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 marginadas.

El Programa de Abasto Rural (PAR), operado por la empresa paraestatal DICONSA, S. A. de C. V., abastece localidades de alta y muy alta marginación con productos básicos y complementarios de calidad, en forma eficaz y oportuna, 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 Programa de Abasto Rural atiende a la población de las localidades de alta y muy alta marginación de entre 200 y 14,999 habitantes que no cuenten con un servicio de abasto local suficiente y adecuado.

Los beneficios del Programa se otorgaron a población abierta, es decir a la población que se ubica en las localidades con tienda abastecida por DICONSA que acude a realizar sus compras a la misma.

Cobertura

El Programa de Abasto Rural tiene una cobertura nacional atendiendo a la población que se encuentra 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 14,999 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.
* Ser de creación posterior al Censo 2010, que no cuenten con una estimación de su grado de marginación, que se encuentren ubicadas en municipios de alto o muy alto grado de marginación, que no cuenten con un servicio de Abasto Local Suficiente y Adecuado, y que sean aprobadas por el Consejo de Administración 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 de Abasto, para fines de la operación de las tiendas, lo cual no implica una relación laboral con DICONSA.

Por sus características, el Programa otorga el apoyo vía precios subsidiados de los productos a la 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 2014, el Programa buscó que dicho ahorro fuera de por lo menos 15 por ciento en los productos de la Canasta Básica DICONSA.

El Programa 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\_2014.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 las personas beneficiarias puedan comprar o utilizar cualquier producto o 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, al finalizar el mes de diciembre de 2014 destacan los siguientes resultados:

* De los 26,899 encargados de tienda, 15,188 son mujeres, lo que equivale al 56.5 por ciento.
* Se realizó un monitoreo permanente de los precios de los artículos de la Canasta Básica en el mercado nacional, lo cual sirvió 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 diciembre de 2014 el precio de venta del kilogramo de maíz como en el de la harina de maíz marca propia Diconsa cerraron en 4 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

El Programa no cuenta con un Padrón de Beneficiarios, ya 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 de Operación, 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 mejore su función comercial, operativa, administrativa y de servicio comunitario. Igualmente, en el caso de los Comités 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 las 32 entidades federativas de la República, compuesta por 30 Almacenes Centrales, 270 Almacenes Rurales, dos Almacenes Graneleros, cuatro Almacenes para Programas Especiales y 4,014 vehículos en operación (2,300 de carga; 1,449 de supervisión y 265 de apoyo), que mediante una distribución estratégica abastecen a las tiendas comunitarias.

Actualmente el 21.48 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 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 organizada 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 26,899 Comités 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 los 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 correspondientes a las metas programadas en el Presupuesto de Egresos de la Federación.

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, el Consejo Nacional de Evaluación de la Política del Desarrollo Social y la Secretaría de la Función Pública, se realizó el seguimiento a los ASM derivados de los informes y evaluaciones del Programa de Abasto Rural concluidas durante el ejercicio fiscal inmediato anterior.

Al cierre del mes de diciembre, se dio seguimiento a los ASM por atender de parte de DICONSA; dos específicos y dos institucionales, concluyendo uno de los ASM específicos conforme a las fechas programadas.

Asimismo, en cumplimiento a lo dispuesto en el numeral 7.1 de las Reglas de Operación del Programa, fue realizado el levantamiento de información para las acciones de seguimiento físico, acordadas con la Subsecretaría de Prospectiva, Planeación y Evaluación de la Secretaría de Desarrollo Social. Al periodo que se informa, se entregó a la Subsecretaría el Informe final, el cual presenta como principales resultados los siguientes:

* De la verificación física realizada en las tiendas Diconsa, destaca que el 98.9% de las tiendas tiene los precios a la vista del beneficiario y el 98.9% de la tiendas cuenta con un surtido suficiente o medianamente suficiente, es decir que se encontraron disponibles los productos de la canasta básica y 20 o más productos adicionales. Es importante, señalar que en promedio las tiendas Diconsa permanecen abiertas durante 10 horas al día y 6 días a la semana.
* El 96.9% de las tiendas en las que se realizó la verificación física, cuenta con los nuevos colores institucionales en su fachada; sin embargo, se continúa con el proceso de renovación de los colores institucionales, logotipo de la empresa y placa de identificación.
* En las 201 localidades de la muestra, se observó que en todos los productos, las tiendas comunitarias ofrecen un precio promedio menor que el registrado en los expendios privados, generando un margen de ahorro que asciende a 23.1%, el cual, es mayor al 15% establecido en las ROP 2014.
* Asimismo, el 92.2% de los encargados de tienda consideran que ésta es muy importante para la población de las localidades donde está presente. Ello permite inferir que el encargado, en términos generales, se siente satisfecho de ser parte fundamental de una institución que beneficia a la comunidad a través de las tiendas Diconsa. Por otra parte, el 97.9% de los encargados manifestó que recibe atención inmediata en relación a los faltantes de mercancías; así mismo el 88.2% de los encargados de tienda manifestaron sentirse satisfechos con el surtimiento y el 95% considera que es importante para sus ventas el que ofrezca u ofreciera algún servicio adicional al abasto.
* A su vez, el 76.7% de los beneficiarios entrevistados de las tiendas Diconsa fueron mujeres y 23.3% hombres, con una edad promedio de 39 años. Al respecto, el 92.1% de ellos considera que la tienda Diconsa es muy importante para la población de su localidad. De igual forma, el 90.2% de los beneficiarios considera que sí encuentra los productos y marcas que necesita en la tienda Diconsa, y el 96.3% de los beneficiarios encuestados manifestaron que han consumido productos marca propia de Diconsa. Así mismo, el 91.8% de los beneficiarios entrevistados señaló que la atención del encargado de la tienda comunitaria es buena, el 97.8% estar satisfecho con los precios y el 85.5% de ellos considera que ahorra comprando en la tienda comunitaria.

Supervisión

DICONSA en coordinación con los Comités de Abasto monitorea que las Tiendas operen de acuerdo con lo establecido en las Reglas de Operación y 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 de Abasto y al encargado de tienda en su operación y administración. En los últimos tiempos se han convertido en una fortaleza ya que sin su apoyo los programas especiales, principalmente el de PROSPERA Programa de Inclusión Social no tendrían el éxito alcanzado.

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 31 de diciembre del 2014, la Dirección de Operaciones a través de sus Gerencias, realizó visitas de supervisión y seguimiento a cuatro Unidades Operativas, siendo éstas: Morelos y Puebla en la Sucursal Sur, Mérida en la Sucursal Peninsular y Torreón en la Sucursal Norte.

Prioritariamente los trabajos de supervisión se enfocaron, en el periodo octubre -diciembre, a la revisión de la operatividad de las tiendas comunitarias y el diagnóstico del proceso de toma de inventario físico .

Asimismo, se participó en el curso de capacitación sobre administración de inventarios a personal operativo de la Sucursal Veracruz, Unidades Operativa Tapachula.

Evaluación

El Programa Anual de Evaluación 2014 emitido por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, la Secretaría de la Función Pública y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social contempla la realización de una Ficha de Monitoreo y Evaluación 2013-2014 al Programa de Abasto Rural, la cual fue coordinada por las Áreas de Evaluación de las dependencias. Al cierre de 2014, la Ficha de Monitoreo y Evaluación 2013-2014 al Programa de Abasto Rural fue concluida en tiempo y forma; y esta publicada en internet en la página institucional.

Asimismo, se informa que mediante oficio No. 610.DGEMPS.204/14, que previa consulta al Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social CONEVAL, se considera no pertinente realizar una evaluación en materia de Diseño al Programa de Abasto Rural, obedeciendo criterios de eficacia, eficiencia y economía, ya que debido al proceso de alineación de las Matrices de Indicadores para Resultados de los programas presupuestarios federales con los objetivos e indicadores de los Programas Sectoriales, Especiales e Institucionales, dicha evaluación estaba contemplada en el Programa Anual de Evaluación 2014.

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 diversos productos a las instituciones que tienen a su cargo Programas Especiales para apoyar a la población objetivo. De enero a diciembre de 2014, el monto de las ventas por este concepto se calculan en 4,117.8 millones de pesos, lo que significó el 25.8 por ciento de las ventas totales de DICONSA (15,956.2 millones de pesos). Los artículos vendidos a los Programas Especiales fueron principalmente desayunos calientes y fríos, suplementos alimenticios a clínicas del IMSS, y en menor grado otros productos como artículos escolares, equipamiento, abastecimiento e insumos para elaborar desayunos y comidas.

DICONSA surtió artículos durante el periodo enero-diciembre de 2014, entre otras, a los DIF estatales y municipales, Secretaría de Salud, Seguro Popular, PROSPERA Programa de Inclusión Social, Atención a los Albergues Escolares de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), distribución de productos de LICONSA, suplementos alimenticios a clínicas del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), equipamiento, abastecimiento e insumos al Programa de Comedores Comunitarios en los estados de Guerrero, Michoacán, Baja California Sur, Campeche, Chihuahua, Coahuila, Edo. de México , Nayarit, Puebla, Quintana Roo, Sonora, Tabasco, Tamaulipas y Veracruz, y otros productos como artículos y paquetes escolares al Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE) y a Institutos de Educación del Edo. de México, así como a otros programas de gobiernos estatales y municipales.

DICONSA también promovió sinergias económicas y sociales como efecto 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 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, atiende a la población objetivo del Programa de Abasto Rural y lleva 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 contó durante el ejercicio 2014 con una reserva técnica compuesta principalmente por productos como láminas galvanizada de cartón, y de fibrocemento; colchonetas y paquetes de limpieza y aseo personal para responder oportunamente las contingencias que pudieran presentarse, comercializando a través del Programa de Abasto Rural los productos que no fueron requeridos.

Durante 2014 DICONSA atendió a través de sus Unidades Operativas los requerimientos de la Secretaría de Gobernación para hacer frente a la emergencia derivada del “Huracán Odile” que se presentó en el estado de Baja California en agosto de 2014, con la venta de diversos artículos por un monto total de 2.4 millones de pesos: 6,928 despensas alimenticias Fonden, 49,016 toallas sanitarias, 23,240 pañales de la etapa 3 y 32,000 pañales de la etapa 4 y 4,408 etapa 5.

Diconsa también, realiza 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 los servicios mencionados, se le considera como Unidad de Servicio a la Comunidad (USC). Al cuarto trimestre de 2014 el 90.3 por ciento de las tiendas funcionaban como Unidades de Servicio a la Comunidad, es decir que se contaba con 24,293 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 o daño patrimonial.
* Uso de los puntos de venta y/o servicios que ofrece 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 de Abasto el motivo del cierre.

Las tiendas instaladas de acuerdo con las Reglas de Operación de ejercicios fiscales 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 fueron:

* Número de localidades objetivo con tienda comunitaria: 15,886
* Porcentaje de cobertura de localidades objetivo: 59.8 por ciento.
* Número de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 23,851
* Porcentaje de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 88.5 por ciento.

Cabe señalar que el número de localidades objetivo para 2014 se definió considerando la información disponible del Conteo INEGI 2010 y grados de marginación de CONAPO 2010 a nivel localidad, con lo cual se determinó que las localidades objetivo de alta o muy alta marginación, con rango de población entre 200 y 14,999 habitantes ascienden a 26,573. Con base en este universo total de localidades objetivo se establecieron las metas para 2014.

Las cifras alcanzadas al cuarto trimestre de 2014 son:

* Cobertura de localidades objetivo: 15,683.
* Porcentaje de cobertura de localidades objetivo: 59.0 por ciento.
* Unidades de Servicio a la Comunidad: 24,293.
* Porcentaje de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 90.3 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 realizó para alcanzar los objetivos y metas del Programa es llevar el abasto a través de Tiendas Móviles a quienes presentan problemática de desabasto pero que carecen de tienda comunitaria. Al cierre del cuarto trimestre de 2014 existen 300 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, dio como resultado que DICONSA pudiera 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 31 de diciembre de 2014 funcionan como Unidades de Servicio a la Comunidad asciende a 90.3 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 cuarto trimestre de 2014, fue de 44.4 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.

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 al mes de diciembre del 38.6 por ciento, ello en comparación con los precios de las marcas comerciales de harina de maíz.

Asimismo, DICONSA oferta otros productos de marca propia como pasta para sopa enriquecida y fortificada, chocolate en polvo y aceite comestible de soya, ofreciendo al consumidor rural de escasos recursos artículos de mayor calidad y de 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-diciembre de 2014 la venta de harina de maíz de las diferentes marcas ofrecidas en las tiendas DICONSA fue de 111,870 toneladas; de las cuales, la participación de la harina marca propia Sedesol-Diconsa fue de 50,239 toneladas, lo que representó el 44.9 por ciento de dichas ventas.

Asimismo, 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 diciembre de 2014 fue de 4.7 por ciento, es decir 424 toneladas de las 9,079 toneladas vendidas de pasta para sopa.

En lo referente al chocolate en polvo marca propia, las ventas a diciembre de 2014 representaron el 45.5 por ciento con respecto a las ventas totales, es decir, 2,944 toneladas de las 6,465.6 toneladas vendidas de este producto por DICONSA.

En lo que respecta al lanzamiento de los nuevos productos marca propia DICONSA, en el mes de mayo de 2014 dio inició la venta del aceite comestible puro de soya al 100 por ciento, mismo que evita enfermedades cardíacas, reduce el colesterol en la sangre, contiene omega 3 y 6 que reducen los riesgos de infarto y enfermedades cardiovasculares, bloqueo y endurecimiento de las arterias, contiene vitamina “E” principal defensa antioxidante contra el daño celular ligado a varios tipos de cáncer, envejecimiento prematuro y artritis entre otros; en ese sentido, las ventas a diciembre de 2014 representaron el 6.1 por ciento con respecto a las ventas totales, es decir se comercializaron 3,467 de las 56,871 piezas vendidas de este producto por DICONSA.

Programa Emergente de Compra y Abasto de Huevo

A partir del 10 de septiembre de 2013 DICONSA puso a la venta huevo a un costo promedio de 26 y 28 pesos el kilo dependiendo de la zona, lo cual permitió que estos precios sirvieran como referente en los mercados locales del interior de la República, contribuyendo así a la disminución del precio en el mercado privado.

Al cierre de diciembre de 2014, DICONSA puso a la venta 90,424,912 piezas de huevo por un monto de 175.6 millones de pesos en 146 Centros de Atención a Derechohabientes (CABE’s) y en las más de 26 mil tiendas comunitarias.

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 diciembre de 2014 se registra un 100 por ciento de oportunidad en el surtimiento.

NÚMERO DE TIENDAS POR ENTIDAD FEDERATIVA A  
DICIEMBRE DE 2014

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Estado | | Tiendas |
| 1 | Aguascalientes | 45 |
| 2 | Baja california | 155 |
| 3 | Baja california Sur | 196 |
| 4 | Campeche | 430 |
| 5 | Coahuila | 726 |
| 6 | Colima | 73 |
| 7 | Chiapas | 2,071 |
| 8 | Chihuahua | 798 |
| 9 | Distrito Federal | 15 |
| 10 | Durango | 914 |
| 11 | Guanajuato | 1,100 |
| 12 | Guerrero | 1,701 |
| 13 | Hidalgo | 995 |
| 14 | Jalisco | 684 |
| 15 | México | 1,205 |
| 16 | Michoacán | 1,174 |
| 17 | Morelos | 226 |
| 18 | Nayarit | 614 |
| 19 | Nuevo León | 660 |
| 20 | Oaxaca | 2,431 |
| 21 | Puebla | 1,397 |
| 22 | Querétaro | 443 |
| 23 | Quintana Roo | 382 |
| 24 | San Luis Potosí | 1,135 |
| 25 | Sinaloa | 914 |
| 26 | Sonora | 521 |
| 27 | Tabasco | 1,098 |
| 28 | Tamaulipas | 666 |
| 29 | Tlaxcala | 264 |
| 30 | Veracruz | 2,593 |
| 31 | Yucatán | 675 |
| 32 | Zacatecas | 598 |
| Total | | 26,899 |
| Fuente: Directorio de Tiendas, DICONSA, S.A. DE C.V. corte a diciembre 2014. | | |

Metas

La meta programada de cobertura en localidades objetivo con tienda al cuarto trimestre de 2014 fue de 15,886 de las cuales se cumplió con 15,683 obteniendo un cumplimento del 98.7 por ciento.

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.

.



Cruzada Nacional contra el Hambre

DICONSA de enero a diciembre continuó colaborando con el Programa PROSPERA Programa de Inclusión Social, en el Esquema PAL SinHambre, mismo que dio inicio en el mes de agosto del año 2013, y que permite a las familias de nueva incorporación al Programa comprar mediante la denominada “Tarjeta SinHambre” productos alimenticios con alto contenido nutricional en las tiendas móviles o fijas DICONSA, así como en los Centros de Atención a Beneficiarios (CABE’s).

El Esquema PAL-SinHambre permitió que con una tarjeta bancaria (“Tarjeta SinHambre”) con saldo de 528 pesos correspondiente a los apoyos de PROSPERA Programa de Inclusión Social (PAL original=440 pesos) y Sedesol (88 pesos) los beneficiarios pudieran adquirir en DICONSA artículos correspondientes a 14 productos con alto valor nutricional con un margen de ahorro equivalente a 110 pesos.

Los productos autorizados para el esquema PAL-SinHambre son: frijol, harina de trigo, harina de maíz, maíz, arroz, avena, leche en polvo, sardina enlatada, chocolate en polvo, atún, chiles, aceite, café y huevo. Cabe destacar que atendiendo los requerimientos de la Secretaría de Desarrollo Social, a través de PROSPERA, se incorporó en el mes de agosto de 2014 a la lenteja como el producto 15 en el esquema de apoyo Sin Hambre, con la finalidad de seguir mejorando la calidad e incrementar la variedad de los alimentos que consumen las familias beneficiadas.

Al mes de diciembre DICONSA cuenta con un padrón de atención a 685,563 familias distribuidas en toda la República Mexicana.

Se cuenta también con 17,053 tiendas en 976 de los 1,012 municipios que integran la Cruzada Nacional contra el Hambre, de las cuales 717 son nuevas aperturas.

Asimismo, 2,482 localidades de los municipios de la Cruzada Nacional contra el Hambre fueron atendidas mediante Tienda Móvil.

Adicionalmente, con objeto de apoyar a las economías locales, DICONSA sigue llevando a cabo otras acciones como fue la compra de grano a pequeños productores que constituyen el motor de la economía regional al facilitar la comercialización de sus cosechas. En ese sentido, se firmaron convenios con los gobiernos de los estados de Chiapas, Estado de México, Durango, Chihuahua, Zacatecas, Nayarit, Michoacán, Guerrero, Colima, Hidalgo y Campeche, para fomentar la compra a productores sociales de maíz y frijol.

Se analizó la viabilidad de celebrar convenios con otras entidades federativas para la compra de grano a productores sociales. A diciembre fueron adquiridas 171,125toneladas de maíz y 30,690 toneladas de frijol a productores sociales, sobre una meta anual de 163 mil toneladas de maíz y 25 mil de frijol.

Acciones realizadas en apoyo al Programa de Comedores Comunitarios

Al mes de diciembre de 2014, Diconsa continúa con el apoyo al Programa de Comedores Comunitarios, mismo que es operado por parte de la Sedesol, donde han equipado 3,576 y abastecido 3,707 comedores comunitarios de los cuales 3,619 se encuentran operando en los siguientes estados: Baja California con 183, Baja California Sur 38, Campeche 2, Chiapas 409, Chihuahua 76, Coahuila 33, Estado. de México 963, Guerrero 799, Michoacán 450, Nayarit 26, Puebla 70, Puebla (UMAS’s) 138, Quintana Roo 76, Sonora 34, Tabasco 1, Tamaulipas 109 y Veracruz con 212, proporcionando insumos para la elaboración de desayunos y comidas dos veces al día, beneficiando a la población más desprotegida y desfavorecida del país, principalmente a niños y ancianos.

Los artículos comercializados para los comedores comunitarios comprendieron tanto los abarrotes comestibles, frijol, arroz, azúcar y lenteja como el equipamiento de los comedores. Con ello, cumplió con el compromiso de tenerlos operando para el 2014.

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 2014 ascendió a 1,929,437.8 miles de 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 asignado a DICONSA se incrementó en 220,000.0 miles de pesos del Fondo para Fronteras, con lo que el presupuesto modificado alcanza los 2,149,437.8 miles de pesos.

De los recursos calendarizados al cuarto trimestre de 2014 por 2,149,437.8 miles de pesos registró un avance presupuestal del 100 por ciento al periodo.

Cuadro de Presupuesto

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Presupuesto Ejercido Entregado o Dirigido a los Beneficiarios  a Nivel de Capítulo y Concepto de Gasto  - Recursos Fiscales -** | | | | | |
| **Periodo: Enero-diciembre 2014** | **Cifras Preliminares** | | **Fecha de corte: 31 de Diciembre de 2014** | | |
|  |  | |  | | |
| **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)** |
| **4000Transferencias, asignaciones, subsidios y otras ayudas** | **1,929,437,820** | **2,149,437,820** | **2,149,437,820** | **2,149,437,820** | **100.0** |
| 43701 Subsidios al Consumo | **1,929,437,820** | **2,149,437,820** | **2,149,437,820** | **2,149,437,820** | 100.0 |
| **Subtotal** | **1,929,437,820** | **2,149,437,820** | **2,149,437,820** | **2,149,437,820** | **100.0** |
|  | | | | | |
| **Total** | **1,929,437,820** | **2,149,437,820** | **2,149,437,820** | **2,149,437,820** | **100.0** |

Aclaraciones sobre el presente informe

Ninguna

Convenios formalizados con Organizaciones de la Sociedad Civil

No se han celebrado convenios con organizaciones de la sociedad civil