.

Fuente: Elaboración propia con base en la documentación proporcionada y consultada.

Las respuestas a cada pregunta de investigación de la evaluación tienen una valoración cuantitativa con escala Likert de cuatro grados, donde el 1 expresa insuficiencia y 4 suficiencia respecto al aspecto evaluado y después se ofrece una argumentación que explica el razonamiento que dio lugar al valor elegido por la entidad evaluadora externa.

Los principales hallazgos que se desprendieron de las entrevistas y análisis documental forman parte del Análisis FODA, de esta manera se identificaron como elementos positivos aquellos que favorecen sus condiciones bajo atributos de fortalezas u oportunidades, o bien, como elementos negativos que lo afectan en forma de debilidades o amenazas según sean factores internos o externos de lo cual depende la posibilidad de su control. La matriz de doble entrada resultante tiene como máximo 5 elementos en cada cuadrante según se solicita en los TDR.

La matriz FODA brinda el marco de análisis para emitir las recomendaciones que se derivan del cruce entre fortalezas y amenazas, debilidades y oportunidades, así como de debilidades y amenazas.

Las recomendaciones son jerarquizadas en orden de prioridad según los resultados de la evaluación e incluye el objetivo que persiguen (mejora esperada), las actividades que tendrían que realizarse y sus implicaciones en términos operativos, jurídico-administrativos y financieros.

Por último se integraron las conclusiones de la evaluación que recogen los principales hallazgos.

6. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

OBJETIVO ESPECÍFICO 1. Determinar la pertinencia de los mecanismos de seguimiento con los que cuenta el Subprograma para documentar sus resultados y el avance en el cumplimiento de sus objetivos

1. ¿El Subprograma cuenta con mecanismos e instrumentos de seguimiento para documentar y monitorear el avance del subprograma?

Respuesta: Sí

NIVEL	CRITERIOS
3	<ul style="list-style-type: none">El subprograma cuenta con mecanismos e instrumentos de seguimiento que acompañan el proceso y cierre por proyecto y cuenta con un reporte de resultados globales de la convocatoria donde se puede valorar el cumplimiento de metas de todos los proyectos apoyados en cuanto al número empresas beneficiadas, número de encuentros de negocios y en la mayoría de los casos del volumen monetario de ventas generadas que se derivaron de la participación en los eventos. Los indicadores de impacto y metas cumplen con los criterios del enfoque de Gestión para Resultados, pero estos no están disponibles públicamente. La única información pública relacionada con resultados del Subprograma es el padrón de beneficiarios a nivel de proyectos en la plataforma en línea de Jalisco Competitivo y la ficha básica del Subprograma en el Sistema de Monitoreo de Programas Públicas del gobierno del estado de Jalisco que indica el número de empresas beneficiadas.

Justificación

La Dirección de Área de Promoción Comercial utiliza un archivo en Excel donde se monitorea el cronograma de cada proyecto de forma mensual en donde se consideran las diferentes actividades de la etapa de ejecución: solicitud de participación en la convocatoria pública, invitación a empresas interesadas en participar, selección de participantes, reunión con MYPIMES para informar logística y detalles del evento, montaje y realización del evento, desmontaje, fin del evento, cierre y comprobación de resultados y del uso de los recursos otorgados.

En los eventos participa una persona del área responsable del Subprograma para atender las necesidades de los beneficiarios, se aplican cuestionarios y sondeos a los participantes, aunque no se encontraron documentos que evidencien su sistematización.

Se utilizan dos formatos de evaluación de resultados, uno correspondiente a encuentros de negocio en el que se piden datos de cada una de las empresas con las que se tuvo contacto, correo electrónico, teléfono de oficina y celular, así como descripción del paso a seguir (mandar muestras, lista de precios, venta en firme, cotización especial, etc.). El otro formato corresponde a ventas, en donde se pide de forma individual la fecha y monto de la venta y en la parte inferior el estimado del monto de las ventas totales por rangos que van de 0 a 3 mil pesos hasta más de 55 mil pesos.

En el año 2014 se intentó utilizar un mecanismo de seguimiento posterior al evento a través de un formato (12F-DGCM) aplicado 90 días posteriores al evento, el cual consistía en un cuestionario sobre los datos de empresas contactadas, limitaciones encontradas para concretar las negociaciones, monto de ventas que se derivaron después de su participación en el evento, resultados posteriores en cuanto a captación de nuevos clientes, incremento de ventas, creación y conservación de empleos, otros objetivos alcanzados en relación a conocer tendencias del mercado, presentación de nuevos productos, obtener representantes en otros lugares y el nivel de alcance de esos objetivos (bueno, regular, malo). No se continuó por la baja respuesta que se registró por parte de las empresas participantes, la cual se atribuye en parte al temor de los empresarios a la fiscalización y el bajo monto de apoyo que no incentiva la entrega de información financiera considerada confidencial.

También se cuenta con el formato (10F-DGCM) que se entrega a los organismos dispersores para su llenado al cierre del proyecto que se denomina “Informe Final de Resultados y Beneficios Obtenidos”, el cual contiene resumen cualitativo, resumen cuantitativo de metas y su cumplimiento, planeación y proyecciones para el siguiente año y anexos (entregables de acuerdo al convenio firmado con la Secretaría de Desarrollo Económico).

El documento en Excel de nombre “Cierre Planeación DPC¹¹ 2015” es el archivo que constituye el reporte global de los resultados obtenidos por el conjunto de los proyectos ejecutados que recopila el cumplimiento de metas en cuanto a empresas beneficiadas, encuentros de negocios y volumen de ventas generadas. A continuación se mencionan los campos contenidos en este archivo:

Núm.	Campo	Núm.	Campo
1	Folio	17	Otras Aportaciones
2	Modalidad	18	Total de Proyecto
3	Tipo de Solicitante	19	Monto reintegrado
4	Representante Legal	20	Estatus
5	Razón Social	21	Monto comprobado
6	RFC	22	Metas Proyecto Empresas Beneficiadas
7	Sector Económico	23	Metas Empresas Beneficiadas
8	Nombre del Proyecto	24	Porcentaje en Metas de Proyecto
9	Monto aprobado	25	Metas Proyecto Encuentros de Negocio
10	Beneficiarios Directos	26	Metas Encuentros de Negocio
11	Tipo de Beneficiarios Final	27	Porcentaje de Cumplimiento
12	Ubicación	28	Metas Proyectos Ventas
13	Región	29	Metas Ventas
14	Solicitó a Fondo PYME	30	Responsable
15	INADEM	31	MIR 2015
16	Aportación del Beneficiario	32	Observaciones

¹¹ DPC en referencia a la Dirección de Promoción Comercial de la Secretaría de Desarrollo Económico.

Los indicadores registrados cumplen con criterios del modelo de Gestión para Resultados (GpR), el cual es ampliamente aceptado en la actualidad dentro del campo de la Administración Pública por su especial énfasis en medir los resultados más que procedimientos, de tal manera que se refleja de una manera más precisa la contribución de la intervención en el cumplimiento de sus objetivos, en este caso relacionados con la participación de empresas jaliscienses en espacios de contacto con el mercado nacional y su efecto en la comercialización de productos y servicios, la cual se traduce de manera directa en encuentros de negocio y ventas.

De este archivo se desprende que a partir de los 16 proyectos ejecutados en el año 2015, se beneficiaron a un total de 251 empresas, se celebraron 3077 encuentros de negocios y se generaron ventas por un monto de 5 millones 263 mil 570 pesos.

Se recomienda que esta información pueda ser pública en la plataforma del Programa Jalisco Competitivo (<http://jaliscocompetitivo.jalisco.gob.mx/>), el cual es un espacio de transparencia y socialización de las reglas de operación, convocatorias, proyectos aprobados y padrón de beneficiarios de todos sus componentes, pero no ofrece datos sobre los resultados obtenidos.

En esta plataforma el único documento que permite dar cuenta de los resultados específicos del Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocio Nacionales es el listado de proyectos aprobados que en el caso del ejercicio 2015 fueron 24, aunque los ejecutados resultaron 16 que se encuentran en el listado de Padrón de Beneficiarios del Programa Jalisco Competitivo, pero donde no contiene algún campo que identifique el Subprograma de referencia.

En la página “padronunico.jalisco.gob.mx” la información del padrón de beneficiarios se encuentra como “otros padrones” donde se accede a un archivo en PDF que identifica a cada beneficiario como “actor social beneficiario” y se muestran tan sólo los siguientes campos de información sobre los proyectos apoyados sin que se pueda identificar cuáles de ellos corresponden al componente de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales:

- 1) Nombre o Razón Social de Organización
- 2) Municipio
- 3) Tipo de Apoyo
- 4) Concepto del Apoyo
- 5) Monto
- 6) Fecha de Entrega
- 7) Tipo de Beneficiario

En la ficha básica del Sistema de Monitoreo de Programas Públicos del gobierno del estado de Jalisco muestra como indicador el número de empresarios atendidos que en 2015 se reportó 251.

Por último, es importante señalar que uno de los problemas que enfrenta el área responsable de la operación del Subprograma es una alta rotación del personal de apoyo que dificulta su involucramiento en tareas de seguimiento, lo cual repercute en las actividades de sistematización.



2. ¿El Subprograma ha identificado estudios externos e independientes en los que se analicen los resultados que éste genera en la condición del problema público que pretende atender?

Respuesta: No

NIVEL	CRITERIOS
1	<ul style="list-style-type: none">El Subprograma no cuenta con estudios externos o independientes en los que se analicen los resultados que éste genera en la condición del problema público que pretende atender, aunque existe el informe de evaluación de diseño, procesos y resultados de Jalisco Productividad (2011) no es considerado por los cambios que ha experimentado la operación y lo hace poco comparable desde la perspectiva del área responsable de su implementación.

Justificación

El Subprograma no cuenta con estudios externos o independientes en donde se analicen los resultados obtenidos en casos de intervención pública similares a los que ofrece el Subprograma para la atención del problema público.

En las entrevistas realizadas con los organismos dispersores y beneficiarios participantes en los eventos resaltaban aspectos que apuntan el cumplimiento de objetivos que pretenden atender el problema público, entre los cuales se pueden señalar la apertura de nuevos canales de comercialización, posicionamiento de manera satisfactoria de sus productos y/o servicios, el contacto con el público más especializado dentro de sus mercados de interés y el conocimiento sobre cómo este tipo de eventos [ferias y exposiciones] son una alternativa para expandir sus mercados, incrementar su productividad y la posibilidad de emplear a más personas.

En la evaluación externa realizada en 2011¹², se indican que los resultados fueron principalmente notorios en cuanto a encuentros de negocio, incremento en ventas, fuerte presencia de microempresas entre los participantes beneficiados, y la consolidación del Pabellón Hecho en Jalisco. Como recomendación de nuevos indicadores de seguimiento se incluyeron número de empresas por tamaño, montos totales y promedios recibidos por tamaño de las empresas, número total y promedio de encuentros de negocios, volumen total y promedio de ventas, entre otros.

¹² Evaluación de diseño, operación y resultados del Programa Productividad Jalisco realizada por Indexa de México para la Secretaría de Promoción Económica en el año 2011.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2. Determinar en qué medida el cumplimiento de los objetivos del Subprograma es pertinente para la atención del problema público que se tiene diagnosticado

3. ¿Los objetivos definidos por el programa en sus documentos institucionales están válidamente alineados con la solución del problema que se pretende atacar?

Respuesta: Sí

NIVEL	CRITERIOS
3	<ul style="list-style-type: none"> Los objetivos del componente “Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales” tienen una alineación directa con instrumentos de planeación a nivel estatal y con respecto al problema público definido en documentos institucionales. Sin embargo, el Subprograma carece de un diagnóstico elaborado exprofeso que permita un análisis detallado de la lógica y correspondencia causal entre los objetivos y el problema público.

Justificación

Los objetivos específicos establecidos en las ROP 2015 del Programa Jalisco Competitivo relativos al componente de Ferias, Exposiciones y Encuentros Nacionales de Negocios, así como el objeto definido en su convocatoria pública están alineados a la dimensión de Economía Próspera e Incluyente del Plan Estatal de Desarrollo 2013-2033 dentro del programa sectorial de Competitividad y Crecimiento Económico como se muestra a continuación:

PROGRAMAS SECTORIALES DEL PED 2013-2033	OBJETIVOS ESPECÍFICOS ROP DEL PROGRAMA JALISCO COMPETITIVO 2015
<p align="center">DIMENSIÓN ECONOMÍA PRÓSPERA E INCLUYENTE</p> <p align="center">PROGRAMA SECTORIAL: DESARROLLO ECONÓMICO Y COMPETITIVIDAD</p> <p>OD1101. Mejorar las condiciones de competitividad económica.</p> <p>OS06. Incrementar la probabilidad de permanencia de las micro, pequeñas y medianas empresas.</p> <p>OS06E2. Impulsar el desarrollo de proveedores locales y empresas anclas.</p> <p>OS06E4. Fomentar la formalidad en las unidades económicas del estado para que logren articularse en las cadenas productivas.</p>	<p>6.2.9. Fortalecer la presencia de las empresas jaliscienses en los mercados nacional y extranjero a través del fomento comercial.</p> <p>6.2.10 Fortalecer las capacidades tecnológicas de innovación e investigación y desarrollo de productos competitivos para incursionar en mercados nacionales e internacionales.</p> <p>6.2.17. Impulsar el desarrollo productivo y comercial de los artesanos jaliscienses.</p> <hr/> <p align="center">OBJETO DE LA CONVOCATORIA 2015</p> <p>Impulsar el desarrollo comercial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) jaliscienses en el mercado estatal y nacional a través de la participación en ferias, exposiciones y encuentros de negocios, capacitaciones, permitiendo crear un vínculo comercial con los diferentes sectores productivos.</p>

A su vez estos objetivos están directamente relacionados con el problema público definido como “limitaciones de las MIPYMES para posicionar sus productos en otros mercados nacionales debido a los altos costos para desarrollar nuevos canales de comercialización, carencia de estrategias y mecanismos para poder encontrar clientes potenciales para distribuir los productos del estado en el mercado nacional y dificultades para cumplir con los requerimientos o exigencias (capacidad productiva, nuevas tendencias entre otros) de los clientes potenciales desaprovechando la demanda nacional de sus productos” (TDR, 2015).



La relación entre los objetivos del Subprograma y el problema público, se explica a partir de los documentos institucionales de planeación y normativos que proponen el desarrollo comercial de las MIPYMES jaliscienses en los mercados nacionales través de la participación en encuentros de negocios, capacitación, ferias y exposiciones permitiendo crear un vínculo comercial con los diferentes sectores productivos y con ello fomentar la formalidad en las unidades económicas del Estado para articularse con las cadenas productivas. El contexto del diagnóstico del problema es que el mayor número de empresas en el estado son micro, mismas que tienen grandes barreras de entrada para convertirse en esas empresas que conforman la cadena de suministros de los sectores o ecosistemas en el país (Programa Sectorial de Economía Próspera e Incluyente, p. 108).

El Subprograma no cuenta con un diagnóstico elaborado exprofeso que permita un análisis más detallado de la lógica y correspondencia causal de la intervención con respecto al problema público señalado, por lo que se recomienda su elaboración con el fin de fortalecer la reflexión en torno a los alcances y limitaciones de sus contribuciones a la solución del problema.

En el anexo 11, se presentan resultados de un estudio de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco (CCIJ) publicado en el año 2015, en donde destacan algunos de los principales obstáculos comerciales de las MIPYMES en el estado, lo cual puede servir de referencia como parte del diagnóstico acerca del problema público que busca atender el Subprograma.

4. ¿En qué medida los bienes o servicios que entrega el programa y sus efectos inmediatos, permiten documentar la atención del problema público así como el avance en el cumplimiento de sus objetivos?

Respuesta: Sí

NIVEL	CRITERIOS
3	<ul style="list-style-type: none"> La provisión de apoyos y los resultados obtenidos a través del Subprograma se encuentran suficientemente documentados por cada proyecto y cuenta con un sistema de información que reúne los valores agregados de los indicadores donde se observa la contribución de los proyectos (número de empresas participantes en los eventos, número de encuentros de negocio y monto de ventas). Hace falta la integración de una base de datos por empresa o emprendedor beneficiario para la caracterización de la población atendida y un análisis más desagregado respecto a la atención del problema público.

Justificación

Se identificaron diversos formatos de seguimiento y evaluación de resultados¹³ con información suministrada por los organismos dispersores (organizadores de evento) y empresas participantes, los cuales están respaldados con la documentación comprobatoria correspondiente que permiten dar cuenta del cumplimiento de los objetivos en atención al problema público que se atiende, de acuerdo a los indicadores de impacto y metas establecidas:

- a. Número de empresas beneficiadas en relación al monto de apoyo otorgado por proyecto,
- b. Ventas generadas en las ferias y festivales de desarrollo comercial.
- c. Número de encuentros de negocios de las empresas beneficiadas.
- d. Número de asistentes y visitantes en el evento.
- e. Derrama económica generada en el evento en los casos que aplique.
- f. Número de artesanos beneficiados en relación al monto de apoyado otorgado por proyecto.

La información por proyecto permite documentar los resultados obtenidos del conjunto de las empresas y emprendedores apoyados. Sin embargo, se recomienda la integración de una base de datos en donde la unidad de análisis sea la empresa o emprendedor participantes en cada proyecto que incluya indicadores sobre la variación en el volumen de ventas, con el fin de precisar la contribución del Subprograma respecto a las ventas estimadas antes y después de la intervención, así como el número de clientes nuevos en el estado y en otras entidades de la República a partir de su participación en el Subprograma.

¹³ Formato en Excel de Informe de Resultados y Beneficios Obtenidos por Proyecto (10F-DGCM) de cada uno de los 16 proyectos ejecutados que incluyen valoración cualitativa y cuantificación de logros que incluye cumplimiento de objetivos, nivel de éxito del proyecto y cifras alcanzadas en cuestión de metas (Ver anexo 10). Otros formatos utilizados para las empresas participantes son los identificados como 03-F-DGCM, uno para el registro de encuentros de negocios y otro para la estimación de ventas y el porcentaje que representa de su producción anual (Ver anexos 8 y 9).



En este nivel de desagregación se sugiere el registro de información sobre tamaño, sector y municipio donde se encuentra establecida cada empresa o emprendedor con el fin de caracterizar a la población atendida por el Subprograma y su cobertura geográfica en la entidad, lo que haría más consistente la revisión de los resultados en referencia al problema público que se busca atender y la verificación de que la población atendida corresponde a la población objetivo definida como aquella que presenta el problema.

Con este propósito, es conveniente recordar que la hipótesis de intervención del Subprograma considera a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y emprendedores que se ven limitados en sus posibilidades de posicionar sus productos en otros mercados nacionales debido a los altos costos para desarrollar nuevos canales de comercialización, la carencia de estrategias y mecanismos para poder encontrar clientes potenciales para distribuir los productos del estado en el mercado nacional y sus limitaciones para cumplir con los requerimientos o exigencias (capacidad productiva, nuevas tendencias entre otros), de los clientes potenciales desaprovechando la demanda nacional de sus productos.

El indicador de desarrollo del sistema MIDE con el que se vincula el Subprograma es el de “Participación en ferias y exposiciones realizadas en el país”, el cual además ofrece información desagregada por municipio de eventos desarrollados en la entidad, de los cuales en el año 2015, el 63% fueron en municipios del área metropolitana de Guadalajara.

Por otra parte, la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) del Programa Jalisco Competitivo incluye como indicador a nivel de componente bajo el nombre de “Comercio en el ámbito nacional e internacional fomentado” el dato agregado del número de proyectos productivos apoyados para el comercio nacional e internacional con lo cual se suman los resultados de las categorías de Fomento al Comercio Nacional y Fomento al Comercio Exterior, entre los cuales se encuentran el Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros Nacionales y el Subprograma de Internacionalización de Productos y Servicios del estado de Jalisco.



5. ¿El programa ha identificado los retos de corto, mediano y largo plazo que enfrenta en el cumplimiento de sus objetivos y en la atención del problema público que pretende atacar?

Respuesta: Sí, pero no se encuentran documentados.

NIVEL	CRITERIOS
2	<ul style="list-style-type: none">Los principales retos identificados por el área responsable de la operación del Subprograma es la falta de compromiso de los empresarios en el cumplimiento de sus responsabilidades en la participación de los eventos y la baja rotación de los beneficiarios por una difusión focalizada principalmente en los participantes de ejercicios anteriores. El Subprograma no cuenta con algún documento que contemple el análisis de retos a corto, mediano y largo plazo, así como la formulación de estrategias para abordarlos.

Justificación

Los retos identificados por los funcionarios responsables del Subprograma son a partir de la propia experiencia en su implementación, donde la falta de compromiso de algunos empresarios puede ocasionar su ausencia en los eventos programados, por lo cual la modalidad que contempla aportación económica de los empresarios disminuye este riesgo, así como la firma de carta compromiso y las reuniones celebradas con anticipación para concientizar sobre las obligaciones y responsabilidades que se adquieren como beneficiarios.

Otro reto es la difusión que se ha restringido y no se hace más extensiva por el bajo monto presupuestal, lo cual repercute en que se recurra a quienes ya han participado y quienes tienen el derecho de hacerlo hasta en tres ocasiones continuas, factor que por otra parte apoya su aprendizaje y fortalece la calidad de su participación.

Otro reto se presenta cuando empresas seleccionadas optan por renunciar al beneficio para participar en otros programas donde no se exige aportación económica de su parte o los lineamientos no son tan rígidos en el reporte de metas e indicadores, entre los cuales se mencionó el caso de la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de los Mercados Agropecuarios (ASERCA) de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) del gobierno federal.

No se identificó la documentación de estos retos y su temporalidad (corto, mediano y largo plazo), lo que apoyaría a la formulación y programación de estrategias y acciones de solución particulares a cada caso.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3. Determinar en qué medida el desempeño del Programa es pertinente para garantizar su sostenibilidad y la de sus resultados.

6. ¿En qué medida el desempeño del programa ha sido costo-eficiente y costo-efectivo?

NIVEL	CRITERIOS
3	<ul style="list-style-type: none">Los registros de beneficios obtenidos por las empresas y emprendedores a través de su participación en el Subprograma arrojan un balance positivo, en donde estos son mayores con respecto a los recursos destinados, a lo cual se esperaría que sumaran las ventas potenciales que se deriven de los encuentros de negocios celebrados, de los cuales no siempre se puede contar con una proyección cuantificable.

Justificación

Con base en los datos disponibles del presupuesto por 4'074,998 pesos destinado a la ejecución de los 16 proyectos apoyados y 251 empresas beneficiadas en el año 2015 a través del Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales y los beneficios registrados de las ventas generadas por 5'263,570.14 pesos se presentan aquí algunas estimaciones que permitan una primera aproximación al rendimiento de sus resultados con respecto a los recursos invertidos.

De acuerdo a Boardam, Geenberg, Vining y Weimer, (2011), el costo – eficiencia analiza lo que cuesta producir una unidad de producto y se pregunta ¿qué tan costoso es?, de tal manera que los indicadores de eficiencia resultan de comparar las principales actuaciones realizadas con el volumen y/o costo total de los recursos utilizados para realizarlos (Ramíó, 1999:233).

Si analizamos los datos totales del conjunto global de los proyectos ejecutados por el Subprograma en el cuadro 11 se puede ver que el costo de participación promedio por empresa fue de 16,235 pesos y si se considera por proyecto el valor mínimo de costo fue de 11,875 pesos y el valor máximo fue de 23,378 pesos (ver columna “Promedio del costo de participación por empresa beneficiaria”).

Si se hace el mismo ejercicio en cuanto a los beneficios registrados en ventas, el promedio por empresa del conjunto total fue de 20,970 pesos y si se analiza por proyecto, entonces el valor mínimo de beneficio fue de 823 pesos y el valor máximo de 73,892 pesos, lo que muestra una desviación estándar respecto a la media mucho mayor que en el caso de los costos. Es decir que si bien, se tiene un costo distribuido entre las empresas más o menos homogéneo, en el caso de los beneficios este es mucho más heterogéneo según cada proyecto, lo que puede ser originado por la propia naturaleza de los productos y servicios de cada sector.

Ahora bien, con respecto al costo–eficacia se asume la meta a lograr o un efecto a obtener y se pregunta ¿cuál es la forma menos costosa de llegar ahí? (Boardam, Geenberg, Vining y Weimer, 2011). Asimismo, los indicadores de eficacia relacionan los objetivos conseguidos con los objetivos previstos, es decir, mide el grado de cumplimiento de los objetivos fijados en los programas (Ramíó, 1999:232).

El dato sobre las metas previstas no es posible identificarlo, ya que en la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) del Programa Jalisco Competitivo solamente se encontró a nivel de componente “Comercio en el ámbito nacional e internacional fomentado” el indicador del “Número de proyectos productivos apoyados para el comercio nacional e internacional” que para el ejercicio 2015 estimó 50 proyectos que suman los de la categoría de Fomento al Comercio Nacional y Fomento al Comercio Exterior.

En el Acta del Comité Técnico del Programa Jalisco de la segunda sesión ordinaria celebrada el 10 de marzo de 2015 se establecen las siguientes metas relacionadas con la aprobación de proyectos por convocatoria pública del Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales para el ejercicio en ese momento en curso:

Solicitudes valoradas	42
Proyectos sugeridos a aprobar	24
Monto sugerido a autorizar	4'944.998
Beneficiarios proyectados	251 empresas 138 artesanos
Empleos	440 conservados

El número de proyectos fue menor al proyectado originalmente (24 vs. 16), aunque el número de empresas (251) se mantuvo, no se encontró información respecto al número de artesanos beneficiados y los empleos conservados, aunque en este último caso sería difícil sostener un argumento que atribuyera de forma directa la conservación de los empleos de las empresas beneficiadas a partir de su participación en el Subprograma.

En cuanto al indicador de “Encuentros de Negocio” en total sumaron 3077, en promedio general son 12 encuentros por empresa y si se observa el comportamiento por proyecto (número de encuentros de negocio/ número de empresas beneficiadas) se puede apreciar que el valor promedio mínimo por proyecto fue de 8 y el máximo 35, lo que apunta condiciones distintas según el evento de que se trate (sector, giro y tipo: feria o exposición).

Se sugiere incluir datos sobre las ventas promedio anuales, con el fin de conocer la proporción de la variación que puede ser atribuible al Subprograma.

Este tipo de análisis financiero de los costos y beneficios del Subprograma puede realizarse de forma comparativa en el tiempo con el fin de contar con parámetros que faciliten la valoración evolutiva de su comportamiento.

Cuadro 11. Datos relativos al número de beneficiarios directos, encuentros de negocios y ventas por proyecto del Subprograma durante el ejercicio 2015.

	Razón Social	Sector Económico	Nombre del Proyecto	Monto aprobado	Beneficiarios Directos	Encuentros de Negocio	Ventas	Promedio del costo de participación por empresa beneficiaria	Promedio de ventas por empresa beneficiaria
1	Patronato de las Instalaciones de la Feria de Lagos de Moreno Jalisco	Servicios	Festival Conmemorativo del 452 Aniversario de Lagos de Moreno, Jalisco "Marzoversario"	175,000	12	0	94,260	14,583.33	7,855.00
2	Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco	Industria, Servicio	"Pabellón Hecho en Jalisco en la Exposición Especializada de Calzado, Bolsos y Accesorios MDM MODAMA Otoño-Invierno 2015".	270,000	16	146	-	16,875	-
3	Cámara Regional de la Industria de Transformación del Estado de Jalisco	Servicios	FERIA REGIONAL DEL MUEBLE CUARTA EDICIÓN.	100,000	20	235	424,868	5,000	21,243.40
4	Cámara Nacional de la Industria Tequilera	Servicio, Comercio	Festival del Tequila, regalo de México para el mundo.	180,000	12	0	32,730	15,000	2,727.50
5	Cámara Nacional Comercio Servicios y Turismo de Guadalajara	Servicio, Comercio	Feria Cómo Venderle a la Iniciativa Privada, Ayuntamientos y Gobierno del Estado de Jalisco 2015	300,000	25	232	67,259	12,000	2,690.36



	Razón Social	Sector Económico	Nombre del Proyecto	Monto aprobado	Beneficiarios Directos	Encuentros de Negocio	Ventas	Promedio del costo de participación por empresa beneficiaria	Promedio de ventas por empresa beneficiaria
6	Arrot Estrategias S. de RL de C.V.	Fabricación y Servicios	PABELLON HECHO EN JALISCO EN PUBLICITARIA EXPO 2015	290,000	20	709	-	14,500.00	-
7	Estilo Regalo y Decoración	Servicios	DECOESTYLO, EXPO DECORACION Y REGALO, JULIO 2015	200,000	10	176	724,346.84	20,000.00	72,434.68
8	Grupo Gefecc	Servicio, Comercio	"CONFITEXPO 2015, PABELLON HECHO EN JALISCO"	226,198	18	333	-	12,566.56	-
9	Cámara Nacional de Comercio de Tlaquepaque	Comercio	47 Edición de la Exposición Nacional de Artículos de Regalo y Decoración Artesanal Mexicana (ENART)	230,000	15	167	979,714	15,333.33	65,314.27
10	Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C.	Industrial	PABELLÓN HECHO EN JALISCO: EXPO MUEBLE INTERNACIONAL VERANO 2015	303,000	16	217	1,182,279	18,937.50	73,892.44
11	Tradex Exposiciones Internacionales SC	Servicio, Comercio	GOURMET SHOW	225,000	12	125	55,125.50	18,750.00	4,593.79



	Razón Social	Sector Económico	Nombre del Proyecto	Monto aprobado	Beneficiarios Directos	Encuentros de Negocio	Ventas	Promedio del costo de participación por empresa beneficiaria	Promedio de ventas por empresa beneficiaria
12	Tradex Exposiciones Internacionales SC	Financiamiento y Emprendimiento	Agave Fest 2015	95,000	8	100	70,851	11,875.00	8,856.38
13	Asociación Nacional de Abarroteros y Mayoristas, A.C.	Servicio, Comercio	"Pabellón Hecho en Jalisco en Expo ANAM 2014"	420,800	18	135	14,819	23,377.78	823.28
14	Patronato de Fiestas de Octubre de la Zona Metropolitana de Guadalajara del Estado de Jalisco	Servicio, Comercio	FIESTAS DE OCTUBRE 2015 PABELLÓN HECHO EN JALISCO	400,000	16	0	731,540	25,000.00	45,721.25
15	Cámara Regional de la Industria de Joyería y Platería del Estado de Jalisco	Comercio	Pabellón Hecho en Jalisco JOYA Octubre 2015.	360,000	13	164	885,777.80	27,692.31	68,136.75
16	Cámara Regional de la Industria de Transformación del Estado de Jalisco	Servicios	EXPO PLASTICOS GUADALAJARA 2015	300,000	20	338	-	15,000.00	-
	Totales			4,074,998	251	3077	5,263,570.14	16,235.05	20,970.40

Fuente: Elaboración propia con base en el archivo denominado "Cierre Planeación DPC 2015" proporcionado por la Dirección de promoción Comercial de SEDECO.

7. ¿El programa ha definido una estrategia de cobertura de mediano y de largo plazo para ampliar la entrega de los bienes o servicios que genera?

Respuesta: No

NIVEL	CRITERIOS
1	<ul style="list-style-type: none">Los dos criterios utilizados son la respuesta directa a la demanda y la disponibilidad presupuestal. No se encontraron documentos donde se hiciera un estudio de la demanda de apoyos o se definiera una estrategia de cobertura futura con plazos específicos en un horizonte temporal de corto, mediano y largo plazo, aunque los criterios de elegibilidad incluidos en la Convocatoria Pública del Subprograma muestran un perfil específico de focalización orientado a una cobertura estratégica que pueden reducir la generación de efectos perversos en la selección de los proyectos aprobados por el Comité Técnico del Programa Jalisco Competitivo.

Justificación

No se identificaron mecanismos documentados para la definición de estrategias de cobertura en cuanto a un diagnóstico de necesidades o de tendencia histórica de la demanda con un enfoque territorial que considere por ejemplo criterios de regionalización de eventos apoyados. Los dos criterios utilizados son la respuesta directa a la demanda y la disponibilidad presupuestal, aunque en 2015 se reconoce que hubo una ampliación de cobertura dirigida hacia artesanos(as) en la entidad.

No se cuenta con algún mecanismo documentado para el análisis de cobertura del Subprograma, la figura del Comité Técnico es el órgano máximo en la toma de decisiones sobre los componentes del Programa Jalisco Competitivo, el cual está integrado por el sector público¹⁴ y el sector privado¹⁵ donde participan gran parte de las cámaras empresariales quienes evalúan los resultados del ejercicio anterior y definen los ajustes que se consideren necesarios, sin embargo no se identificó un rol específico en la formulación de estrategias de cobertura en un escenario de variación presupuestal.

Se recomienda que se pueda llevar a cabo un análisis con base en los resultados de los años anteriores respecto al comportamiento por tamaño y sector de las empresas apoyadas para conocer cuáles de ellos muestran mejores indicadores respecto a los logros alcanzados.

Aunque no se tenga un planteamiento de ampliación de cobertura, lo que sí se aprecia es una búsqueda de focalización estratégica de proyectos a través de los criterios de elegibilidad que se definen en la

¹⁴ Secretaría de Desarrollo Económico, Contraloría General del Estado, Secretaría de Turismo, Secretaría de Desarrollo Rural, Secretaría de Trabajo y de Previsión Social, Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas, Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Rural, Secretaría de Innovación, Ciencia y Tecnología.

¹⁵ Consejo de Cámaras Industriales del Estado de Jalisco (CCIJ), Centro Empresarial de Jalisco (COPARMEX), Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior de Occidente (COMCE), Consejo Agropecuario de Jalisco (CAJ), Cámara Nacional de Comercio de Guadalajara (CANACO), Cámara Regional de la Industria de la Transformación (CAREINTRA), Asociación de Industrias Maquiladoras y Manufactureras de Occidente (INDEX de Occidente), y el Consejo Económico y Social de Jalisco (CESJAL).

Convocatoria Pública del Subprograma como la pertinencia en los sectores precursores o prioritarios en el Estado, así como proyectos generadores y/o conservadores de empleo, que impulsen la integración o encadenamientos del sector, fomenten la inversión, incrementen el nivel de producción y ventas de empresas, impulso de sectores precursores, fomenten la exportación entre otros.

En los casos de ferias y/o festivales nacionales y desarrollo artesanal, además se señala:

- Proyecto que contemple una buena ubicación dentro del evento y afluencia de visitantes en la circunferencia del marco de la feria.
- Proyecto que impulse los vocacionamientos y sectores económicos del municipio que tengan alto potencial económico.
- Proyectos de desarrollo comercial y que permita la generación de ventas.
- Proyectos que se desarrollen en los municipios del Estado.

Para Ferias, Exposiciones y Encuentros negocios

- Proyecto que contemple la ubicación del Pabellón Hecho en Jalisco en el marco central, frontal o de mayor afluencia de visitantes al evento.
- Proyecto que beneficie a la mayor cantidad de empresas.
- Proyecto que beneficie directamente a MIPYMES que tengan productos y servicios Hechos en Jalisco.
- Exposición que cuente con más de dos ediciones y continuidad.

Estos criterios contribuyen en cierta medida a la reducción de posibles efectos perversos en la selección de los proyectos aprobados por el Comité Técnico del Programa Jalisco Competitivo por tanto en la cobertura que tiene el Subprograma.

8. ¿En qué medida los resultados documentados hasta el momento justifican una reorientación de los objetivos iniciales del programa y en qué sentido? (No procede valoración cuantitativa)

Los resultados documentados de los proyectos ejecutados dentro del Subprograma a lo largo del tiempo no muestran cambios en los objetivos iniciales que desde su creación han estado orientados a fortalecer la presencia de las empresas jaliscienses en el mercado nacional e incrementar las ventas de los productos y servicios y para ello se ha buscado impulsar el desarrollo comercial a través de la participación en ferias, exposiciones y encuentros de negocios.

De la misma manera, los logros observados a partir de los informes finales de los proyectos aportan evidencia del cumplimiento de los objetivos en cuanto a la apertura de canales de comercialización e incremento de ventas. En entrevista con el área responsable de la operación del Subprograma se mencionaba además de ello, el conocimiento que se transmite a la población empresarial participante en ferias y exposiciones sobre las condiciones de la competencia, las tendencias en el mercado, en dónde se ubican y valorar de forma comparativa los productos y/o servicios que tienen para orientar sus decisiones en torno a posibles planes de expansión.

En el plano normativo, el artículo 33 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco, establece como una de las atribuciones de la Secretaría de Desarrollo Económico la de “difundir las actividades industriales y comerciales, a través de ferias, exposiciones, convenciones y demás eventos promocionales”.

Con este marco de reflexión, se puede afirmar que no se encuentran elementos que establezcan la necesidad de reorientar los objetivos del Subprograma, sino más bien trabajar sobre las estrategias de cobertura futura en cuanto a la atención de sectores, tamaños de empresas y distribución geográfica regional.

7. ANÁLISIS DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS

Las siguientes matrices FODA brindan el marco de análisis para emitir las recomendaciones que se derivarán del cruce entre fortalezas y amenazas, debilidades y oportunidades, así como entre debilidades y amenazas. Se presentan tres matrices que corresponden a cada uno de los objetivos de esta evaluación.

Objetivo Específico 1: Determinar la pertinencia de los mecanismos de seguimiento con los que cuenta el Subprograma para documentar sus resultados y el avance en el cumplimiento de sus objetivos.

DIMENSIÓN INTERNA	
Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. El subprograma cuenta con mecanismos e instrumentos de seguimiento que acompañan el proceso y cierre por proyecto y cuenta con un reporte de resultados globales de la convocatoria donde se puede valorar el cumplimiento de metas de todos los proyectos apoyados. 2. El subprograma ofrece un acompañamiento presencial antes y durante el desarrollo de los eventos que son cubiertos. 3. La convocatoria pública del Subprograma establece indicadores y metas específicas que buscan abonar al cumplimiento de objetivos del Subprograma y cumplen con criterios del enfoque de Gestión para Resultados. 4. La plataforma en línea de Jalisco Competitivo permite un acceso fácil y transparente a los contenidos de sus componentes del Programa Jalisco Competitivo, entre ellos, el de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rotación frecuente de personal de apoyo del área responsable de la operación del Subprograma. 2. El Subprograma no cuenta con estudios externos o independientes en donde se analicen los resultados obtenidos en casos de intervención pública similares a los que ofrece el Subprograma para la atención del problema público. 3. Los indicadores de resultados y metas establecidos en la Convocatoria Pública no están disponibles públicamente. La única información pública relacionada con resultados del Subprograma es el padrón de beneficiarios a nivel de proyectos en la plataforma en línea de Jalisco Competitivo y la ficha básica del Subprograma en el Sistema de Monitoreo de Programas Públicas del gobierno del estado de Jalisco que indica el número de empresas beneficiadas. 4. El subprograma recolecta información sobre las necesidades de los beneficiarios a través de cuestionarios y sondeos durante los eventos que no se tienen sistematizados.



DIMENSIÓN EXTERNA	Oportunidades <ol style="list-style-type: none">1. Vinculación con organismos dispersores que cuentan con gran experiencia y relevancia en el mercado nacional.2. Recintos de excelencia y prestigio, así como agenda activa de eventos locales y nacionales en la entidad.	Recomendaciones <ul style="list-style-type: none">• No Aplica	Recomendaciones <ul style="list-style-type: none">• Procurar permanencia del personal de apoyo del área responsable de la operación del programa y generar manual operativo que apoyen el desarrollo de las actividades rutinarias de seguimiento.• Documentar estudios externos que analicen los efectos encontrados a partir de apoyos similares a los ofrecidos por el Subprograma.• Utilizar la plataforma de Jalisco Competitivo para alimentar los indicadores del informe final que permita la sistematización automática de los datos globales anuales, entre ellos los financieros que permitirán estimar el costo-eficiencia y costo-eficacia del Subprograma.• Organizar una reunión grupal con los dispersores al término del año para hacer una evaluación conjunta de los diferentes eventos e identificar las mejores prácticas que potencialicen el cumplimiento de los objetivos del Subprograma.
	Amenazas <ol style="list-style-type: none">1. Existencia de otros programas similares (ferias y exposiciones) que compiten y generan deserción en el Subprograma debido a que no exigen una aportación económica de los participantes o los lineamientos no son tan rígidos.	Recomendaciones <ul style="list-style-type: none">• Buscar sinergias y transformar la competencia en complementariedad con programas similares de acuerdo al perfil de los solicitantes.	Recomendaciones <ul style="list-style-type: none">• En los casos de perfiles de solicitantes que pueden acceder a programas similares, orientarlos para que acudan a las otras dependencias responsables, con el fin de apoyar a otros proyectos y con ello ampliar la cobertura de atención.

Objetivo Específico 2: Determinar en qué medida el cumplimiento de los objetivos del Subprograma es pertinente para la atención del problema público que se tiene diagnosticado.

		DIMENSIÓN INTERNA	
		Fortalezas	Debilidades
		<ol style="list-style-type: none"> Los objetivos del componente "Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales" tienen una alineación directa con instrumentos de planeación a nivel estatal y con respecto al problema público definido en documentos institucionales. La provisión de apoyos y los resultados obtenidos a través del Subprograma se encuentran suficientemente documentados por cada proyecto y cuenta con un sistema de información que reúne los valores agregados de los indicadores de empresas beneficiadas, ventas, encuentros de negocio. 	<ol style="list-style-type: none"> El Subprograma carece de un diagnóstico elaborado expreso que permita un análisis detallado de la lógica y correspondencia causal entre los objetivos y el problema público. El Subprograma no cuenta con una base de datos que integre la información por empresa o emprendedor beneficiario que permita una caracterización de la población atendida más detallada y un análisis más desagregado de indicadores respecto a la atención del problema público. El Subprograma no cuenta con algún documento que contemple el análisis de retos a corto, mediano y largo plazo, así como la formulación de estrategias para abordarlos. Difusión limitada del Subprograma que repercute en baja rotación de participantes.
DIMENSIÓN EXTERNA	Oportunidades	Recomendaciones	Recomendaciones
	<ol style="list-style-type: none"> Existencia de estudios sobre las condiciones de las MIPYMES a nivel nacional y en Jalisco que incluyen el análisis de su acceso a mercados y los procesos de comercialización. 	<ul style="list-style-type: none"> No Aplica 	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un estudio de diagnóstico sobre la problemática que presentan las empresas jaliscienses relacionada con la comercialización de productos y servicios en el mercado nacional que considere estudios e investigaciones existentes. Crear una base de datos donde la unidad de análisis sea la empresa o emprendedor con información del tamaño, sector y municipio, así como los valores de los indicadores de resultados a ese nivel de desagregación. Elaborar un documento analítico de los retos del Subprograma a corto, mediano y largo plazo en el que se incluya el diseño de estrategias para el abordaje de cada uno de ellos.



Amenazas	Recomendaciones	Recomendaciones
<ol style="list-style-type: none">1. Falta de compromiso de algunas empresas cuando se trata de participación en programas públicos que requieren coparticipación y desisten.2. Condiciones de vulnerabilidad económica de las MIPYMES que no les permite cubrir la aportación económica correspondiente.	<ul style="list-style-type: none">• Difundir los resultados obtenidos por el Subprograma en ejercicios anteriores entre los organismos dispersores, las empresas y emprendedores de proyectos aprobados para incentivar y asegurar su participación en los términos de la Convocatoria Pública.	<ul style="list-style-type: none">• Llevar a cabo una difusión estratégica que incremente el conocimiento sobre el Subprograma entre su población objetivo.

Objetivo Específico 3: Determinar en qué medida el desempeño del Subprograma es pertinente para garantizar su sostenibilidad y la de sus resultados.

		DIMENSIÓN INTERNA	
		Fortalezas	Debilidades
		<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El Subprograma tiene cuantificados los beneficios generados respecto al monto de ventas y encuentros de negocios. 2. Los registros de beneficios obtenidos por los proyectos a través de su participación en el Subprograma arrojan un balance positivo, en donde estos son mayores con respecto a los recursos destinados. 3. Los criterios de elegibilidad incluidos en la Convocatoria Pública del Subprograma muestran un perfil específico de focalización orientado a una cobertura estratégica que pueden reducir la generación de efectos perversos en la selección de los proyectos. 	<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. El Subprograma no cuenta con mecanismos para el análisis de su cobertura, ni diseño de estrategias que contemplen su ampliación en el corto, mediano y largo plazo.
DIMENSIÓN EXTERNA	<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversificación de eventos (ferias y exposiciones) en el interior del estado de Jalisco y a nivel nacional. 	<p>Recomendaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • No Aplica. 	<p>Recomendaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formular y documentar estrategias para la cobertura del Subprograma a corto, mediano y largo plazo con base en los resultados del Subprograma en ejercicios financieros y operativos de años anteriores, en donde se tome en consideración la dispersión geográfica de los eventos en el estado y a nivel nacional.
	<p>Amenazas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poca disposición de las empresas para ofrecer datos financieros. 	<p>Recomendaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solicitar información financiera sobre montos de ventas promedio anuales a las empresas participantes para precisar el cálculo de beneficios de forma inmediata posterior y de seguimiento donde se estipule su tratamiento con fines de análisis estadístico. 	<p>Recomendaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documentar la revisión de indicadores de resultados donde la unidad de análisis sea la empresa o emprendedor y se incluyan indicadores sobre la variación en el volumen de ventas, con el fin de precisar la contribución del Subprograma respecto a las ventas estimadas antes y después de la intervención, así como el número de clientes nuevos en el estado y en otras entidades de la República a partir de su participación en el Subprograma.

8. RECOMENDACIONES

A manera de cierre, se presentan algunas recomendaciones derivadas del análisis del diseño del programa por cada uno de los objetivos de la evaluación.

Objetivo Específico 1: Determinar la pertinencia de los mecanismos de seguimiento con los que cuenta el Subprograma para documentar sus resultados y el avance en el cumplimiento de sus objetivos.

ANÁLISIS				
Consecutivo (por prioridad)	Recomendación	Mejora esperada	Actividades por recomendación	Implicaciones por actividad (operativas, jurídico-administrativas, financieras)
1	Procurar permanencia del personal de apoyo del área responsable de la operación del programa y generar manual operativo que apoyen el desarrollo de las actividades rutinarias de seguimiento.	Fortalecimiento de los procesos de sistematización relativos al seguimiento y monitoreo de avances y resultados del Subprograma.	Gestionar equipo humano auxiliar del área responsable de la operación del Subprograma y elaborar manual operativo con base a los mecanismos y formatos de informes de vigentes de monitoreo y seguimiento de resultados.	Actividades operativas de gestión y trabajo de gabinete.
2	Documentar estudios externos que analicen los efectos encontrados a partir de apoyos similares a los ofrecidos por el Subprograma.	Mayor acercamiento analítico en relación a los alcances y limitaciones del tipo de intervención que hace el Subprograma.	Acopiar de estudios que analicen resultados de programas similares que atienden las necesidades de comercialización de MIPYMES.	Actividad operativa de acopio y sistematización de información.
3	Utilizar la plataforma de Jalisco Competitivo para alimentar los indicadores del informe final que permita la sistematización automática de los datos globales anuales, entre ellos los financieros que permitirán estimar el costo-eficiencia y costo-eficacia del Subprograma.	Lograr la sistematización automática de los indicadores individuales por empresa y agregados anuales, entre ellos los financieros que permitirán incluir otras variables en el costo-eficiencia y costo-eficacia del Subprograma y mejorar la transparencia y rendición de cuentas del Subprograma.	Gestión interna para agregar módulo de resultados dentro de la plataforma, capacitación a organismos dispersores para su captura y actualización.	Actividades operativas de gestión con el área de soporte técnico y capacitación para la alimentación de datos en la plataforma.

4	Organizar una reunión grupal con los dispersores al término del año para hacer una evaluación conjunta de los diferentes eventos e identificar las mejores prácticas que potencialicen el cumplimiento de los objetivos del Subprograma.	Retroalimentación con actores importantes del Subprograma en los procesos de planeación, ejecución y valoración de resultados de ejercicios futuros.	Calendarizar y preparar sesión de retroalimentación con organismos dispersores.	Actividades administrativas, operativas de gabinete para la sistematización de la información y directivas de análisis y toma de decisiones.
5	En los casos de perfiles de solicitantes que pueden acceder a programas similares, orientarlos para que acudan a las otras dependencias responsables, con el fin de apoyar a otros proyectos y con ello ampliar la cobertura de atención.	Ampliar la atención de las necesidades de comercialización a través de la participación en ferias y exposiciones a más empresas jaliscienses.	Generar documentos informativos para orientar a los solicitantes que reúnan el perfil para otros programas similares su participación en ellos cuando los calendarios de eventos así lo permita.	Actividades operativas de recolección de información sobre otros programas y diseño de documentos informativos.
6	Buscar sinergias y transformar la competencia en complementariedad con programas similares de acuerdo al perfil de los solicitantes.	Reducción de los desistimientos de beneficiarios motivados por la preferencia en otros programas similares.	Generar el, acercamiento con responsables de programas similares y acordar estrategias de complementariedad y trabajo colaborativo.	Actividades operativas de gestión y trabajo coordinado.

Objetivo Específico 2: Determinar en qué medida el cumplimiento de los objetivos del Subprograma es pertinente para la atención del problema público que se tiene diagnosticado.

ANÁLISIS				
Consecutivo (por prioridad)	Recomendación	Mejora esperada	Actividades por recomendación	Implicaciones por actividad (operativas, jurídico-administrativas, financieras)
1	Elaborar un estudio de diagnóstico sobre la problemática que presentan las empresas jaliscienses relacionada con la comercialización de productos y servicios en el mercado nacional que considere estudios e investigaciones existentes.	Lograr una comprensión más integral de la lógica y correspondencia causal de la intervención con respecto al problema público que atiende el Subprograma.	Identificar, analizar y sistematizar investigaciones que permitan integrar un diagnóstico que examine de forma específica el problema público al que se dirige el Subprograma y su contexto a nivel estatal, regional y municipal.	Actividades operativas de trabajo de gabinete.
2	Crear una base de datos donde la unidad de análisis sea la empresa o emprendedor con información del tamaño, sector y municipio, así como los valores de los indicadores de resultados a ese nivel de desagregación.	Caracterización de la población atendida por el Subprograma y un análisis más desagregado y directo respecto a la atención del problema público.	Capturar los datos de los informes de resultados de cada una de las empresas que participan por proyecto.	Actividades operativas de trabajo de gabinete.

3	Elaborar un documento analítico de los retos del Subprograma a corto, mediano y largo plazo en el que se incluya el diseño de estrategias para el abordaje de cada uno de ellos.	Sostenibilidad en el tiempo del Subprograma.	Analizar, sistematizar, evidenciar y documentar los retos que han sido identificados por los responsables de la operación del Subprograma.	Actividad operativa de trabajo de gabinete.
4	Llevar a cabo una difusión estratégica que incremente el conocimiento sobre el Subprograma entre su población objetivo.	Mayor rotación de beneficiarios y ampliación de su cobertura dirigida a las empresas que presentan la necesidad.	Establecer los canales de difusión que pudieran ser más efectivos para acercar el Subprograma a su población objetivo.	Actividad operativa de diseño de estrategias de difusión y financieras para la asignación de recursos.
5	Difundir los resultados obtenidos por el Subprograma en ejercicios anteriores entre los organismos dispersores, las empresas y emprendedores de proyectos aprobados.	Incentivación y aseguramiento de una participación responsable de las empresas y emprendedores en los términos que establece la Convocatoria Pública del Subprograma.	Organizar sesión informativa con organismos dispersores.	Actividad operativa de logística y gestión.

Objetivo Específico 3: Determinar en qué medida el desempeño del Subprograma es pertinente para garantizar su sostenibilidad y la de sus resultados.

Consecutivo (por prioridad)	Recomendación	Mejora esperada	Actividades por recomendación	Implicaciones por actividad (operativas, jurídico-administrativas, financieras)
1	Formular y documentar estrategias para la cobertura del Subprograma a corto, mediano y largo plazo con base en los resultados del Subprograma en ejercicios financieros y operativos de años anteriores, en donde se tome en consideración la dispersión geográfica de los eventos en el estado y a nivel nacional.	Toma de decisión con base en evidencia empírica para la cobertura estratégica del Subprograma.	Integrar base de datos con resultados de ejercicios pasados por empresa o emprendedor.	Actividades operativas de organización y captura de datos.



Consecutivo (por prioridad)	Recomendación	Mejora esperada	Actividades por recomendación	Implicaciones por actividad (operativas, jurídico- administrativas, financieras)
2	Solicitar información financiera sobre montos de ventas promedio anuales a las empresas participantes para precisar el cálculo de beneficios de forma inmediata posterior y de seguimiento donde se estipule su tratamiento con fines de análisis estadístico.	Disposición de datos que enriquezcan el análisis de los beneficios en términos monetarios en el corto y mediano plazo.	Incluir indicador sobre ventas promedio anuales de las empresas y elaborar un formato de seguimiento para ser respondido seis meses o un año posterior a su participación.	Actividades operativas para organizar mesas de discusión sobre la viabilidad de incluir este indicador y seguimiento. Y actividades jurídicas en caso de que sean aprobados para su incorporación en la convocatoria pública y convenio que se firma con los beneficiarios.
3	Documentar la revisión de indicadores de resultados donde la unidad de análisis sea la empresa o emprendedor y se incluyan indicadores sobre la variación en el volumen de ventas, con el fin de precisar la contribución del Subprograma respecto a las ventas estimadas antes y después de la intervención, así como el número de clientes nuevos en el estado y en otras entidades de la República a partir de su participación en el Subprograma.	Ampliación de la aproximación analítica en torno a la contribución del Subprograma en la solución del problema público que atiende.	Crear base de datos que incluya nuevos indicadores: volumen promedio de ventas anuales, número de clientes nuevos y su ubicación geográfica.	Actividades operativas de organización y captura de datos.



9. CONCLUSIONES

El Subprograma responde a necesidades que han sido detectadas como desventajas de las empresas micro, pequeñas y medianas que enfrentan mayores dificultades de acceso y vinculación con los mercados, en donde la participación en eventos de exhibición y comercialización representa oportunidades de incursión a esos medios que pueden incrementar su sostenibilidad en el tiempo. También incentivan la formalidad que es condición para la inscripción al programa como ha sido el caso de los artesanos(as) quienes han encontrado un impulso importante a su actividad.

En ese sentido, cabe mencionar que las valoraciones expresadas por beneficiarios del Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales fueron muy positivas respecto a los resultados logrados en cuanto a la apertura de nuevos canales de comercialización, posicionamiento de manera satisfactoria de sus productos y/o servicios, el contacto con el público más especializado dentro de sus mercados de interés y el conocimiento sobre cómo este tipo de eventos [ferias y exposiciones] son una alternativa para expandir sus mercados, incrementar su productividad y la posibilidad de emplear a más personas.

Por otra parte, los aspectos que requieren mejorarse es el conocimiento respaldado en estudios externos con evidencia empírica de los resultados que se han obtenido en otras experiencias basadas en intervenciones similares para la atención del problema público en el que se desea incidir, la elaboración de diagnóstico elaborado exprofeso para una comprensión más integral de la lógica y correspondencia causal de la intervención, la sistematización de indicadores a nivel de las empresas y emprendedores participantes que permitan caracterizar a la población atendida y llevar a cabo una valoración más puntual de los resultados de forma desagregada. Del mismo modo, es importante la documentación de retos, la formulación de estrategias de cobertura en el corto, mediano y largo plazo, así como la publicación de los indicadores de resultados que son establecidos en la convocatoria pública.

10. BIBLIOGRAFÍA

- Convocatoria pública en el año 2015 para acceder a los apoyos de “Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales” del programa. Recuperado el 1 de junio de 2015 en: <http://info.jalisco.gob.mx/convocatorias/13246>
- Gobierno del Estado de Jalisco (2013). Plan Estatal de Desarrollo 2013-2033. Recuperado el 1 de junio de 2015 en: <http://sepaf.jalisco.gob.mx/gestion-estrategica/planeacion/ped-2013-2033>
- Gobierno del Estado de Jalisco (2014) Programas Sectoriales de la Dimensión de Economía Próspera e Incluyente. Recuperado el 1 de junio de 2015 en: http://sepaf.jalisco.gob.mx/sites/sepaf.jalisco.gob.mx/files/d2_-_economia_prospera_e_incluyente_v2.pdf
- INDEXA (2011). Evaluación de diseño, operación y resultados del Programa Productividad Jalisco. Guadalajara: Secretaría de Promoción Económica.
- OIT, & CCIJ. (2015). *Diagnóstico del Entorno de Negocios en Jalisco, México*. México: International Labour Organization.
- Periódico Oficial El Estado de Jalisco (2015). Reglas de Operación de Asignación de Recursos para los proyectos 2015 a través del Programa para el Fomento a la Industria, Comercio, Servicios y Desarrollo de los Sectores Productivos “Jalisco Competitivo: Generando Bienestar y Desarrollo Económico”. Publicado el sábado 7 de febrero de 2015, Número 26, Sección IV.
- Periódico Oficial El Estado de Jalisco (2015). Lineamientos Generales para el Monitoreo y Evaluación de los Programas Públicos del Gobierno de Jalisco. Publicados el sábado 18 de abril de 2015, Número 6, Sección IV.
- Periódico Oficial El Estado de Jalisco (2015). Lineamientos Generales para el Monitoreo y Evaluación de los Programas Públicos del Gobierno de Jalisco. Publicados el sábado 18 de abril de 2015, Número 6, Sección IV.
- Sistema de Monitoreo de Programas Públicos del Gobierno del Estado de Jalisco. Ficha Básica de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales (Subprograma de Jalisco Competitivo). Recuperado el 2 de junio de 2016 en [https://programas.app.jalisco.gob.mx/programas/apoyo/Ferias,-Exposiciones-Encuentros-de-Negocios-Nacionales-\(Subprograma-de-Jalisco-Competitivo\)/345](https://programas.app.jalisco.gob.mx/programas/apoyo/Ferias,-Exposiciones-Encuentros-de-Negocios-Nacionales-(Subprograma-de-Jalisco-Competitivo)/345)
- Sistema de Monitoreo de Indicadores del Desarrollo de Jalisco MIDE (s.f.). Indicador "Participación en ferias y exposiciones realizadas en el país". Recuperado el 5 de junio de 2016 en <https://seplan.app.jalisco.gob.mx/mide/>
- UPS, & Grupo Expansión. (2015). *UPS México*. Recuperado el 2016 de julio de 11, de Las Exportaciones en México. Desafíos y Oportunidades.: https://solvers.ups.com/mx?WT.mc_id=VAN701497

11. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ALCANCE DE LA EVALUACIÓN. Nivel de comprensión que se espera tener del objeto de estudio, y puede ser: 1) Exploratorio, cuando se examina un problema o programa público no investigado anteriormente; 2) Descriptivo, cuando se caracteriza un problema o un programa público señalando sus propiedades, aspectos importantes; 3) Correlacional, cuando se identifica la relación entre dos o más variables del problema o programa público permitiendo prever escenarios futuros; y, 4) Explicativo: cuando se resuelve una hipótesis de la cual se obtienen conocimientos relevantes nuevos.

ANÁLISIS FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas). Es una de las técnicas evaluativas más utilizadas en la elaboración de un diagnóstico interno y del contexto externo en el cual se está actuando; permite verificar en qué medida los efectos positivos de un programa continuarán después de que la ayuda externa haya finalizado.

CONVENIO. Acuerdo firmado por las partes, en este caso por los representantes responsables del Subprograma y las incubadoras, donde se establecen obligaciones y derechos y en anexo se definen los productos entregables y las metas cumplir.

EVALUACIÓN DE RESULTADOS. Evaluación de carácter externo; cuyo objeto de estudio principal son los productos y efectos inmediatos de la implementación de los programas públicos y cuya finalidad principal es determinar el cumplimiento de los objetivos.

EXPOSICIONES: Eventos en recintos formales donde tienen lugar, encuentros o agendas de negocio conferencias con públicos especializados de acuerdo a la categoría del evento (compradores internacionales, nacionales, empresarios que buscan productos específicos para sus negocios) para vincularse con clientes potenciales a corto, mediano y largo plazo.

FERIAS: Eventos casi siempre en exteriores, abiertos al público en general donde se ofrece venta directa, sin una caracterización específica de sus asistentes (ferias municipales, patronales).

FUENTES DE INFORMACIÓN. Documentos y bases de datos en versión impresa y electrónica consultados como evidencia que respalda la argumentación

MIPYMES. Acrónimo o siglas con el que se identifica a las micro, pequeñas y medianas empresas mexicanas, legalmente constituidas para realizar actividades productivas.

MATRIZ DE INDICADORES DE RESULTADOS (MIR). Resumen de un programa en una estructura de una matriz de cuatro filas por cuatro columnas mediante la cual se describe el fin, el propósito, los componentes y las actividades, así como los indicadores, los medios de verificación y supuestos para cada uno de los objetivos.

POBLACIÓN ATENDIDA. Población beneficiada por un programa en un ejercicio fiscal.

POBLACIÓN OBJETIVO. Población que un programa tiene planeado o programado atender para cubrir la población potencial y que cumple con los criterios de elegibilidad establecidos en su normatividad.



POBLACIÓN POTENCIAL. Población total que presenta la necesidad o problema que justifica la existencia de un programa y que, por lo tanto, pudiera ser elegible para su atención.

PROBLEMA PÚBLICO. Es una carencia o una situación que afecta negativamente el bienestar de la población o un segmento de esta y que ha sido reconocida como tal por las autoridades y la sociedad.

PROGRAMA PÚBLICO. Es una intervención gubernamental directa sobre una realidad social, que se usa, en conjunto con otros programas (y otros instrumentos de política), para implementar una política que tiene el fin de resolver un problema público.

REGLAS DE OPERACIÓN (ROP). Son un conjunto de disposiciones que precisan la forma de operar un programa, con el propósito de lograr los niveles esperados de eficacia, eficiencia, equidad y transparencia.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN. Aquellos procesos de aproximación al objeto de estudio con el fin de obtener insumos de información, y pueden ser cualitativas o cuantitativas.

TÉRMINOS DE REFERENCIA (TDR). Documento técnico que describe los objetivos, preguntas de investigación evaluativa, alcances y características técnico-metodológicas de la evaluación.

12. DIRECTORIO DE PARTICIPANTES

- **Yasodhara Silva Medina.** Doctora en Ciencias Sociales con especialidad en Sociología de la Universidad de Guadalajara y Maestra en Política y Gestión Pública por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Fue becaria de la Fundación Carolina de la Escuela de Métodos de Análisis Sociopolítico en la Universidad de Salamanca, España. Fungió como miembro-investigadora delegada de México en el Programa Internacional de Encuestas Sociales (ISSP por sus siglas en inglés) en el periodo de 2003 a 2011. Ha participado en la coordinación y realización de diagnósticos, proyectos de planeación participativa y evaluaciones de programas públicos federales y estatales. Actualmente es profesora en licenciatura y posgrado en ITESO de materias relacionadas con metodología de la investigación.
- **Ivette Flores Laffont.** Maestra en Antropología Social por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS) y Doctora en Ciencias Sociales por el CIESAS. Ha colaborado en distintos proyectos de diagnóstico y evaluación de programas sociales de la SEDESOL y del INALI, algunos de ellos enfocados a la pertinencia de políticas públicas dirigidas a la población indígena en contextos metropolitanos.
- **Ana Marcela Torres Hernández.** Licenciada y Maestra en Economía; es Doctora en Ciencias Económico Administrativas con Especialidad de Políticas Públicas por la Universidad de Guadalajara. Su experiencia laboral inicia en 2007 en una consultora privada, para después participar en el sector público en áreas de Diseño, Seguimiento y Evaluación de Programas Gubernamentales desde el año 2010 a nivel municipal y del 2014 al 2016 en la Secretaría de Desarrollo e Integración Social del gobierno del estado de Jalisco. Cursó el programa ejecutivo y un taller de incubación de evaluaciones de impacto a programas sociales impartidos por el Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab (J-PAL) Latinoamérica. Tiene experiencia en el diseño e implementación de proyectos comunitarios de protección a la infancia y con mujeres jefas de familia. Sus temas de interés de investigación son: Evaluación de programas, adolescencia y comportamientos de riesgo, políticas de familia, equidad de género, voluntariado, diseño de intervenciones en comunidades marginadas, diseño e implementación de diagnósticos participativos, políticas de desarrollo, innovación y emprendimiento social, y micro emprendimiento. Como docente ha impartido las materias de “Taller de Inserción Social y Comunitaria” durante los años 2012 y 2013 en la Universidad del Valle de Atemajac, y de Microeconomía I y II en la Universidad de Guadalajara del año 2013 a la fecha.
- **Anabel Peña Guzmán.** Licenciada en Turismo y Maestra en Administración de Negocios por la Universidad de Guadalajara y es docente de Matemáticas Financieras en la Universidad de Innovación en Puerto Vallarta.

13. ANEXOS

ANEXO 1. Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

Objetivo Específico 1: Determinar la pertinencia de los mecanismos de seguimiento con los que cuenta el Subprograma para documentar sus resultados y el avance en el cumplimiento de sus objetivos.

DIMENSIÓN INTERNA	
Fortalezas	Debilidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. El subprograma cuenta con mecanismos e instrumentos de seguimiento que acompañan el proceso y cierre por proyecto y cuenta con un reporte de resultados globales de la convocatoria donde se puede valorar el cumplimiento de metas de todos los proyectos apoyados. 2. El subprograma ofrece un acompañamiento presencial antes y durante el desarrollo de los eventos que son cubiertos. 3. La convocatoria pública del Subprograma establece indicadores y metas específicas que buscan abonar al cumplimiento de objetivos del Subprograma y cumplen con criterios del enfoque de Gestión para Resultados. 4. La plataforma en línea de Jalisco Competitivo permite un acceso fácil y transparente a los contenidos de sus componentes del Programa Jalisco Competitivo, entre ellos, el de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rotación frecuente de personal de apoyo del área responsable de la operación del Subprograma. 2. El Subprograma no cuenta con estudios externos o independientes en donde se analicen los resultados obtenidos en casos de intervención pública similares a los que ofrece el Subprograma para la atención del problema público. 3. Los indicadores de resultados y metas establecidos en la Convocatoria Pública no están disponibles públicamente. La única información pública relacionada con resultados del Subprograma es el padrón de beneficiarios a nivel de proyectos en la plataforma en línea de Jalisco Competitivo y la ficha básica del Subprograma en el Sistema de Monitoreo de Programas Públicas del gobierno del estado de Jalisco que indica el número de empresas beneficiadas. 4. El subprograma recolecta información sobre las necesidades de los beneficiarios a través de cuestionarios y sondeos durante los eventos que no se tienen sistematizados.



DIMENSIÓN EXTERNA	Oportunidades <ol style="list-style-type: none">1. Vinculación con organismos dispersores que cuentan con gran experiencia y relevancia en el mercado nacional.2. Recintos de excelencia y prestigio, así como agenda activa de eventos locales y nacionales en la entidad.	Recomendaciones <ul style="list-style-type: none">• No Aplica	Recomendaciones <ul style="list-style-type: none">• Procurar permanencia del personal de apoyo del área responsable de la operación del programa y generar manual operativo que apoyen el desarrollo de las actividades rutinarias de seguimiento.• Documentar estudios externos que analicen los efectos encontrados a partir de apoyos similares a los ofrecidos por el Subprograma.• Utilizar la plataforma de Jalisco Competitivo para alimentar los indicadores del informe final que permita la sistematización automática de los datos globales anuales, entre ellos los financieros que permitirán estimar el costo-eficiencia y costo-eficacia del Subprograma.• Organizar una reunión grupal con los dispersores al término del año para hacer una evaluación conjunta de los diferentes eventos e identificar las mejores prácticas que potencialicen el cumplimiento de los objetivos del Subprograma.
	Amenazas <ol style="list-style-type: none">1. Existencia de otros programas similares (ferias y exposiciones) que compiten y generan deserción en el Subprograma debido a que no exigen una aportación económica de los participantes o los lineamientos no son tan rígidos.	Recomendaciones <ul style="list-style-type: none">• Buscar sinergias y transformar la competencia en complementariedad con programas similares de acuerdo al perfil de los solicitantes.	Recomendaciones <ul style="list-style-type: none">• En los casos de perfiles de solicitantes que pueden acceder a programas similares, orientarlos para que acudan a las otras dependencias responsables, con el fin de apoyar a otros proyectos y con ello ampliar la cobertura de atención.

Objetivo Específico 2: Determinar en qué medida el cumplimiento de los objetivos del Subprograma es pertinente para la atención del problema público que se tiene diagnosticado.

		DIMENSIÓN INTERNA	
		<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> Los objetivos del componente “Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales” tienen una alineación directa con instrumentos de planeación a nivel estatal y con respecto al problema público definido en documentos institucionales. La provisión de apoyos y los resultados obtenidos a través del Subprograma se encuentran suficientemente documentados por cada proyecto y cuenta con un sistema de información que reúne los valores agregados de los indicadores de empresas beneficiadas, ventas, encuentros de negocio. 	<p>Debilidades</p> <p>El Subprograma carece de un diagnóstico elaborado expofeso que permita un análisis detallado de la lógica y correspondencia causal entre los objetivos y el problema público.</p> <p>El Subprograma no cuenta con una base de datos que integre la información por empresa o emprendedor beneficiario que permita una caracterización de la población atendida más detallada y un análisis más desagregado de indicadores respecto a la atención del problema público.</p> <p>El Subprograma no cuenta con algún documento que contemple el análisis de retos a corto, mediano y largo plazo, así como la formulación de estrategias para abordarlos.</p> <p>Difusión limitada del Subprograma que repercute en baja rotación de participantes.</p>
DIMENSIÓN EXTERNA	<p>Oportunidades</p> <ol style="list-style-type: none"> Existencia de estudios sobre las condiciones de las MIPYMES a nivel nacional y en Jalisco que incluyen el análisis de su acceso a mercados y los procesos de comercialización. 	<p>Recomendaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> No Aplica 	<p>Recomendaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> Elaborar un estudio de diagnóstico sobre la problemática que presentan las empresas jaliscienses relacionada con la comercialización de productos y servicios en el mercado nacional que considere estudios e investigaciones existentes. Crear una base de datos donde la unidad de análisis sea la empresa o emprendedor con información del tamaño, sector y municipio, así como los valores de los indicadores de resultados a ese nivel de desagregación. Elaborar un documento analítico de los retos del Subprograma a corto, mediano y largo plazo en el que se incluya el diseño de estrategias para el abordaje de cada uno de ellos.



	Amenazas	Recomendaciones	Recomendaciones
	<ol style="list-style-type: none">1. Falta de compromiso de algunas empresas cuando se trata de participación en programas públicos que requieren coparticipación y desisten.2. Condiciones de vulnerabilidad económica de las MIPYMES que no les permite cubrir la aportación económica correspondiente.	<ul style="list-style-type: none">• Difundir los resultados obtenidos por el Subprograma en ejercicios anteriores entre los organismos dispersores, las empresas y emprendedores de proyectos aprobados para incentivar y asegurar su participación en los términos de la Convocatoria Pública.	<ul style="list-style-type: none">• Llevar a cabo una difusión estratégica que incremente el conocimiento sobre el Subprograma entre su población objetivo.

Objetivo Específico 3: Determinar en qué medida el desempeño del Subprograma es pertinente para garantizar su sostenibilidad y la de sus resultados.

		DIMENSIÓN INTERNA	
		Fortalezas	Debilidades
		<ol style="list-style-type: none"> 1. El Subprograma tiene cuantificados los beneficios generados respecto al monto de ventas y encuentros de negocios. 2. Los registros de beneficios obtenidos por los proyectos a través de su participación en el Subprograma arrojan un balance positivo, en donde estos son mayores con respecto a los recursos destinados. 3. Los criterios de elegibilidad incluidos en la Convocatoria Pública del Subprograma muestran un perfil específico de focalización orientado a una cobertura estratégica que pueden reducir la generación de efectos perversos en la selección de los proyectos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Subprograma no cuenta con mecanismos para el análisis de su cobertura, ni diseño de estrategias que contemplen su ampliación en el corto, mediano y largo plazo.
DIMENSIÓN EXTERNA	Oportunidades	Recomendaciones	Recomendaciones
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diversificación de eventos (ferias y exposiciones) en el interior del estado de Jalisco y a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • No Aplica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Formular y documentar estrategias para la cobertura del Subprograma a corto, mediano y largo plazo con base en los resultados del Subprograma en ejercicios financieros y operativos de años anteriores, en donde se tome en consideración la dispersión geográfica de los eventos en el estado y a nivel nacional.
	Amenazas	Recomendaciones	Recomendaciones
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Poca disposición de las empresas para ofrecer datos financieros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitar información financiera sobre montos de ventas promedio anuales a las empresas participantes para precisar el cálculo de beneficios de forma inmediata posterior y de seguimiento donde se estipule su tratamiento con fines de análisis estadístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documentar la revisión de indicadores de resultados donde la unidad de análisis sea la empresa o emprendedor y se incluyan indicadores sobre la variación en el volumen de ventas, con el fin de precisar la contribución del Subprograma respecto a las ventas estimadas antes y después de la intervención, así como el número de clientes nuevos en el estado y en otras entidades de la República a partir de su participación en el Subprograma.



ANEXO 2. Valoración final del programa.

Nombre del Subprograma:	Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales
Modalidad:	Convocatoria pública
Dependencia/Entidad:	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)
Unidad Responsable:	Dirección de Área de Promoción Comercial adscrita a la Dirección General de Comercio y Mercado Interno
Tipo de Evaluación:	De Resultados
Año de la Evaluación:	2016

Objetivo	Nivel Promedio por Objetivo	Justificación (Breve descripción de las causas que motivaron el nivel por objetivo o el nivel total)
1) Determinar la pertinencia de los mecanismos de seguimiento con los que cuentan el Subprograma para documentar sus resultados y el avance en el cumplimiento de sus objetivos.	2	El subprograma cuenta con mecanismos e instrumentos de seguimiento que acompañan el proceso y cierre por proyecto. Cuenta con un reporte de resultados globales de la convocatoria donde se puede valorar los resultados de todos los indicadores y metas del conjunto de los proyectos, pero estos no son públicos. Se carece de estudios externos o independientes en los que se analicen los resultados que éste genera en la condición del problema público que pretende atender.
2) Determinar en qué medida el cumplimiento de los objetivos del Subprograma es pertinente para la atención del problema público que se tiene diagnosticado.	2.3	Los objetivos del componente tienen una alineación con los instrumentos de planeación a nivel estatal y con respecto al problema público definido en documentos institucionales. La provisión de apoyos y los resultados obtenidos a través de ellos se encuentran suficientemente documentados por cada proyecto. Sin embargo, hace falta la integración de una base de datos por empresa o emprendedor beneficiario para la caracterización de la población atendida y un análisis más desagregado respecto a la atención del problema público. El Subprograma no cuenta con algún documento que contemple el análisis de retos a corto, mediano y largo plazo, así como la formulación de estrategias para abordarlos.



Objetivo	Nivel Promedio por Objetivo	Justificación (Breve descripción de las causas que motivaron el nivel por objetivo o el nivel total)
3) Determinar en qué medida el desempeño del Subprograma es pertinente para garantizar su sostenibilidad y la de sus resultados.	2	Los registros de beneficios obtenidos por las empresas y emprendedores a través de su participación en el Subprograma arrojan un balance positivo, en donde estos son mayores con respecto a los recursos destinados, a lo cual se esperaría que sumaran las ventas potenciales que se deriven de los encuentros de negocios celebrados, de los cuales no siempre se puede contar con una proyección cuantificable. No se encontraron documentos donde se hiciera un estudio de la demanda de apoyos o se definiera una estrategia de cobertura futura con plazos específicos en un horizonte temporal de corto, mediano y largo plazo, aunque los criterios de elegibilidad incluidos en la Convocatoria Pública del Subprograma muestran un perfil específico de focalización orientado a una cobertura estratégica que pueden reducir la generación de efectos perversos en la selección de los proyectos aprobados por el Comité Técnico del Programa Jalisco Competitivo.
Valoración Final	2.1	El Subprograma ha generado mecanismos muy puntuales de seguimiento que le permiten recoger información para verificar el cumplimiento de objetivos por proyecto, pero estos no son públicos, carece de un análisis de estudios externos que le permitan conocer con precisión los alcances del tipo de intervención que se ofrece para la solución del problema público, que en conjunto servirían de insumo para la formulación de estrategias de cobertura a corto, mediano y largo plazo.



ANEXO 3. Ficha técnica con los datos generales de la entidad evaluadora externa y el costo de la evaluación.

Nombre de la instancia evaluadora

Descifra Investigación Estratégica Social, Política y de Mercado, S.C. (Demoskópica México).

Nombre del coordinador de la evaluación

Dra. Yasodhara Silva Medina.

Nombre de los investigadores responsables de la evaluación

Dra. Yasodhara Silva Medina y Dra. Ivette Flores Laffont

Nombre de investigadores colaboradores de la evaluación

Dra. Ana Marcela Torres Hernández y Mtra. Anabel Peña Guzmán

Nombre de la Unidad de Evaluación del Gobierno de Jalisco responsable de dar seguimiento a la evaluación

Dirección General de Monitoreo y Seguimiento de la Subsecretaría de Planeación y Evaluación

Nombre del titular de la Unidad de Evaluación del Gobierno de Jalisco responsable de dar seguimiento a la evaluación

Dra. Mónica Teresita Ballescá Ramírez

Nombre de la Unidad Administrativa que funge como enlace en el proceso de la evaluación

Dirección de Evaluación de Resultados e Impacto de la Subsecretaría de Planeación y Evaluación del Gobierno de Estado de Jalisco.

Nombre del titular de la Unidad Administrativa que funge como enlace en el proceso de la evaluación

Mtro. Edgar Estuardo Gómez Morán

Forma de contratación de la instancia evaluadora

Invitación a cuando menos tres proveedores, solicitud del SEA 03/0002-00 "Evaluación de Resultados de los programas: Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales, Formación Empresarial, Incubación y Aceleración y el Subprograma Internacionalización de Productos y Servicios del Estado 2015".

Costo total de la evaluación: 263 mil 333.33 pesos incluyendo el Impuesto al Valor Agregado¹⁶.

Fuente de financiamiento: Fideicomiso Fondo Evalúa Jalisco.

¹⁶El contrato 88/2016 corresponde a un monto total de \$790,000 pesos (IVA incluido) e incluye tres evaluaciones correspondientes al ejercicio anual del 2015: 1) Evaluación de Resultados del Subprograma de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales del Programa Jalisco Competitivo, 2) Evaluación de Resultados del Subprograma de Formación Empresarial, Incubación y Aceleración del Programa Jalisco Competitivo y 3) Evaluación de Resultados del Subprograma Internacionalización de Productos y Servicios del Estado de Jalisco.

ANEXO 4. Relación de entrevistas realizadas durante la evaluación.

Funcionarios públicos relacionados con el Subprograma en el orden en que fueron entrevistados:

	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN	FECHA	HORA	LUGAR
1	Hilda Elizabeth Vázquez Álvarez	Directora de Área de Promoción Comercial	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	2/06/16	11:00	Oficinas de SEDECO
2	María Luisa Urrea Hernández Dávila	Directora General de Comercio y Mercado Interno	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	6/06/16	12:00	Oficinas de SEDECO
3	Salvador Arévalo Mascareño	Director de Programación y Evaluación de Presupuesto	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	6/06/16	13:00	Oficinas de SEDECO
4	Ana Karina Pérez Sánchez	Directora de Área de Planeación Municipal y Articulación	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	6/06/16	13:30	Oficinas de SEDECO
5	Roberto Calderón Martínez	Director General Administrativo	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	20/06/16	10:00	Oficinas de SEDECO
6	Mónica Luquín Tejeda	Directora de Recursos Financieros	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	20/06/16	10:00	Oficinas de SEDECO
7	Salvador Arévalo Mascareño	Director de Programación y Evaluación de Presupuesto	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	20/06/16	11:00	Oficinas de SEDECO
8	Martha Lucy Barriga Hernández	Directora General de Planeación	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	21/06/16	9:30	Oficinas de SEDECO
9	Ignacio Javier Ortíz Preciado	Director Jurídico	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	21/06/16	11:30	Oficinas de SEDECO
10	Ana Karina Pérez Sánchez	Directora de Área de Planeación Municipal y Articulación	Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)	9/08/16	17:00	Oficinas de SEDECO



Organismos dispersores quienes fueron beneficiaros en el año 2015:

	NOMBRE	CARGO	INSTITUCIÓN	FECHA	HORA	LUGAR
11	Rebeca Razo	Responsable de Exposiciones	Instituto de la Artesanía Jalisciense	6 de Julio del 2016	16:00	Guadalajara, Jalisco: Calzada González Gallo Núm. 20, Guadalajara, Jalisco.
12	Lic. Edgar Villanueva Cruz	Director de servicios	Cámara de la industria del calzado del Estado de Jalisco	8 de Julio del 2016	10:00	Av. Topacio 2486 entre Turquesa y Diamante, Guadalajara, Jalisco.
13	Lic. Isaac Flores	Gerente de Joyería	Cámara de la industria de la Joyería del Estado de Jalisco	13 de julio del 2016	12:00	Edificio Mind, Av. Faro 2325 piso 7, entre Agustín Ya.es y Mariano Otero, Guadalajara, Jalisco
14	Lic. Ángel Garmendia Navarro		Tradex Exposiciones Internacionales S.C.	14 de julio del 2016		Cuestionario enviado y respondido por correo electrónico. Su domicilio es en Ciudad de México

Beneficiaria a través del Instituto de la Artesanía Jalisciense

	NOMBRE	CARGO	FECHA
15	Ofelia Maqueva Becerra Bejarano	Artesana de Bisutería	12 de Julio del 2016



ANEXO 5. Listado de proyectos aprobados del Subprograma Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales de Jalisco en el año 2015.

	DISPERSOR	PROYECTO	MONTO
1	Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco	Pabellón Hecho en Jalisco en la Exposición Especializada de Calzado, Bolsos y Accesorios MDM MODAMA otoño-invierno 2015	270,000
2	Abarrot Estrategias S de RL de CV	Pabellón Hecho en Jalisco en Publicitaria Expo 2015	290,000
3	Cámara Regional de la Industria de Transformación del estado de Jalisco	Expo Plásticos Guadalajara 2015	300,000
4	Cámara Regional de la Industria de la Joyería y Platería del estado de Jalisco	Pabellón Hecho en Jalisco JOYA octubre 2015.	360,000
5	Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Guadalajara	Feria Cómo Venderle a la Iniciativa Privada, Ayuntamientos y Gobierno del Estado de Jalisco 2015	300,000
6	TRADEX Exposiciones Internacionales SC	Gourmet Show	225,000
7	Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas AC	Pabellón Hecho en Jalisco en Expo ANAM 2015	420,800
8	TRADEX Exposiciones Internacionales SC	Agave Fest 2015	95,000
9	Patronato de las Fiestas de Octubre de la zona metropolitana	Fiestas de Octubre 2015 Pabellón Hecho en Jalisco	400,000
10	Grupo GEFEC Sociedad Anónima de Capital Variable	CONFITEXPO 2015, Pabellón Hecho en Jalisco	226,198
11	Cámara Nacional de la Industria Tequilera	Festival del Tequila, regalo de México para el mundo 2015	180,000
12	Instituto de la Artesanía Jalisciense	Feria de todos los Santos 2015	5,000
13	Instituto de la Artesanía Jalisciense	Tlaqueparte Cd. Juárez 2015	150,000
14	Instituto de la Artesanía Jalisciense	Salpro 2015	150,000
15	Instituto de la Artesanía Jalisciense	Expo Artesanal Tijuana	230,000
16	Instituto de la Artesanía Jalisciense	Tlaqueparte Monterrey 2015	150,000
17	Patronato de las Instalaciones de la Feria de Lagos de Moreno Jalisco	Festival Conmemorativo del 452 Aniversario de Lagos de Moreno, Jalisco "Marzoversario"	175,000
18	Cámara Regional de la Industria de Transformación del estado de Jalisco	Feria Regional del Mueble Cuarta Edición	100,000



	DISPERSOR	PROYECTO	MONTO
19	Estilo Regalo y Decoración AC	DECOESTYLO, Expo Decoración y Regalo, Julio 2015	200,000
20	Instituto de la Artesanía Jalisciense	Expo Artesanal Navideña en Chapultepec 2015	55,000
21	Instituto de la Artesanía Jalisciense	Feria Artesanal 2015	50,000
22	Instituto de la Artesanía Jalisciense	Expo Hotel Cancún 2015	80,000
23	Cámara Nacional de Comercio de Tlaquepaque	47 Edición de la Exposición Nacional de Artículos de Regalo y Decoración Artesanal Mexicana (ENART)	230,000
24	Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco AC	Pabellón Hecho en Jalisco: Expo Mueble Internacional Verano 2015	303,000
		TOTAL	4,944,998

Fuente: Lista de proyectos aprobados 2015 en la plataforma “Jalisco Competitivo” en <http://sedeco.jalisco.gob.mx/temas-economicos/proyectos-aprobados-en-convocatorias>

ANEXO 6. Análisis de rotación de los proyectos aprobados en los ejercicios 2015 y 2016.

	DISPERSORES	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	TOTAL
1	ADMINISTRADORA DINÁMICA DE NEGOCIOS DE RL DE CV	1	0	0	1
2	ASOCIACIÓN NACIONAL DE ABARROTEROS MAYORISTAS	1	1	0	2
3	CÁMARA REGIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA JOYERÍA Y PLATERIA DEL ESTADO DE JALISCO	1	1	1	3
4	CÁMARA DE LA INDUSTRIA ALIMENTICIA DE JALISCO	1	0	0	1
5	CÁMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO DEL ESTADO DE JALISCO	1	1	1	3
6	CÁMARA MEXICANA DE LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN	1	0	0	1
7	CÁMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEQUILERA	1	1	0	2
8	MUNICIPIO DE ZAPOTLÁN EL GRANDE	1	0	0	1
9	PATRONATO DE LAS FIESTAS DE OCTUBRE DE LA ZONA METROPOLITANA DE JALISCO	1	1	0	2
10	TRADEX EXPOSICIONES INTERNACIONALES SC	2	2	2	6
11	VIDES Y BARRICAS SA DE CV	1	0	0	1
12	ABARROT ESTRATEGIAS S DE RL DE CV	0	1	1	2
13	ASOCIACIÓN DE FABRICANTES DE MUEBLES DE JALISCO AC	0	1	0	1
14	CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO, SERVICIOS Y TURISMO DE GUADALAJARA	0	1	0	1
15	CÁMARA NACIONAL DE COMERCIO DE TLAQUEPAQUE	0	1	2	3
16	CÁMARA REGIONAL DE LA INDUSTRIA DE TRANSFORMACIÓN DEL ESTADO DE JALISCO	0	2	2	4
17	ESTILO REGALO Y DECORACIÓN AC	0	1	1	2
18	GRUPO GEFECC SOCIEDAD ANÓNIMA DE CAPITAL VARIABLE	0	1	1	2
19	INSTITUTO DE LA ARTESANIA JALISCIENSE	0	8	2	10
20	PATRONATO DE LAS INSTALACIONES DE LA FERIA DE LAGOS DE MORENO JALISCO	0	1	0	1
21	ASOCIACIÓN NACIONAL DE PROVEEDORES PROFESIONALES DE LA INDUSTRIA DEL PAN, REPOSTERIA Y SIMILARES AC	0	0	1	1
22	CENTRO DE ARTICULACIÓN Y DESARROLLO DE LA INDUSTRIA DEL VESTIDO DE JALISCO AC	0	0	1	1
23	EXPOSTANDS SA DE CV	0	0	1	1
	TOTAL	12	24	16	52

Fuente: Elaboración propia con base en listas de proyectos aprobados en 2015 y 2016.

ANEXO 7. Proyectos ejecutados por el Subprograma en el año 2015.

	Razón Social	Sector Económico	Nombre del Proyecto	Monto aprobado
1	Patronato de las Instalaciones de la Feria de Lagos de Moreno Jalisco	Servicios	Festival Conmemorativo del 452 Aniversario de Lagos de Moreno, Jalisco "Marzoversario"	175,000
2	Cámara de la Industria del Calzado del Estado de Jalisco	Industria, Servicio	"Pabellón Hecho en Jalisco en la Exposición Especializada de Calzado, Bolsos y Accesorios MDM MODAMA Otoño-Invierno 2015".	270,000
3	Cámara Regional de la Industria de Transformación del Estado de Jalisco	Servicios	FERIA REGIONAL DEL MUEBLE CUARTA EDICIÓN.	100,000
4	Cámara Nacional de la Industria Tequilera	Servicio, Comercio	Festival del Tequila, regalo de México para el mundo.	180,000
5	Cámara Nacional Comercio Servicios y Turismo de Guadalajara	Servicio, Comercio	Feria Cómo Venderle a la Iniciativa Privada, Ayuntamientos y Gobierno del Estado de Jalisco 2015.	300,000
6	Arrot Estrategias S. de RL de C.V.	Fabricación y Servicios	PABELLON HECHO EN JALISCO EN PUBLICITARIA EXPO 2015.	290,000
7	Estilo Regalo y Decoración	Servicios	DECOESTYLO, EXPO DECORACION Y REGALO, JULIO 2015	200,000
8	Grupo Gefecc	Servicio, Comercio	"CONFITEXPO 2015, PABELLON HECHO EN JALISCO".	226,198
9	Cámara Nacional de Comercio de Tlaquepaque	Comercio	47 Edición de la Exposición Nacional de Artículos de Regalo y Decoración Artesanal Mexicana (ENART).	230,000
10	Asociación de Fabricantes de Muebles de Jalisco, A.C.	Industrial	PABELLÓN HECHO EN JALISCO: EXPO MUEBLE INTERNACIONAL VERANO 2015.	303,000
11	Tradex Exposiciones Internacionales SC	Servicio, Comercio	GOURMET SHOW.	225,000
12	Tradex Exposiciones Internacionales SC	Financiamiento y Emprendurismo	Agave Fest 2015.	95,000
13	Asociación Nacional de Abarroteros y Mayoristas, A.C.	Servicio, Comercio	"Pabellón Hecho en Jalisco en Expo ANAM 2014".	420,800
14	Patronato de Fiestas de Octubre de la Zona Metropolitana de Guadalajara del Estado de Jalisco	Servicio, Comercio	FIESTAS DE OCTUBRE 2015 PABELLÓN HECHO EN JALISCO.	400,000
15	Cámara Regional de la Industria de Joyería y Platería del Estado de Jalisco	Comercio	Pabellón Hecho en Jalisco JOYA Octubre 2015.	360,000
16	Cámara Regional de la Industria de Transformación del Estado de Jalisco	Servicios	EXPO PLASTICOS GUADALAJARA 2015.	300,000
Total				4,074,998

Fuente: Extracto del archivo en Excel denominado "Cierre Planeación DPC 2015" proporcionado por la Dirección de Promoción Comercial de SEDECO.



ANEXO 8. Formato 03F-DGCM I de Evaluación de Resultados en relación a “Encuentros de Negocios”.

		EXPO				03F-DGCM I
Secretaría de Desarrollo Económico GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO		al de 20				
FORMATO DE EVALUACION DE RESULTADOS						
EMPRESA: _____				FECHA: _____		
NOMBRE DEL EXPOSITOR: _____				EXPO: _____		
TELÉFONO: _____				DEL _____ AL _____ DE _____ 2015		
E-MAIL: _____						
No.	EMPRESA CON LA QUE SE DIO EL ENCUENTRO DE NEGOCIO	E-MAIL	TELÉFONO, OFICINA, CELULAR	DESCRIPCIÓN DEL PASO A SEGUIR (MANDAR MUESTRAS Y LISTAS DE PRECIO, VENTA EN FIRME, COTIZACIÓN ESPECIAL, ETC.)		
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
COMENTARIOS DEL EVENTO						
SI TODOS LOS PROYECTOS SE CONCRETARAN, QUE % DE MI PRODUCCION ANUAL SIGNIFICARÍA (ESTIMADO)						
Nombre _____						
Firma _____						

Fuente: Archivo Excel denominado “Formato de evaluación de resultados EXPOS ENC. NEG (03-DGCM I)” proporcionado por la Dirección de Promoción Comercial de SEDECO.



ANEXO 9. Formato 03F-DGCM: Evaluación de Resultados del Evento en relación a Ventas.

03F-DGCM			
 Secretaría de Desarrollo Económico <small>GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO</small>			
NOMBRE DEL EVENTO			
FECHA DEL EVENTO			
FORMATO DE EVALUACIÓN DE RESULTADOS DEL EVENTO			
FAVOR DE ENTREGARLO AL FINAL DEL EVENTO			
Nombre: _____			
Empresa: _____			
Giro: _____			
RFC: _____		E-Mail _____	
Teléfono _____		Fax _____	
Municipio: _____			
FECHA	VENTA	FECHA	VENTA
		TOTAL	
VENTAS TOTALES			
0-3000	10001-15000	30001-35000	45001-50000
3001-5000	15001-20000	35001-40000	50001-55000
5001-10000	20001-25001	40001-45000	55001-En adelante
Nombre y Firma			

Fuente: Archivo Excel denominado "Formato de evaluación de resultados VENTAS (03-DGCM)" proporcionado por la Dirección de Promoción Comercial de SEDECO.



ANEXO 10. Formato 10F-DGCMi: Informe final de resultados y beneficios obtenidos.

10F-DGCMi

LOGO DE LA EMPRESA ORGANIZADORA

Secretaría de
Desarrollo Económico
GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO

INFORME FINAL DE RESULTADOS Y BENEFICIOS OBTENIDOS		
FORMATO PARA PROYECTOS		
I.- RESUMEN CUALITATIVO		
1.1.- Datos Generales del Proyecto:		
1.1.1 Nombre y N° de Folio del Proyecto (oficial y comercial):		
1.1.2 Lugar y Fecha de Realización:		
1.1.3 Nombre de la Empresa/Institución Organizadora:		
1.1.4 Nombre del Representante Legal de la Empresa/Institución Organizadora:		
1.2.- Descripción General del Desarrollo del Proyecto (Anexo en formato libre - Opcional)		
1.3.- Cumplimiento de Objetivos:		
1.4.- Nivel de Éxito del Proyecto:		
1.5.- Justificación del Uso de los Recursos:		
II.- RESUMEN CUANTITATIVO		
2.1.- Metas del Proyecto:		
Metas Establecidas en el Convenio	Cantidad	Cumplimiento
Concepto		N° %
Observaciones:		
III.- PLANES Y PROYECCIONES PARA EL SIGUIENTE AÑO		
3.1.- Proyectos Programados:		
3.2.- Fecha y Lugar de Realización:		
3.3.- Tamaño Estimado del(os) Proyecto(s):		
IV.- ANEXOS		
4.1.- Entregables de acuerdo al convenio (estudios, publicaciones, diplomas, materiales, muestras, etc.)		
4.2.- Memoria Fotográfica del Desarrollo del Proyecto		
4.3.- Dispositivos Electrónicos Entregables (CD)		
4.4.- Otros		
Observaciones:		
Lugar:		
Fecha:		
_____ Nombre y Firma del Representante de la Empresa		

Fuente: Archivo Excel denominado "Formato Informe Final de Resultados y Beneficios obtenidos PROYECTOS" proporcionado por la Dirección de Promoción Comercial de SEDECO.

ANEXO 11. Diagnóstico de Principales Obstáculos comerciales de las MIPYMES en Jalisco

La economía del estado de Jalisco puede definirse como una economía polarizada, en cuanto al dinamismo, crecimiento, productividad y competitividad entre sectores económicos y entre empresas de diferentes tamaños. Esta desigualdad en las características y estructura productiva de sectores y estratos de empresas, acentúa, por un lado, las ventajas comerciales de aquéllas en la punta potencializando así su crecimiento. Y, por otro lado, limita y hasta cierto punto excluye de la dinámica económica a las empresas que operan en sectores y estratos caracterizados por seguir prácticas tradicionales de negocio y de bajo uso de tecnologías de información y comunicación (TICs) dentro de sus procesos productivos y comerciales.

En cuanto a la diferencia entre sectores económicos, el comercio al por menor es la actividad que concentra casi la mitad del total de unidades económicas del estado (44.6%), y una cuarta parte del personal ocupado (25.3%), pero aporta apenas el 15.2%¹⁷ del valor agregado censal bruto (OIT & CCIJ, 2015, pg. 15). Los datos anteriores caracterizan a este sector con una presencia predominante de micro, pequeños y medianos negocios (MIPYMEs), los que generalmente operan con niveles bajos de valor agregado y productividad.

En contraste, la industria manufacturera concentra el 10.7% de las unidades de negocio del estado, el 25.3% del personal ocupado y aportan cerca de la mitad del valor agregado censal bruto (45.9%)¹⁸. En este sector predominan las grandes empresas que operan con altos niveles de productividad y de valor agregado en los productos que comercializan (OIT & CCIJ, 2015, pg. 15). Dentro del sector manufacturero, el ramo que presenta el mayor dinamismo es el electrónico de alta tecnología, que dadas las características de su estructura productiva y el crecimiento presentado en los últimos años en el estado, ha posicionado a la zona metropolitana de Guadalajara como un importante polo de desarrollo de esta industria en el continente americano (OIT & CCIJ, 2015, pg. 15). Los sectores que han mostrado el mayor dinamismo en el estado en cuanto al número de empleos formales generados en los últimos años, son el “sector de alimentos, la industria química (principalmente la farmacéutica) y el eléctrico” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 15).

Una actividad clave que define el crecimiento de las empresas y dinamismo de los sectores económicos, es el nivel de vinculación que se tenga con los mercados de bienes y servicios; una mayor vinculación permitirá a los negocios identificar clientes potenciales, mejorar la comercialización de sus productos, y por consiguiente sus ventas.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Consejo de Cámaras Industriales de Jalisco (CCIJ) en el año 2015 publicaron el “Diagnóstico del entorno de negocios de Jalisco, México 2015”. En este estudio se presenta un análisis detallado de las barreras que frenan el desarrollo de los negocios en el estado. En cuanto a la vinculación de las empresas jaliscienses con la “demanda y oferta de bienes y servicios de mercados” el informe concluye que “dependen en gran medida del tamaño de las empresas y de sus actividades sectoriales” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 83).

¹⁷ Datos del Censo Económico 2014.

¹⁸ Datos del Censo Económico 2014.

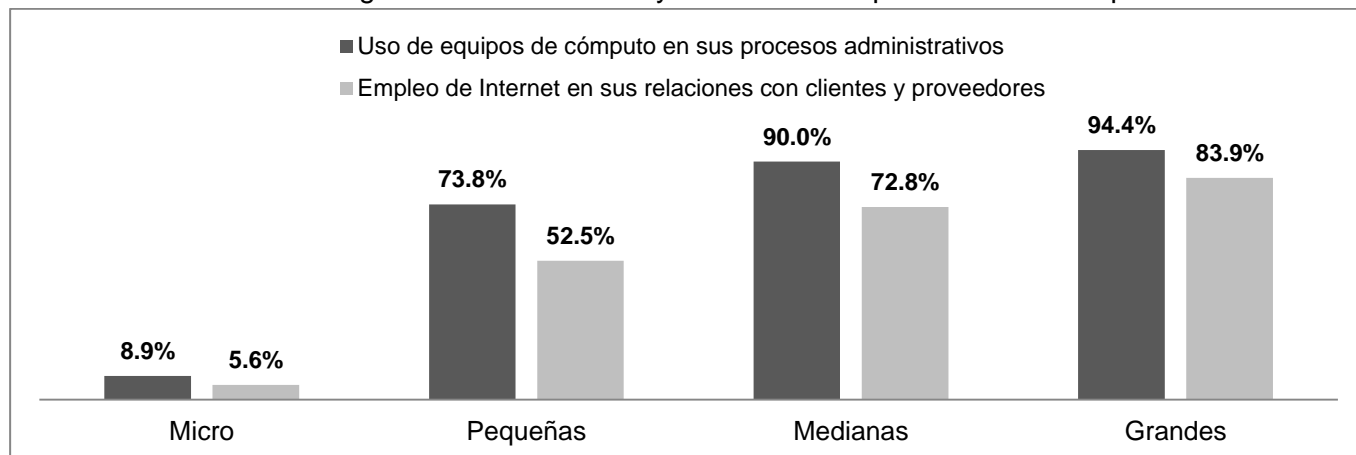
La polarización en la economía prevalece y afecta la vinculación de mercados, ya que por un lado, “las grandes empresas y las empresas en actividades modernas muestran un gran nivel de sofisticación para servir mercados domésticos y externos. Por otro lado, el sector mayoritario de micro empresas tiene vínculos de mercado muy limitados y se focaliza sobre todo a servir a una demanda muy local y obtiene insumos de forma ineficiente” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 83).

Las principales barreras identificadas para las MIPYMEs en esta materia son las siguientes:

- “Las empresas más pequeñas dedicadas a actividades de bajo valor agregado operan en mercados locales con deficiente información del conjunto de mercados”.
- “...cerca de un tercio de los micro negocios funciona de forma menos establecida (sin local). De entre los micro negocios sin local, la mayoría opera a partir del hogar, lo cual tiende a contribuir a disminuir lazos y visibilidad de los mercados”.
- “La falta de organización de micro empresas dificulta los vínculos con cadenas productivas”.
- “Los costos de transacción son altos por la seguridad e ineficiencia en los sistemas de distribución y almacenamiento, sobre todo para los pequeños productores y comerciantes”.
- “Mínimo uso de internet y comercio online en (los sectores) comercio y servicios privados no financieros”.
- “Los micro negocios se caracterizan por hacer elecciones de proveedores ineficientes que lastran su competitividad”.
- “Un bajo porcentaje de microempresarios jaliscienses tiene conocimiento y accede a programas gubernamentales de apoyo al desarrollo empresarial, lo cual no contribuye a mejorar los vínculos con los mercados”
- “Existe un bajo registro ante instituciones aun cuando ello aumenta la propensión a conocer los programas de apoyo”.
- “Hay pocos programas específicamente diseñados para apoyar a las empresas más pequeñas a realizar una mejor inserción y utilización de información de mercados” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 83).

Otro obstáculo importante identificado para el desarrollo del ambiente de negocios en Jalisco es la brecha digital entre las MIPYMEs y las grandes empresas en el Estado. Como se muestra en la siguiente figura, la disparidad en la intensidad del uso de TICs entre las micro empresas y el resto de los estratos es evidente. En cuanto al uso de equipos de cómputo para actividades administrativas y en cuanto al uso de internet para comunicarse con sus proveedores o clientes, únicamente el 8.9% y el 9.6% de las micro empresas, respectivamente, incluye estas características en sus procesos de negocio.

Gráfico 2. Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación por tamaño de empresa en Jalisco



Fuente: Elaboración propia con información de OIT, CCIJ, 2015. *Diagnóstico del entorno de negocios en Jalisco 2015*. International Labour Organization, pg. 18.

El bajo uso del Internet como herramienta de comercialización se magnifica al considerar que únicamente el 22.9% de las empresas del estado tienen internet en sus negocios, lo que hace que “la oportunidad de relacionarse con nuevos clientes y abrir vínculos con mercados más diversos no se está aprovechando” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 87). En cuanto a la diferencia de sectores, el escaso uso del Internet para el comercio online, se incrementa en los negocios pertenecientes a los sectores de comercio y de servicios privados no financieros (OIT & CCIJ, 2015, pg. 87).

La adopción de tecnologías de la información en las micro empresas sería una buena estrategia para apoyar su desarrollo, ya que es “una de las formas más rápidas de incrementar su productividad y de prepararse para innovar” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 87) para así superar los retos y exigencias de un mercado dinámico.

Otro problema de los micro negocios es su carácter predominantemente familiar, mismo que “está asociado con poca eficacia de gestión y puede disminuir la eficacia y crecimiento de negocios” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 22). Para dimensionar este aspecto, a nivel nacional el 95.1% del total de los micro negocios tienen una constitución y propiedad individual, el 3.6% familiar y el 0.1% mixta; adicionalmente el 80% de los trabajadores contratados en estos negocios son familiares del dueño (OIT & CCIJ, 2015, pg. 22). En cuanto a la posesión individual, en aproximadamente el 65% de micro negocios en el país¹⁹ únicamente labora al dueño (OIT & CCIJ, 2015, pg. 25), lo que pone de manifiesto la escasa capacidad de respuesta para cumplir con los posibles compromisos con clientes.

¹⁹ Dado que las características generales de la economía nacional, y específicamente de los micro negocios, coinciden con el comportamiento agregado de las unidades económicas del estado de Jalisco, cuando no se cuenta con datos públicos disponibles con desagregación por entidad federativa, se presentan datos del país para presentar un panorama general que puede servir de punto de partida para la caracterización a nivel estado.



Otro aspecto que puede limitar el crecimiento o comercialización de las MIPYMEs, es la baja capacidad instalada y/o conocimiento sobre la seguridad en el traslado de los productos, por ejemplo en temas de empaque o embalaje, lo que cierra el acceso a mercados fuera de su localización geográfica, y en caso de incursionar en este comercio, generar pérdidas económicas importantes por daño a mercancía o retorno de productos entregados por clientes insatisfechos (UPS & Grupo Expansión, 2015).

Adicionalmente, la mentalidad de una alta proporción de micro empresarios en el país carece de expectativas de crecimiento, ya que en “casi dos tercios de los micro negocios existentes han experimentado 5 años de actividad sin crecer” (OIT & CCIJ, 2015, pg. 25) y casi el 70% considera que para continuar con su negocio no se requiere hacer cambios importantes (OIT & CCIJ, 2015, pg. 25). Esta falta de aspiración a crecer y el no reconocer que pueden existir otras formas, diferentes a las tradicionales, de administrar su negocio pueden estar determinando en gran medida el estancamiento de este sector tan importante en la economía nacional y del estado.

Otro aspecto que limita el desarrollo de los micro negocios es la informalidad, alcanzando en el año 2012 el 70% a nivel nacional de empresas en este estrato que no contaban con registro en ninguna instancia pública (OIT & CCIJ, 2015, pg. 23), situación que limita aún más su acceso a créditos o apoyos del gobierno.

ANEXO 12. Guía de tópicos para entrevistas con Funcionarios del Subprograma.

A) Introducción y presentación

Buenos(as) días/ tardes, mi nombre es [...], como parte de la Evaluación de Resultados que actualmente se lleva a cabo al Programa **Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales** quisiera pedir su apoyo para responder algunas preguntas relacionadas con el mismo.

Todas sus respuestas serán tratadas sin mencionar su nombre y se utilizarán únicamente para generar información que permita identificar aspectos de mejora del programa.

NOTA IMPORTANTE: En todos los casos, donde corresponda de acuerdo a los contenidos de las preguntas, se pedirá los documentos de respaldo para recopilación de evidencia.

B) Participación en el seguimiento de resultados y cumplimiento de objetivos del Programa

1. ¿Le parece que los objetivos definidos por el programa de “contribuir al fortalecimiento de empresas e impulsar el desarrollo comercial de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) en el mercado nacional” son congruentes con el tipo de apoyos que ofrece el Programa?, ¿hasta qué punto?, ¿por qué?
2. ¿Cómo participa usted en el seguimiento de los resultados y el cumplimiento de los objetivos del Programa Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios?
3. ¿Hay otras personas que también participen en el seguimiento de los resultados y el cumplimiento de los objetivos del Programa?, ¿quiénes?, ¿cómo?

C) Mecanismos e instrumentos de seguimiento de resultados y avances

4. ¿Me podría platicar cuál es el proceso general que sigue el Programa para medir sus avances y resultados?
5. ¿Existe algún plan de actividades de seguimiento?
6. ¿Cuáles son los documentos que utilizan para el seguimiento de los apoyos que entrega el programa?
7. ¿Qué tanto diría usted que esta forma de documentación permite conocer el avance en el cumplimiento de los objetivos?
8. ¿Quién(es) es/son lo(s) responsable(s) de documentar los resultados y monitorear los avances del programa?
9. ¿Qué tipo de información se recolecta para el seguimiento de los avances en el cumplimiento de los objetivos?
10. ¿Los resultados del programa se han publicado y pueden ser consultados por los ciudadanos?
11. ¿Conoce los mecanismos e instrumentos de seguimiento utilizados por otros programas similares en otras entidades del país o a nivel internacional?

D) Uso de estudios externos o independientes

12. ¿Existen evaluaciones externas o internas previas sobre el programa?, ¿se derivó alguna agenda de aspectos susceptibles de mejora?, ¿se ha cumplido la agenda?
13. ¿Se han realizado estudios externos o independientes en los que se analicen los resultados del Programa?
¿Cuáles son las características de estos estudios?
14. ¿Los resultados de estos estudios han sido utilizados para el avance del cumplimiento de los objetivos?



E) Atención del problema público diagnosticado a partir de los objetivos del Programa

15. ¿Cuáles son los diagnósticos con los que cuenta el Programa sobre el problema público al que pretende atender?
16. Desde su punto de vista, ¿cómo se relacionan los objetivos del Programa con el problema público identificado?
17. ¿Cuáles son los documentos que permiten conocer en qué medida se cumplen los objetivos y se atiende el problema que dio origen al Programa?
18. ¿Qué situaciones considera que pueden poner en riesgo el cumplimiento de los objetivos del programa y su efectividad para atender el problema público en el corto plazo (próximos 11 meses)?, ¿y en el mediano y largo?
19. ¿Existe algún documento donde se consideren y analicen estas situaciones de riesgo y se tomen acciones preventivas por parte del Programa?
20. ¿Cuáles son los principales alcances que se espera lograr con el programa en general?
21. ¿Y cuáles son las limitaciones más importantes para generar los resultados previstos?
22. Desde su punto de vista y por lo que ha observado del programa, ¿qué tan pertinente considera que son los apoyos que ofrece el programa para atender las limitaciones y carencias de las MIPYMES y los emprendedores que tienen al posicionar sus productos en los mercados nacionales?

F) Desempeño y sostenibilidad del programa

23. ¿Se dispone con un presupuesto detallado de gastos del Programa?
24. ¿Cuáles son los criterios empleados para clasificar los costos y beneficios del Programa?
25. ¿Se tiene planeado hacer algún tipo de ampliación de la cobertura del Programa en el futuro?, ¿cómo sería esa ampliación y por qué sería importante llevarla a cabo?
26. De acuerdo a los resultados obtenidos hasta ahora por el Programa, ¿se han realizado cambios en los objetivos del Programa contenidos en sus reglas de operación?, ¿qué tipo de cambios?

FIN DE LA ENTREVISTA. LE AGRADECEMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS RESPUESTAS, LAS CUALES SON MUY VALIOSAS.

ANEXO 13. Guía de tópicos para entrevistas con Dispersores del Subprograma.

A) Introducción y presentación

Buenos(as) días/ tardes, mi nombre es [...], como parte de la Evaluación de Resultados que actualmente se lleva a cabo al Programa **Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios Nacionales** quisiera pedir su apoyo para responder algunas preguntas relacionadas con el mismo.

Todas sus respuestas serán tratadas con estricta confidencialidad y se utilizarán únicamente para generar información que permita contextualizar, comprender y analizar el desarrollo comercial de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en la entidad, así como sus alternativas de solución desde el diseño e implementación de políticas públicas.

B) Percepción general, nivel de satisfacción y cumplimiento de los objetivos del Programa

27. ¿Cuál es su opinión sobre el Programa Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocio?, ¿por qué?
28. ¿Cómo describiría su experiencia como participante en el Programa?
29. ¿Cuál es su grado de satisfacción con los apoyos recibidos a través del Programa Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios?, ¿por qué?
30. ¿Cuál considera que es el principal problema que atiende el Programa Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocio?
31. De acuerdo a la experiencia del 2015, ¿qué tanto contribuye el Programa al objetivo de generar un espacio para que micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) expongan y difundan información de sus productos?

C) Participación en el seguimiento de resultados y cumplimiento de objetivos del Programa.

32. ¿Qué tipo de información le ha solicitado el Programa durante y después de su participación en el Programa?
33. ¿Le han pedido algún tipo de retroalimentación para conocer si se cumplieron los objetivos de su participación en el Programa?
34. ¿Cuál es su opinión sobre los mecanismos de seguimiento que implementa el Programa para conocer los resultados obtenidos a través de su participación en el Programa?, ¿piensa que son suficientes o insuficientes?
35. ¿En cuántas ocasiones anteriores ha participado en este Programa? (Indicar años y eventos específicos en los cuáles participó)
36. ¿Cuál es el número de empresas beneficiadas por medio de su proyecto en el estado de Jalisco?
37. ¿Cómo se asegura el uso adecuado de los apoyos otorgados por el Programa?
38. ¿Qué tipo de trabajo conjunto realiza con los responsables del programa a cargo de la Dirección de Área de Promoción de la Dirección General de Comercio y Mercado Interno de la Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)?
39. ¿Se tiene un padrón de empresas beneficiadas del proyecto del ejercicio 2015?, ¿qué campos de información componen la base de datos sobre la población atendida?
40. ¿Su institución utiliza algún mecanismo o instrumento para monitorear avances, seguimiento de los resultados y cumplimiento de objetivos que se apliquen a las empresas que participan en el Programa a través de su proyecto?
41. ¿Usted solicita algún tipo de retroalimentación a sus beneficiarios sobre los resultados obtenidos a través del Programa?



D) Conocimiento sobre mecanismos e instrumentos de seguimiento utilizados por otros programas similares en otras entidades del país o a nivel internacional.

- 42. ¿Su institución participa con otros programas similares?
- 43. Si participa en otros programas similares, ¿conoce cuáles son los mecanismos o instrumentos que utilizan para monitorear avances y medir resultados?
- 44.

E) Valoración sobre los alcances y limitaciones de los mecanismos e instrumentos dedicados al seguimiento de resultados y cumplimiento de los objetivos Programa.

- 45. ¿Cuáles son los principales alcances que esperaba lograr con su proyecto?, ¿considera que se lograron estos alcances?, ¿por qué?
- 46. ¿Y cuáles piensa usted que son las limitaciones más importantes para generar los resultados de éste?
- 47. Desde su punto de vista y por lo que ha observado del Programa, ¿qué tan pertinente considera que son los apoyos que ofrece el Programa en relación a las necesidades de los beneficiarios del mismo?
- 48. ¿De qué manera es evaluado su proyecto para mostrar el cumplimiento de los objetivos?
- 49. ¿Cómo califica la forma en que es evaluado su proyecto para mostrar el cumplimiento de los objetivos?
- 50. ¿Qué propondría para el seguimiento de las experiencias y los resultados que obtienen los beneficiarios del Programa?

FIN DE LA ENTREVISTA. LE AGRADECEMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS RESPUESTAS, LAS CUALES SON MUY VALIOSAS.

ANEXO 14. Guía de tópicos para entrevistas con Beneficiarios del Subprograma.

A) Introducción y presentación

Buenos(as) días/ tardes, mi nombre es [...], como parte de la Evaluación de Resultados que actualmente se lleva a cabo al Programa **Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocio** quisiera pedir su apoyo para responder algunas preguntas relacionadas con el mismo.

Todas sus respuestas serán tratadas sin mencionar su nombre y se utilizarán únicamente para generar información que permita identificar aspectos de mejora del programa.

B) Percepción general, nivel de satisfacción y cumplimiento de los objetivos del Programa

51. ¿Cuál es su opinión sobre el Programa Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocio?, ¿por qué?
52. ¿Cómo describiría su experiencia como beneficiario?
53. ¿Cuál es su grado de satisfacción con los apoyos recibidos a través del Programa Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocios?, ¿por qué?
54. ¿En el año 2015 fue la primera vez que participó como beneficiario del Programa?, ¿en qué otros años había participado?
55. ¿Le ha recomendado a otras empresas o emprendedores que participen en el Programa?
56. ¿Qué tanto le parece que el Programa cumple con el objetivo de apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los emprendedores a posicionar sus productos en los mercados nacionales?, ¿por qué?

C) Mecanismos de seguimiento de los resultados del Programa

57. ¿Qué tipo de información le ha solicitado el Programa durante y después de su participación en el Programa?
58. ¿Le han pedido algún tipo de retroalimentación para conocer si se cumplieron los objetivos de su participación en el Programa?
59. ¿Cuál es su opinión sobre los mecanismos de seguimiento que implementa el Programa para conocer los resultados obtenidos a través de su participación en el Programa?, ¿piensa que son suficientes o insuficientes?
60. ¿Ha participado en otros programas similares al de Ferias, Exposiciones y Encuentros de Negocio?, ¿esos programas cuentan con algún tipo de seguimiento?, ¿de qué tipo?

D) Identificación de áreas de oportunidad de mejora en el seguimiento de resultados

61. Desde su punto de vista, ¿cuáles son los aspectos más positivos del Programa?
62. ¿Y cuáles serían los aspectos más negativos del Programa?
63. ¿Qué propondría para el seguimiento de las experiencias y los resultados que obtienen los beneficiarios del Programa?



64. ¿Usted ha estimado el monto económico de los beneficios que ha obtenido a partir de su participación en el Programa, por ejemplo el porcentaje de incremento en sus ventas?
65. ¿Estaría dispuesto a brindar esta información que permitiría al Programa conocer el tamaño de los beneficios económicos que genera?

FIN DE LA ENTREVISTA. LE AGRADECEMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS RESPUESTAS, LAS CUALES SON MUY VALIOSAS.



DEMOSKÓPICA MEXICO
INVESTIGACIÓN ESTRATÉGICA SOCIAL, POLÍTICA Y DE MERCADO

Descifra Investigación Estratégica Social, Política y de Mercado, S.C.
Lope de Vega Núm. 24, Interior 302, Col. Ladrón de Guevara
Tel. +52 (33) 3615-79-18
www.demoskopicamexico.com.mx