Programa de Abasto Rural

Objetivo General

Contribuir a la Seguridad Alimentaria facilitando el acceso físico y económico a productos alimenticios de la población que habita en localidades rurales marginadas.

El Programa de Abasto Rural (PAR), operado por la empresa paraestatal DICONSA, S. A. de C. V., abastece de productos de consumo, básicos y complementarios, a tiendas comunitarias y procura que los productos se vendan a precios menores que los ofrecidos por los comercios privados, transfiriendo así un ahorro a sus beneficiarios.

I Identificar con precisión a la población objetivo, tanto por grupo específico como por región del país, entidad federativa y municipio

Población Objetivo

El PAR atiende a la población de las localidades de alta y muy alta marginación de entre 200 y 2,500 habitantes que no cuenten con un servicio de abasto local suficiente y adecuado.

Los beneficios del Programa se otorgan a población abierta, es decir la que se ubica en las localidades con tienda abastecida por DICONSA

Cobertura

El Programa de Abasto Rural tiene una cobertura nacional en localidades que tengan al menos alguna de las siguientes características:

* Ser de alta o muy alta marginación, con un rango de población de entre 200 y 2,500 habitantes que no cuenten con un servicio de abasto local suficiente y adecuado.
* Contar con tiendas en funcionamiento, que hayan sido instaladas de acuerdo con Reglas de Operación de ejercicios fiscales anteriores a las vigentes.
* Ser de alta o muy alta marginación con población de menos de 200 habitantes, que no cuenten con un servicio de Abasto Local Suficiente y Adecuado, y que sean aprobadas por el Consejo de Administración de DICONSA para el cumplimiento de los objetivos del Programa.

II. En su caso, prever montos máximos por beneficiario y por porcentaje del costo total del programa. En los programas de beneficio directo a individuos o grupos sociales, los montos y porcentajes se establecerán con base en criterios redistributivos que deberán privilegiar a la población de menos ingresos y procurar la equidad entre regiones y entidades federativas, sin demérito de la eficiencia en el logro de los objetivos

El acceso a los apoyos del Programa de Abasto Rural a cargo de DICONSA, S.A. de C.V., es a través del funcionamiento de tiendas que son administradas por la comunidad y operadas por un encargado de Tienda que elige la comunidad representada por el Comité Rural de Abasto, para fines de la operación de las tiendas, lo cual no implica una relación laboral con DICONSA.

Por sus características, el Programa no cuenta con un Padrón de Beneficiarios, sino que el apoyo se otorga vía precios a población abierta y no como subsidio directo. El monto del apoyo equivale al ahorro que el Programa transfiere al público que compra en las tiendas comunitarias y unidades móviles, resultante de la diferencia de precios de los productos de la canasta básica respecto a los precios de esos mismos productos en comercios privados. De acuerdo con las Reglas de Operación vigentes, durante 2013, el Programa buscará que dicho ahorro sea de por lo menos 15 por ciento en los productos de la Canasta Básica DICONSA.

El Programa abastece de productos alimentarios como granos, harinas, pastas para sopas, café, azúcar, avena, leche en polvo y alimentos enlatados, entre muchos otros; productos para la higiene y salud incluyendo, entre otros, jabones, detergentes, cremas dentales y papel higiénico; y productos complementarios.

La lista completa de los productos ofrecidos por el Programa se puede consultar en los anexos 2 (Canasta Básica DICONSA) y 3 (Catálogo de Productos del Programa de Abasto Rural) de sus Reglas de Operación y en la dirección de internet http://www.diconsa.gob.mx/images/swfs/par/reglas/ROP\_PAR\_2013.pdf

El Programa promueve la equidad entre las regiones y las entidades federativas de la República Mexicana al focalizar sus acciones de manera territorial, conforme a criterios de marginación además de poblacionales. Estos criterios se encuentran contemplados en la cobertura del Programa, la cual se define con base en el nivel de marginación de las localidades y por el número de habitantes en las mismas.

III. Procurar que el mecanismo de distribución, operación y administración otorgue acceso equitativo a todos los grupos sociales y géneros

A través de la promoción de la participación social corresponsable, el Programa opera con una estrategia de abasto basada en las necesidades y demanda de los habitantes de las localidades que atiende, incorporando productos del sector social cuando éstos sean una alternativa competitiva en precio y calidad.

El Programa gira en torno a una política de compras, ventas y servicios que responden a las necesidades de las comunidades y tiene entre sus prioridades:

* Abastecer productos de calidad y con alto valor nutritivo a precios que transfieran a los beneficiarios un margen de ahorro.
* Ofrecer en las tiendas y unidades móviles servicios complementarios al abasto.
* Asegurar que los encargados de las tiendas brinden un trato respetuoso y sin discriminación alguna.
* Promover la participación social en el Programa y la equidad de género.
* Garantizar que los beneficiarios puedan comprar cualquier producto o utilizar cualquier servicio que se ofrezca en las tiendas comunitarias y unidades móviles, sin condicionamiento alguno a la compra de otros productos o servicios.
* Promover la participación de la comunidad en las ofertas y promociones de mercancía que se realicen en las tiendas comunitarias y unidades móviles del Programa.

Con respecto al cumplimiento de estas prioridades, a junio de 2013 destacan los siguientes resultados:

* De los 25,649 encargados de tienda, 14,155 son mujeres, lo que equivale al 55.2 por ciento.
* Se realiza un monitoreo permanente de los precios de los artículos de la Canasta Básica en el mercado nacional, lo cual sirve como información base para obtener precios de compra altamente competitivos en las negociaciones con los proveedores y reflejarlo en la transferencia del margen de ahorro a los consumidores.
* Al cierre de junio de 2013 el precio de venta del kilogramo de maíz como el de la harina de maíz marca propia cerraron en 5 pesos y 8 pesos respectivamente.

IV. Garantizar que los recursos se canalicen exclusivamente a la población objetivo y asegurar que el mecanismo de distribución, operación y administración facilite la obtención de información y la evaluación de los beneficios económicos y sociales de su asignación y aplicación; así como evitar que se destinen recursos a una administración costosa y excesiva

Como se mencionó previamente, el Programa no cuenta con un Padrón de Beneficiarios, sino que el apoyo se otorga vía precios a población abierta. Asimismo, se asegura que el beneficio llegue a la población objetivo en el momento que se autoriza la apertura de una tienda, al aplicar los criterios establecidos en las Reglas de Operación.

Una vez instalada la tienda en una localidad que cumpla con los requisitos establecidos en las Reglas, o a través de unidades móviles que visitan las localidades que por sus características de dispersión y poca población no son susceptibles para la instalación de una tienda fija, todos los habitantes y personas que se ubiquen en aquellas pueden beneficiarse del apoyo que se otorga a través de la compra de los productos que se venden en dichos establecimientos al comprar a precios menores a los del comercio local.

Al instalar una tienda comunitaria, DICONSA puede funcionar como regulador de precios en el mercado local al evitar que el comercio privado eleve indiscriminadamente los precios de los productos que vende, lo cual tiene efectos positivos en la economía familiar de quienes menos tienen.

Se hace especial énfasis en la capacitación de los encargados de tienda, para que desarrollen sus capacidades y se mejore su función comercial, operativa, administrativa y de servicio comunitario. Igualmente en el caso de los Comités Rurales de Abasto y Consejos Comunitarios de Abasto, para que apoyen y supervisen la operación de tiendas y almacenes. Mediante la participación social organizada se logran economías importantes en la operación del Programa.

En la operación del Programa, DICONSA hace uso de la red operativa instalada en los 31 estados del país, compuesta por 30 Almacenes Centrales, 268 Almacenes Rurales, un Almacén Granelero, cinco Almacenes para Programas Especiales y 3,639 vehículos en operación (2,047 de carga, 1,369 de supervisión y 223 de apoyo), que mediante una distribución estratégica abastecen a las tiendas comunitarias.

Actualmente el 24.8 por ciento de la flota en operación tiene una antigüedad mayor o igual a 10 años, por lo que ha concluido su vida útil y será necesario reponerla en el corto plazo.

La operación de la infraestructura se evalúa continuamente para atender las necesidades de reposición y mantenimiento y ajustarla gradualmente a los parámetros de eficiencia y rendimiento, de manera que permita a la entidad cumplir con los objetivos del Programa al menor costo posible.

Contraloría Social

El Programa de Abasto Rural, contempla un esquema de corresponsabilidad entre el Gobierno Federal y los habitantes de las comunidades beneficiarias, mismos que son representados a través de Comités Rurales de Abasto, en cuya integración se considera la figura de un vocal de contraloría social con el objetivo de promover acciones de seguimiento, supervisión y vigilancia del cumplimiento de metas y acciones comprometidas por el Programa, así como la correcta aplicación de los recursos públicos asignados al mismo.

La Secretaría de la Función Pública, reconoce que la participación de la sociedad forma un elemento indispensable y que constituye una práctica de transparencia y rendición de cuentas para lograr los objetivos del Programa mediante actividades de contraloría social.

En ese sentido, DICONSA cuenta con 25,649 Comités Rurales de Abasto que operan la Contraloría Social de conformidad con los lineamientos emitidos por la Secretaría de la Función Pública y mediante los instrumentos validados por esta dependencia federal, mismos que establecen mecanismos de vigilancia, seguimiento y evaluación de las actividades relacionadas con la Contraloría Social en Sucursales, Unidades Operativas y Almacenes.

V. Incorporar mecanismos periódicos de seguimiento, supervisión y evaluación que permitan ajustar las modalidades de su operación o decidir sobre su cancelación

DICONSA cuenta con mecanismos que permiten el seguimiento, la supervisión y la evaluación periódica del Programa, con el objetivo de orientar su gestión hacia una operación eficiente, al logro de resultados, a contribuir a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de las localidades beneficiarias, así como a fortalecer la rendición de cuentas y a transparentar el ejercicio de los recursos públicos.

Las acciones desarrolladas y los resultados obtenidos en la operación del Programa son informados trimestralmente por el Director General al H. Consejo de Administración de DICONSA, S.A. de C.V.

Seguimiento

A través del Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (PASH) se publica el avance de los indicadores correspondiente a las metas establecidas en el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF).

Con base en lo establecido en el Mecanismo de Seguimiento a los Aspectos Susceptibles de Mejora (ASM), emitido por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el Consejo Nacional de Evaluación de la Política del Desarrollo Social (CONEVAL) y la Secretaría de la Función Pública (SFP), se da seguimiento a los ASM que deriven de los informes y evaluaciones del Programa de Abasto Rural concluidas durante el ejercicio fiscal inmediato anterior.

Al cierre del mes de junio, definieron 4 ASM específicos que serán atendidos por parte de Diconsa, así como 2 ASM institucionales que serán atendidos de manera conjunta con la Unidad de Planeación y Relaciones Internacionales y la Dirección de Evaluación y Monitoreo de los Programas Sociales de la Secretaría de Desarrollo Social durante el ejercicio 2013.

Asimismo, en cumplimiento en lo dispuesto en el numeral 7.1 de las Reglas de Operación del Programa, se tiene previsto realizar acciones de seguimiento físico, acordadas con la Subsecretaría de Prospectiva, Planeación y Evaluación de la Secretaría de Desarrollo Social a partir del segundo semestre del año.

Supervisión

DICONSA en coordinación con los Comités Rurales de Abasto son los responsables de monitorear que las Tiendas operen de acuerdo con lo establecido en las Reglas de Operación y a la normatividad interna aplicable.

Los supervisores operativos de DICONSA adscritos a los almacenes rurales realizan la apertura, seguimiento y cierre de tiendas. Como parte del seguimiento, periódicamente verifican su funcionamiento operativo y administrativo, realizan auditorías, aplican el muestreo de precios para determinar el margen de ahorro, programan y promueven la participación social, informan a la comunidad del resultado operativo de la tienda y asesoran al Comité Rural de Abasto y al encargado de tienda en su operación y administración.

El personal de oficinas centrales realiza una supervisión selectiva de apoyo a las Sucursales y Unidades Operativas en el control de la operación de almacenes y tiendas. Al primer semestre del 2013 la Gerencia de Supervisión y Participación Comunitaria se avocó a realizar visitas de supervisión y seguimiento a 19 Almacenes Rurales y una muestra de tiendas comunitarias de los mismos en las siguientes sucursales: Peninsular (cuatro almacenes), Sureste (dos almacenes); Centro (un almacén); Michoacán (dos almacenes), Sur (seis almacenes) y Bajío (cuatro almacenes) que comprenden 114 tiendas atendidas por estos almacenes.

Evaluación

El Programa Anual de Evaluación 2012 emitido por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) contempló la realización de una evaluación específica de desempeño al Programa de Abasto Rural en 2013. La cual será coordinada y contratada por el CONEVAL.

Por otro lado, el Programa Anual de Evaluación 2013 emitido por el CONEVAL, ratificó la Evaluación Específica de Desempeño al Programa, la cual se encuentra en etapa de revisión y comentarios al primer borrador del Informe Final.

Así mismo el Programa Anual de Evaluación no contempla ninguna otra evaluación para el Programa durante 2013. No obstante, por parte de DICONSA se continuará promoviendo la realización de una evaluación de impacto del Programa.

VI. En su caso, buscar fuentes alternativas de ingresos para lograr una mayor autosuficiencia y una disminución o cancelación de los apoyos con cargo a recursos presupuestarios

No aplica.

VII. Asegurar la coordinación de acciones entre dependencias y entidades, para evitar duplicación en el ejercicio de los recursos y reducir gastos administrativos

DICONSA es la encargada de la operación del Programa el cual se realiza por medio del trabajo coordinado entre las Oficinas Centrales, las Sucursales y Unidades Operativas, así como los Almacenes en el interior de la República.

DICONSA, conjuntamente con la Sedesol, establece los mecanismos de coordinación para garantizar que las acciones del Programa no se contrapongan, afecten, o presenten duplicidades con otros programas o acciones del Gobierno Federal.

La coordinación institucional y vinculación de acciones busca potenciar el impacto de los recursos, fortalecer la cobertura de las acciones, impulsar la complementariedad y reducir gastos administrativos. Con este mismo propósito, DICONSA realiza acciones de coordinación con los gobiernos de las entidades federativas y municipios, en el marco de las disposiciones de las Reglas de Operación del Programa y de la normatividad aplicable.

En esta vinculación, DICONSA abasteció de diversos productos a las instituciones que tienen a su cargo Programas Especiales para apoyar a la población objetivo. De enero a junio de 2013, las ventas por este concepto fueron por 590.3 millones de pesos, lo que significa el 12.0 por ciento de las ventas totales de DICONSA (4,921.8 millones de pesos). Los artículos que se venden para los Programas Especiales son principalmente desayunos calientes y fríos, suplementos alimenticios a clínicas del IMSS, y en menor grado otros productos como artículos escolares.

DICONSA surtió artículos durante el primer semestre del año, entre otras, al DIF, Secretaría de Salud, Seguro Popular, Oportunidades, Atención a los Albergues Escolares de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) y distribución de productos de LICONSA.

DICONSA también promueve sinergias económicas y sociales por medio de la vinculación estratégica con el sector público, social y privado para beneficio de la población objetivo, por medio de proyectos de desarrollo comunitario, así como por medio del abasto de alimentos y productos complementarios a la población declarada en situación de emergencia o desastre.

Las situaciones de emergencia son definidas por la Secretaría de Gobernación (SEGOB) en las declaratorias publicadas en el Diario Oficial de la Federación. En situaciones de emergencia originadas por fenómenos y desastres naturales, DICONSA puede adoptar medidas y ejercer acciones para atender la contingencia de acuerdo con la magnitud e inmediatez de atención hacia la población afectada por el desastre, dentro del marco de las Reglas de Operación, de los lineamientos y mecanismos que determinen las instancias federales competentes y las demás disposiciones aplicables.

De tal suerte, se atiende a la población objetivo del Programa de Abasto Rural y se llevan a cabo acciones de coordinación con las instancias competentes y con el Fondo de Desastres Naturales (FONDEN), dependiente de la SEGOB, con el fin de evitar duplicidades. Es importante mencionar que, Diconsa cuenta con una reserva técnica compuesta principalmente por productos como lámina galvanizada, lámina de cartón, lámina de fibrocemento, colchonetas y kits de limpieza y aseo personal para poder atender oportunamente las contingencias.

De enero a junio de 2013 DICONSA atendió a través de sus Unidades Operativas diversos requerimientos de la SEGOB con motivo de las heladas y nevadas severas e incendios forestales que se presentaron en los estados de Chihuahua, Sinaloa, Sonora y San Luis Potosí. En este periodo, DICONSA vendió a la SEGOB productos por un monto total de 12.2 millones de pesos, consistentes principalmente en despensas alimenticias, agua embotellada, machetes, azadones, hachas, fumigadores, guantes de carnaza y rollos de hule.

También se realizan gestiones con diversas dependencias y entidades públicas y privadas para brindar servicios adicionales al abasto en las tiendas comunitarias. Estos servicios son, entre otros, telefonía, servicios financieros, entrega de apoyos de programas federales, estatales y municipales, internet, venta de tiempo aire, buzón de servicio postal mexicano (Sepomex), venta de leche LICONSA subsidiada y comercial, tortillería, molino, cobro de consumo de energía eléctrica, cobro de agua potable, cobro de recibos por consumo de telefonía, venta de alimentos enriquecidos. Cuando en una tienda se ofrecen por lo menos tres de estos servicios, se le considera como Unidad de Servicio a la Comunidad (USC). Al primer semestre de 2013 el 89.9 por ciento de las tiendas funcionaban como Unidades de Servicio a la Comunidad, es decir que se contaba con 23,050 USC.

VIII. Prever la temporalidad en su otorgamiento

El Programa opera por medio de tiendas y unidades móviles que comercializan productos básicos y complementarios de calidad y con alto valor nutritivo. Se realizan permanentemente estudios sobre la pertinencia de las tiendas y se procede al cierre de las mismas cuando ocurre cualquiera de las siguientes situaciones:

* Violación de los criterios de funcionamiento de la tienda establecidos en las Reglas de Operación.
* Desvíos de recursos y daño patrimonial.
* Uso de los puntos de venta con fines políticos.
* Nula participación comunitaria.
* Cuando DICONSA y el Consejo Comunitario de Abasto del almacén que corresponda, determinen que la tienda ya no es necesaria socialmente o es inviable económicamente para la comunidad.

Cuando se toma la decisión de cerrar una tienda, un representante de DICONSA informa en Asamblea al Comité Rural de Abasto el motivo del cierre.

Las tiendas instaladas de acuerdo con normas de DICONSA y Reglas de Operación anteriores a las vigentes continúan operando mientras las comunidades requieran de su servicio y cumplan con la normatividad vigente.

IX. Procurar que sea el medio más eficaz y eficiente para alcanzar los objetivos y metas que se pretenden

Avances en el cumplimiento de metas (cuantitativas-presupuestarias y cualitativas)

Las metas para el presente ejercicio fiscal son:

* Número de localidades objetivo con tienda comunitaria: 13,933.
* Porcentaje de cobertura de localidades objetivo: 55.0 por ciento.
* Número de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 23,896
* Porcentaje de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 90.8 por ciento.

Cabe señalar que el número de localidades objetivo para 2013 se definió considerando la información disponible del Conteo 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) y los grados de marginación en 2010 a nivel localidad del Consejo Nacional de Población (CONAPO), con lo cual se determinó que las localidades objetivo de alta o muy alta marginación, con rango de población entre 200 y 2,500 habitantes ascienden a 25,325. Con base en este universo total de localidades objetivo se establecieron las metas a alcanzar para 2013.

Las cifras alcanzadas al segundo trimestre de 2013 son:

* Cobertura de localidades objetivo:13,990.
* Porcentaje de cobertura de localidades objetivo: 55.2por ciento.
* Unidades de Servicio a la Comunidad: 23,050.
* Porcentaje de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 89.9 por ciento.

Acciones desarrolladas para alcanzar los objetivos

Localidades Objetivo con Tienda y Cobertura de Localidades

La promoción para la apertura de tiendas se hace con base en el listado de las localidades objetivo no atendidas, en las cuales la difusión del Programa se efectúa a través de asambleas informativas.

Para determinar la pertinencia de la apertura de una tienda, DICONSA verifica el cumplimiento de las características de población y marginación en la localidad solicitante y en caso de cumplirlas el personal de la entidad realiza una visita a dicha localidad para determinar si en ella existe Abasto Local Suficiente y Adecuado de los productos de la Canasta Básica Diconsa. En caso de que no exista disponibilidad de alguno de los productos de dicha canasta, o se determine que Diconsa puede otorgar a los beneficiaros el margen de ahorro establecido en las Reglas de Operación, el personal de la entidad elabora un estudio socioeconómico de la localidad con base en la cual se determina la demanda social y se define la cantidad y mezcla de productos para abastecer a la tienda.

Otra acción que se realiza para alcanzar los objetivos y metas del Programa es llevar el abasto a quienes presentan problemática de desabasto pero que carecen de tienda comunitaria, a través de Tiendas Móviles. Al cierre del primer semestre de 2013 existen 164 tiendas móviles en operación.

Unidades de Servicio a la Comunidad y Porcentaje de Tiendas Integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad

Las gestiones realizadas con diversas dependencias y entidades públicas y privadas para brindar servicios adicionales al abasto en las tiendas comunitarias, han dado como resultado que DICONSA pueda proporcionar: telefonía, servicios financieros, entrega de apoyos de programas federales internet, venta de tiempo aire, buzón de Sepomex, venta de leche LICONSA subsidiada y comercial, tortillería, molino, cobro de consumo de energía eléctrica, cobro de agua potable, cobro de recibos por consumo de telefonía, venta de alimentos enriquecidos, entre otros, por lo cual el porcentaje de tiendas que al cierre del primer semestre de 2013 funcionan como Unidades de Servicio a la Comunidad asciende a 89.9 por ciento.

Productos Enriquecidos

Con objeto de contribuir a la seguridad alimentaria y al desarrollo de capacidades básicas mejorando la nutrición de la población, durante el primer semestre de 2013, el 56.2 por ciento de las compras de abarrotes comestibles del Programa de Abasto Rural que se abastecieron en las tiendas DICONSA correspondieron a alimentos enriquecidos con vitaminas y/o minerales y/o proteínas. Lo anterior, benefició directamente la calidad de vida de la población atendida y que consume dichos productos, al ofrecerles productos de alto valor nutritivo.

Desde agosto de 2007 a la fecha, DICONSA comercializa la harina de maíz de marca propia, que está enriquecida con proteínas, vitaminas y minerales y cuyo precio de venta al público en las comunidades rurales significó en promedio un ahorro para el beneficiario del 39.7 por ciento en lo que va del año, ello en comparación con los precios de las marcas comerciales de harina de maíz.

Asimismo, a partir de mayo de 2009 a la fecha, DICONSA oferta en las tiendas comunitarias y unidades móviles otros productos de marca propia como pasta para sopa enriquecida y fortificada y chocolate en polvo, ofreciendo al consumidor rural de escasos recursos artículos de mayor calidad a menor precio.

En este sentido cabe destacar lo siguiente:

La formulación de la harina de maíz marca propia fue elaborada y aprobada por el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán y contiene ácido fólico, hierro, zinc, vitamina A y harina de soya. Esta harina tiene las siguientes ventajas:

* Contribuye a disminuir la anemia y la desnutrición en los niños.
* Disminuye la propensión a las enfermedades y al mismo tiempo fortalece a las mujeres que se encuentran embarazadas o en la etapa de lactancia.
* Con la venta de este producto se favorece el mejoramiento nutricional de la población rural que atiende DICONSA.

En el periodo enero-junio de 2013 la venta de harina de maíz de las diferentes marcas ofrecidas en las tiendas DICONSA fue de 52,694 toneladas; de las cuales, la participación de la harina marca propia fue de 24,369 toneladas, lo que representó el 46.2 por ciento de dichas ventas.

Asimismo, desde mayo de 2009 a la fecha se comercializa en las tiendas comunitarias la pasta para sopa fortificada de marca propia, también formulada por el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán. Este producto está enriquecido con ácido fólico, vitaminas, minerales como zinc, hierro y proteína de soya. Su participación en las ventas a junio de 2013 fue de 4.9 por ciento, es decir 166 toneladas de las 3,402 toneladas vendidas de pasta para sopa.

En lo referente al chocolate en polvo marca propia, las ventas a junio de 2013 representaron el 29.8 por ciento con respecto a las ventas totales, es decir, 180 toneladas de las 604 toneladas vendidas de este producto por DICONSA.

Programa Emergente de Compra y Abasto de Huevo

Ante el aumento sostenido y generalizado de los precios del huevo en el país a finales de mayo y principios de junio, por instrucción Presidencial, la Secretaria de Economía (SE) y la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) en estrategia conjunta con Diconsa, resolvieron apoyar a los Consejos Comunitarios de Abasto para adquirir huevo fresco directamente de los proveedores nacionales, atendiendo así la emergencia del alza en el precio de este producto favoreciendo a la población más desprotegida del país.

El 10 de junio se pusieron a la venta en casi 6 mil Tiendas Diconsa, 133,786 kilogramos de huevo a un costo promedio de 26 pesos por kilo, permitiendo que este precio sirviera como referente en los mercados locales del interior de la República, contribuyendo así a la disminución del precio en el mercado privado.

Oportunidad en el surtimiento por parte de los almacenes rurales

Este indicador mide la oportunidad con la que se realiza el surtimiento en su día respecto al número de pedidos realizados por las tiendas y tiene una periodicidad semestral. A junio de 2013 se registra un 24.2 por ciento de oportunidad en el surtimiento.

PROGRAMA DE ABASTO RURAL, DICONSA

NÚMERO DE TIENDAS POR ENTIDAD FEDERATIVA A JUNIO DE 2013

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Entidad federativa | | No. de tiendas |
| 1 | Aguascalientes | 50 |
| 2 | Baja California | 152 |
| 3 | Baja California Sur | 182 |
| 4 | Campeche | 424 |
| 5 | Coahuila | 719 |
| 6 | Colima | 78 |
| 7 | Chiapas | 1,987 |
| 8 | Chihuahua | 778 |
| 9 | Distrito Federal | 13 |
| 10 | Durango | 889 |
| 11 | Guanajuato | 930 |
| 12 | Guerrero | 1,534 |
| 13 | Hidalgo | 982 |
| 14 | Jalisco | 688 |
| 15 | México | 1,092 |
| 16 | Michoacán | 1,078 |
| 17 | Morelos | 223 |
| 18 | Nayarit | 615 |
| 19 | Nuevo León | 653 |
| 20 | Oaxaca | 2,277 |
| 21 | Puebla | 1,336 |
| 22 | Querétaro | 412 |
| 23 | Quintana Roo | 366 |
| 24 | San Luis Potosí | 1,143 |
| 25 | Sinaloa | 806 |
| 26 | Sonora | 500 |
| 27 | Tabasco | 1,026 |
| 28 | Tamaulipas | 697 |
| 29 | Tlaxcala | 270 |
| 30 | Veracruz | 2,482 |
| 31 | Yucatán | 665 |
| 32 | Zacatecas | 602 |
| Total | | 25,649 |
| Fuente: Directorio de Tiendas, DICONSA, S.A. DE C.V., corte a junio 2013. | | |

Metas

Las metas de cobertura en localidades objetivo al primer semestre de 2013 fueron alcanzadas, ya que en las sucursales y unidades operativas se dio prioridad de apertura de tiendas nuevas en dichas localidades.

El hecho de que DICONSA tenga un mayor número de tiendas, tiene efectos positivos en la población que habita en las localidades atendidas al posibilitar el abasto suficiente de los productos preferentemente en las marcas y presentaciones que demandan, evitarles gastos de traslado a otras comunidades para obtener los productos y servicios que requieren, que puedan dedicar ese tiempo en actividades que les reditúen un beneficio económico o en la atención de su familia, protegerlos de que el comercio local eleve los precios de los productos en detrimento de su economía y generarles un ahorro monetario al comprar en las tiendas DICONSA que pueden utilizar para sus otras necesidades.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Resultados de los Principales Indicadores** | | | | | | |
| **Programa de Abasto Rural, Diconsa** | | | | | | |
| **Enero-Junio 2013** | | | | | | |
| **(Información Preliminar)** | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  | Meta programada | | Avance | | |  |
| Nombre del indicador | Anual | Al periodo | Al segundo trimestre | Avance % anual | Avance % al periodo | Descripción y observaciones |
|
| -1 | -2 | -3 | (4)=(3)/(1) | (5)=(3)/(2) |
| Número de localidades con tienda Diconsa | 24,079 | 23,531 | 23,533 | 97.7% | 100% | Periodicidad: Trimestral |
|  |
| Unidad de Medida: Localidad |
|  |
| La meta original del PEF es de 23,580 localidades con tienda Diconsa y fue modificada en febrero de 2013 a 24,079 con base en los resultados de 2012 y la planeación del Programa |
| Margen de ahorro en la canasta básica Diconsa | 15 | 15 | 21.1 | 140.7% | 140.7% | Periodicidad: Semestral |
|  |
| Unidad de Medida: Porcentaje |
| Fuente: Sedesol, Dirección General de Seguimiento (DGS) con información del Presupuesto de Egresos de la Federación 2013 de Diconsa, S.A. de C.V. y el Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (PASH) | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |

Cruzada Nacional Contra El Hambre

Al primer semestre se cuenta con 7,915 tiendas en los 400 municipios que integran la Cruzada Nacional SinHambre, de las cuales 365 son de nueva creación y 1,186 se ubican dentro de los 80 municipios prioritarios.

Así mismo 1,573 localidades de los municipios de la Cruzada Nacional SinHambre fueron atendidas mediante Tienda Móvil.

Durante el periodo de abril-junio la Entidad implementó acciones para continuar apoyando la economía de la población que habita dentro de los 400 municipios que integran la Cruzada Nacional SinHambre reflejándolo principalmente en:

* Disminución de los márgenes de utilidad en los artículos de la Canasta Básica en un 10 por ciento en todas las tiendas de los 400 municipios.
* Reducción del precio del maíz de 5.0 a 4.50 pesos por kilo, trasladándose al público un Margen de Ahorro del 27.6 por ciento en comparación con los precios ofertados en tiendas privadas para los mismos productos.

Adicionalmente se apoya a las economías locales, mediante la firma de convenios estatales para la adquisición de maíz a pequeños productores, facilitando la comercialización de sus cosechas. Se firmaron convenios con los gobiernos de: Chiapas, Estado de México, Durango, Chihuahua, Zacatecas, Veracruz y Nayarit; mediante los cuales se han adquirido 34 mil toneladas de grano.

Diconsa ha impartido también talleres de Orientación Alimentaria a la población  que habita en las localidades que integran los 400 municipios de la Cruzada. Los talleres impartidos incluyen 4,800 sesiones de capacitación en al menos 3,800 tiendas; destacando temas como: la difusión de la Cruzada Nacional SinHambre, la explicación del contenido del Plato del Bien Comer y la importancia de la higiene en la preparación de los alimentos.

X. Reportar su ejercicio, detallando los elementos a que se refieren las fracciones I a IX, incluyendo el importe de los recursos

Situación Presupuestal

El monto de recursos fiscales asignado en el Presupuesto de Egresos de la Federación al Programa de Abasto Rural a cargo de DICONSA para el año 2013 ascendió a 1,858,860,000 pesos. El 100 por ciento de los mismos fueron etiquetados para la adquisición de bienes para gasto corriente. Al segundo trimestre del año el presupuesto no ha sido modificado.

Los recursos calendarizados al primer semestre de 2013 por 1,427,852,311 pesos se radicaron en su totalidad, presentando un avance presupuestal del periodo del 100 por ciento.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PRESUPUESTO EJERCIDO ENTREGADO O DIRIGIDO A LOS BENEFICIARIOS  A NIVEL DE CAPÍTULO Y CONCEPTO DE GASTO  - RECURSOS FISCALES -** | | | | | |
| **Periodo: Enero-Junio 2013** | **Cifras Preliminares** | | **Fecha de corte: 30 de Junio de 2013** | | |
|  |  | |  | | |
| **Capítulo y concepto de gasto** | **Presupuesto (pesos)** | | | | |
| **Original anual** | **Modificado anual** | **Calendarizado al trimestre** | **Ejercido al trimestre** | **Avance financiero %** |
| **- 1 -** | **- 2 -** | **- 3 -** | **- 4 -** | **(4/3)** |
| **4000 Transferencias, asignaciones, subsidios y otras ayudas** | **1,858,860,000** | **1,858,860,000** | **1,427,852,311** | **1,427,852,311** | **100.0** |
| 43701 Subsidios al Consumo | **1,858,860,000** | **1,858,860,000** | **1,427,852,311** | **1,427,852,311** | 100.0 |
| **Total** | **1,858,860,000** | **1,858,860,000** | **1,427,852,311** | **1,427,852,311** | **100.0** |
| Fuente: Diconsa, S.A. de C.V. con cifras del Módulo de Conciliación del Ejercicio Presupuestario (CONEP) del Sistema del Proceso Integral de Programación y Presupuesto (PIPP) para Capítulo 4000. | | | | | |

ACLARACIONES SOBRE EL PRESENTE INFORME

Ninguna.

Convenios formalizados con Organizaciones de la Sociedad Civil

No se formalizaron Convenios con Organizaciones de la Sociedad Civil en la Entidad.