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 son otorgados a población abierta, es decir a la población que se ubica en las localidades de alta o muy alta marginación 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:

* Calificado como 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.
* 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.
* Haberse constituido con posteridad 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 de consumo básico a la población abierta y no como subsidio directo. El monto del apoyo equivale al ahorro que por la acción del Programa es transferida 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; así como productos para la higiene y salud por ejemplo, jabones, detergentes, cremas dentales, papel higiénico; y productos complementarios.

La lista completa de los productos ofrecidos por el Programa puede ser consultadas en los anexos 2 (Canasta Básica DICONSA) y 3 (Catálogo de Productos Comercializados por Diconsa, S.A. de C.V.) de sus Reglas de Operación y en la siguiente 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.

Respecto al cumplimiento de estas prioridades, al finalizar el cuarto trimestre de 2015 destacan los siguientes resultados:

* 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 mes de diciembre, el precio de venta del kilogramo de maíz como el de la harina de maíz marca propia DICONSA cerraron en 4.50 y 8.00 pesos, respectivamente.
* El 57.3 por ciento de los encargados de Tiendas Comunitarias (27,259) son mujeres (15,625).

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 a la población abierta. Asimismo, se asegura que el beneficio vía precios llegue a la población objetivo en el momento en el 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 determinados por el comercio local.

DICONSA impulsa constantemente la capacitación de los encargados de tienda, para que éstos desarrollen sus capacidades y mejoren 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 3,876 vehículos en operación (2,276 de carga; 1,511 de supervisión y 89 de apoyo), que mediante una distribución estratégica abastecen a las tiendas comunitarias.

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 27,259 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, contribuir a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de las localidades beneficiarias, así como a fortalecer la rendición de cuentas y 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 seleccionados y correspondientes a las metas programadas en el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2015.

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, da seguimiento a los ASM derivados de los informes y evaluaciones del Programa de Abasto Rural concluidas durante el ejercicio fiscal inmediato anterior.

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

En 2015, el levantamiento de información para el seguimiento físico y operativo del PAR fue realizado por el Instituto Nacional de Administración Pública (INAP), y los principales resultados fueron:

1. En el 82.9% de las tiendas los precios de los productos que se comercializan están a la vista de los clientes (etiquetas, preciador, etcétera).
2. En el 13.5% de las localidades, la tienda Diconsa es única opción fija de abasto.
3. En promedio, el grado de disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica es del 77.8%.
4. Los servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa y en los que más se interesarían las localidades son: terminales punto de venta con opción de pagos de servicios (agua, luz y recargas telefónicas), papelería, copias, caseta telefónica, y entrega de subsidios federales (Prospera, 60 y más)
5. El margen de ahorro promedio transferido por las tiendas comunitarias a los beneficiarios en la compra de la canasta básica Diconsa fue del 20.5%.
6. De los beneficiarios entrevistados, el 95.5% consideró que las tiendas comunitarias son muy importantes para la población de la localidad, y el 81.5% señaló que dichas tiendas están bien surtidas.
7. Los beneficiarios manifestaron que se sienten satisfechos: en un 85.4% con el surtido, variedad y calidad de los productos que encuentran en las tiendas Diconsa; el 93.6% con la atención del encargado; y el 88.6% con los precios de los productos en la tienda comunitaria.
8. Finalmente, las razones principales de los beneficiarios para comprar en las tiendas Diconsa son: en un 67.6% por los precios bajos que les permite ahorrar, y en un 24.5% por la cercanía de la tienda. El 57.4% consideró que el precio es el factor determinante para hacer compras en las tiendas Diconsa.

Para consultar la totalidad de resultados acceder a la siguiente liga: http://www.diconsa.gob.mx/index.php/transparencia/estudios-y-opiniones.html

Supervisión

DICONSA en coordinación con las Instancias de Participación Social y en particular 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 que no cumplan con la normatividad vigente. Como parte del seguimiento, periódicamente verifican su funcionamiento operativo y administrativo, realizan auditorías, aplican el muestreo de precios para determinar el margen de ahorro, facilitan la operación de programas especiales, principalmente lo relacionado con PROSPERA , programan y promueven la participación social, informan a la comunidad a través de asambleas de los resultados alcanzados por la tienda y asesoran al Comité de Abasto y al encargado de tienda en sus actividades de contraloría social y en la operación y administración de la tienda.

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 cuarto trimestre del 2015, la Dirección de Operaciones a través de sus gerencias, se enfocó a la capacitación para la mejora continua de la operación del Programa, la revisión de inventarios en almacenes, inicio a nivel nacional del Sistema de Reposición de Inventarios en Tiendas y acompañamiento en la implementación de acciones de mejora para la optimización del proceso 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 contempló la realización de una Evaluación Específica de Desempeño 2014-2015 al Programa de Abasto Rural, realizada por el Instituto Nacional de Salud Pública (INSP).

De los principales resultados de la Evaluación Específica de Desempeño se pueden destacar las fortalezas que a continuación se enumeran:

1. La pertinencia del programa se refuerza al existir una relación positiva entre las ventas y el grado de marginación de la localidad, por lo cual se debe realizar un esfuerzo para avanzar en la focalización y cobertura de la población objetivo, debido a que en 2014 se cubrió al 59% de la población objetivo considerando sólo el nivel de marginación alto y muy alto de las localidades, según datos proporcionados por el programa.
2. El margen de ahorro, respecto al diferencial entre los precios ofertados en las tiendas Diconsa y las tiendas privadas locales, se ha mantenido creciente a través del tiempo para los consumidores, lo cual contribuye en el acceso financiero a los alimentos.
3. El programa da respuesta oportuna a la solicitud de abasto en las localidades objetivo, logrando así desde 2011 el cumplimiento al 100% en la apertura de tiendas respecto a las solicitadas realizadas en dichas localidades.

Para mayores referencias sobre los resultados y la posición institucional, se puede consultar la siguiente liga: http://www.coneval.gob.mx/Paginas/principal.aspx

Asimismo, mediante oficio No. 610.DGEMPS/0081/2015, previa consulta al Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), se consideró pertinente realizar una evaluación en materia de Diseño al Programa de Abasto Rural, la cual fue elaborada por la Consultoría N.I.K. BETA S.C., y entregada conforme al cronograma de ejecución establecido en el PAE 2015. Dicha evaluación se puede consultar en la siguiente liga: http://www.diconsa.gob.mx/index.php/programa/programa-de-abasto-rural/733-evaluacion-en-materia-de-diseno.html

De la Evaluación de Diseño, se destaca lo siguiente:

* La creación del PAR está ampliamente justificada, sin embargo su diseño a partir de la ampliación de la cobertura a localidades urbanas de alta y muy alta marginación con menos de 15 mil habitantes y de la incorporación de unidades móviles (tiendas móviles), requiere modificaciones en las ROP para adecuarlas a la operación de las tiendas en localidades urbanas (mayor de 2,500 habitantes).
* Se debe actualizar el Diagnóstico del Programa a fin de que justifique la ampliación de la cobertura.
* Es conveniente que el PAR cuente con una estrategia de cobertura de mediano y largo plazo en la que se establezcan prioridades respecto a la atención de su población potencial y objetivo.

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, la 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 2015, el monto de las ventas por este concepto fue de 3,662.9 millones de pesos, lo que significó el 22.4 por ciento de las ventas totales de DICONSA (16,372.0 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 artículos escolares, equipamiento, abastecimiento e insumos para elaborar desayunos y comidas.

DICONSA surtió durante el periodo enero-diciembre de 2015, entre otras, a los DIF estatales y municipales, Secretaría de Salud, PROSPERA, 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 Baja California Sur, Campeche, Chihuahua, Coahuila, Edo. de México, Guerrero, Michoacán, Nayarit, Puebla, Quintana Roo, Sonora, Tabasco, Tamaulipas y Veracruz, así como a otros programas de gobiernos estatales y municipales.

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.

 Durante el ejercicio fiscal 2015, no se recibieron requerimientos de la SEGOB, sin embargo se atendió requerimiento de la Sedesol para apoyar mediante el abasto de despensas a la población damnificada por el Huracán Patricia en el mes de octubre, realizándose la entrega de 6,474 despensas en los estados de Jalisco, Colima y Nayarit por un monto total de 1, 968,096 pesos

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.

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 ejercicio fiscal 2015 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 fue definido considerando la información disponible del Conteo INEGI 2010 y grados de marginación de CONAPO 2010 a nivel localidad, con lo cual fue determinado que las localidades objetivo de alta o muy alta marginación, con rango de población entre 200 y 14,999 habitantes ascendiera a 26,573. Con base en este universo total de localidades objetivo se establecieron las metas para 2015.

Las cifras alcanzadas al cuarto trimestre de 2015 fueron:

* Cobertura de localidades objetivo: 15,919.
* Porcentaje de cobertura de localidades objetivo: 59.9 por ciento.
* Unidades de Servicio a la Comunidad: 24,322.
* Porcentaje de tiendas integradas como Unidades de Servicio a la Comunidad: 89.2 por ciento.

Se considera que el blindaje electoral afectó el cumplimiento de la meta programada de cobertura de localidades objetivo, toda vez que no fue posible cubrir en su totalidad la promoción de apertura de tiendas en las localidades objetivo programadas para 2015. Asimismo, en el caso de la meta programada de Unidades de Servicio a la Comunidad (USC), ésta no fue cumplida dado que se realizó un saneamiento de tiendas que consideró cierres temporales de tiendas clasificadas como USC.

En lo referente a los municipios que forman parte de la Cruzada Nacional contra el Hambre, se atendieron 3 municipios más, y se pusieron en operación 223 tiendas más al cierre de 2015 con respecto a la cobertura registrada en 2014.

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 es efectuada 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 realizada para alcanzar los objetivos y metas del Programa fue llevar el abasto a través de Tiendas Móviles a quienes presentan problemática de desabasto pero que carecen de tienda comunitaria. Al término del cuarto 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 consumo de agua potable, cobro de consumo de telefonía, venta de alimentos enriquecidos, entre otros, por lo cual el porcentaje de tiendas que al cierre del cuarto trimestre de 2015 funcionan como Unidades de Servicio a la Comunidad ascendió a 89.2 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 2015, el 40.7 por ciento de las compras de abarrotes comestibles del Programa que se abastecieron en las tiendas DICONSA correspondieron a alimentos enriquecidos con vitaminas y/o minerales y/o proteínas.

DICONSA comercializa la harina de maíz de marca propia 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 37.3 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 2015 la venta de harina de maíz de las diferentes marcas ofrecidas en las tiendas DICONSA fue de 109,857 toneladas; de las cuales, la participación de la harina marca propia Sedesol-Diconsa fue de 52,964 toneladas, lo que representó el 48.2 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 2015 fue de 13.0 por ciento, es decir 1,277 toneladas de las 9,818 toneladas vendidas de pasta para sopa.

En lo que respecta al aceite comestible puro de soya al cien 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 diciembre de 2015 representaron el 13.5 por ciento con respecto a las ventas totales, es decir se comercializaron 8,010 de las 59,495 piezas vendidas de este producto por DICONSA.

DICONSA, en el transcurso del año realizó los procedimientos de adjudicación de los servicios de maquila de los productos marca propia, mejorando de manera sustancial la calidad de los mismos.

Programa Emergente de Compra y Abasto de Huevo

A partir de abril de 2014 fue incorporado el huevo como el producto 14 del Programa Esquema de Apoyos Sin Hambre, con lo que se mejoró la calidad y se incrementó la variedad de los alimentos que consumen las familias beneficiadas.

De enero a diciembre de 2015 DICONSA puso a la venta 132.1 millones de piezas de huevo por un monto de 294.9 millones de pesos.

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 2015 se registra un cien por ciento de oportunidad en el surtimiento.

NÚMERO DE TIENDAS POR ENTIDAD FEDERATIVA A
 diciembre 2015

|  |  |
| --- | --- |
| Estado | Tiendas |
| 1 | Aguascalientes | 43 |
| 2 | Baja california | 152 |
| 3 | Baja california Sur | 202 |
| 4 | Campeche | 426 |
| 5 | Coahuila | 726 |
| 6 | Colima | 86 |
| 7 | Chiapas | 2,075 |
| 8 | Chihuahua | 793 |
| 9 | Distrito Federal | 14 |
| 10 | Durango | 924 |
| 11 | Guanajuato | 1,125 |
| 12 | Guerrero | 1,752 |
| 13 | Hidalgo | 1,009 |
| 14 | Jalisco | 685 |
| 15 | México | 1,252 |
| 16 | Michoacán de Ocampo | 1,170 |
| 17 | Morelos | 239 |
| 18 | Nayarit | 634 |
| 19 | Nuevo León | 652 |
| 20 | Oaxaca | 2,527 |
| 21 | Puebla | 1,435 |
| 22 | Querétaro  | 453 |
| 23 | Quintana Roo | 377 |
| 24 | San Luis Potosí | 1,131 |
| 25 | Sinaloa | 925 |
| 26 | Sonora | 510 |
| 27 | Tabasco | 1,089 |
| 28 | Tamaulipas | 695 |
| 29 | Tlaxcala | 260 |
| 30 | Veracruz de Ignacio | 2,653 |
| 31 | Yucatán | 667 |
| 32 | Zacatecas | 578 |
| Total | 27,259 |
| Fuente: Directorio de Tiendas, DICONSA, S.A. DE C.V. Corte a diciembre 2015. |

Metas

La meta programada de cobertura en localidades objetivo con tienda al cuarto trimestre de 2015 fue de 16,334 obteniendo un alcance del 97.5 por ciento con 15,919 localidades atendidas.

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 de los productos preferentemente en las marcas y presentaciones que demandan, evitarles gastos y tiempo 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, disminuir la probabilidad 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 atender otras necesidades.

Avances en los Indicadores PEF



Acciones Realizadas en Apoyo al Programa de Comedores Comunitarios

A diciembre de 2015 DICONSA continuó con el abasto a los Comedores Comunitarios de la Sedesol, por lo que se encuentran operando los 4,937 programados originalmente, 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, principalmente a niños y ancianos.

NÚMERO DE COMEDORES COMUNITARIOS EN OPERACIÓN POR ENTIDAD FEDERATIVA A diciembre 2015

|  |  |
| --- | --- |
| **Entidad Federativa** | **Número de Comedores Comunitarios operando** |
| Baja California | 183 |
| Baja California Sur | 38 |
| Campeche | 9 |
| Chiapas | 409 |
| Chihuahua | 76 |
| Coahuila | 34 |
| Estado de México | 2,000 |
| Guerrero | 1,000 |
| Michoacán | 450 |
| Nayarit | 26 |
| Puebla | 70 |
| Puebla (Unidades móviles) | 150 |
| Quintana Roo | 76 |
| Sonora | 54 |
| Tabasco | 2 |
| Tamaulipas | 109 |
| Veracruz | 251 |
| **Total** | **4,937** |

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

El abasto de los 19 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, lenteja, soya, granola, amaranto y pasta para sopa fortificada ha sido oportuno y su entrega se realiza tanto en las 2,867 tiendas fijas que cuentan con TPV, las 300 unidades móviles y los 153 CABE´s.

Al mes de diciembre DICONSA cuenta con un padrón de atención a 555,695 familias distribuidas en toda la República Mexicana. Se atienden 979 municipios con tienda fija de los 1,012 municipios que integran el universo potencial del Programa de Abasto Rural en el marco de la Cruzada Nacional contra el Hambre.

Adicionalmente, con objeto de apoyar a las economías locales, DICONSA al cierre de 2015 continuó llevando a cabo otras acciones como 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 Puebla, Estado de México, Michoacán, Guerrero, , 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- diciembre de 2015 fueron adquiridas 214,263 toneladas de maíz y 32,016 toneladas de frijol a productores sociales, sobre una meta anual de 195 mil toneladas de maíz y 32 mil de frijol, lo que significó un cumplimiento sobre la meta anual de 100 por ciento en la adquisición de cada grano.

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, y en el mes de diciembre de 2015 se recibió una ampliación por 299,398,718 pesos, con lo que el presupuesto modificado alcanzó el monto de 1,994,437,421 pesos.

De los recursos calendarizados al cuarto trimestre de 2015 por 1,994,437,421 pesos, fue registrado un avance presupuestal del cien 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 2015 | Cifras Preliminares | Fecha de corte: 31 de diciembre 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 | 1,994,437,421 | 1,994,437,421 | 1,994,437,421 | 100 |
| 43701 Subsidios al Consumo | 1,995,038,703 | 1,994,437,421 | 1,994,437,421 | 1,994,437,421 | 100 |
| Subtotal | 1,995,038,703 | 1,994,437,421 | 1,994,437,421 | 1,994,437,421 | 100 |
|  |
| Total | 1,995,038,703 | 1,994,437,421 | 1,994,437,421 | 1,994,437,421 | 100 |

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

* **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 que impliquen una erogación de recursos.