



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



Firmado digitalmente por GREY
MELENDEZ Fanny Yiset FAU
20514859559 hard
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 25.04.2025 19:49:13 -05:00

PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL - PEI

Período 2025-2030



Abril
2025

Tabla de contenido

Presentación.....	2
1. Síntesis de la situación actual de la institución	4
2. Síntesis del análisis prospectivo institucional	9
3. Definición de la situación futura deseada	15
4. Misión Institucional.....	15
5. Objetivos Estratégicos Institucionales	15
6. Acciones Estratégicas Institucionales.....	17
7. Ruta Estratégica.....	22
8. Anexos	25
8.1 Anexo B-1: Matriz de Articulación de Planes	25
8.2 Anexo B-2: Matriz de Articulación de las Políticas Nacionales y el PEI	27
8.3 Anexo B-3: Matriz del Plan Estratégico Institucional	29
8.4 Fichas Técnicas de Indicadores de OEI y AEI	32

Presentación

Agromercado en el marco de sus competencias presenta el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025 - 2030, un instrumento de gestión institucional que constituye el marco de referencia para el seguimiento y evaluación del desempeño de la entidad, en el contexto de una gestión para resultados con mejora continua, el cual ha sido elaborado en concordancia con los lineamientos metodológicos establecidos por el Centro Nacional de Planeamiento Estratégico – CEPLAN; a través de la Guía de Planeamiento Estratégico Institucional¹ así como los alcances señalados en la Directiva General de Planeamiento estratégico², en los cuales se plantea la metodología del proceso de formulación de los planes institucionales de las entidades integrantes del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico – SINAPLAN.

Asimismo, de acuerdo al marco estratégico de Agromercado, la entidad se articula al Objetivo Nacional 3 del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2050 referido a *“Elevar los niveles de competitividad y productividad con empleo decente y en base al aprovechamiento sostenible de los recursos, el capital humano, el uso intensivo de la ciencia y tecnología y la transformación digital del país”*; así como a la Política Nacional Agraria vigente, en su Objetivo Prioritario 1 referido a *“Incrementar el nivel de integración de vertical de los productores agrarios en la cadena de valor”* y al Objetivo Sectorial 4 *“Incrementar el acceso al mercado de productos agrarios”* del Plan Estratégico Sectorial Multianual PESEM 2024-2030 del Sector Agricultura y de Riego.

El PEI 2025-2030 de Agromercado, cuenta con 02 objetivos estratégicos y 08 acciones estratégicas con sus respectivos indicadores y metas, buscando promover el ingreso a mercados nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios de la agricultura familiar a nivel nacional, facilitando acuerdos comerciales y acceso a mercados, para lo cual Agromercado brinda servicios como capacitación y asistencia técnica en materia de gestión organizacional, empresarial y comercial, gestión de la calidad y valor agregado, a través de la implementación de instrumentos de articulación comercial e inversiones para el desarrollo de las capacidades de comercialización; mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles, difusión de la información especializada de mercado; así como el fortalecimiento de la gestión institucional y la gestión del riesgo de desastre en la entidad.

El presente Plan se ha estructurado en 8 secciones, en la primera se desarrolla la síntesis de la situación actual de la institución, el cual aborda la caracterización y el diagnóstico de la entidad. En la segunda sección, se presenta la síntesis del análisis prospectivo institucional, presentando los escenarios y opciones estratégicas anticipatorias para Agromercado, a partir del análisis de impacto de las tendencias, riesgos y oportunidades que fueron priorizadas en el PESEM vigente. La tercera sección, presenta la situación futura deseada para Agromercado al 2030, teniendo en consideración el nivel de cobertura que espera alcanzara través de sus principales servicios. En la cuarta, quinta y sexta sección, se presenta la misión institucional, los objetivos estratégicos institucionales (OEI) y las acciones estratégicas institucionales (AEI) respectivamente. En la séptima sección, se consolida la ruta estratégica que define las prioridades a nivel de objetivos y acciones estratégicas institucionales, así como los responsables de su ejecución y finalmente, en la octava sección, se presenta los anexos relacionados a la matriz de articulación con el PESEM 2024-2030 del Sector Agricultura y de Riego, la matriz de articulación con la Política Nacional Agraria vigente, la matriz del Plan Estratégico Institucional de Agromercado para el periodo 2025-2030 y las fichas técnicas de los indicadores de los OEI y AEI respectivamente.

¹ Aprobada mediante Resolución de Presidencia de Consejo Directivo N° 055-2024/CEPLAN/PCD.

² Aprobada mediante Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N° 021-2024-CEPLAN y su modificatoria.

Finalmente, el PEI 2025-2030 de Agromercado, ha sido desarrollado y aprobado en un espacio de consenso por parte de los integrantes del Grupo de Trabajo de Planeamiento Estratégico de Agromercado y su Equipo Técnico constituido mediante Resolución Jefatural N° 063-2024-MIDAGRI-AGROMERCADO/J. Asimismo, este documento se encuentra validado por el Grupo de Trabajo, según Acta N° 002-2025-AGROMERCADO/GTPE, y con validación del MIDAGRI y CEPLAN, según Oficio N° 009-2025-MIDAGRI-SG/OGPP y Oficio N° 428-2025-CEPLAN-DNCP respectivamente.

1. Síntesis de la situación actual de la institución

Agromercado es un organismo público ejecutor adscrito al Ministerio de Agricultura y Riego, que tiene por objeto de interés nacional, la promoción, fomento y desarrollo de las actividades económicas dedicadas a la agricultura, ganadería, apicultura, reforestación y agroforestería, así como la transformación primaria de los productos que se obtengan de las mismas, respondiendo a las oportunidades y demandas de mercados nacionales y de exportación, a partir de una oferta consolidada y competitiva como instrumentos de lucha contra la pobreza, generación de empleo productivo, y mejora de ingresos y medios de vida de la agricultura familiar a nivel nacional.

Asimismo, Agromercado se dedica a promover la integración de los pequeños y medianos productores agrarios a los mercados nacionales y de exportación, a través de planes, proyectos y actividades de promoción comercial para un mayor acceso al mercado, desarrollando programas de capacitación, asistencia técnica y asociatividad, y adopción de nuevas tecnologías, fortaleciendo competencias en los procesos de gestión de calidad, certificación y otros aspectos de valor agregado requeridos para la integración efectiva a los mercados, generando información especializada de las cadenas de comercialización para vincular al productor agrario a la actividad económica nacional y a la exportación. Además, contribuye en fortalecer la competencia comercial y empresarial de los productores agrarios y sus organizaciones, fomentando el valor comercial de productos agrarios en el territorio nacional con énfasis en la exportación, siendo partícipes en la articulación de las políticas públicas que permitan la incorporación de su población objetivo a la actividad económica preferentemente exportadora.

Cabe precisar, que de acuerdo al marco estratégico de Agromercado, la entidad se articula al Objetivo Nacional 3 del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2050 referido a “Elevar los niveles de competitividad y productividad con empleo decente y en base al aprovechamiento sostenible de los recursos, el capital humano, el uso intensivo de la ciencia y tecnología y la transformación digital del país”; así como a la Política Nacional Agraria vigente, en su Objetivo Prioritario 1 referido a “Incrementar el nivel de integración de vertical de los productores agrarios en la cadena de valor” y al Objetivo Sectorial 4 “Incrementar el acceso al mercado de productos agrarios” del Plan Estratégico Sectorial Multianual PESEM 2024-2030 del Sector Agricultura y de Riego.

Actualmente, Agromercado contribuye en la cadena de valor agraria, brindando sus servicios a través de sedes desconcentradas regionales a nivel nacional, promoviendo la articulación y gestión comercial de su población objetivo, los pequeños y medianos productores agrarios con énfasis en la agricultura familiar del país, quienes requieren de un proceso de acompañamiento formativo y/o de maduración, con la finalidad de fortalecer sus competencias empresariales y comerciales para integrarse al mercado nacional y/o de exportación.

De la población objetivo de Agromercado

En observancia a lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 015-2022-MIDAGRI³, en cuyo Artículo 2° establece que, entre otros, los organismos públicos adscritos al MIDAGRI consideran la información contenida en el Padrón de productores Agrarios (PPA) para el diseño, focalización y planificación de sus servicios agrarios o públicos, se ha determinado que la población objetivo de Agromercado, dado su mandato ley, se alinea a los productores identificados en el Padrón de Productores Agrarios – PPA del MIDAGRI, de acuerdo a la caracterización y variables recogidas.

En dicho marco, la población objetivo de Agromercado de forma general ha sido cuantificada en 2,035, 733 productores, conforme el registro vigente de la PPA MIDAGRI⁴.

No obstante, dada la caracterización heterogénea y complejidad en el territorio y de otro lado, los limitados recursos asignados a la entidad desde su creación, resulta menester disponer criterios complementarios al momento de focalizar los servicios agrarios, que garanticen el logro de resultados dentro de un ciclo de atención. Por tanto, se ha previsto atender al menos, en 2 niveles:

(i) **Servicios agrarios brindados de forma directa al productor:**

De un lado, a los pequeños y medianos productores agrarios con énfasis en la Agricultura Familiar⁵, que cuentan con un mínimo de oferta organizada para el mercado nacional y/o que, teniendo un potencial para el mercado internacional, requieren de un proceso formativo sólido.

En dicho escenario y previo diagnóstico de su grado de madurez organizacional, empresarial y comercial, se les brindará servicios agrarios a su medida, que le permita articularse a los mercados regionales, nacionales y de exportación, siendo en este último caso, en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) y la Comisión de Promoción de Perú para la exportación y el Turismo (Promperú), por ser entidades competentes en la materia.

Sobre el particular, los Cuadros N° 01 y 02 describen los servicios agrarios que brinda AGROMERCADO de forma directa.

(ii) **Servicio de fortalecimiento de capacidades, asesoramiento y articulación con dependencias que operan en el territorio, para la articulación de la oferta productiva**

De otro lado, para pequeños y medianos productores agrarios que no operan organizadamente, la entidad ejercerá sus funciones de coordinación y articulación con las entidades del Sector Agrario y de Riego y gobiernos subnacionales⁶, para incorporar en los servicios

³ Decreto Supremo N° 015-2022-MIDAGRI, que aprueba el Reglamento para la conceptualización, gestión, operación y control del Padrón de Productores Agrarios (PPA) y sus organizaciones en las cadenas de valor.

⁴<https://ppa.midagri.gob.pe/> (al 07 de abril 2025)
https://test01.midagri.gob.pe/SISPPA_OBS/

⁵ Los productores pueden ser independientes o encontrarse de forma organizada. El servicio específico a brindar se sujeta a su vez a lineamientos internos.

⁶ - Literal a) del Artículo 4° de la Ley de creación de AGROMERCADO, referida a sus funciones sustantivas.

agrarios el enfoque de articulación al mercado, identificando oportunidades comerciales a la medida (mercado regional, compras estatales, canales de comercialización nacional y cartera de clientes según mercado), a ser tomados por los actores en el territorio a fin de absorber la oferta agraria y brindando asesoramiento para el desarrollo comercial de la cadena productiva en el territorio.

Respecto a la agricultura familiar de subsistencia cuya producción resulte mayoritariamente de autoconsumo y que se encuentre en condiciones de severa vulnerabilidad, queda claro que dicho público requiere una de dotación de bienes y servicios agrarios para la reducción de la vulnerabilidad y fortalecimiento de carácter productivo⁷, que por competencia Agromercado no se encuentra facultada, sino que son provistos por otras dependencias del Sector con competencias en dicho eslabón, con las cuales Agromercado coordina y articula los aspectos de oportunidades comerciales en distintos niveles de mercado, para su escalonamiento progresivo.

A continuación, se presenta los principales servicios brindados por Agromercado en beneficio de los pequeños y medianos productores de la agricultura familiar:

Cuadro N° 01
Principales servicios brindados por Agromercado

Servicio identificado	Elemento cuantitativo	Unidad de medida	Valor observado (año 2023)	Valor observado (año 2024)
Fortalecimiento de capacidades a los pequeños y medianos productores agrarios, en materia de gestión organizacional, gestión empresarial y comercial, gestión de la calidad y valor agregado.	Número de productores agrarios que fueron asistidos por la entidad a través de Planes de Articulación Comercial.	Número	25,532	26,707
	Número de productores agrarios que fueron asistidos con proyectos de inversión de la entidad. ^(2/)	Número	401	453
	Número de productores agrarios atendidas por la entidad con asistencia técnica en gestión de calidad para la certificación de productos agrarios.	Número	1,732	1,496
	Número de cuadros técnicos subnacionales capacitados en gestión empresarial y comercial.	Número	53	68

- Artículos 24°, 26° y 28° del Texto Integrado del ROF AGROMERCADO, referido a las funciones específicas de los órganos de línea, en materia de formular propuestas técnicas para el crecimiento y desarrollo comercial, mejora de la competitividad comercial, articular modelos de intervención y compromisos en materia de su competencia, diseñar y ejecutar programas de capacitación a gobiernos subnacionales y otras entidades, así como articular con los gobiernos subnacionales y otras entidades públicas y/o privadas de las acciones de gestión comercial de la oferta proveniente de su población objetivo.

⁷ Fortalecimiento de capacidades productivas y provisión de bienes, tales como semillas, seguro agrícola catastrófico, asistencia técnica productiva, infraestructura de riego, servicios del Programa Presupuestal 0068, entre otros.

Servicio identificado	Elemento cuantitativo	Unidad de medida	Valor observado (año 2023)	Valor observado (año 2024)
Mecanismos de Promoción y articulación comercial de productos agrarios a los mercados nacionales y de exportación.	Número de productores agrarios atendidos por la Entidad que se beneficiaron con acceso a mecanismos de articulación y promoción comercial.	Número	10,212	20,188
Servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	Número de herramientas de inteligencia comercial y otros instrumentos orientadores entregados por la entidad	Número	85	93

Fuente: Informes de gestión 2023; Informes de evaluación PEI-POI 2023 y Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM)

Cuadro N° 02
Descripción de los principales servicios brindados por AGROMERCADO

Servicio identificado	Breve descripción
Fortalecimiento de capacidades a los pequeños y medianos productores agrarios, en materia de gestión organizacional, gestión empresarial y comercial, gestión de la calidad y valor agregado.	En base a un diagnóstico y evaluación de su grado de madurez organizacional, se categoriza el público a ser atendido según perfil y necesidades, estableciendo metas y acciones de fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, gestión empresarial, gestión comercial y gestión de la calidad, que comprende: - Capacitaciones - Asistencia técnica - Asesoramiento comercial - Pasantías técnicas y comerciales Este conjunto de acciones es brindado a los productores agrarios, como público objetivo, para que pueda insertarse a los mercados de forma sostenible y competitiva. Asimismo, por mandato ley⁸, el fortalecimiento de capacidades tiene alcance a los cuadros técnicos subnacionales y de otras entidades que operan en el territorio, como aliados claves para una provisión

⁸ - Funciones sustantivas según literales a), b) y c) del numeral 4.1 de Artículo 4° de Ley de creación de AGROMERCADO.

- Competencias de la Dirección de Gestión de la Oferta Productiva (Artículo 25° del Texto Integrado del ROF Agromercado): “(...) es el órgano de línea responsable de implementar en el ámbito de sus competencias, programas de capacitación y asistencia técnica a pequeños y medianos productores agrarios con énfasis en la agricultura familiar, gobiernos subnacionales y otras entidades en materia de gestión organizacional, gestión empresarial y comercial, gestión de la calidad, prácticas agrícolas sostenible y valor agregado, para fomentar el desarrollo de una oferta agraria conforme las necesidades del mercado(...)”.

Servicio identificado	Breve descripción
	de servicios con enfoque de mercado, así como para la articulación de la oferta de la agricultura familiar a nivel local. El fortalecimiento de capacidades se brinda a través de actividades, planes de articulación comercial e inversiones. Éstas últimas pueden ser de apoyo al desarrollo comercial, como infraestructura productiva-económica de apoyo a la comercialización y poscosecha.
Mecanismos de Promoción y articulación comercial de productos agrarios a los mercados nacionales y de exportación.	Son instrumentos que permiten dinamizar y conectar a los pequeños y medianos productores agrarios con mercados potenciales a través de mecanismos de promoción y articulación comercial que promuevan la exposición de productos agrarios de la agricultura familia, la generación de acuerdos comerciales, comercialización y venta inmediata o futura de forma permanente. Constituyen mecanismos: ferias, ruedas de negocio, concursos, festivales, promoción del consumo interno, misiones comerciales, pasantías comerciales, gestión especializada, gestión de la oferta exportable y oferta nacional, gestión con gobiernos subnacionales para la articulación de la oferta proveniente de la agricultura familiar, entre otros.
Servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	Comprende la elaboración de herramientas de prospectiva comercial tales como estudios de mercado cuantitativos y cualitativos, fichas comerciales regionales y por producto agrario, reportes estadístico y análisis de tendencias, que permita orientar a una adecuada toma de decisiones del productor agrario en su campaña agraria con enfoque de mercado. De otro lado, incluye también la formulación de otros instrumentos orientadores de acuerdo al mandato Ley de la entidad y las funciones de la Dirección de Oportunidades de Mercado, tales como propuestas técnicas, modelos de intervención y otras herramientas estratégicas orientadas al crecimiento, desarrollo comercial y competitividad de , las cuales son difundidas a las entidades y dependencias del Sector Agrario y de Riego, así como los gobiernos subnacionales, en el marco de la articulación al crecimiento, competitividad y desarrollo comercial de la agricultura, ganadería, apicultura, reforestación y agroforestería para el mercado nacional y con el organismo rector en comercio exterior, según corresponda.

Por otro lado, entre las limitaciones que enfrenta Agromercado para brindar una mayor cobertura de sus servicios a nivel nacional, en particular la referida a fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, empresarial, comercial y de gestión de calidad, se resalta el limitado recurso presupuestal para contar con un equipo profesional altamente especializado operando en sede central y

desconcentradas. De otro lado, existe un limitado seguimiento cualitativo y cuantitativo de los órganos de línea y sedes desconcentradas para determinar el logro de los objetivos de los instrumentos de articulación comercial que han sido culminados y/o se encuentran en curso, así como información relevante sobre el estado situacional y seguimiento de los pequeños y medianos productores agrarios que vienen siendo atendidos por la entidad a través de inversiones.

En relación al servicio de mecanismos de promoción y articulación comercial de productos agrarios a los mercados nacionales y de exportación; existe una limitada disponibilidad de recursos humanos desde las sedes desconcentradas para cubrir la demanda de participación a mecanismos de promoción y comercialización de las cadenas productivas; aunado a limitantes de carácter técnico a nivel centralizado, como un débil seguimiento y gestión post-evento y su respectiva sistematización, que en suma impactan en la capacidad de la entidad en medir la efectividad de los mecanismos promovidos.

Finalmente, en lo concerniente a la generación de información especializada de mercado; dadas las restricciones presupuestales de la entidad, la difusión y cobertura del servicio en beneficio de los productores y las organizaciones atendidas por Agromercado es limitado, dado que desconocen los canales de información de mercado que se encuentra disponible de forma permanente, tanto de los generados por la entidad⁹, como los del sector público y privado¹⁰.

Dada las competencias y funciones asignadas a Agromercado, cobra relevancia el rol de la entidad como articulador comercial con el MIDAGRI, MINCETUR y sus respectivas unidades de organización en el territorio, a fin de que, con base a las herramientas de oportunidades de mercado desarrolladas, se formule e impulsen propuesta técnicas, modelos de intervención y compromisos para el crecimiento y desarrollo comercial de las cadenas productivas y mejora de la competitividad comercial de su público objetivo.

2. Síntesis del análisis prospectivo institucional

Para efectos del análisis prospecto para Agromercado se toma como referencia el análisis realizado en el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) del Sector Agrario y de Riego 2024-2030, que considera 04 escenarios: (i) Crisis Económica, (ii) Ocurrencia de desastre mayor, (iii) Disrupción ambiental, (iv) Disrupción tecnológica, habiéndose realizado el análisis respecto de la variable estratégica “*Acceso al mercado de productos agrarios*”; sin embargo es importante precisar que las medidas estratégicas propuestas no están vinculadas necesariamente al qué hacer específico de la entidad.

En línea con lo anterior, muchas de las medidas estratégicas de la variable *Acceso al mercado de productos agrarios* definidas en el PESEM 2024-2030 del Sector, están relacionadas a tener una oferta de productores agrarios preparada para no limitar su acceso al mercado ante los escenarios planteados.

⁹ Repositorio institucional de herramientas de inteligencia comercial:

<https://www.gob.pe/15691-acceder-al-repositorio-institucional-de-agromercado>

Solicitud de información estadística agropecuaria para comercio exterior

<https://www.gob.pe/11567-solicitar-informacion-estadistica-agropecuaria-de-comercio-exterior>

¹⁰ Canales de atención y aplicativos como “Mi Caserita” <https://bitly.ws/Wouo> y “Agrochatea” <https://siea.midagri.gob.pe/portal/agrochatea/>, entre otros, disponible de forma gratuita a través del Sistema Integrado de Estadística Agraria – SIEA: <https://siea.midagri.gob.pe/portal/>

En dicho contexto, a continuación, se presenta el análisis de las tendencias, riesgos y oportunidades que podrían tener un mayor impacto en el funcionamiento y desarrollo institucional de Agromercado, según la variable prioritaria “Acceso al mercado de los productos agrarios” del PESEM vigente.

Cuadro N° 03
Identificación y análisis de tendencias, riesgos y oportunidades

Tendencias / Riesgos / Oportunidades	Análisis de impacto
T02. Incremento de sector agropecuario	Esta tendencia tiene un efecto positivo para el cierre de brechas de Agromercado, puesto que de acuerdo a Marco Orientador de Cultivos 2022-2023 presentado por MIDAGRI, el incremento del sector agropecuario contribuyó al ordenamiento de la oferta agrícola de los pequeños productores agrarios para su inserción competitiva en los mercados agrarios.
T08. Aumento del consumo de alimentos	Esta tendencia tiene un efecto negativo para el cierre de brechas de Agromercado, dado su impacto en la agricultura familiar, ya que el aumento del consumo puede favorecer a grandes productores y empresas agroindustriales afectando negativamente a los/las agricultores/as familiares, teniendo dificultades para competir en el mercado, con incidencia en sus costos de producción, la calidad y seguridad alimentaria si no se controla adecuadamente, hay riesgos para la salud pública, entre otros, lo cual lleva a una mayor competencia en el mercado, lo que afecta negativamente a los productores agrarios menos competitivos.
T12. Incremento en la exportación agropecuaria	Esta tendencia tienen un efecto positivo para el cierre de brechas de Agromercado , ya que el incremento en la exportación agropecuaria mejora la competitividad de los productos peruanos en los mercados internacionales, y en consecuencia la competitividad de empresas exportadoras o con potencial exportador que requieran absorber y/o comprar oferta de los productores agrarios de la agricultura familiar, contribuyendo al escalonamiento hacia lo competitividad, complementándose entre si para el cierre de brechas de los principales indicadores sociales a nivel del País.
R08. Prolongado estancamiento o recesión de la economía departamental	Este riesgo representa un daño significativo para la entidad, ya que un prolongado estancamiento o recesión de la economía departamental tiene un impacto negativo en la producción agrícola y en la economía de los/las productores/as agrarios/as en el Perú. En el corto plazo, la disminución de la demanda de productos agrícolas conlleva a una disminución en los precios y los ingresos de los/las productores/as agrarios/as.
R11. Crisis alimentaria	Este riesgo tiene un impacto negativo para la entidad, dado que la crisis alimentaria tiene efectos negativos en la producción agrícola y en la economía de los/las productores/as agrarios/as a nivel nacional. En el corto plazo, la crisis alimentaria conlleva a una disminución en la oferta de alimentos y un aumento en los precios, lo que afecta la capacidad de los/las productores/as agrarios/as para mantener sus operaciones y generar ingresos.

Tendencias / Riesgos / Oportunidades	Análisis de impacto
OP03. Mayor diversificación productiva	Esta oportunidad tiene un impacto positivo para Agromercado, en vista que, en el caso del sector agrícola, la diversificación productiva mejora la sostenibilidad de los/las productores/as agrarios/as al reducir su exposición a los riesgos asociados con la producción de un solo cultivo. Además, mejora la inserción al mercado de los/las productores/as agrarios/as al permitirles ofrecer una gama más amplia de productos a los consumidores.

Fuente: Plan Estratégico Sectorial Multianual del Sector Agrario y de Riego 2024-2030

Nota: Información Extraída del análisis de impacto de las tendencias, riesgos y oportunidades sobre la variable prioritaria “Acceso al mercado de los productos agrarios”, en el marco del proceso de formulación del Plan Estratégico Sectorial Multianual del Sector Agrario y de Riego 2024-2030, en el cual participó Sierra y Selva exportadora, ahora Agromercado, como parte del Grupo de Trabajo Sectorial de Planeamiento estratégico del Sector Agrario y de Riego.

En ese sentido y considerando los servicios que ofrece Agromercado se ha seleccionado los escenarios de (i) crisis económica y (ii) disrupción tecnológica como los escenarios que mayor impacto podrían tener para la entidad en la provisión de sus principales servicios, de acuerdo a lo siguiente:

Cuadro N° 04
Escenario de crisis económica y medidas anticipatorias

Servicios Agromercado	Escenario de Crisis Económica	Medidas anticipatorias
Fortalecimiento de capacidades a los pequeños y medianos productores agrarios, en gestión organizacional, gestión empresarial y comercial, gestión de la calidad y valor agregado.	La crisis económica ha tenido un impacto en el servicio debido a que el recorte del gasto público afecta también al presupuesto que se tiene para desarrollar los servicios de capacitación y asistencia técnica que brinda Agromercado, afectando principalmente su cobertura a nivel nacional. Sin embargo, lejos de restringirse es cuando más deben intensificarse el servicio para mejorar la resiliencia del productor agrario y orientarlo a encontrar medios accesibles para enfrentar la crisis.	1. Fomentar alianzas con el sector privado y organizaciones no gubernamentales para compartir costos y recursos en la capacitación y asistencia técnica. 2. Promover la creación de incentivos fiscales a empresas que ofrezcan capacitaciones a agricultores. 3. Enfocar las capacitaciones en temas críticos que ayuden a los agricultores a adaptarse en tiempos de crisis, como gestión financiera y diversificación de cultivos. 4. Desarrollar plataformas virtuales de capacitación, reduciendo costos de acceso y permitiendo un mayor alcance, especialmente en áreas rurales. 5. Establecer programas de mentoría donde agricultores experimentados puedan capacitar a otros.
Mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles para pequeños y	La crisis económica ha tenido un impacto negativo en el servicio debido a que el recorte del gasto público ha afectado la cobertura, no permitiendo llegar	1. Articular a los productores agrarios en mecanismos de promoción y comercialización donde exista un real y potencial interés por parte de los compradores.

Servicios Agromercado	Escenario de Crisis Económica	Medidas anticipatorias
medianos productores agrarios.	a más productores agrarios. Por otro lado, aún en tiempo de crisis las plataformas comerciales como las ferias o ruedas de negocio subsisten justamente para que sus participantes encuentren mejores oportunidades de negocio. Dado el escenario, un incremento de precios tanto de los insumos como de los productos finales afectará la demanda interna y externa.	2. Desarrollar un networking estratégico, detectando compradores claves que tengan mayor capacidad de compra y tengan presencia en diferentes mercados. 3. Adaptar el formato de las ferias o ruedas de negocio (virtualidad), haciéndolas más atractivas y accesibles aún en tiempo de crisis económica. 4. Promover patrocinios, donaciones, voluntariado a fin de reducir los costos de organización de ferias. 5. Fortalecer relación con embajadas para obtener apoyo en la organización de ferias y obtener contacto de potenciales empresas compradoras.
Servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	Un escenario de crisis económica afecta la demanda de los productos agrarios tanto a nivel interno como externo. Por ello, en un escenario de crisis, a pesar de los recortes presupuestarios que pueda afectar al servicio, resulta crítico que los productores agrarios cuenten con información especializada respecto de las tendencias del mercado, tendencias de consumo y nichos que le puedan ser rentables.	1. Fomentar que las universidades y gobiernos regionales desarrollen investigaciones de mercado relacionados a la actividad agraria. 2. Uso de datos secundarios de ONGs o investigaciones realizadas por otros Estados. 3. Fomentar la creación de redes de agricultores en las que se comparta información de mercado, reduciendo la intervención de intermediarios. 4. Capacitar a los agricultores a que ellos mismos puedan acceder a la información de mercado disponible. 5. Garantizar la difusión masiva y acceso al público objetivo a información especializada de su producto, poniendo a disposición canales con contenidos amigables y en formatos de fácil difusión.

Cuadro N° 05
Escenario de disrupción tecnológicas y medidas anticipatorias

Servicios Agromercado	Escenario de Crisis Económica	Medidas anticipatorias
Capacitación, asistencia técnica y asesoramiento en materia de gestión organizacional, empresarial y comercial, gestión de la calidad y valor agregado.	En un escenario de disrupción tecnológica el servicio de capacitación y asistencia técnica se ve impactado de manera positiva, permitiendo ampliar la cobertura del servicio y la calidad del mismo. Se han desarrollado herramientas digitales que facilitan al agricultor el acceso al conocimiento y este la utiliza de manera frecuente, dado que ha comprendido la utilidad y cómo impacta finalmente en el incremento de sus ventas.	1. Desarrollar plataformas virtuales de aprendizaje que no solo impacte en la cobertura, sino que tenga un contenido más interactivo que permita una mejor retención de la información, participación del productor y/o disponibilidad de la misma en forma actualizada. 2. Desarrollar capacitaciones virtuales en las que se invite a expertos o se compartan testimonios de casos de éxito, reduciendo costos de desplazamiento tanto de los ponentes como de los agricultores. 3. Desarrollar el "microlearning" o el microaprendizaje con contenidos digitales cortos, específicos y frecuentes, a través de herramientas digitales. 4. Desarrollar foros y comunidades en línea para el intercambio de conocimiento, experiencia, absolución de dudas, entre agricultores y expertos. 5. Potenciar la formación de cuadros técnicos subnacionales y de otras entidades que operan en el territorio, en las materias de competencia, que garantice contar con aliados para la articulación de la oferta agraria proveniente de la agricultura familiar a nivel local.
Mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles para pequeños y medianos productores agrarios.	En un escenario de disrupción tecnológica el servicio de plataformas comerciales se ve impactado de manera positiva. Se han desarrollado herramientas digitales que facilitan al agricultor a desarrollar una conexión más directa con sus potenciales compradores. Los agricultores han consolidado su aprendizaje digital y lo utilizan intensamente.	1. Desarrollo y/o fortalecimiento de plataforma digital (marketplace) para la promoción y "venta directa" de productos agropecuarios. 2. Fortalecimiento de las redes sociales que busquen mayor visibilidad de los productores agrarios y sus productos. 3. Desarrollo de soluciones digitales que faciliten la creación de redes entre agricultores, compradores y proveedores. 4. Desarrollo y/o fortalecimiento de ferias y ruedas de negocio virtuales.

Servicios Agromercado	Escenario de Crisis Económica	Medidas anticipatorias
		5. Alerta digital sobre las ferias locales, regionales e internacionales que sean recibidas por los agricultores a través de sus celulares.
Servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	En un escenario de disrupción tecnológica el servicio de información especializada sobre nichos y/o oportunidades de mercado se ve impactado de manera positiva, permitiendo ampliar la producción y calidad de la información. Se ha hecho uso de la transformación digital para crear redes colaborativas de producción de información y la big data e inteligencia artificial ha permitido también una mejor producción de esta. Además, se ha logrado que el agricultor tenga un mayor acceso a toda esta información.	1. Crear plataformas digitales donde el agricultor pueda acceder (vía web o móvil) a datos actualizados de precios, demanda y tendencias del mercado, incluyendo alertas de cambios. 2. Uso de big data e inteligencia artificial para procesar grandes volúmenes de datos sobre tendencias de consumo, precios históricos y patrones de compra, mejorando la calidad de la información. 3. Uso de encuestas en línea para recopilar información directamente de los agricultores sobre sus necesidades y experiencias en el mercado. 4. Fortalecer la publicación de informes y boletines que resuman la información más importante, a través de canales digitales. 5. Desarrollar alianzas estratégicas con startups y empresas de tecnología que ofrezcan soluciones innovadoras en la recopilación y análisis de datos.

3. Definición de la situación futura deseada

En el 2030, Agromercado habrá logrado atender anualmente a 36,000 pequeños y medianos productores agrarios de la agricultura familiar en fortalecimiento de sus competencias en la gestión organizacional, empresarial y comercial, gestión de la calidad y valor agregado, a través de actividades e inversiones de apoyo al desarrollo comercial; así como capacitar a 820 cuadros técnicos de Gobiernos Subnacionales y otras entidades a nivel local, en gestión comercial y empresarial; mediante alianzas con el sector privado y organizaciones no gubernamentales y de plataformas digitales de aprendizaje que permiten una mayor cobertura – geográfica e intercultural, contribuyendo a facilitar la inserción de los productores agrarios en el mercado nacional y de exportación.

Asimismo, en el 2030 la entidad habrá beneficiado a 171,072 productores con el acceso a mecanismos de articulación y promoción comercial a medida, fortaleciendo el posicionamiento de sus productos y posibilitando acuerdos comerciales sostenibles, mediante la implementación de un marketplace para la promoción y venta directa de los productos agropecuarios, la creación de redes entre los productores agrarios, compradores y proveedores, logrando una mayor participación en mercados locales e internacionales.

Finalmente, Agromercado en el 2030, se habrá logrado consolidar como entidad especializada en la articulación comercial, cuyas herramientas estratégicas – como prospectiva comercial, oportunidades de mercado, propuestas técnicas para el crecimiento del agro, entre otros - contribuyen en los modelos de intervención para el desarrollo y competitividad comercial de los productos agrarios, a ser implementados por las entidades que operan en el territorio, para cuyo efecto, la entidad potencia el acceso a información especializada de mercado en favor de su público objetivo.

4. Misión Institucional

Agromercado ha definido su Misión, en función de sus competencias y funciones establecidas en la normativa vigente de la entidad, de la siguiente manera:

“Promover y facilitar el acceso a mercados nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la agricultura familiar de manera competitiva y sostenible”.

5. Objetivos Estratégicos Institucionales

Los Objetivos Estratégicos Institucionales de Agromercado definen los resultados que la entidad espera alcanzar en la población objetivo que atiende y los cambios a generarse internamente para el cumplimiento de sus funciones y competencias. En ese sentido, como resultado del proceso de formulación del PEI 2025-2030., se han definido dos (02) objetivos estratégicos institucionales con sus respectivos indicadores, de los cuales uno (01) corresponde a objetivos estratégicos Tipo I¹¹ y un (01) objetivo estratégico del Tipo II¹².

¹¹ El objetivo estratégico institucional de tipo I, se refiere al dirigido a la población objetivo a la cual sirve Agromercado y cuyas condiciones se busca mejorar a través de los bienes o servicios que proporciona la entidad.

¹² El objetivo estratégico institucional de tipo II, se refiere a las condiciones internas que la entidad busca mejorar o fortalecer.

Es importante resaltar que, entre los objetivos estratégicos institucionales, se plantean un objetivo estratégico institucional relacionado al fortalecimiento de la gestión institucional y la mejora de la gestión del riesgo de desastres¹³, que constituyen objetivos de tipo II referidos a las condiciones internas que la entidad busca mejorar o fortalecer.

Asimismo, los objetivos estratégicos institucionales definidos por Agromercado se encuentran principalmente articulados al PESEM 2024 - 2030 del MIDAGRI, así como a la Política Nacional Agraria vigente.

La siguiente tabla resume los objetivos estratégicos con sus respectivos indicadores y responsables:

Cuadro N° 06
Objetivos Estratégicos Institucionales

OEI		Nombre del Indicador	Unidad orgánica responsable del Indicador
Código	Descripción		
OEI.01	Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la Agricultura Familiar.	Tasa de variación de las ventas nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado.	Dirección de Gestión de la Oferta Productiva - DGOP
		Porcentaje de organizaciones agrarias atendidas por la entidad que mejoran su grado de madurez para articularse a los mercados.	Dirección de Gestión de la Oferta Productiva - DGOP
OEI.02	Modernizar la gestión de institucional de AGROMERCADO	Porcentaje de satisfacción de usuarios que acceden a los servicios que brinda la entidad	Dirección de Oportunidades de Mercado - DOM

OEI.01: Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la Agricultura Familiar.

Se busca promover el ingreso a mercados nacionales e internacionales de forma sostenible, facilitando acuerdos comerciales y acceso a mercados en beneficio de los pequeños y medianos productores agrarios y sus organizaciones a nivel nacional, para lo cual Agromercado brinda servicios como fortalecimiento de capacidades (capacitación, asistencia técnica y asesoramiento) en gestión organizacional, empresarial y comercial, gestión de la calidad y valor agregado, a través de la implementación de actividades, planes de articulación comercial e inversiones, fortalecimiento de capacidades en gestión empresarial y comercial para cuadros técnicos subnacionales, mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles, así como difusión y generación de información de oportunidades de mercado especializada para productores agrarios y sus

¹³ Conforme la Guía de Planeamiento Institucional vigente y con las competencias y funciones de Ley de la entidad, la Gestión del Riesgo de Desastres (GRD) se ha considerado como acción estratégica institucional (AEI) del OEI 02.

organizaciones; contribuyendo con dichos servicios a la generación de ingresos de la agricultura familiar.

OEI.02: Modernizar la Gestión Institucional.

Se busca fortalecer y modernizar la gestión institucional en el marco de la Ley N°27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión de Estado y modificatorias, con un enfoque de gestión de resultados en beneficio de la población, propiciando el desarrollo y fortalecimiento de cada uno de los pilares contemplados en la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública a través de un proceso continuo de mejora que respondan a las necesidades y expectativas de la ciudadanía, introduciendo mecanismos más eficientes que implica mecanismos de transformación digital que implica el uso intensivo de tecnologías de la información y comunicación (TIC); mecanismo de gestión de los recursos humanos orientados a mejorar el desempeño de los colaboradores de la entidad, instrumentos de gestión institucional que comprende la adopción progresiva de la gestión procesos para brindar servicios de manera más eficiente, y principalmente la actualización de documentos normativos de gestión interna; como planes, directivas lineamientos, entre otros; y de otro lado se propone la implementación del modelo de integridad a efectos desarrollar un conjunto de procesos y políticas orientadas a promover la integridad en la institución, así como la gestión del riesgo ante desastres, en cumplimiento a lo dispuesto en la Ley N° 29664 “Ley que crea el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres -SINAGERD”.

6. Acciones Estratégicas Institucionales

Se han identificado ocho (08) acciones estratégicas institucionales que permitirán la implementación de la estrategia definida por los objetivos estratégicos institucionales, de las cuales 03 corresponden a servicios que se ofrecen a los pequeños y medianos productores agrarios y 05 corresponden a servicios intermedios que se ofrecen a usuarios internos de Agromercado, principalmente.

La siguiente tabla resume las acciones estratégicas institucionales, articuladas con los objetivos estratégicos institucionales, con sus respectivos indicadores y responsables:

Cuadro N°07
Acciones Estratégicas Institucionales

OEI/AEI		Nombre del Indicador	Unidad orgánica responsable del Indicador
Código	Descripción		
OEI.01	Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la Agricultura Familiar.	Tasa de variación de las ventas nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado.	Dirección de Gestión de la Oferta Productiva – DGOP
		Porcentaje de organizaciones agrarias atendidas por la entidad que mejoran su grado de madurez para articularse a los mercados	Dirección de Gestión de la Oferta Productiva - DGOP
AEI.01.01	Fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, empresarial, comercial, y de calidad,	Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a cuadros técnicos subnacionales y de otras entidades a nivel local	Dirección de Gestión de la Oferta Productiva - DGOP

OEI/AEI		Nombre del Indicador	Unidad orgánica responsable del Indicador
Código	Descripción		
	implementado en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a productores agrarios a través de inversiones	Dirección de Gestión de la Oferta Productiva – DGOP
		Número de servicios de fortalecimiento de capacidades brindados a pequeños y medianos productores agrarios a través de actividades	Dirección de Gestión de la Oferta Productiva - DGOP
AEI.01.02	Mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles para pequeños y medianos productores agrarios.	Número de mecanismos de promoción y articulación comercial brindados a pequeños y medianos productores agrarios	Dirección de Promoción y Articulación Comercial – DPAC.
AEI.01.03	Servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	Número de servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores entregados por la entidad	Dirección de Oportunidades de Mercado – DOM
OEI.02	Modernizar la Gestión Institucional.	Porcentaje de satisfacción de usuarios que acceden a los servicios que brinda la entidad	Dirección de Oportunidades de Mercado – DOM
AEI.02.01	Transformación digital y herramientas tecnológicas implementadas por la entidad.	Porcentaje de proyectos implementados del portafolio de Plan de Gobierno Digital	Oficina de Administración - OA.
AEI.02.02	Mecanismo de gestión de los recursos humanos implementado por la entidad.	Número de procesos fortalecidos del sistema administrativo de gestión de recursos humanos de la entidad	Oficina de Administración - OA.
AEI.02.03	Instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad.	Número de instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad	Oficina de Planeamiento y Presupuesto - OPP.
AEI.02.04	Modelo de integridad implementado por la entidad.	Índice de capacidad preventiva frente a la corrupción (ICP)	Gerencia General - GG.
AEI.02.05	Programa de gestión del riesgo de desastres implementado en la entidad	Número de mecanismos en gestión de riesgos de desastres implementados en la entidad.	Oficina de Administración - OA.

A continuación, con el propósito de facilitar la comprensión de la estrategia definida, se describen los objetivos estratégicos institucionales y las acciones estratégicas institucionales, precisando los servicios que involucran cada uno de ellos.

OEI.01: Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la Agricultura Familiar.

Acciones estratégicas institucionales:

- **AEI.01.01. Fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, empresarial, comercial y de calidad, implementado en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.**

Comprende el desarrollo de acciones de capacitación, asistencia técnica, asesoramiento, entre otras actividades, orientadas al desarrollo y fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, empresarial y comercial, gestión de la calidad y valor agregado según el perfil y necesidades de los medianos y pequeños productores agrarios y sus organizaciones, a través de la implementación de actividades, planes de articulación comercial e inversiones, sobre la base de un diagnóstico de sus condiciones productivas, organizacionales y empresariales, así como del análisis sobre oportunidades de mercado y potencial de sus productos; así como el fortalecimiento de capacidades en gestión empresarial y comercial para cuadros técnicos subnacionales y de entidades del Sector que operan a nivel local. Asimismo, la citada intervención comprende proyectos de inversión de apoyo al desarrollo productivo y comercial, los cuales implican principalmente actividades de capacitación y/o asistencia técnica para la certificación, gestión de la calidad y desarrollo del producto y asesoría empresarial en apoyo a la comercialización y poscosecha destinados a la mejora de la competitividad de los pequeños y medianos productores agrarios con la finalidad de facilitar su inserción en el mercado nacional y de exportación.

- **AEI.01.02. Mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles para pequeños y medianos productores agrarios.**

Comprende el desarrollo de actividades orientadas a facilitar el ingreso a los mercados de los pequeños y medianos productores agrarios y sus organizaciones; buscando dar inicio y/o fortalecer una relación comercial de mediano y largo plazo. Con base al diagnóstico y perfil de los productores y sus organizaciones agrarias, esta AEI comprende mecanismos a la medida, tales como ferias nacionales e internacionales, ruedas de negocio, encuentros comerciales, concursos macrorregionales, festivales, reconocimientos, activaciones para promover el consumo interno de los productos agrarios, pasantías comerciales, misiones comerciales, asesoramiento especializado, entre otros, que se realizan con la finalidad de articular y poner en vitrina la oferta productiva de los pequeños y medianos productores de la agricultura familiar, para incluir e incrementar las posibilidades de acceso de sus productos al mercado en mejores condiciones, a nivel regional, nacional e internacional.

- **AEI.01.03. Servicios de información de oportunidades de mercado especializada e instrumentos orientadores en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.**

Comprende, de un lado, del desarrollo de instrumentos y/o herramientas de prospectiva comercial y oportunidades de mercado generados por la entidad;

y de otro lado, con base a lo anterior, la generación de instrumentos orientadores - como propuestas técnicas y modelos de intervención para el desarrollo comercial de las cadenas productivas - para la toma de decisiones de los pequeños y medianos productores y las organizaciones que son atendidos como beneficiarios directos a nivel nacional; así como otras entidades del sector, gobiernos regionales y/o locales. La información de agraria generada por la entidad, comprende desde estudios de prospección comercial de productos para mercado nacional y de exportación; nichos de mercado, fichas comerciales, reporte actualizado de partidas de agroexportación, noticias de mercado nacional e internacional, entre otros, los mismos que se encuentran disponibles en un repositorio de información y otros medios de acceso gratuito a través del portal institucional de la entidad. Esta acción estratégica resulta clave para la entidad, toda vez que, con base a los instrumentos técnicos generados, permite también articular con las dependencias del sector, compromisos para una intervención de los servicios agrarios de manera planificada y con enfoque de mercado.

OEI.02: Modernizar la Gestión Institucional.

Acciones estratégicas institucionales:

- **AEI.02.01. Transformación digital y herramientas tecnológicas implementadas por la entidad.**

Comprende las acciones orientadas a promover el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación para mejorar la gestión de la información y los servicios ofrecidos a los ciudadanos en el marco de fortalecer el proceso de transformación digital de la Entidad, a través de la implementación y desarrollo de sistemas de información y/o proyectos digitales comprendidos en el portafolio del Plan de Gobierno Digital de la entidad.

- **AEI.02.02. Mecanismos de gestión de los recursos humanos implementados por la entidad.**

Comprende un conjunto de acciones orientadas a fortalecer el servicio civil y la mejora continua de la administración pública, a través de la gestión de los recursos humanos y sus siete (07) subsistemas: planificación de políticas de recursos humanos, organización del trabajo y su distribución, gestión del empleo, gestión del rendimiento, gestión de la compensación, gestión del desarrollo y capacitación; y gestión de relaciones humanas y sociales, conforme la normativa vigente¹⁴. Conociendo los retos existentes y la limitada asignación presupuestal, se considera impulsar de manera progresiva la mejora y fortalecimiento de los procesos del sistema de gestión de recursos humanos, en particular en lo referido al desarrollo de las competencias y conocimientos dirigido al recurso humano de la institución y gestión del rendimiento y desarrollo del plan de bienestar social de la entidad; con la finalidad de mejorar el desempeño de los servidores y alcanzar el logro de los objetivos institucionales, lo cual contribuye directamente en la calidad de los servicios brindados a los ciudadanos.

- **AEI.02.03. Instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad.**

¹⁴ Directiva N° 002-2014-SERVIR/GDSRH “Normas para la gestión del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos en las Entidades Públicas”, aprobada mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 238-2014-SERVIR-PE.

Comprende un conjunto de instrumentos de gestión que permitan formular y establecer objetivos de carácter prioritario, así como la definición de criterios técnicos-normativos internos, bajo un enfoque de mejora continua, que permita alcanzar los resultados esperados por la entidad en la provisión de servicios. En dicho marco, la AEI contempla desde la adopción progresiva de la gestión por procesos, así como los esfuerzos relacionados a la simplificación administrativa y la mejora en la organización institucional, con el fin de eliminar obstáculos innecesarios que generen un funcionamiento deficiente de la entidad y/u sobrecostos para la ciudadanía, a la vez de incorporar mejoras e innovaciones para la generación del valor público en la provisión de los servicios que brinda la entidad.

▪ **AEI.02.04. Modelo de integridad implementado por la entidad.**

Comprende el desarrollo de un conjunto de acciones orientadas a promover la integridad en la entidad, prevenir la corrupción y diversas prácticas contrarias a la ética; la identificación, evaluación y mitigación de los procesos o actividades que generen riesgos que afecten la integridad; la asistencia técnica para los estándares de cumplimiento y responsabilidad para la entidad y colaboradores. Asimismo, comprende la implementación de mecanismos de inducción sobre integridad y actividades de promoción y difusión, así como desarrollar capacitaciones; y monitoreo en la implementación de canal de denuncias, conforme el modelo de integridad establecido para la entidad¹⁵.

▪ **AEI.02.05. Programa de gestión del riesgo de desastres implementado en la entidad.**

Comprende un conjunto de acciones y/o mecanismos, como elaboración e implementación de instrumentos de gestión y capacitaciones dirigido a los colaboradores de la institución, orientadas a prevenir y reducir el riesgo, y el desarrollo de una capacidad de respuesta (continuidad operativa) ante la ocurrencia de desastres en la entidad, a fin de contribuir a la reducción de los mismos.

La implementación de la AEI 02.05 obedece a normativa de obligatorio cumplimiento, tales como:

- a) Ley N° 29664, que crea el Sistema Nacional de Gestión de Riesgo de Desastres – SINAGERD, como sistema interinstitucional con la finalidad de identificar y reducir los riesgos asociados a peligros, así como evitar la generación de nuevos riesgos, entre otros.
- b) Reglamento de la Ley N° 29664, que en su numeral 13.4 establece que “Los Titulares de las entidades y sectores del Gobierno Nacional, constituyen y presiden los Grupos de Trabajo de la Gestión del Riesgo de Desastres, como espacios internos de articulación para la formulación de normas y planes, evaluación y organización de los procesos de Gestión del Riesgo de Desastres en el ámbito de su competencia.
- c) Resolución Ministerial N° 003-2020-MINAGRI, mediante el cual se actualiza la constitución del Grupo de Trabajo para la Gestión del Riesgo de Desastres del Ministerio de Agricultura y Riego – GTGRD-MINAGRI.
- d) Resolución Jefatural N° 013-2025-MIDAGRI-AGROMERCADO/J, que aprueba la conformación del “Grupo de Trabajo para la Gestión del Riesgo de desastres de AGROMERCADO”, estableciendo como Secretaría Técnica a la Jefatura de la Oficina de Administración.

¹⁵ Resolución Jefatural N° 016-2015-MIDAGRI-AGROMERCADO/J, de fecha 28 de Marzo 2025, que aprueba el documento denominado “Programa de Integridad de Agromercado 2025”.

7. Ruta Estratégica

La ruta estratégica de Objetivos y Acciones Institucionales definida en esta sección establece un orden de prioridad ascendente a nivel de objetivos y acciones estratégicas para facilitar la asignación de recursos. En el caso de la priorización de los objetivos estratégicos, los criterios utilizados están relacionados a: i) La relevancia del objetivo, de acuerdo con la política institucional que contempla la política general del gobierno y el marco legal de Agromercado, ii) La magnitud de la brecha, es decir cuán lejos está la entidad de alcanzar la meta del indicador.

En el caso de las acciones estratégicas, los criterios utilizados están relacionados a: i) La vinculación causal entre la acción estratégica y el objetivo estratégico; es decir, la influencia de la acción estratégica para el logro del objetivo estratégico, ii) La capacidad para ejecutar las acciones estratégicas en términos de habilidades, conocimiento y experiencia.

Cuadro N°07**Ruta Estratégica de Objetivos y Acciones Institucionales de Agromercado**

A continuación, se presentan un orden de prioridad único y ascendente para los objetivos estratégicos institucionales y acciones estratégicas institucionales, la priorización se efectúa en una secuencia lógica de acciones y su articulación con la Política General de Gobierno.

Prioridad	OEI		Vinculación con la PGG	Prioridad	AEI		Vinculación con la PGG	UO Responsable
	Código	Descripción			Código	Descripción		
1	OEI.01	Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la Agricultura Familiar.	Eje 4, L 4.5; 4.9 y 4.12	1	AEI.01.01	Fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, empresarial, comercial, y de calidad, implementado en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	Eje 4, L 4.5, 4.9	Dirección de Oferta productiva - DGOP
				2	AEI.01.02	Mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles para pequeños y medianos productores agrarios.	Eje 4, L 4.5, 4.9	Dirección de Promoción y Articulación Comercial - DPAC
				3	AEI.01.03	Servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	Eje 4, L 4.5, 4.9	Dirección de Oportunidades de Mercado - DOM
2	OEI.02	Modernizar la gestión institucional.	Eje 4, L 4.5	3	AEI.02.01	Transformación digital y herramientas tecnológicas implementadas por la entidad.	Eje 4, L 4.5	Oficina de Administración - OA
				2	AEI.02.02	Mecanismo de gestión de los recursos humanos implementado por la entidad.	Eje 4, L 4.5	Oficina de Administración - OA

Prioridad	OEI		Vinculación con la PGG	Prioridad	AEI		Vinculación con la PGG	UO Responsable
	Código	Descripción			Código	Descripción		
				1	AEI.02.03	Instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad.	Eje 4, L 4.5	Oficina de Planeamiento y Presupuesto - OPP
				4	AEI.02.04	Modelo de integridad implementado por la entidad.	Eje 4, L 4.5	Gerencia General - GG
			Eje 6, L 6.7	5	AEI.03.01	Programa de gestión del riesgo de desastres implementado en la entidad.	EJE 6, L 6.7	Oficina de Administración - OA

8. Anexos

8.1 Anexo B-1: Matriz de Articulación de Planes

A continuación, se articula el Objetivo Estratégico Sectorial 4 del Plan Estratégico Sectorial Multianual del Sector Agricultura y de Riego 2024-2030 a los objetivos estratégicos institucionales de Agromercado.

Objetivo Estratégico Sectorial			Acción Estratégica Sectorial			Objetivo Estratégico Institucional			Explicación de Relación Causal con OES o AES
Cod.	Enunciado	Nombre del indicador	Cod.	Enunciado	Nombre del Indicador	Cód.	Enunciado	Nombre del Indicador	
OES.4	Incrementar el acceso al mercado de productos agrarios.	Porcentaje de Valor Bruto de Producción de los/las productores/ras agropecuarios/as cuyo destino es la venta.	AES.4.1	Incrementar la diversificación de la oferta productiva agraria.	Tasa de crecimiento del valor bruto de la producción de los productores agropecuarios.	OEI.01	Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la Agricultura Familiar.	IND OEI 01.01 Tasa de variación de las ventas nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado.	A través de la asistencia técnica brindada a los pequeños y medianos productores agrarios y sus organizaciones en la fase de comercialización mediante la implementación de instrumentos de articulación comercial, el OEI.01 de Agromercado, contribuye a incrementar la inserción competitiva a los mercados nacionales e internacionales, toda vez que los servicios orientados al fortalecimiento de capacidades en materia de gestión organizacional, empresarial y comercial, y gestión de la calidad; buscan incrementar el valor agregado de los productos agrarios, conforme los estándares y requerimientos de los mercados, en términos de volumen, calidad, certificación, sellos y otros; facilitando a su vez, que productores agrarios de la agricultura familiar destinen más de su producción a las ventas, contribuyendo con el OES.4 y AES.01 de Plan Sectorial.
								IND OEI 01.02 Porcentaje de organizaciones agrarias atendidas por la entidad que mejoran su grado de madurez para articularse a los mercados	

Objetivo Estratégico Sectorial			Acción Estratégica Sectorial			Objetivo Estratégico Institucional			Explicación de Relación Causal con OES o AES
Cod.	Enunciado	Nombre del indicador	Cod.	Enunciado	Nombre del Indicador	Cód.	Enunciado	Nombre del Indicador	
						OEI.02	Modernizar la gestión institucional	IND OEI 02.01 Porcentaje de satisfacción de usuarios que acceden a los servicios que brinda la entidad	El OEI.02 tiene una relación causal indirecta con el OES.4 del Plan Sectorial, toda vez que el adecuado fortalecimiento de la gestión institucional, permitirá contar con una mayor eficiencia en el uso de los recursos y una mejora de los servicios brindados a los pequeños y medianos productores agrarios de la agricultura familiar.
								IND OEI 02.02 Porcentaje de metas de modernización de la gestión institucional cumplidas	

8.2 Anexo B-2: Matriz de Articulación de las Políticas Nacionales y el PEI

A continuación, se articula el Objetivo Prioritario 1 de la Política Nacional Agraria vigente a las acciones estratégicas institucionales de Agromercado.

Nombre de la Política Nacional	Objetivo Prioritario		Lineamiento		Servicio			Acción Estratégica Institucional		
	Cod.	Enunciado	Cod.	Enunciado	Cód.	Enunciado	Nombre del Indicador	Cód.	Enunciado	Nombre del Indicador
Política Nacional Agraria 2021-2030	OP.1	Incrementar el nivel de integración vertical de los productores agrarios en la cadena de valor.	L1.2	Afianzar los mecanismos de articulación comercial de los productos agrarios familiares (en transición y consolidados) y empresariales	S1.2.1	Canales de comercialización directa a productores agrarios (en transición y consolidados) y empresariales.	Porcentaje de productores agrarios que accedieron al mecanismo de articulación y promoción comercial directa.	AEI.01.02	Mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles para pequeños y medianos productores agrarios.	IND AEI 01.02.01 Número de mecanismos de promoción y articulación comercial brindados a pequeños y medianos productores agrarios
			L1.3	Desarrollar programas de fortalecimiento de capacidades productivas y comerciales para los productores agrarios familiares (en transición y consolidados) y productores agrarios empresariales.	S1.3.1	Programa de fortalecimiento de capacidades en gestión empresarial, comercial y productiva para los productores agrarios familiares (en transición y consolidados) y empresariales	Porcentaje de productores agrarios que acceden del Programa de Fortalecimiento de Capacidades.	AEI.01.01	Fortalecimiento de capacidades en gestión empresarial, comercial, productiva y de calidad, implementado en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	IND AEI 01.01.01 Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a cuadros técnicos subnacionales y de otras entidades a nivel local IND AEI 01.01.02 Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a productores agrarios a través de inversiones

										IND AEI 01.01.03 Número de servicios de fortalecimiento de capacidades brindados a pequeños y medianos productores agrarios a través de actividades
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

8.3 Anexo B-3: Matriz del Plan Estratégico Institucional

Sector: Agricultura y Riego

Pliego: 018 – Agromercado

Período: 2025-2030

Misión Institucional: Promover el acceso a mercados nacionales e internacionales, de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en Agricultura Familiar, de manera competitiva y sostenible.

OEI/AEI		Nombre del Indicador	Línea Base		Logros Esperados					
Código	Descripción		Valor	Año	2025	2026	2027	2028	2029	2030
OEI.01	Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la Agricultura Familiar.	Tasa de variación de las ventas nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado.	17%	2024	3%	3%	3%	3%	3%	3%
		Porcentaje de organizaciones agrarias atendidas por la entidad que mejoran su grado de madurez para articularse a los mercados	74%	2024	75%	78%	81%	84%	87%	90%
Acción Estratégica Institucional del OEI.01										
AEI.01.01	Fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, empresarial, comercial, y de calidad, implementado en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	Número de servicios de fortalecimiento de capacidades brindados a pequeños y medianos productores agrarios a través de actividades	7,228	2024	9,484	9,960	10,578	11,359	12,200	13,106
		Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a productores agrarios a través de inversiones	3,236	2024	20,708	34,341	54,945	27,474	20,500	27,500

OEI/AEI		Nombre del Indicador	Línea Base		Logros Esperados					
Código	Descripción		Valor	Año	2025	2026	2027	2028	2029	2030
AEI.01.02	Mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles para pequeños y medianos productores agrarios.	Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a cuadros técnicos subnacionales y de otras entidades a nivel local	20	2024	40	50	60	70	80	90
		Número de mecanismos de promoción y articulación comercial brindados a pequeños y medianos productores agrarios	94	2024	111	120	150	180	190	200
AEI.01.03	Servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.	Número de servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores entregados por la entidad	93	2024	31	62	70	75	75	88
OEI.02	Modernizar la gestión institucional.	Porcentaje de satisfacción de usuarios que acceden a los servicios que brinda la entidad	87%	2024	87%	89%	91%	93%	95%	96%
Acción Estratégica Institucional del OEI.02										
AEI.02.01	Transformación digital y herramientas tecnológicas implementadas en Agromercado	Porcentaje de proyectos implementados del portafolio de Plan de Gobierno Digital.	33%	2024	33%	75%	75%	75%	75%	100%
AEI.02.02	Mecanismo de gestión de los recursos humanos implementado por la entidad.	Número de procesos fortalecidos del sistema administrativo de gestión de recursos humanos de la entidad	2	2024	12	10	8	8	8	8
AEI.02.03	Instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad.	Número de instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad	1	2024	3	3	2	2	2	2

OEI/AEI		Nombre del Indicador	Línea Base		Logros Esperados					
Código	Descripción		Valor	Año	2025	2026	2027	2028	2029	2030
AEI.02.04	Modelo de integridad implementado por la entidad.	Índice de capacidad preventiva frente a la corrupción (ICP)	0.64	2024	0.68	0.70	0.75	0.80	0.90	0.90
AEI.02.05	Programa de gestión del riesgo de desastres implementado en la entidad	Número de mecanismos en gestión de riesgos de desastres implementados en la entidad.	0	2024	2	2	3	3	4	4

8.4 Fichas Técnicas de Indicadores de OEI y AEI

FICHA TECNICA DEL INDICADOR OEI.01	
Objetivo Estratégico Institucional:	OEI.01 Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la Agricultura Familiar.
Nombre del indicador:	IND. OEI 01.01 Tasa de variación de las ventas nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado.
Justificación:	El indicador permite medir la contribución de la entidad según su mandato ley, por cuanto evalúa la evolución de las ventas nacionales e internacionales que efectúen los pequeños y medianos productores agrarios que son atendidos por Agromercado, como resultado de la prestación de los servicios brindados, como el fortalecimiento de capacidades en gestión empresarial, comercial, y de calidad a través de actividades, planes de articulación comercial y/o inversiones; implementación de mecanismos de promoción y comercialización, acceso a información especializada de mercado, entre otros que se encuentren dentro de sus competencias. Para su medición, se emplea data disponible y sistematizada en el Sistema de Seguimiento de Planes de Articulación Comercial (SISPAC) de la entidad, el cual es alimentado de forma permanente por los órganos desconcentrados que operan en el territorio. El indicador es específico porque responde al objeto de Ley y competencias de la entidad en la integración de su público objetivo a los mercados nacionales y de exportación.
Responsables:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM) Responsable de objetivo, acción o servicio: Dirección de Gestión de la Oferta Productiva (DGOP)
Limitaciones para la medición del indicador:	Las Sedes desconcentradas y DGOP podrían registrar ventas con desfase en el sistema de seguimiento SISPAC, posterior al plazo de corte establecido para la evaluación de los planes institucionales.
Método de cálculo:	Fórmula: $TVVPAA = ((A/B) - 1) \times 100$ donde: TVVPAA: Tasa de variación de ventas nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado. A= Total de ventas nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado al cierre del año en curso. B= Total de ventas nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado en el año anterior. Consideraciones para el cálculo: - Los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado pueden ser independientes u organizados; quienes requieren de un proceso de acompañamiento formativo y/o de maduración, con la finalidad de fortalecer sus competencias empresariales y comerciales para integrarse al mercado nacional y/o de exportación. - El recojo de información es anual, y los valores son no acumulables, dado que responden al cumplimiento de la meta para cada año, según los planes de articulación comercial que se encuentran en curso.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR OEI.01													
	- El indicador recoge la contribución de ventas generadas por todas las intervenciones promovidas por la entidad: actividades, planes de articulación comercial, mecanismos de promoción y articulación, inversiones y otros servicios a demanda. - Se debe considerar factores propios del ecosistema agrario y comercial del país, tales como la alta comercialización no organizada, la volatilidad de los precios y la elevada informalidad en la comercialización de productos agrícolas a nivel nacional. Por tanto, si bien la entidad busca incidir de manera progresiva en la formalización de las ventas, no se restringe a las ventas declaradas por SUNAT (boletas y/o facturas), sino que considera ventas por todo concepto y modalidad, registrados en el Sistema de seguimiento SISPAC y sujetos a la validación de los órganos de línea competentes,												
Sentido esperado del indicador:	Sentido esperado: <table><tr><td></td><td>Ascendente</td></tr><tr><td></td><td>Descendente</td></tr><tr><td>X</td><td>No Definido</td></tr></table> Al presentarse como tasa de variación de ventas, si bien se ha previsto una tasa de variación anual de 3% para todo el período 2025-2030, el indicador espera recoger un incremento de las ventas respecto al ejercicio anual anterior, por tanto representa en sí mismo un incremento sostenido de las ventas anualmente. No obstante, al mantenerse la tasa de variación, no se establece una tendencia “ascendente”.								Ascendente		Descendente	X	No Definido
	Ascendente												
	Descendente												
X	No Definido												
Proceso de recolección y análisis:													
Fuente y base de datos:	Fuente: - Sistema de Planes de Articulación Comercial – SISPAC con información registrada por las Sedes Desconcentradas. Base de datos: - Reporte SISPAC de ventas nacionales e internacionales de los pequeños y medianos productores agrarios atendidos por Agromercado.												
	Línea de base	Logros esperados											
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030						
Valor relativo	17.4%	3%	3%	3%	3%	3%	3%						
Numerador	245,024,067	252,374,788	259,946,032	267,744,413	275,776,746	284,050,048	292,571,549						
Denominador	188,130,951	245,024,066	252,374,788	259,946,032	267,744,413	275,776,746	284,050,048						

FICHA TECNICA DEL INDICADOR OEI.01	
Objetivo Estratégico Institucional:	OEI.01 Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agrarios del Perú con énfasis en la Agricultura Familiar.
Nombre del indicador:	IND. OEI 01.02 Porcentaje de organizaciones agrarias atendidas por la entidad que mejoran su grado de madurez para articularse a los mercados
Justificación:	El indicador es relevante porque permite medir los cambios en las organizaciones agrarias atendidas por la entidad, en su gestión organizacional, gestión empresarial, gestión comercial y/o de calidad o valor agregado, como resultado de los servicios agrarios brindados, contando para ello con un instrumento denominado Grado de Madurez Organizacional (GMO), el cual es aplicado por la entidad desde el año 2023 como criterio para la elegibilidad de los productores agrarios y sus organizaciones, así como para identificar y priorizar aquellos componentes que los productores requieren fortalecimiento. Dicho instrumento es registrado de forma anual en el sistema interno de seguimiento denominado SISPAAC, de modo que permite recoger los cambios respecto al puntaje inicial del GMO e identificar con precisión qué componentes y aspectos fueron mejorados, por lo que sus criterios de especificidad resultan adecuados.
Responsables:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM) Responsable de objetivo, acción o servicio: Dirección de Gestión de la Oferta Productiva (DGOP)
Limitaciones para la medición del indicador:	Los cálculos se realizan a los 30 días calendario posterior al cierre del ejercicio anual, pudiendo estos datos variar en fechas posteriores debido al retraso en la remisión de información por las unidades orgánicas (Sedes desconcentradas).
Método de cálculo:	Fórmula: POMGMO = (A/B) x 100%, donde: POMGMO: Porcentaje de organizaciones agrarias atendidas por la entidad que mejoran su grado de madurez para articularse a los mercados. A: Número de organizaciones agrarias que incrementan su Grado de Madurez Organizacional al término del año en curso. B: Número total de organizaciones agrarias atendidas por la entidad durante el año en curso <u>Consideraciones para el cálculo:</u> • Considera organizaciones agrarias de pequeños y medianos productores, atendidos a través de actividades e inversiones. • El GMO por organización es recogido anualmente en el SISPAAC, tanto al inicio como al término del servicio brindado. El numerador consigna aquellas organizaciones que han incrementado como mínimo 3 puntos al término del año en curso respecto al puntaje GMO obtenido al inicio del año en curso. • El GMO puede ser actualizado en el marco de la mejora continua que permita recoger aspectos cualitativos con mayor precisión. • Dado que el GMO es un instrumento a ser evaluado para una organización como sujeto del servicio, no se considera a los pequeños y medianos productores agrarios independientes que pudieran ser atendidos por la entidad. • Sujeto a que el responsable del indicador garantice el recojo de datos y medición del GMO al inicio y término del servicio, de forma anual, por parte de las Sedes desconcentradas.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR OEI.01										
Sentido esperado del indicador:	Sentido esperado: <table><tr><td>X</td></tr><tr><td></td></tr><tr><td></td></tr></table> Ascendente Descendente No Definido							X		
X										
Proceso de recolección y análisis:										
Fuente y base de datos:	Fuente: - Sistema de Planes de Articulación Comercial – SISPAC Base de datos: - Reporte de Grado de Madurez Organizacional (GMO) en sistema SISPAC.									
	Línea de base	Logros esperados								
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030			
Valor relativo (POMGMO)	73.7%	75%	78%	81%	84%	87%	90%			
Numerador (A)	227	324	340	361	386	417	454			
Denominador (B)	308	432	435	445	459	479	504			

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 01.01.01	
Acción Estratégica Institucional:	AEI 01.01 Fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, empresarial, comercial y de calidad, implementado en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.
Nombre del indicador:	IND. AEI 01.01.01 Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a pequeños y medianos productores agrarios a través de actividades
Justificación:	El indicador es relevante porque permite conocer la entrega de uno de los principales servicios que brinda la entidad, a través del cual el productor agrario recibe capacitación, asistencia técnica, pasantías y asesoramiento a la medida de su perfil y necesidades para su articulación a los mercados de forma sostenible. El registro de los servicios brindados se encuentra disponible en el sistema de seguimiento interno de la entidad, denominado SISPAC, cuya actualización y validación es continua, garantizando su estimación de forma periódica. Asimismo, el indicador está orientado a la entrega del servicio a través de actividades de forma específica, las mismas que son brindadas principalmente a través del Programa Presupuestal 0121 “Mejora de la Articulación de pequeños productores al mercado”, lo cual permite medir su alcance y contribución precisas.
Responsables:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM) Responsable de objetivo, acción o servicio: Dirección de Gestión de la Oferta Productiva (DGOP)
Limitaciones para la medición del indicador:	Las Sedes desconcentradas podrían reportar logros del período fuera del plazo establecido.
Método de cálculo:	Fórmula: $NSFCPA = \sum SFCPA$ Donde: NSFCPA: Número de servicios de fortalecimiento de capacidades de gestión brindados a pequeños y medianos productores agrarios a través de actividades, durante el año en curso. $\sum SFCPA$: Sumatoria de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a pequeños y medianos productores agrarios a través de actividades, durante el año en curso. Consideraciones para el cálculo: - Los servicios de fortalecimiento de capacidades se realizan en materia de gestión organizacional, gestión empresarial, gestión comercial y gestión de la calidad y comprende: capacitaciones, asistencia técnica, asesoramiento, pasantías técnicas, según diagnóstico y necesidades del productor agrario a ser atendido. - No se restringe a planes de articulación comercial (PAC), sino que el servicio se brinda a demanda, sujeto al registro en el sistema de seguimiento SISPAC, a cargo de las Sedes desconcentradas. - DOM, a través de su equipo técnico de evaluación y estadísticas es responsable de la integración y procesamiento de datos. - DGOP es responsable del seguimiento del servicio, a nivel cuantitativo y cualitativo, para garantizar el análisis de los logros alcanzados.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 01.01.01							
Sentido esperado del indicador:	Sentido esperado: X Ascendente Descendente No Definido						
Proceso de recolección y análisis:							
Fuente y base de datos:	Fuente: - Sistema de Planes de Articulación Comercial – SISPAAC Base de datos: - Reporte de avance SISPAAC registrado por las Sedes Desconcentradas						
	Línea de base	Logros esperados					
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor absoluto	7,228	9,484	9,960	10,578	11,359	12,200	13,106
Capacitaciones	19	1,968	2,066	2,170	2,278	2,392	2,512
Asistencias técnicas	7,209	7,512	7,888	8,400	9,072	9,798	10,582
Pasantías técnicas	-	4	6	8	8	10	12

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 01.01.01	
Acción Estratégica Institucional:	AEI 01.01 Fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, empresarial, comercial y de calidad, implementado en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.
Nombre del indicador:	IND. AEI 01.01.02 Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a productores agrarios a través de inversiones
Justificación:	El indicador es relevante porque permite conocer la entrega del servicio a través de inversiones, en virtud al cual el productor agrario recibe capacitación, asistencia técnica, pasantías y asesoramiento a la medida de su perfil y necesidades para el desarrollo comercial de su cadena, de acuerdo a los componentes aprobados en la normativa del Invierte.pe. El registro de los servicios brindados se encuentra disponible en el marco del seguimiento de inversiones del Invierte.pe y del plan operativo institucional, por lo se cumple con una estimación periódica. Asimismo, el indicador está orientado a la entrega del servicio a través de inversiones productivas y/o de infraestructura de apoyo a la comercialización y poscosecha, a fin de recoger de manera más precisa su alcance y contribución en la entidad.
Responsables:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM) Responsable de objetivo, acción o servicio: Dirección de Gestión de la Oferta Productiva (DGOP)
Limitaciones para la medición del indicador:	- La información es autorreportada por la DGOP, a través de los responsables de la ejecución de las inversiones. - El responsable de la ejecución de inversiones podría reportar logros fuera del plazo establecido.
Método de cálculo:	Fórmula: $NSFCPI = \sum SFCPI$ donde: NSFCPI: Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a productores agrarios a través de inversiones, durante el año en curso $\sum SFCPI$: Sumatoria de servicios de fortalecimiento de capacidades de gestión brindados a productores atendidos a través de inversiones, durante el año en curso. Consideraciones para el cálculo: • Considera pequeños y medianos productores agrarios con énfasis en la agricultura familiar, registrados como beneficiarios de las inversiones de apoyo al desarrollo comercial y/o de infraestructura de apoyo a la comercialización y poscosecha, implementados por Agromercado en el marco del Invierte.pe. • Considera capacitaciones, asistencia técnica, pasantías, asesoramiento, entre otros, según los componentes aprobados en el sistema Invierte.pe • Para el caso de inversiones cuya programación (Formato N° 07A) establezca asistencia técnica medida en horas, se considera la equivalencia de 1 asistencia igual a 4 horas. • Sujeto a las inversiones aprobadas en la Programación Multianual de Inversiones (PMI) vigente y al presupuesto asignado durante el año en curso, por lo que los recursos asignados podrían resultar menores a lo previsto en el Formato N° 07-A (Invierte.pe) referido al cronograma de inversión.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 01.01.01							
Sentido esperado del indicador:	Sentido esperado: X Ascendente Descendente No Definido Las metas se sujetan a las inversiones aprobadas en el PMI, así como al presupuesto institucional autorizado por entes rectores (Ministerio de Economía y Finanzas), las mismas que pueden ser variables, por lo que corresponde el sentido “No Definido”.						
Proceso de recolección y análisis:	<pre>graph LR; INICIO([INICIO]) --> A[DGOP registra avance de servicio según formatos de seguimiento institucionales]; A --> B[DOM recoge y procesa datos]; B --> C{¿Presenta observaciones?}; C -- No --> D[DOM procesa, genera reporte y remite a DGOP]; C -- Si --> E[Se devuelve a DGOP para subsanación]; E --> A; D --> F[DGOP analiza los logros alcanzados del indicador mediante Informe]; F --> FIN([FIN]);</pre>						
Fuente y base de datos:	Fuente: ▪ Dirección de Gestión de la Oferta Productiva (DGOP) Base de datos: ▪ Reporte de seguimiento del equipo de gestión de inversiones - DGOP.						
	Línea de base	Logros esperados					
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor relativo	3,236	20,708	34,341	54,945	27,474	20,500	27,500

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 01.01.01	
Acción Estratégica Institucional:	AEI 01.01 Fortalecimiento de capacidades en gestión organizacional, empresarial, comercial y de calidad, implementado en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.
Nombre del indicador:	IND. AEI 01.01.03 Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a cuadros técnicos subnacionales y de otras entidades a nivel local
Justificación:	El indicador es relevante porque permite medir, en cumplimiento del mandato de Agromercado, la entrega del servicio – expresado en capacitaciones, asistencia técnica y/o asesoramiento según lo establecido en un programa de formación específica - a los técnicos y/o profesionales de los Gobiernos subnacionales y de otras entidades que operan en el territorio, como aliados estratégicos a nivel local, quienes brindan servicios agrarios en diferentes eslabones de la cadena de valor agraria y que requieren incorporar en su intervención un enfoque de mercado para potenciar el alcance y resultados del mismo. Por tanto, su medición permite conocer el alcance y contribución del servicio de manera específica. El registro del avance del indicador se encuentra disponible en el marco del seguimiento del plan operativo institucional, garantizando su estimación de forma periódica.
Responsables:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM) Responsable de objetivo, acción o servicio: Dirección de Gestión de la Oferta Productiva (DGOP)
Limitaciones para la medición del indicador:	- Sujeto a la programación y priorización de las sedes desconcentradas y la DGOP. - La información es autoreportada por las Sedes desconcentradas. - Los plazos de corte en el registro y validación de la información podrían omitir y/o dejar fuera información registrada con retraso por las áreas responsables.
Método de cálculo:	Fórmula: $NSFCCT = \sum SFCCT, \text{ donde:}$ NSFCCT: Número de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a cuadros técnicos subnacionales y de otras entidades a nivel local, durante el año en curso. $\sum SFCCT$: Sumatoria de servicios de fortalecimiento de capacidades en gestión brindados a cuadros técnicos subnacionales y de otras entidades a nivel local, durante el año en curso. Consideraciones para el cálculo: • Considera entrega del servicio a técnicos y/o profesionales de los Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales y otras entidades afines que brindan servicios agrarios a nivel local, en cumplimiento con las competencias asignadas a la DGOP mediante Artículo 25° del Texto Integrado del ROF de AGROMERCADO. • Comprende acciones de capacitación, asistencia técnica, asesoramiento y otras acciones contempladas en un Programa de formación aprobado según lineamientos, protocolos y/o instrumentos afines, a ser aprobados por la DGOP. • DOM, a través de su equipo técnico de evaluación y estadísticas es responsable de la integración y procesamiento de datos. • DGOP es responsable del seguimiento del servicio, a nivel cuantitativo y cualitativo, para garantizar el análisis de los logros alcanzados.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 01.01.01							
Sentido esperado del indicador:	Sentido esperado: X Ascendente Descendente No Definido						
Proceso de recolección y análisis:	<pre>graph LR; INICIO([INICIO]) --> SD[Sedes desconcentradas (SD) registran avance de acuerdo al formato de seguimiento institucional]; SD --> DOM[DOM recoge, procesa datos y verifica consistencia]; DOM --> OBS{¿Presenta observaciones?}; OBS -- No --> REP[DOM procesa, genera reporte y remite a DGOP]; OBS -- Si --> DEV[Se devuelve a SD para subsanación]; DEV --> SD; REP --> ANAL[DGOP analiza los logros alcanzados del indicador mediante Informe]; ANAL --> FIN([FIN]);</pre>						
Fuente y base de datos:	Fuente: - Sedes desconcentradas de AGROMERCADO Base de datos: - Reporte de seguimiento registrado por las Sedes Desconcentradas.						
	Línea de base	Logros esperados					
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor relativo	20	40	50	60	70	80	90

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 01.02	
Acción Estratégica Institucional	AEI 01.02 Mecanismos de promoción y articulación comercial accesibles para pequeños y medianos productores agrarios
Nombre del indicador:	IND. AEI 01.02.01 Número de mecanismos de promoción y articulación comercial brindados a pequeños y medianos productores agrarios
Justificación:	El indicador permite medir el cumplimiento de las metas anuales en materia de promoción y articulación comercial, uno de los principales servicios de la entidad y sobre el cual recae la generación de acuerdos comerciales, ventas y en suma, mayores ingresos para el público objetivo de la entidad. A través de este indicador, es posible evaluar la contribución de la entidad en dinamizar y conectar a los pequeños y medianos productores agrarios con mercados potenciales. La información de la programación y su avance se encuentra disponible tanto en el SISPAAC como en la programación del Plan Operativo Institucional (POI), por lo que es accesible. Asimismo, resulta específica en tanto responde al servicio priorizado de la AEI 01.02
Responsables:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM) Responsable de objetivo, acción o servicio: Dirección de Promoción y Articulación Comercial (DPAC)
Limitaciones para la medición del indicador:	El registro total de las metas ejecutadas de las Sedes Desconcentradas y DPAC, puede presentar retrasos y/o plazos de corte distintos a los previstos.
Método de cálculo:	Fórmula: NMPAC= $\sum$MPAC Donde: NMPAC: Número de mecanismos de promoción y articulación comercial brindados a pequeños y medianos productores agrarios, durante el año en curso. $\sum$MPAC: Sumatoria de mecanismos de promoción y articulación comercial brindados a pequeños y medianos productores agrarios durante el año en curso. <u>Consideraciones para el cálculo:</u> • Considera tanto aquellos mecanismos de promoción como los de articulación comercial, que presentan alcances diferentes. • Constituyen mecanismos: ferias, ruedas de negocio, concursos, festivales, promoción del consumo interno, misiones comerciales, pasantías comerciales, gestión especializada, gestión de la oferta exportable y oferta nacional, gestión con gobiernos subnacionales para la articulación de la oferta proveniente de la agricultura familiar, entre otros. • Las Sedes desconcentradas se encuentran a cargo de aquellos mecanismos de promoción y articulación comercial de carácter local y/o regional, mientras que los de alcance macrorregional, nacional e internacional se encuentran bajo responsabilidad de la DPAC. • Considera todos los mecanismos de promoción y articulación promovidos por la entidad, brindados a través de actividades y/o proyectos, a productores agrarios independientes u organizados.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 01.02													
	• DOM, a través de su equipo técnico de evaluación y estadísticas es responsable de la integración y procesamiento de datos. • DPAC es responsable del seguimiento del servicio, a nivel cuantitativo y cualitativo, para garantizar el análisis de los logros alcanzados. • Sujeto a la incorporación progresiva y mejora continua en el sistema de seguimiento SISPAC.												
Sentido esperado del indicador:	Sentido esperado: <table><tr><td>X</td><td>Ascendente</td></tr><tr><td></td><td>Descendente</td></tr><tr><td></td><td>No Definido</td></tr></table>							X	Ascendente		Descendente		No Definido
X	Ascendente												
	Descendente												
	No Definido												
Proceso de recolección y análisis:	<pre>graph LR; INICIO([INICIO]) --> A[Sedes desconcentradas (SD) y DPAC registra, según corresponda, el avance del indicador]; A --> B[DOM recoge, procesa datos y verifica consistencia con el método de cálculo]; B --> C{¿Presenta observaciones?}; C -- No --> D[DOM procesa, genera reporte y remite a DPAC]; C -- Si --> E[Se devuelve a SD y DPAC para subsanación, según corresponda.]; E --> A; D --> F[DPAC analiza los logros alcanzados del indicador mediante Informe]; F --> FIN([FIN]);</pre>												
Fuente y base de datos:	Fuente: ▪ Sedes Desconcentradas y Dirección de Promoción y Articulación Comercial (DPAC) Base de datos: ▪ Reporte de Mecanismos de Promoción y Articulación Comercial.												
	Línea de base	Logros esperados											
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030						
Valor relativo	94	111	120	150	180	190	200						

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 02.01	
Acción Estratégica Institucional	AEI 01.03 Servicios de información de oportunidades de mercado especializada e instrumentos orientadores en beneficio de pequeños y medianos productores agrarios.
Nombre del indicador:	IND. AEI 01.03.01 Número de servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores entregados por la entidad.
Justificación:	El indicador permite medir el cumplimiento de las metas en la formulación y difusión de herramientas que orientan al público objetivo de la entidad a una adecuada toma de decisiones en su campaña agraria, y a las dependencias del Sector que operan a nivel local a una mayor planificación de los servicios agrarios para la articulación a los mercados, por lo que resulta específica y adecuada para la acción estratégica AEI 01.03. El registro del avance del indicador se encuentra disponible en el marco del seguimiento de los planes institucionales, así como en el repositorio institucional de la entidad, garantizando su estimación de forma periódica.
Responsables:	Responsable de la integración de datos e información: Profesionales de evaluación y estadísticas de la Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM) Responsable de objetivo, acción o servicio: Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM)
Limitaciones para la medición del indicador:	- La información es autorreportada directamente por la DOM. - Debido a los plazos para el registro del indicador, se podría omitir aquellos servicios de información ya elaborados pero que se encuentren en espera de aprobación y difusión en el repositorio institucional.
Método de cálculo:	Fórmula: $NSIIO = \sum SIIO$ Donde: NSIIO: Número de servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores entregados por la entidad $\sum SIIO$: Sumatoria de servicios de información de oportunidades de mercado e instrumentos orientadores entregados por la entidad durante el año en curso Consideraciones para el cálculo: • Comprende la elaboración de herramientas de prospectiva comercial tales como estudios de mercado cuantitativos y cualitativos, fichas comerciales regionales y por producto agrario, reportes estadísticos, análisis de tendencias, entre otros, difundidos a través del repositorio institucional de la entidad. • Incluye también la formulación de otros instrumentos orientadores de acuerdo al mandato Ley de la entidad y las funciones de la Dirección de Oportunidades de Mercado, tales como propuestas técnicas, modelos de intervención y otras herramientas estratégicas orientadas al crecimiento, desarrollo comercial y competitividad de las cadenas productivas, para la articulación con entidades y dependencias del Sector Agrario y de Riego, así como los gobiernos subnacionales, difundidos vía electrónica o regular (oficios, presentaciones, talleres de articulación con dependencias del Sector y otros afines.)

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI 02.01							
Sentido esperado del indicador:	Sentido esperado: X Ascendente Descendente No Definido						
Proceso de recolección y análisis:	<pre>graph LR; INICIO([INICIO]) --> A[DOM reporta avance del indicador según formato de seguimiento institucional]; A --> B[OPP verifica consistencia y medios de verificación]; B --> C{¿Presenta observaciones?}; C -- No --> D[Responsable de evaluación y estadísticas (DOM) genera reporte]; C -- Si --> E[Se devuelve a a DOM para subsanación]; E --> A; D --> F[DOM analiza los logros alcanzados del indicador mediante Informe]; F --> FIN([FIN]);</pre>						
Fuente y base de datos:	Fuente: Repositorio Institucional de AGROMERCADO (https://repositorio.agromercado.gob.pe/) Base de datos: Registros administrativos de la DOM						
	Línea de base	Logros esperados					
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor absoluto	93	31	62	70	75	75	88
Estudios especializados	11	12	12	14	14	14	16
Reportes especializados (fichas producto, fichas regionales, presentaciones ejecutivas, perfiles)	82	11	40	45	50	50	60
Documentos técnicos orientadores para dependencias de Sector y desarrollo comercial de cadenas productivas	0	8	10	11	11	11	12

FICHA TECNICA DEL INDICADOR OEI.02	
Objetivo Estratégico Institucional:	OEI.02 Modernizar la gestión institucional.
Nombre del indicador:	IND. OEI 02.01 Porcentaje de satisfacción de usuarios que acceden a los servicios que brinda la entidad
Justificación:	El indicador permite medir el grado de satisfacción de los pequeños y medianos productores agrarios con énfasis en la agricultura familiar, como resultado de las acciones de modernización de la gestión institucional, permitiendo a su vez identificar aquellas que contribuyen en mayor medida al resultado y/o requieren mejora continua. El registro del avance del indicador se encuentra disponible en el marco del seguimiento de la Política Nacional Agraria en la cual la entidad contribuye a través del Objetivo Prioritario 01, a la vez que se sujeta a una metodología de encuesta validada por el MIDAGRI, garantizando su estimación de forma periódica. Asimismo, resulta específica en tanto recoge las expectativas de las y los usuarios de la entidad, siendo adecuado para el nivel de objetivo estratégico.
Responsables:	Responsable de la integración de datos e información: Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM) – Evaluación y Estadísticas Responsable de objetivo, acción o servicio: Dirección de Oportunidades de Mercado (DOM)
Limitaciones para la medición del indicador:	El recojo de la encuesta de satisfacción a la fecha se realiza bajo una muestra representativa, debido a que la asignación presupuestaria limita su aplicación al total de usuarios.
Método de cálculo:	Fórmula: $PSUS: (A/B) \times 100, \text{ donde:}$ PSUS: Porcentaje de satisfacción de usuarios que acceden a los servicios que brinda la entidad A: Número de usuarios encuestados que reciben servicios de la entidad y reportan satisfacción, durante el año en curso. B: Número total de usuarios encuestados que reciben servicios de la entidad, durante el año en curso. Consideraciones para el cálculo: - Se considera usuarios a todo aquel pequeño y mediano productor agrario con énfasis en agricultura familiar, atendido a través de uno o más servicios brindados por la entidad, durante el año en curso. - A la fecha el indicador se recoge a través de encuestas de satisfacción de los servicios vinculados a la Política Nacional Agraria, OP 01, referidos a los servicios de fortalecimiento de capacidades y acceso a mecanismos de comercialización. Sujeto a mejora continua e incorporación de otros servicios e instrumentos de medición complementaria. - Las encuestas de satisfacción son recogidas por las Sedes Desconcentradas y deben ser validados por la Dirección de Gestión de la Oferta Productiva (DGOP), pudiendo la Dirección de Oportunidades de Mercado efectuar verificaciones in situ para la validación de la información recogida y garantizar la confiabilidad de los datos obtenidos. - Sujeto a mejoras e incorporación progresiva en el sistema de seguimiento SISPAC.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR OEI.02							
Sentido esperado del indicador:	Ascendente.						
Proceso de recolección y análisis:	<pre>graph LR; INICIO([INICIO]) --> A[DOM establece y difunde metodología para levantamiento de encuesta y solicita a DGOP y DPAC iniciar proceso]; A --> B["DGOP y DPAC, según el servicio que corresponda, solicitan a Sedes Desconcentradas iniciar levantamiento de encuesta"]; B --> C["SD ejecutan levantamiento de encuestas y remiten medios de verificación"]; C --> D["DOM efectúa consistencia con metodología de cálculo"]; D --> E{¿Presenta observaciones?}; E -- No --> F["DOM procesa datos, genera reporte y analiza logros mediante Informe"]; F --> FIN([FIN]); E -- Si --> G["Devuelve a DOM para subsanación"]; G --> B;</pre>						
Fuente y base de datos:	Fuente: ▪ Sedes desconcentradas Base de datos: ▪ Reporte de la sistematización de encuestas de las Sedes desconcentradas.						
	Línea de base	Logros esperados (*)					
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor relativo (Porcentaje %)	86.6%	87%	89%	91%	93%	95%	96%
Numerador	645	706	788	879	978	1,089	1,200
Denominador	745	812	885	965	1052	1,146	1,250

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.01	
Objetivo Estratégico Institucional:	OEI.02 Modernizar la gestión institucional.
Acción Estratégica Institucional:	AEI.02.01 Transformación digital y herramientas tecnológicas implementadas en Agromercado
Nombre del indicador:	IND AEI 02.01.01 Porcentaje de herramientas implementadas del portafolio de Plan de Gobierno Digital
Justificación:	El indicador permite medir el cumplimiento de las acciones orientadas a promover el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación para mejorar la gestión de la información y los servicios ofrecidos a los ciudadanos en el marco de fortalecer el proceso de transformación digital de la Entidad, principalmente para la implementación y desarrollo de sistemas de información y/o proyectos digitales comprendidos en el portafolio del Plan de Gobierno Digital de la entidad. Asimismo, con relación al desarrollo de sistemas de información y/o proyectos digitales comprendidos en el portafolio del Plan de Gobierno Digital, se busca contribuir a una gestión más eficiente de los usuarios internos y externos de la Entidad.
Responsables:	Responsable de analizar: Especialista de la Oficina de Administración (OA). Responsable de validar y reportar: Jefe de la Oficina de Administración (OA).
Limitaciones para la medición del indicador:	- La implementación del Plan de Gobierno Digital de la entidad, se encuentra sujeto a la disponibilidad presupuestal y priorización de los proyectos digitales programados durante el periodo 2025-2030. - La información es auto reportada directamente por el responsable del indicador.
Método de cálculo:	Fórmula: PHIPGD: $(A/B) \times 100$, donde: PHIPGD: Porcentaje de herramientas implementadas del portafolio de Plan de Gobierno Digital A= Número de herramientas implementadas del portafolio de Plan de Gobierno Digital, durante el año en curso B= Número total de herramientas implementadas en el portafolio del Plan de Gobierno Digital del año en curso Consideraciones para el cálculo • <i>Los proyectos ejecutados</i>, comprende aquellos sistemas, aplicativos y/o herramientas tecnológicas que son desarrollados e implementados durante el año en el marco del Plan de Gobierno Digital vigente. • Los proyectos programados, comprende el total de sistemas de información y/o proyectos digitales cuya programación es anual y se encuentra contenido en el portafolio del Plan de Gobierno Digital aprobado por la entidad. • El recojo de información es anual y los valores son no acumulables.
Sentido esperado del indicador:	Ascendente.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.01							
Proceso de recolección y análisis:	OFICINA DE ADMINISTRACIÓN 1. Generar y revisar disponibilidad de datos sobre los proyectos implementados según el plan de gobierno digital de la entidad. 2. Calcular y analizar consistencia del indicador según metodología de cálculo establecida. 3. Validar y analizar los logros alcanzados del indicador.						
Fuente y base de datos:	Fuente: - Oficina de Administración. Base de datos: - Reportes sobre los proyectos implementados del Plan de Gobierno Digital – Oficina de Administración.						
	Línea de base	Logros esperados (*)					
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor relativo (Porcentaje %)	33 %	33%	75%	75%	75%	75%	100%
Numerador	2	2	3	3	3	3	4
Denominador	6	6	4	4	4	4	4
Detalle del denominador:							
Desplegar el Modelo de Gestión Documental	1						
Renovación del parque informático en Sedes Desconcentradas	1						
Sistema de Gestión del Proceso de Selección de Personal	1						
II Capacitación en Ciberseguridad	1						
Reformulación de "Directiva que regula la gestión documental y el uso de la firma digital"	1						
Plataforma de Gestión de Eventos	1						
Publicación de Software en el Portal de Software Público Peruano		1					

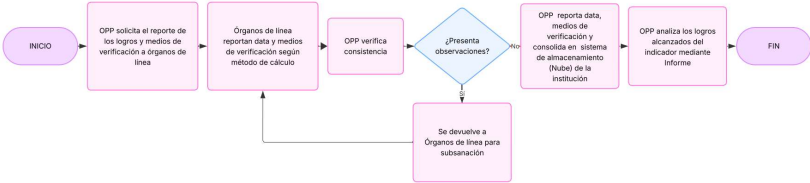
FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.01							
Sistema de Gestión de Pedidos y Cotizaciones		1					
Sistema de Gestión del Proceso de Asistencia del Personal		1					
Mejoramiento del Sistema de Copias de Seguridad de Información		1					
III Capacitación en Ciberseguridad		1					
Sistema Informático para la Gestión de Solicitudes de Acceso a la Información Pública		1					
Otras herramientas y/o proyectos de gobierno digital a demanda de las áreas usuarias			4	4	4	4	4

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.02							
Objetivo Estratégico Institucional:	OEI.02 Modernizar la gestión institucional.						
Acción Estratégica Institucional:	AEI.02.02 Mecanismos de gestión de los recursos humanos implementados por la entidad.						
Nombre del indicador:	IND AEI 02.01.02 Número de procesos fortalecidos del sistema administrativo de gestión de recursos humanos de la entidad						
Justificación:	El indicador expresa el cumplimiento de las metas del sistema de gestión de los recursos humanos, para lo cual se ha mapeado las necesidades en todos los subsistemas previstos en su normativa y que contribuyen en el fortalecimiento del capital humano de la entidad. El registro del avance del indicador se encuentra disponible en el marco del seguimiento de planes institucionales, garantizando su estimación de forma periódica. Asimismo, resulta específica en tanto recoge las metas programadas e implementadas de forma anual.						
Responsables:	Responsable de analizar: Responsable del Sistema de Recursos Humanos de la Oficina de Administración (OA). Responsable de validar y reportar: Oficina de Administración (OA).						
Limitaciones para la medición del indicador:	La información es auto reportada directamente por el responsable del indicador.						
Método de cálculo:	Fórmula: NPFSGRRHH = $\sum$PFSGRRHH, donde: NPFSGRRHH: Número de procesos fortalecidos del sistema administrativo de gestión de recursos humanos de la entidad, durante el año en curso $\sum$PFSGRRHH: Sumatoria de procesos fortalecidos del sistema administrativo de gestión de recursos humanos de la entidad durante el año en curso Consideraciones para el cálculo: • Considera aquellas acciones, instrumentos y mejoras efectuadas por la entidad en cumplimiento de los subsistemas de gestión de desarrollo de capacidades, relaciones humanas y sociales, gestión del rendimiento, gestión de la compensación, gestión del empleo, organización del trabajo y planificación de políticas de recursos humanos. • El recojo de información es anual y los valores son no acumulables.						
Sentido esperado del indicador:	Sentido esperado: <table border="1"> <tr> <td>☐</td><td>Ascendente</td></tr> <tr> <td>☐</td><td>Descendente</td></tr> <tr> <td>☒</td><td>No Definido</td></tr> </table> Por la naturaleza de la acción estratégica, la programación de metas responde estrictamente a la identificación de necesidades en los subsistemas de gestión de los recursos humanos y su normativa vigente, por lo que no corresponde definir un sentido esperado a priori.	☐	Ascendente	☐	Descendente	☒	No Definido
☐	Ascendente						
☐	Descendente						
☒	No Definido						

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.02							
Proceso de recolección y análisis:	OFICINA DE ADMINISTRACIÓN 1.Dispone al responsable del sistema de gestión de recursos humanos reportar avances y logros 2. Responsable del sistema de gestión de recursos humanos calcula el avance del indicador según metodología de cálculo establecida y elabora Informe de análisis de logros. 3. Oficina de Administración valida Informe de análisis de logros y remite a OPP.						
Fuente y base de datos:	Fuente: - Oficina de Administración. Base de datos: - Reportes administrativos del Sistema de gestión de Recursos Humanos y/o actos resolutivos de aprobación.						
	Línea de base	Logros esperados (*)					
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor absoluto	2	12	10	8	8	8	8
Detalle de los procesos a fortalecer:							
Procesos fortalecidos para el Subsistema de Gestión del Desarrollo y Capacitación (PDP)	1	1	1	1	1	1	1
Procesos fortalecidos para el Subsistema de Relaciones Humanas y Sociales (negociación Colectiva, SST, Bienestar y otros)	0	3	3	3	3	3	3
Implementación de la Gestión del Rendimiento	1	1	1	1	1	1	1
Procesos fortalecidos para el Subsistema de Gestión de la Compensación (Nuevo Sistema de planillas, firma digital de las boletas)	0	2	1	1	1	1	1

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.02							
Procesos fortalecidos para el Subsistema de Gestión del Empleo (Selección, Vinculación, Control de Asistencia, PAD, Administración de Legajos)	0	1	1	1	1	1	1
Procesos fortalecidos para el Subsistema de Organización del Trabajo (MCC, MPP, CAP-P,)	0	3	1	0	0	0	0
Procesos fortalecidos para el Subsistema de Planificación de Políticas de RRHH (RIS, CPE, Implementación del Tránsito a la Ley SERVIR)	0	1	2	1	1	1	1

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.03							
Objetivo Estratégico Institucional:	OEI.02 Modernizar la gestión institucional.						
Acción Estratégica Institucional:	AEI.02.03 Instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad						
Nombre del indicador:	IND AEI 02.03.01 Número de instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad						
Justificación:	El indicador permite evaluar el cumplimiento de aquellos instrumentos de gestión desarrollados para la mejora continua de la entidad y que contribuyen a la generación del valor público. El registro del avance del indicador se encuentra disponible en el marco del seguimiento de planes institucionales, garantizando su estimación de forma periódica. Asimismo, resulta específica en tanto recoge las metas programadas e implementadas de forma anual.						
Responsables:	Responsable de analizar: Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP) Responsable de validar y reportar: Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP)						
Limitaciones para la medición del indicador:	La información es auto reportada directamente por el responsable del indicador.						
Método de cálculo:	Fórmula: $NIGII = \sum IGII$, donde: NIGII: Número de instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad durante el año en curso $\sum IGII$: Sumatoria de instrumentos de gestión institucional implementados por la entidad durante el año en curso Consideraciones para el cálculo: Considera Directivas, lineamientos y otros documentos técnico-normativos, en materia de planeamiento, presupuesto, modernización, presupuesto por resultados, inversiones y para la mejora de la provisión de los servicios agrarios brindados por la entidad, bajo competencia de los órganos de línea.						
Sentido esperado del indicador:	Sentido esperado: <table border="1"> <tr> <td>☐</td><td>Ascendente</td></tr> <tr> <td>☐</td><td>Descendente</td></tr> <tr> <td>☒</td><td>No Definido</td></tr> </table> Por la naturaleza de la acción estratégica, la programación de metas responde estrictamente a la identificación de necesidades de los órganos de la entidad por lo que no corresponde definir un sentido esperado a priori.	☐	Ascendente	☐	Descendente	☒	No Definido
☐	Ascendente						
☐	Descendente						
☒	No Definido						

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.03								
Proceso de recolección y análisis:								
Fuente y base de datos:		Fuente: - Oficina de Planeamiento y Presupuesto Base de datos: - Resoluciones y/o acto resolutivo de órganos de Alta Dirección, informes técnicos y otros registrados en los informes de evaluación de planes institucionales.						
		Línea de base	Logros esperados (*)					
Año		2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor absoluto		1	3	3	2	2	2	2
Detalle de los procesos a fortalecer:								
Planeamiento, Modernización, Presupuesto e Inversiones	Mapa de Procesos	0	0	1				
	Lineamientos para la vinculación del POI con otras políticas y planes de obligatorio cumplimiento		0	1	1			
	Lineamientos para la focalización y acceso a servicios agrarios de la entidad		0		1			
	Otros documentos técnicos para la mejora continua (Directivas, lineamientos, etc)		0			1	1	1
Órganos de línea	Documentos técnicos normativos para mejorar la provisión de servicios de forma oportuna y de calidad (Directivas, lineamientos, protocolos, cajas de herramientas)	0	1	1	1	1	1	1

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.04	
Objetivo Estratégico Institucional:	OEI.02 Modernizar la gestión institucional.
Acción Estratégica Institucional:	AEI.02.04 Modelo de integridad implementado por la entidad.
Nombre del indicador:	Índice de Capacidad Preventiva frente a la Corrupción (IPC)
Justificación:	El indicador permite medir el cumplimiento de las acciones contempladas en el Plan de Integridad Institucional. Cabe precisar, que la implementación del Modelo de Integridad Institucional se encuentra bajo el marco de la normatividad vigente, el cual dispone que las entidades del Sector Público deben implementar acciones para garantizar una estrategia interna de integridad y de prevención de la corrupción, conforme a lo dispuesto en el Decreto Supremo N° 180-2021-PCM, que aprueba la Estrategia de Integridad del Poder Ejecutivo al 2022 para la Prevención de Actos de Corrupción.
Responsables:	Responsable de analizar: Oficina de Administración (OA) Responsable de validar y reportar: Oficina de Administración (OA)
Limitaciones para la medición del indicador:	- Sujeto a la oportunidad en la presentación de la información de las unidades orgánicas de Agromercado. - La información es auto reportada directamente por el responsable del indicador.
Método de cálculo:	Fórmula: ICP: $\sum REE$, donde: REE: Resultados por etapa evaluada: $\frac{(\sum \text{de los promedios por Componentes})}{(\text{Número Total de Componente})}$ RC: Resultado por Componente $\frac{(\sum \text{Puntajes de aspectos evaluados por Componentes})}{(\text{Número Total de aspectos evaluados por Componente})}$ Consideraciones para el cálculo: • De acuerdo a la Metodología para la determinación de Índice de Capacidad Preventiva frente a la corrupción (D.S. N° 044-2018-PCM, DS N° 180-2021-PCM y Directiva N° 002-2021-PCM). • La entidad requiere aprobar anualmente el Plan de Integridad institucional para el seguimiento respectivo. • Las acciones implementadas del Plan de Integridad corresponden a todas las actividades que han sido cumplidas por la entidad en el año. • Las acciones programadas del Plan de Integridad, considera a todas las actividades establecidas en el plan aprobado cada año. • El recojo de información es anual y los valores son no acumulables.
Sentido esperado del indicador:	Ascendente.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR AEI.02.04							
Proceso de recolección y análisis:	OFICINA DE ADMINISTRACIÓN 1. Dispone al (la) Oficial de Integridad revisar disponibilidad de datos sobre la implementación del Modelo de Integridad institucional. ↓ 2. Oficial de Integridad calcula y analiza consistencia del indicador según metodología de cálculo establecida, formulando el Informe de análisis de logros alcanzados. ↓ 3. Oficina de Administración valida Informe y remite a OPP Informe de análisis de logros. del indicador.						
Fuente y base de datos:	Fuente: - Oficina de Administración – Oficial de Integridad. Base de datos: - Reporte de seguimiento de la implementación de las acciones del Plan de Integridad Institucional – Oficina de Administración						
	Línea de base	Logros esperados					
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor relativo	0.64	0.68	0.7	0.75	0.8	0.9	0.9

FICHA TECNICA DEL INDICADOR OEI.03	
Objetivo Estratégico Institucional:	OEI.02 Modernizar la gestión institucional.
Acción Estratégica Institucional:	AEI.02.05. Programa de gestión del riesgo de desastres implementado en la entidad
Nombre del indicador:	Número de mecanismos en gestión de riesgo de desastres implementados en la entidad
Justificación:	El indicador permite medir el cumplimiento del plan de actividades de la gestión del riesgo de desastres de la Entidad, el cual incluye elaboración de instrumentos de gestión de riesgos de desastres, sensibilización y acciones de capacitación en gestión de riesgos a los órganos y unidades orgánicas de la entidad.
Responsables:	Responsable de analizar: Especialista de la Oficina de Administración (OA). Responsable de validar y reportar: Jefe de la Oficina de Administración (OA).
Limitaciones para la medición del indicador:	La medición del indicador no presenta limitaciones.
Método de cálculo:	Fórmula: $NMGRI = \sum MGR I$ NMGRI: Número de mecanismos en gestión de riesgos de desastres implementados por la entidad. $\sum MGR I$: Sumatoria de mecanismos en gestión de riesgos de desastres implementados por la entidad. Consideraciones para el cálculo: - Cabe precisar que el seguimiento a la gestión del riesgo de desastres de la Entidad, comprende la ejecución de actividades según la identificación de los peligros y análisis de vulnerabilidad para su mitigación mediante medidas preventivas. - Asimismo, el plan de actividades en materia de gestión del riesgo de desastres comprende desde acciones como aprobar el plan de actividades, participación en los simulacros nacionales multipeligro programados por INDECI con el objeto de fortalecer las capacidades de preparación y respuesta de las entidades integrantes del Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres (SINAGERD), así como charlas informativas al personal de la entidad y de las sedes desconcentradas, con la finalidad de promover su participación oportuna durante los simulacros que sean programados en cada año. - El recojo de información es anual y los valores son no acumulables.
Sentido esperado del indicador:	No definido.

FICHA TECNICA DEL INDICADOR OEI.03							
Proceso de recolección y análisis	OFICINA DE ADMINISTRACIÓN 1. Generar y revisar disponibilidad de datos del plan de actividades ejecutado en materia de gestión el riesgo de desastres. 2. Calcular y analizar consistencia del indicador según metodología de cálculo establecida. 3. Validar y reportar resultados alcanzados del indicador						
Fuente y base de datos:	Fuente: - Oficina de Administración. Base de datos: - Reporte de evaluación semestral del plan de actividades en materia de Gestión del Riesgo de Desastres – Oficina de Administración.						
	Línea de base	Logros esperados					
Año	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Valor absoluto	0	2	2	3	3	4	4
Capacitación en gestión de riesgos en desastres en Agromercado	0	1	1	1	1	1	1
Elaboración de instrumento de gestión de riesgos de desastres	0	1	1	1	1	2	2
Sensibilización al personal de Agromercado sede central y sedes para desarrollo de simulacros	0		0	1	1	1	1