Programa de Abasto Rural

Objetivo General

Contribuir a fortalecer el cumplimiento efectivo del derecho social a la alimentación facilitando el acceso físico o económico a los productos alimenticios para la población que habita en las localidades de alta o muy alta marginación.

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:

1. 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.
2. Contar con Tiendas en funcionamiento que hayan sido instaladas de acuerdo con Reglas de Operación de ejercicios fiscales anteriores.
3. 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 para el cumplimiento de los objetivos del Programa.
4. 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 o con alto y muy alto índice de rezago social, 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, 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/paayar/mpar/ReglasOperacion/ROP-2015.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 los puntos de venta del Programa, con excepción de aquellos que estén dirigidos a personas beneficiarias de otros programas, 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 los puntos de venta del Programa.

Con respecto al cumplimiento de estas prioridades, al finalizar el mes de marzo de 2015 destacan los siguientes resultados:

* De los 27,023 encargados de tienda, 15,335 son mujeres, lo que equivale al 56.7 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 marzo de 2015 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, 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 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, tres Almacenes Graneleros, cinco Almacenes para Programas Especiales y 3,797 vehículos en operación (2,195 de carga; 1,363 de supervisión y 239 de apoyo), que mediante una distribución estratégica abastecen a las tiendas comunitarias.

Actualmente el 19.35 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 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 27,023 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 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 da 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 marzo, no se han definidos los ASM específicos ni institucionales por atender por parte de DICONSA durante el ejercicio 2015.

Asimismo, en cumplimiento a lo dispuesto en el numeral 7.1 de las Reglas de Operación del Programa, se tiene previsto realizar acciones de seguimiento físico y operativo, cuya metodología deberá ser elaborada con base en los elementos técnicos mínimos que defina la Dirección General Evaluación y Monitoreo de los Programas Sociales de la Secretaria de Desarrollo Social; quien asimismo, establecerá el mecanismo para la validación de dicha metodología, previo a su aplicación en campo.

**SUPERVISIÓN**

DICONSA en coordinación con los Comités de Abasto son los responsables de monitorear 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 los de oportunidades 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 primer trimestre del 2015, la Dirección de Operaciones a través de sus Gerencias, realizó visitas de supervisión y seguimiento a 6 Unidades Operativas, siendo éstas: Morelos y Puebla en la Sucursal Sur, Culiacán en la Sucursal Pacífico, Sonora en la Sucursal Noroeste, Torreón en la Sucursal Norte y Poza Riza en la Sucursal Verazcruz.

Prioritariamente los trabajos de supervisión se enfocaron en este primer trimestre, a la revisión de la operatividad de las tiendas comunitarias el diagnóstico de valoración en campo del Sistema de Reposición de Inventarios en Tiendas, y el impulso de la implementación de acciones de mejora para la optimización de procesos de almacenamiento.

**EVALUACIÓN**

El Programa Anual de Evaluación 2015 (PAE 2015) 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 Evaluación Específica de Desempeño 2014-2015 al Programa de Abasto Rural.

Asimismo, se informa que mediante oficio No. 610.DGEMPS/0081/2015, previa consulta al Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social CONEVAL, se considera pertinente realizar una evaluación en materia de Diseño al Programa de Abasto Rural, la cual deberá de ser elaborada y entregada conforme al cronograma de ejecución establecido en el PAE 2015, a más tardar el 15 de julio del presente ejercicio fiscal.

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 marzo de 2015, el monto de las ventas por este concepto fueron de 723.3 millones de pesos, lo que significó el 18.1 por ciento de las ventas totales de DICONSA (3,998.5 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-marzo de 2015, 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, 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.

De enero a marzo de 2015 NO se han atendido requerimientos de la SEGOB toda vez que no se han presentado situaciones de emergencia.

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 trimestre de 2015 el 89.7 por ciento de las tiendas funcionaban como Unidades de Servicio a la Comunidad, es decir que se contaba con 24,236 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, en coordinación con los Comités de Abasto, 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: 16,334
* Porcentaje de cobertura de localidades objetivo: 61.5 por ciento.
* Número de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 24,520
* Porcentaje de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 89.7 por ciento.

Cabe señalar que el número de localidades objetivo para 2015 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 2015.

Las cifras alcanzadas al primer trimestre de 2015 son:

* Cobertura de localidades objetivo: 15,724.
* Porcentaje de cobertura de localidades objetivo: 59.2 por ciento.
* Unidades de Servicio a la Comunidad: 24,236.
* Porcentaje de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 89.7 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 primer trimestre de 2015 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 marzo de 2015 funcionan como Unidades de Servicio a la Comunidad asciende a 89.7 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 trimestre de 2015, fue de 38.7 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 del 38.2 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-marzo de 2015 la venta de harina de maíz de las diferentes marcas ofrecidas en las tiendas DICONSA fue de 10,200 toneladas; de las cuales, la participación de la harina marca propia Sedesol-Diconsa fue de 4,722 toneladas, lo que representó el 46.3 por ciento de dichas ventas. La harina de maíz marca propia también se incluye en el listado de los 15 alimentos con alto valor nutricional, seccionados en establecimientos a través de los Colores de la Nutrición que se suministran por medio de la tarjeta del Esquema de Apoyo Sin Hambre.

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 marzo de 2015 fue de 3.4 por ciento, es decir 75 toneladas de las 2,238 toneladas vendidas de pasta para sopa.

En lo referente al chocolate en polvo marca propia, las ventas a marzo de 2015 representaron el 43.6 por ciento con respecto a las ventas totales, es decir, 816 toneladas de las 1,870 toneladas vendidas de este producto por DICONSA.

En lo que respecta al aceite comestible puro de soya al 100 por ciento, su consumo 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. Las ventas de dicho producto a marzo de 2015 representaron el 8.8 por ciento con respecto a las ventas totales, es decir se comercializaron 1,585 de las 18,105 piezas vendidas de este producto por DICONSA.

DICONSA, en el transcurso del presente año realizará los procedimientos de adjudicación de los servicios de maquila de los productos marca propia, procurando mejorar de manera sustancial la calidad de los mismos.

Programa Emergente de Compra y Abasto de Huevo

A partir del 10 de septiembre de 2013 DICONSA puso a la venta huevo fresco 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.

Asimismo, a partir de abril de 2014 se incorporó como el producto 14 del Programa Esquema de Apoyos Sin Hambre, con lo que se mejora la calidad y se incrementa la variedad de los alimentos que consumen las familias beneficiadas.

De enero a marzo de 2015 DICONSA puso a la venta 43,047,842, piezas de huevo por un monto de $98.8 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 marzo de 2015 se registra un 100 por ciento de oportunidad en el surtimiento.

NÚMERO DE TIENDAS POR ENTIDAD FEDERATIVA A
marzo 2015

|  |  |
| --- | --- |
| Estado | Tiendas |
| 1 | Aguascalientes | 45 |
| 2 | Baja california | 158 |
| 3 | Baja california Sur | 200 |
| 4 | Campeche | 430 |
| 5 | Coahuila | 726 |
| 6 | Colima | 72 |
| 7 | Chiapas | 2,066 |
| 8 | Chihuahua | 795 |
| 9 | Distrito Federal | 15 |
| 10 | Durango | 916 |
| 11 | Guanajuato | 1,103 |
| 12 | Guerrero | 1,711 |
| 13 | Hidalgo | 1,003 |
| 14 | Jalisco | 683 |
| 15 | México | 1,222 |
| 16 | Michoacán  | 1,170 |
| 17 | Morelos | 226 |
| 18 | Nayarit | 617 |
| 19 | Nuevo León | 665 |
| 20 | Oaxaca | 2,466 |
| 21 | Puebla | 1,391 |
| 22 | Querétaro  | 445 |
| 23 | Quintana Roo | 381 |
| 24 | San Luis Potosí | 1,129 |
| 25 | Sinaloa | 939 |
| 26 | Sonora | 514 |
| 27 | Tabasco | 1,098 |
| 28 | Tamaulipas | 696 |
| 29 | Tlaxcala | 261 |
| 30 | Veracruz | 2,591 |
| 31 | Yucatán | 680 |
| 32 | Zacatecas | 609 |
| Total | 27,023 |
| Fuente: Directorio de Tiendas, DICONSA, S.A. DE C.V. corte a marzo 2015. |

Metas

La meta programada de cobertura en localidades objetivo con tienda al primer trimestre de 2015 fue de 15,886 de las cuales se cumplió con 15,724 obteniendo un cumplimento del 99.2 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.

|  |
| --- |
|  |

Acciones Realizadas en Apoyo al Programa de Comedores Comunitarios

A marzo de 2015 Diconsa continuó con el abasto a los Comedores Comunitarios de la Sedesol. Con corte al mes de marzo se encuentran operando 4,269 de un total de 4,911 programados por la Sedesol, los cuales fueron equipados y están siendo abastecidos para proporcionar los insumos para los desayunos y comidas que se otorgan a los beneficiarios de lunes a viernes, lo que beneficia a la población más desprotegida del país.

El avance por Estado es el siguiente: Baja California con 183, Baja California Sur 38, Campeche 9, Chiapas 409, Chihuahua 76, Coahuila 33, Edo. de México 1,366, Guerrero 992, Michoacán 450, Nayarit 26, Puebla 70, Puebla (Unidades Móviles) 150, Quintana Roo 76, Sonora 34, Tabasco 2, Tamaulipas 109 y Veracruz con 246, proporcionando insumos para la elaboración de desayunos y comidas que se proporcionan 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.

Cabe señalar que para dotar de equipamiento y abasto a un comedor comunitario se requiere de un proceso de concertación entre SEDESOL y la Comunidad, motivo por el cual el cumplimiento a lo programado es del 86.9%.

Suficiencia en el Abasto para Atender el Programa Esquema Apoyos Sin Hambre

Dentro del Esquema de Apoyos Sin Hambre, Diconsa ha estado reforzando el abasto de los 22 productos que conforman la Canasta Básica, de los cuales 17 son alimentos y 5 son otros productos de consumo básico. De los productos alimenticios 8 son de marca propia Diconsa, y de éstos, 4 están elaborados con alto contenido nutricional avalado por el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición “Salvador Zubirán”, ya que están fortificados y enriquecidos con proteínas, vitaminas y minerales y se venden a precio bajo: harina de maíz, pasta para sopa, polvo para bebida sabor chocolate y el aceite de soya, con lo cual se garantiza la nutrición, el cual ha sido oportuno y no se ha presentado problema alguno.

El abasto de los 15 productos de la canasta básica contemplados en el Esquema de Apoyos Sin Hambre como son el: maíz blanco, aceite vegetal comestible, leche en polvo, café soluble, frijol, atún enlatado, chocolate en polvo, arroz, sardina enlatada, harina de maíz, harina de trigo, chiles jalapeños enteros, avena, huevo fresco y lenteja ha sido oportuno y su entrega se realiza tanto en las 2,855 tiendas fijas que cuentan con TPV, las 300 unidades móviles y los 152 CABE´s.

Al mes de marzo DICONSA cuenta con un padrón de atención a 669,774 familias distribuidas en toda la República Mexicana. Se atienden 23,204 localidades con tienda fija de las 23,583 localidades que integran el universo potencial del Programa de Abasto Rural en el marco de la Cruzada Nacional contra el Hambre, de las cuales 22 son de nuevas aperturas.

Adicionalmente, con objeto de apoyar a las economías locales, DICONSA en lo que va de 2015 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 del Estado de México, Puebla, Michoacán, Guerrero, Michoacán, Baja California Sur, Nayarit, Chihuahua y Jalisco, para fomentar la compra a productores sociales de maíz y frijol con los gobiernos de los estados de Chihuahua, Durango, Nayarit, Zacatecas, Hidalgo y Puebla. Se analiza la viabilidad de celebrar convenios con otras entidades federativas para la compra de grano a productores sociales.

Durante el periodo enero-marzo de 2015 fueron adquiridas 140,600 toneladas de maíz y 10,514 toneladas de frijol a productores sociales, sobre una meta anual de 50,000 mil toneladas de maíz y 8,000 mil de frijol, lo que significó un cumplimiento mayor del 281.2% en maíz y 131.4% en el frijol, respectivamente.

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 2015 ascendió a 1,995,038,703 pesos. El 100 por ciento de los mismos fueron etiquetados para gasto corriente destinados a la oferta de productos básicos a precios competitivos. Derivado de la reducción en los ingresos públicos se le aplicó a DICONSA una reserva de recursos del orden de los 300.0 millones de pesos, con lo que el presupuesto modificado alcanza el monto de 1,695,038,703 pesos. Esta situación afecta la operación de la entidad proporcionalmente al monto en reserva, impactando la capacidad de pago de compromisos con los proveedores. Al no contemplarse disminuir las metas de distribución de productos, el déficit de operación se apalancará con el pago a proveedores, situación que nos puede llevar a un deterioro en las negociaciones con los mismos que puedan representar incremento en los costos de operación.

De los recursos calendarizados al primer trimestre de 2015 por 929,777,068 de pesos, se registró un avance presupuestal del 100 por ciento al periodo.

|  |
| --- |
| **Presupuesto Ejercido Entregado o Dirigido a los Beneficiarios** |
| **a Nivel de Capítulo y Concepto de Gasto**  |
| **- Recursos Fiscales -** |
| **Periodo: Enero-marzo 2015** | **Cifras Preliminares** | **Fecha de corte: 31 de Marzo de 2015** |
|  |  |  |
| **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** | **1,995,038,703** | **1,695,038,703** | **929,777,068** | **929,777,068** | **100** |
| 43701 Subsidios al Consumo | **1,995,038,703** | **1,695,038,703** | **929,777,068** | **929,777,068** | 100 |
| **Subtotal** | **1,995,038,703** | **1,695,038,703** | **929,777,068** | **929,777,068** | **100** |
|   |
| **Total** | **1,995,038,703** | **1,695,038,703** | **929,777,068** | **929,777,068** | **100** |

Fuente: Diconsa, S.A. de C.V., con cifras del Módulo de Avance Transversal (MAT) al 31 de marzo de 2015.

Aclaraciones y Anexos

Ninguna

Convenios Formalizados con Organizaciones de la Sociedad Civil

Durante el primer trimestre del año no se formalizaron Convenios con Organizaciones de la Sociedad Civil en la Entidad que impliquen una erogación de recursos.