

**ESTUDIO DE SEGUIMIENTO A LOS
RESULTADOS DE LA POLÍTICA DE
DESCUENTO CON PRECIO DIFERENCIADO DEL
PROGRAMA DE ABASTO SOCIAL DE LECHE A
CARGO DE LICONSA, S.A. DE C.V.**

ANEXOS DE INFORMACIÓN

Contenido

1.	Listado de puntos de venta de la primera etapa seleccionados en la muestra.....	1
2.	Listado de puntos de venta de la segunda etapa seleccionados en la muestra	2
3.	Listado de puntos de venta de Oaxaca seleccionados en la muestra.....	3
4.	Listado de punto de venta de control seleccionados	4
5.	Instrumentos cuantitativos de recolección de información	5
6.	Guía temática para entrevista a servidores públicos de DICONSA que sirven como enlace para la distribución del PASL.....	13
7.	Guía temática para entrevista a servidores públicos en las Gerencias Estatales	16
8.	Guía temática para entrevista a servidores públicos en las Oficinas Centrales	20
9.	Guía temática para entrevista a Promotores de las Gerencias Estatales	24
10.	Guía temática para entrevista a Tenderos responsables de Puntos de Distribución...	28
11.	Guía temática para Grupo de Enfoque con beneficiarios	31
12.	Bitácora del trabajo de campo cuantitativo	35
	Introducción: El Programa de Leche Abasto Social y los Objetivos de la Encuesta	35
	Objetivos y Población Objetivo	36
	Método de Recolección de Datos e Informante	37
	Diseño Muestral y Tamaño de Muestra	38
	Cobertura y Sustituciones	40
	Prueba Piloto.....	40
	Capacitación.....	42

Auditoría de Campo.....	43
Levantamiento de Información en Campo	44
Errores de Listado, No Respuesta y Contactos Utilizados.....	45
Incidencias	48
13. Bitácora del trabajo de campo cualitativo	54
a. Diseño muestral para el levantamiento de información en campo	54
b. Identificación de actores y modalidad de instrumento a aplicar para la recolección de información.....	56
c. Relevancia y utilidad de los métodos y técnicas cualitativas	57
d. Desarrollo y calendario del Trabajo de Campo	58
e. Incidentes y notas importantes del trabajo de campo.....	59

1. LISTADO DE PUNTOS DE VENTA DE LA PRIMERA ETAPA SELECCIONADOS EN LA MUESTRA

CLAVE DE LOCALIDAD	ENTIDAD	MUNICIPIO	LOCALIDAD	POBLACIÓN LOCALIDAD	CLAVE PUNTO VENTA
070330042	CHIAPAS	FRANCISCO LEON	RIVERA EL VIEJO CARMEN	663	703310300
071100001	CHIAPAS	SAN LUCAS	SAN LUCAS	4716	711070100
071150016	CHIAPAS	MARAVILLA TENEJAPA	LOMA BONITA	462	711510300
070600001	CHIAPAS	OCOTEPEC	OCOTEPEC	4663	706010100
071110009	CHIAPAS	ZINACANTAN	NACHIG	3260	711110400
070070001	CHIAPAS	AMATENANGO DEL VALLE	AMATENANGO DEL VALLE	4661	700710200
120710012	GUERRERO	XOCHISTLAHUACA	CABEZA DE ARROYO NUEVO	277	1207110300
120430042	GUERRERO	METLATONOC	ITIA ZUTI	335	1204310300
120740001	GUERRERO	ZITLALA	ZITLALA	6065	1207410300
130270001	HIDALGO	HUEHUETLA	HUEHUETLA	2821	1302710300
130800011	HIDALGO	YAHUALICA	MECATLAN	1803	1308010300
130270025	HIDALGO	HUEHUETLA	EL OCOTAL	642	1302710700
210720001	PUEBLA	HUEHUETLA	HUEHUETLA	1764	2130000200
210280003	PUEBLA	CAMOCUAUTLA	TAPAYULA	648	2102810100
301590001	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	TEHUIPANGO	TEHUIPANGO	1884	3015910500
301680001	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	TEQUILA	TEQUILA	3897	3016810200
301370001	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	LOS REYES	LOS REYES	963	3013710200
300670003	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	FILOMENO MATA	CERRO GRANDE	1245	3006710200
301030002	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	MECATLAN	RANCHO ALEGRE	1065	3010310300
301470001	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	MECATLAN	MECATLAN		3011001700

2. LISTADO DE PUNTOS DE VENTA DE LA SEGUNDA ETAPA SELECCIONADOS EN LA MUESTRA

CLAVE DE LOCALIDAD	ENTIDAD	MUNICIPIO	LOCALIDAD	POBLACIÓN LOCALIDAD	CLAVE PUNTO VENTA
070260001	CHIAPAS	CHENALHO	CHENALHO	3143	702610300
070670001	CHIAPAS	PANTEPEC	PANTEPEC	1820	706710200
130620001	HIDALGO	TEPEHUACAN DE GUERRERO	TEPEHUACAN DE GUERRERO	1061	1306210100
130620002	HIDALGO	TEPEHUACAN DE GUERRERO	ACOXCATLAN	1059	1306210600
130400050	HIDALGO	LA MISION	PUERTO DE NARANJOS	206	1304010100
160570001	MICHOACAN DE OCAMPO	NOCUPETARO	NOCUPETARO DE MORELOS	3260	1613004300
210110001	PUEBLA	ALBINO ZERTUCHE	ACAXTLAHUACAN DE ALBINO ZERTUCHE	1707	2101110100
210930005	PUEBLA	LAFRAGUA	GONZALEZ ORTEGA	2041	2109310100
211840001	PUEBLA	TLAPACOYA	TLAPACOYA	674	2118410200
210230001	PUEBLA	ATZITZINTLA	ATZITZINTLA	3170	2102310100
210580001	PUEBLA	CHILCHOTLA	RAFAEL J. GARCIA	4869	2105810400
211450001	PUEBLA	SAN SEBASTIAN TLACOTEPEC	TLACOTEPEC DE PORFIRIO DIAZ	1659	2114510200
211650001	PUEBLA	TEPEMAXALCO	SAN FELIPE TEPEMAXALCO	797	2116510100
210140001	PUEBLA	AMIXTLAN	AMIXTLAN	2518	2101410100
210050001	PUEBLA	ACTEOPAN	ACTEOPAN	2098	2100510100
300470037	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	COSCOMATEPEC	ZACATLA	1830	3004710500
300470036	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	COSCOMATEPEC	XOCOTLA	7168	3004710200
301870001	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	TONAYAN	TONAYAN	1446	3018710100
300370001	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	COAHUITLAN	PROGRESO DE ZARAGOZA	2474	3003710200
300470017	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	COSCOMATEPEC	NICANOR ESPEJO	714	3011002400

3. LISTADO DE PUNTOS DE VENTA DE OAXACA SELECCIONADOS EN LA MUESTRA

CLAVE DE LOCALIDAD	ENTIDAD	MUNICIPIO	LOCALIDAD	POBLACIÓN LOCALIDAD	CLAVE PUNTO VENTA
202420001	OAXACA	SAN MARTIN PERAS	SAN MARTIN PERAS	3511	2024210400
200400001	OAXACA	HUAUTEPEC	HUAUTEPEC	1620	2004010200
201700001	OAXACA	SAN JOSE LACHIGUIRI	SAN JOSE LACHIGUIRI	1474	2017010300
201550001	OAXACA	SAN ILDEFONSO SOLA	SAN ILDEFONSO SOLA	201	2015510100
202860001	OAXACA	SAN MIGUEL TLACOTEPEC	SAN MIGUEL TLACOTEPEC	1621	2012017200
203920001	OAXACA	SANTA LUCIA MONTEVERDE	SANTA LUCIA MONTEVERDE	409	2039210100
201640001	OAXACA	SAN JORGE NUCHITA	SAN JORGE NUCHITA	1852	2016410300
201050005	OAXACA	SAN ANTONINO MONTE VERDE	SAN JOSE MONTEVERDE	737	2010510300
204660006	OAXACA	SANTIAGO IXTAYUTLA	EL FRUTILLO	520	2046610800
204260001	OAXACA	SANTA MARIA PEÑALES	SANTA MARIA PEÑALES	646	2042610100
203020001	OAXACA	SAN PEDRO ATOYAC	SAN PEDRO ATOYAC	2527	2030210300
204240001	OAXACA	SANTA MARIA OZOLOTEPEC	SANTA MARIA OZOLOTEPEC	937	2042410200
203880002	OAXACA	SANTA INES DEL MONTE	EL CARMEN	395	2038810100
202750001	OAXACA	SAN MIGUEL QUETZALTEPEC	SAN MIGUEL QUETZALTEPEC	3860	2027510200
201010001	OAXACA	SAN ANDRES ZABACHE	SAN ANDRES ZABACHE	726	2010110200
201950001	OAXACA	SAN JUAN DIUXI	SAN JUAN DIUXI	1222	2019510200
204940005	OAXACA	SANTIAGO TLAZOYALTEPEC	BUENA VISTA	214	2049410500
203740001	OAXACA	SANTA CRUZ ACATEPEC	SANTA CRUZ ACATEPEC	1127	2037410200
205290003	OAXACA	SANTOS REYES YUCUNA	COXCATEPEC	231	2052910100
	OAXACA	SAN BARTOLOME AYAUTLA	SAN BARTOLOME AYAUTLA		2011610100

4. LISTADO DE PUNTO DE VENTA DE CONTROL SELECCIONADOS

CLAVE DE LOCALIDAD	ENTIDAD	MUNICIPIO	LOCALIDAD	POBLACIÓN LOCALIDAD	CLAVE PUNTO VENTA
070400081	CHIAPAS	HUIXTLA	CANTON RANCHO NUEVO	1123	704011200
070080016	CHIAPAS	ANGEL ALBINO CORZO	NUEVA PALESTINA	3475	711016800
070580001	CHIAPAS	NICOLAS RUIZ	NICOLAS RUIZ	4277	705810100
070970032	CHIAPAS	TONALA	EL MANGUITO	821	709712900
070570005	CHIAPAS	MOTOZINTLA	NUEVA INDEPENDENCIA (AMPLIACION CALERA)	579	705713300
070640022	CHIAPAS	OXCHUC	MESBILJA	1793	706411100
070300094	CHIAPAS	CHICOMUSELO	UNION BUENAVISTA	1600	703010800
070890137	CHIAPAS	TAPACHULA	PAVENCUL	1039	708916900
120340047	GUERRERO	HUITZUCO DE LOS FIGUEROA	TULIMAN	3570	1203410100
130760028	HIDALGO	TULA DE ALLENDE	SANTA MARIA MACUA	2197	1318002700
130290029	HIDALGO	HUICHAPAN	TLAXCALILLA	3274	1302910100
130710030	HIDALGO	TLAHUILTEPA	XILOCUATITLA (EL PUERTO DE XILOCUATITLA)	338	1307110600
200410017	OAXACA	HUAUTLA DE JIMENEZ	XOCHITONALCO	1345	2004110500
204390025	OAXACA	SANTA MARIA TONAMECA	SAN ISIDRO DEL PALMAR	807	2043910300
203340038	OAXACA	VILLA DE TUTUTEPEC	SAN JOSE DEL PROGRESO	4110	2012032600
202540001	OAXACA	SAN MATEO RIO HONDO	SAN MATEO RIO HONDO	824	2025410200
205610001	OAXACA	YAXE	YAXE	2683	2056110200
200280011	OAXACA	HEROICA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO	LOS OCOTES	581	2012036000
203010001	OAXACA	SAN PEDRO APOSTOL	SAN PEDRO APOSTOL	1447	2030110100
200280019	OAXACA	HEROICA CIUDAD DE EJUTLA DE CRESPO	SANTA MARTA CHICHIHUALTEPEC	1426	2002810500
202190001	OAXACA	SAN JUAN TEITIPAC	SAN JUAN TEITIPAC	2545	2021910100
205260008	OAXACA	SANTOS REYES NOPALA	CERRO DE AIRE	1535	2052610100
201980009	OAXACA	SAN JUAN GUICHICOVI	ENCINAL COLORADO	1120	2019810500
201980015	OAXACA	SAN JUAN GUICHICOVI	PIEDRA BLANCA	1216	2019811100
203770003	OAXACA	SANTA CRUZ ITUNDUJIA	GUERRERO	533	2037710700
205260019	OAXACA	SANTOS REYES NOPALA	SANTA MARIA MAGDALENA TILTEPEC	2163	2052610200
203640007	OAXACA	SANTA CATARINA JUQUILA	EL CAMALOTE	300	2036410200
201980020	OAXACA	SAN JUAN GUICHICOVI	SANTA ANA	1343	2019811200
200410011	OAXACA	HUAUTLA DE JIMENEZ	RIO SANTIAGO	786	2004110600
211800011	PUEBLA	TLAHUAPAN	SAN JUAN CUAUHTEMOC	1961	2118010900
212120024	PUEBLA	ZAUTLA	SAN MIGUEL TENEXTATILOYAN	4209	2121210300
210420001	PUEBLA	CUAYUCA DE ANDRADE	SAN PEDRO CUAYUCA	1287	2104210100
212100003	PUEBLA	ZAPOTITLAN DE MENDEZ	TUXTLA	2466	2121010400
210890001	PUEBLA	JOPALA	JOPALA	1789	2108910200
300810001	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	IXHUATLANCILLO	IXHUATLANCILLO	4975	3008110200
301790001	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	TLACOTEPEC DE MEJIA	TLACOTEPEC DE MEJIA	2401	3017910100
300880001	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	JALCOMULCO	JALCOMULCO	2955	3008810300
301240127	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	PAPANTLA	EL VOLADOR	2343	3012412300
301240002	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	PAPANTLA	ADOLFO RUIZ CORTINES	1828	3012411500
300860017	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	TLALTETELA	OHUAPAN		3002410200
300030626	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	ACAYUCAN	CIRILO VAZQUEZ LAGUNES	940	3000311300

5. INSTRUMENTOS CUANTITATIVOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Instrucciones para el llenado: ESCRIBIR CON LETRA MAYÚSCULAS LEGIBLES Y CON PLUMA

I. CONTROL DE LLENADO

DATOS DEL ENCUESTADOR			FECHA			CLAVE
NOMBRE DEL ENCUESTADOR	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	NOMBRE(S)	DÍA:	MES:	AÑO:
NOMBRE DEL SUPERVISOR	PRIMER APELLIDO	SEGUNDO APELLIDO	NOMBRE(S)			
						FOLIO

ENTREVISTADOR (LEA)

Buenos días / tardes / noches. Mi nombre es (**DAR NOMBRE Y PRIMER APELLIDO**) y fui contratado por IDEA Consultores, una compañía que está realiza una encuesta sobre el programa de leche Liconsa que busca mejorar la atención a las familias beneficiarias. Le agradeceré mucho si puedo hablar con ----- (NOMBRE LISTADO) para hacerle unas preguntas. Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y sólo las usaremos para construir datos junto con las entrevistas de otras personas Muchas gracias
IDEA es responsable de que sus datos sean confidenciales ENTREGAR AVISO DE PRIVACIDAD

II. IDENTIFICACIÓN GEOGRAFICA

ENTIDAD FEDERATIVA		CLAVE DE ENTIDAD	
MUNICIPIO O DELEGACIÓN		CLAVE DE MUNICIPIO	
LOCALIDAD		CLAVE DE LOCALIDAD	
NOMBRE DE LA LECHERÍA		NÚMERO DE LECHERÍA	

IV. FILTROS

F.1. GÉNERO DEL ENTREVISTADO (ANOTAR SIN PREGUNTAR) 01. MASCULINO 02. FEMENINO	F.2. ¿SU FAMILIA ES BENEFICIARIA DEL PROGRAMA DE ABASTO SOCIAL DE LECHE LICONSA? 01. SI <i>CONTINUAR</i> 02. NO ... <i>TERMINE LA ENTREVISTA</i> 03. NS/NC <i>TERMINE ENTREVISTA</i>	F.3. ¿ES USTED EL(LA) TITULAR DE LA TARJETA DEL PROGRAMA DE ABASTO SOCIAL DE LECHE LICONSA? 01. SI <i>CONTINUAR</i> 02. NO <i>VER SI ES POSIBLE ENTREVISTAR AL TITULAR; SINO CONTINUE</i>	F3B. ¿A retirado usted Leche en los últimos dos años? 01. SI <i>CONTINUAR</i> 02. NO <i>TERMINAR</i>	F.5. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ES SU POSICIÓN EN EL HOGAR? LEER ROTADOS 01. AMA DE CASA 02. JEFE(a) DE FAMILIA 03. OTRO MIEMBRO DE LA FAMILIA
---	--	--	--	---

V. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL HOGAR

P.1. CONSIDERANDO QUE EN UNA VIVIENDA PUEDEN HABITAR MÁS DE UNA FAMILIA. ¿CUÁNTAS FAMILIAS HAY EN SU VIVIENDA (INCLUYENDO LA SUYA)?

P.2. CONTÁNDOSE USTED, ¿CUÁNTAS PERSONAS FORMAN PARTE DE SU VIVIENDA?

P.2B. CONTÁNDOSE USTED, ¿CUÁNTAS PERSONAS FORMAN PARTE DE SU FAMILIA?

<p>P.3. ¿EN SU FAMILIA HAY ? LEER TODAS OPCIONES MARCAR "X" LAS QUE INDICAN PASAR A LA P.4 Y P.5, SI LA RESPUESTA ES "SI"</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> <tr> <td>A. PERSONAS DISCAPACITADAS</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>B. ENFERMOS CRÓNICOS.</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>C. MUJERES EMBARAZADAS O QUE DAN PECHO/AMAMANTAN.</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>D. NIÑOS DE ENTRE 6 MESES Y 12 AÑ.</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>E. PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>F. ADOLESCENTES DE 13 A 15 AÑOS</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>G. MUJERES DE 45 A 60 AÑOS</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		SI	NO	A. PERSONAS DISCAPACITADAS	1	2	B. ENFERMOS CRÓNICOS.	1	2	C. MUJERES EMBARAZADAS O QUE DAN PECHO/AMAMANTAN.	1	2	D. NIÑOS DE ENTRE 6 MESES Y 12 AÑ.	1	2	E. PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS	1	2	F. ADOLESCENTES DE 13 A 15 AÑOS			G. MUJERES DE 45 A 60 AÑOS			<p>P.4. ¿CUÁNTAS PERSONAS (RESPUESTA POSITIVA ANTERIOR) HAY EN SU FAMILIA?</p> <table border="1"> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> </table>							<p>P.5. ¿CUÁNTAS DE LAS PERSONAS (.....) ESTÁN REGISTRADAS COMO BENEFICIARIAS EN EL PROGRAMA DE LECHE LICONSA?</p> <table border="1"> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> <tr><td> </td></tr> </table>							<p>P.6. ¿USTED O ALGUN INTEGRANTE DE SU FAMILIA, SON BENEFICIARIOS DE ALGUNO DE LOS SIGUIENTES PROGRAMAS?</p> <p>LEER TODAS OPCIONES MARCAR "X" LAS QUE INDICAN</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>SI</td> <td>NO</td> </tr> <tr> <td>A. EL PROGRAMA OPORTUNIDADES O PROSPERA.....</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>B. SEGURO SOCIAL, ISSSTE, SEGURO POPULAR O ALGUNA INSTITUCIÓN SIMILAR.....</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>C. DESPENSA O DESAYUNOS ESCOLARES DIF.....</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>D. PROGRAMA PARA ADULTOS MAYORES.....</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>E. COMEDORES COMUNITARIOS.....</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>F. ALGÚN OTRO PROGRAMA SOCIAL</td> <td>1</td> <td>2</td> </tr> </table> <p>_____</p>		SI	NO	A. EL PROGRAMA OPORTUNIDADES O PROSPERA.....	1	2	B. SEGURO SOCIAL, ISSSTE, SEGURO POPULAR O ALGUNA INSTITUCIÓN SIMILAR.....	1	2	C. DESPENSA O DESAYUNOS ESCOLARES DIF.....	1	2	D. PROGRAMA PARA ADULTOS MAYORES.....	1	2	E. COMEDORES COMUNITARIOS.....	1	2	F. ALGÚN OTRO PROGRAMA SOCIAL	1	2	<p>P6b PARA LOS QUE SON BENEFICIARIOS DE DIF DESAYUNOS ESCOLARES Y PROSPERA</p> <p>NS</p> <p>NPensando en todos los miembros de su familia, ¿cuál de las siguientes organizaciones les entrega leche?</p> <p>0 LEER ROTADOS REGISTRAR TODOS Y SONDEAR PARA ASEGURARNOS QUE LOS IDENTIFICAMOS CORRECTAMENTE</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>SI</td> <td>NO</td> <td>NS/NC</td> </tr> <tr> <td>0 LICONSA</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>0 DIF – DESAYUNOS ESCOLARES</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>0 PROSPERA /OPORTUNIDADES</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>0</td> </tr> </table> <p>OTRO ESP _____</p>		SI	NO	NS/NC	0 LICONSA	1	2	0	0 DIF – DESAYUNOS ESCOLARES	1	2	0	0 PROSPERA /OPORTUNIDADES	1	2	0
	SI	NO																																																																											
A. PERSONAS DISCAPACITADAS	1	2																																																																											
B. ENFERMOS CRÓNICOS.	1	2																																																																											
C. MUJERES EMBARAZADAS O QUE DAN PECHO/AMAMANTAN.	1	2																																																																											
D. NIÑOS DE ENTRE 6 MESES Y 12 AÑ.	1	2																																																																											
E. PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS	1	2																																																																											
F. ADOLESCENTES DE 13 A 15 AÑOS																																																																													
G. MUJERES DE 45 A 60 AÑOS																																																																													
	SI	NO																																																																											
A. EL PROGRAMA OPORTUNIDADES O PROSPERA.....	1	2																																																																											
B. SEGURO SOCIAL, ISSSTE, SEGURO POPULAR O ALGUNA INSTITUCIÓN SIMILAR.....	1	2																																																																											
C. DESPENSA O DESAYUNOS ESCOLARES DIF.....	1	2																																																																											
D. PROGRAMA PARA ADULTOS MAYORES.....	1	2																																																																											
E. COMEDORES COMUNITARIOS.....	1	2																																																																											
F. ALGÚN OTRO PROGRAMA SOCIAL	1	2																																																																											
	SI	NO	NS/NC																																																																										
0 LICONSA	1	2	0																																																																										
0 DIF – DESAYUNOS ESCOLARES	1	2	0																																																																										
0 PROSPERA /OPORTUNIDADES	1	2	0																																																																										

VI. CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO DE LECHE LICONSA

<p>F4 ME PUEDE MOSTRAR LA LA TARJETA DE LICONS?</p> <p>_____</p> <p>ESCOGER UNO:</p> <p>LITROS/SOBRES/BOLSAS (POR ____ MES/SEMANA/DOS MESES (ESCOGER UNO)</p> <p>F4B Y PUEDO VER LA LECHE LICONSA QUE COMPRA DE LICONSA</p>	<p>P6b MOSTRAMOS FOTRAFIAS</p> <p>LE VOY A MOSTRAR FOTOS DE LECHE LICONSA Y LE VOY A PEDIR QUE EN ADELANTE POR FAVOR CUANDO LE PREGUNTE POR LECHE DEL PROGRAMA LICONSA TENGA EN CUENTA QUE ES ESTA MISMA LECHE</p> <p>MOSTRAMOS FOTOS SUBSIDIADAS</p>	<p>P.7. ¿CUÁNTO TIEMPO TIENE USTED O SU FAMILIA COMO BENEFICIARIO(S) DEL PROGRAMA DE LECHE LICONSA?</p> <table border="1"> <tr><td>A. AÑOS</td><td> </td></tr> <tr><td>B. MESES</td><td> </td></tr> <tr><td>C. SEMANAS</td><td> </td></tr> <tr><td>D. DÍAS</td><td> </td></tr> <tr><td>F. NS/NC</td><td> </td></tr> </table>	A. AÑOS		B. MESES		C. SEMANAS		D. DÍAS		F. NS/NC		<p>P.8a. ¿DÓNDE COMPRAN LA LECHE DEL PROGRAMA LICONSA REGULARMENTE? En LEER OPCIONES ROTADAS</p> <p>UNA TIENDA DICONSA MISCELÁNEA TIENDA LICONSA CON VOCALES PROSPERA LA TRAEN EN UN CAMIÓN OTRO ESP. -----</p> <p>P8 POR LO GENERAL, ¿CUÁNTO TIEMPO TARDA EN LLEGAR DE SU HOGAR AL LUGAR DONDE COMPRA LA LECHE LICONSA?</p> <table border="1"> <tr><td>A. HORAS</td><td> </td></tr> <tr><td>B. MINUTOS</td><td> </td></tr> <tr><td>C. NS/NC</td><td> </td></tr> </table>	A. HORAS		B. MINUTOS		C. NS/NC		<p>P.9. ¿QUÉ TIPO DE LECHE LICONSA ES A LA QUE USTED COMPRA CON SU TARJETA DE BENEFICIARIO, LÍQUIDA O EN POLVO?</p> <p>01. LÍQUIDA 02. EN POLVO</p> <p>P.10. ¿CUÁNTO PAGA POR EL SOBRE 240-/240-GRS DE LECHE EN POLVO/ LA BOLSA DE DOS LITROS LECHE/ LICONSA?</p> <p>A. 11 PESOS POR SOBRE/BOLSA DE 2L (5.5 PESOS LITRO) B. 9 PESOS POR SOBRE/BOLSA DE 2L (4.5 PESOS POR LITRO) C. 2 PESOS POR SOBRE/BOLSA DE 2L (1 PESO POR LITRO) D. NO PAGO NADA, ES GRATUITA, O PESOS E. OTRO PRECIO _____</p>	<p>P.11. ¿QUIÉN O QUIENES ACOSTUMBRAN IR A LA LECHERÍA O TIENDA A RECOGER SU DOTACIÓN DE LECHE LICONSA?</p> <p>01. AMA DE CASA 02. JEFE DE FAMILIA 03. OTRO MIEMBRO DE LA FAMILIA 04. BENEFICIARIOS INDIVIDUALES 05. OTRA PERSONA QUE VIVE EN EL HOGAR 06. OTRA</p> <p>_____</p>
A. AÑOS																					
B. MESES																					
C. SEMANAS																					
D. DÍAS																					
F. NS/NC																					
A. HORAS																					
B. MINUTOS																					
C. NS/NC																					

<p>P.12 ¿CON QUÉ FRECUENCIA ACOSTUMBRAN IR A LA TIENDA A RECOGER SU DOTACIÓN DE LECHE LICONSA?</p> <p>01. DIARIO /TODOS LOS DÍAS 02. MÁS DE UNA VEZ A LA SEMANA 03. UNA VEZ A LA SEMANA 04. UNA VEZ A LA QUINCENA 05. UNA VEZ AL MES 06. CADA DOS MESES 07. UNA VEZ CADA TRES MESES 08. OTRA _____</p> <p>P.13 . EN LOS ÚLTIMOS DOS MESES, ES DECIR, DURANTE OCTUBRE Y NOVIEMBRE ¿CUÁNTAS VECES FUE USTED O ALGUIEN MÁS A COMPRAR LA DOTACIÓN DE LECHE LICONSA DE SU FAMILIA? NO. DE VECES _____ 00. ninguna/ 00 veces 99 NS/NC</p> <p>PARA NINGUNO – 00 EN P13 P13B Y ¿EN QUÉ MES DE ESTE AÑO COMPRÓ O RECOGIÓ LA ÚLTIMA VEZ QUE SU DOTACIÓN DE LECHE LICONSA?</p>	<p>13c USTED SABE CUÁNTO SOBRES/BOLSAS DE LECHE LICONSA TIENE DERECHO A COMPRAR POR MES/ CADA DOS MESES</p> <p>1. SÍ 2. NO</p> <p>P.14. EN TOTAL, ¿CUÁNTAS BOLSAS DE LECHE/SOBRES DE LECHE EN POLVO LICONSA TIENE DERECHO A COMPRAR CADA MES/DOS MESES PARA SU FAMILIA CON SU TARJETA DE RETIRO LICONSA? NO. DE LITROS _____ <input type="checkbox"/> 00. NS/NC</p> <p>P.15 . Y EL MES PASADO DE OCTUBRE (cod 1 a 5 en p12) /LOS ÚLTIMOS DOS MESES (COD 6+ EN P12) ¿CUÁNTAS BOLSAS/SOBRES DE LECHE LICONSA COMPRÓ PARA SU familia? NO. DE bolsas/sobres _____ 00. NINGUNO 0 SOBRES/BOLSAS</p>	<p>P.15B. Y HACE UN AÑO CERCA DE octubre de 2016 ¿CUÁNTAS BOLSAS/SOBRES DE LECHE LICONSA COMPRABA PARA SU FAMILIA EN UN MES/DOS MESES? NO. DE LITROS _____ 00. NINGUNO - 0 SOBRES/BOLSAS 99. NS/NC 100 NO ESTABA INSCRITO EN PROGRAMA LICONSA EN 2016</p> <p>PARA LOS QUE 15B ES MAYOR O MENOR QUE 15 p16 ¿PORQUÉ BAJÓ/SUBIÓ SU COMPRA DE LECHE LICONSA EN EL ÚLTIMO AÑO?</p> <p>1. MÁS/MENOS MIEMBROS O BENEFICIARIOS EN EL HOGAR 02. EL PRECIO DE LA LECHE BAJÓ 03. EL PRECIO DE LA LECHE SUBIÓ 04. NO HUBO/HAY SUFICIENTE LECHE PARA BENEFICIARIOS NO ME ALCANZA/MENOS DINERO DISPONIBLE LE CAE MAL LA LECHE CAMBIOS EN LECHERÍA CAMBIOS EN LECHERÍA NO HAY LECHE SUFICIENTE PORQUE HAY MÁS FAMILIAS BENEFICIARIOS NO HAY LECHE SUFICIENTE PORQUE NO TRAEN RECIBE LECHE OTRO PROGRAMA05.OTROS ESPECIFICAR</p>	<p>P.17. Y EL ÚLTIMO MES/LAS ÚLTIMOS DOS MESES ¿COMPRÓ TODA LA DOTACIÓN DE LECHE A LA QUE TIENE DERECHO?</p> <p>01. SIPASAR A LA P.19 02. NOPASAR A LA P.18 03. NS/NCPASAR A LA P.19</p> <p>P.18 DURANTE ESTE MES/ESTOS DOS MESES ¿CUÁNTOS LITROS/SOBRES DE LA DOTACIÓN QUE LE TOCA A SU FAMILIA NO COMPRÓ? ? NO. DE LITROS _____ <input type="checkbox"/> 00. NS/NC 99. NINGUNO</p> <p>P.19. Y DURANTE ESTE AÑO ¿LE HA SUCEDIDO EN OTRA OCASIÓN QUE NO COMPRE TODA LA DOTACIÓN DE LECHE A LA QUE TIENE DERECHO SU FAMILIA? 01. SI 02. NO 00. NS/NC</p>																
<p>P.20. ¿QUÉ TAN FRECUENTE ES QUE NO COMPRE TODA LA DOTACIÓN A LA QUE TIENE DERECHO SU HOGAR? ¿MUY FRECUENTE, FRECUENTE, POCO FRECUENTE O RARA VEZ</p> <p>01. MUY FRECUENTE (CADA VEZ QUE VOY A COMPRAR) 02. FRECUENTE (UNA DE CADA DOS VECES) 03. POCO FRECUENTE (UNA DE CADA TRES VECES) 04. RARA VEZ (UNA DE CADA CUATRO VECES O MENOS) 05. SIEMPRE COMPRO LA DOTACIÓN COMPLETA</p>	<p>APLICA A LOS QUE EN P17 CONTESTARON QUE 2.NO ó 3. NS/NC Y TAMBIEN LA P19 RESPUESTA SÍ P.21. ¿POR QUÉ NO COMPRÓ TODA SU DOTACIÓN DE LECHE EL ÚLTIMO MES/DOS MESES? P ¿Algún otro motivo? ¿Algún otro? PRIMER PANTALLA ESCRIBIMOS PROGRAMA PRIMERA OPCIÓN Y SIGUIENTE OTRAS RESPUESTAS</p> <p>01. NO NECESITA TODA LA DOTACIÓN 02. NO LE ALCANZA EL DINERO 03. NO LE GUSTA 04. SE ACABÓ LA LECHE 05. HORARIO/ NO LE DA TIEMPO 06. DIFICULTADES PARA PREPARAR – SIN AGUA POTABLE 07. DIFICULTAD PARA GUARDAR LECHE – ENVASE BOLSA - REFRIGERADOR 08. LA LECHERÍA ME QUEDA LEJOS 09. ME CAE MAL LA LECHE OTRA ESP _____ 00. NS/NC</p>	<p>11. RECIBE LECHE OTRO PROGRAMA 12. NO PUDO PORQUE NO TENÍA SU TARJETA 13. NO ALCANZÓ REPARTIDOR (CUANDO NO HAY LECHERÍA EN LOCALIDAD) 14. NO ESTABA ABIERTA TIENDA 15. NO ESTABA/SALIO FUERA 16. YA NO LA NECESITA PORQUE CRECIERON NIÑOS/ALGUIEN SE FUE/ALGUIEN FALLECIÓ</p>	<p>P.22. ADEMÁS DE LA DOTACIÓN DE LECHE A LA QUE TIENE DERECHO CON SU TARJETA, DÍGAME SI EL MES PASADO COMPRÓ MÁS LECHE LICONSA DE CUALQUIER VARIEDAD, TIPO O PRESENTACIÓN? NO CONSIDERAR OTRAS MARCAS</p> <p><input type="checkbox"/> 01. SI PASAR A LA P.23 <input type="checkbox"/> 02. NO PASAR A LA P.27 00. NS/NC PASAR A LA P.27</p>																
<p>P.23. ¿QUÉ TIPO DE LECHE COMPRÓ ADEMÁS DE SU DOTACIÓN? <i>SI RESPONDE: QUÉ COMPRÓ EN P.23 PREGUNTAR P.24 Y P.25</i></p> <table style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width:60%;"></th> <th style="width:10%; text-align: center;">SI</th> <th style="width:10%; text-align: center;">NO</th> <th style="width:20%;"></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. LECHE EN POLVO DEL PROGRAMA O SOBRANTE (leche fortificada)...</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B. LECHE LÍQUIDA DEL PROGRAMA O SOBRANTE (LECHE FRISA)..</td> <td></td> <td></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C. LECHE LICONSA PLUS O LIQUIDA EN PRESENTACIÓN TETRAPACK (DESLACTOSADA, LIGERA, SABOR).....</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		SI	NO		A. LECHE EN POLVO DEL PROGRAMA O SOBRANTE (leche fortificada)...	1	2	<input type="checkbox"/>	B. LECHE LÍQUIDA DEL PROGRAMA O SOBRANTE (LECHE FRISA)..			<input type="checkbox"/>	C. LECHE LICONSA PLUS O LIQUIDA EN PRESENTACIÓN TETRAPACK (DESLACTOSADA, LIGERA, SABOR).....	1	2	<input type="checkbox"/>	<p>P.24. Y DURANTE OCTUBRE PASADO ¿CUÁNTOS LITROS/SOBRES COMPRÓ DE?</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>P.25. ¿CUÁNTO LE COSTO CADA LITRO/SOBRE DE ---?</p> <p style="text-align: center;"><input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p>	<p>P.26. ¿POR QUÉ COMPRÓ MÁS LECHE LICONSA EN LA LECHERÍA/TIENDA, ADEMÁS DE LA DE SU DOTACIÓN COMO BENEFICIARIO? Una respuesta</p> <p>01. LA DOTACIÓN DE LICONSA NO LE ALCANZA 02. SE HABÍA ACABADO LA LECHE PARA BENEFICIARIOS 03. ES PARA MIEMBROS DEL HOGAR SIN DERECHO A DOTACIÓN 04. ES MÁS BARATA QUE LA LECHE DE MARCAS COMERCIALES</p>
	SI	NO																	
A. LECHE EN POLVO DEL PROGRAMA O SOBRANTE (leche fortificada)...	1	2	<input type="checkbox"/>																
B. LECHE LÍQUIDA DEL PROGRAMA O SOBRANTE (LECHE FRISA)..			<input type="checkbox"/>																
C. LECHE LICONSA PLUS O LIQUIDA EN PRESENTACIÓN TETRAPACK (DESLACTOSADA, LIGERA, SABOR).....	1	2	<input type="checkbox"/>																

D. LECHE EN POLVO DE SABORES (FRESA, VAINILLA Y CHOCOLATES).....	1	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	05. ES MEJOR QUE LA LECHE DE MARCAS COMERCIALES
E. OTRA DE LICONSA (ESPECIFICAR).....	1	2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	06. ES DE SABOR/DESLACTOSADA
						07. NOS GUSTA
						08. OTRA _____ <input type="checkbox"/>
						00. NS/NC

P.27. ADEMÁS DE LA LECHE LICONSA, ¿EL MES PASADO COMPRÓ OTRO TIPO O MARCA DE LECHE COMERCIAL?	P.28. LA LECHE COMERCIAL QUE COMPRÓ EL MES PASADO, ¿ERA LECHE LÍQUIDA O EN POLVO?
01. SI PASAR A LA P.28	01. LÍQUIDA PASAR A LA P.29
02. NO PASAR A LA P.37 <input type="checkbox"/>	02. EN POLVO PASAR A LA P.33 <input type="checkbox"/>
00. NS/NC PASAR A LA P.37	00. AMBAS PASAR A LA P.29 Y P.33

SOLO LOS QUE COMPRARON LECHE LÍQUIDA COMERCIAL

P.29. ¿DE QUÉ MARCA O MARCAS ES LA OTRA LECHE LÍQUIDA QUE COMPRÓ EL MES PASADO?	P.30. ¿DE QUÉ TIPO ES LA OTRA LECHE QUE COMPRÓ-----? LEER 01. PASTEURIZADA 02. BRONCA 03. EVAPORADA 04. OTRO TIPO	P.31. ¿CUÁNTOS LITROS DE LECHE COMPRÓ DE --- EL MES PASADO?	P.32. ¿CUÁNTO LE COSTÓ CADA LITRO DE LECHE?
A.			
B.			
C.			
D.			

SOLO PARA LOS QUE COMPRARON LECHE en POLVO COMERCIAL

P.33. ¿DE QUÉ MARCA O MARCAS ES LA OTRA LECHE EN POLVO QUE COMPRÓ EL MES PASADO ?	P.34. ¿QUÉ TIPO DE PRESENTACIÓN ES LA LECHE EN POLVO QUE COMPRÓ? (SE REFIERE A LOS GRAMOS QUE TRAE LA PRESENTACIÓN)	P.35. ¿CUÁNTO LE COSTÓ CADA PRESENTACIÓN DE LECHE EN POLVO?
A		
B		
C		

<p>P.36. ¿POR QUÉ COMPRÓ OTRO TIPO DE MARCA O LECHE? LEER TODAS LAS OPCIONES Y MARCAR "X" HASTA TRES RESPUESTAS EN CASO DE QUE EL ENTREVISTADO MENCIONÉ MÁS DE UNA</p> <p>01. PORQUE NO HABÍA SUFICIENTE LECHE LICONSA 02. NO LE ALCANZA SU DOTACIÓN DE LECHE LICONSA 03. ES PARA MIEMBROS DEL HOGAR SIN DERECHO A DOTACIÓN 04. TIENE MEJOR SABOR QUE LA LECHE LICONSA 05. TIENE MÁS CALIDAD QUE LA LECHE LICONSA 06. ES MÁS BARATA QUE LA LECHE LICONSA 07. ES MÁS NUTRITIVA QUE LA LECHE LICONSA 08. ES MÁS HIGIÉNICA/SANA QUE LA LECHE LICONSA 09. TIENE MEJOR EMPAQUE QUE LA LECHE LICONSA</p>	<p>PROGRAMACIÓN SI LA ENTREVISTA ES A UN BENEFICIARIO DEL GRUPO DE CONTROL QUE HABITA EN UN MUNICIPIO NO ATENDIDO POR LA POLÍTICA DE DESCUENTO CON PRECIO DIFERENCIADO PASE A P45</p> <p>P.38. ¿SABÍA USTED QUE DESDE EL AÑO 2016 Y 2017 LICONSA APLICA UNA POLÍTICA DE DESCUENTO CON PRECIO DIFERENCIADO, QUE OFRECE LA LECHE A UN PESO POR LITRO A LAS FAMILIAS BENEFICIARIAS QUE VIVEN EN LA LOCALIDAD DE ---</p> <p>01. SI 02. NO PASAR A LA P.45 00. NS/NC.....PASAR A LA P.45</p>	<p>P.38.BIS ¿SABÍA USTED QUE DESDE MAYO DE 2017 LICONSA Y EL GOBIERNO ESTATAL APLICAN UNA POLÍTICA DE DESCUENTO, QUE OFRECE LA LECHE LICONSA SIN COSTO A LAS FAMILIAS BENEFICIARIAS QUE VIVEN EN LA LOCALIDAD DE -----?</p> <p>01. SI 02. NO PASAR A LA P.45 00. NS/NC PASAR A LA P.45</p>
---	---	---

VII. PERCEPCIÓN CUALITATIVA DE LA LECHE LICONSA

<p>14. ¿SE CONSERVA MEJOR LA LECHE LICONSA QUE LA OPCIÓN DE ALGUNOS PROGRAMAS SOCIALES?</p> <p>11. ESPECIAL PARA BEBÉS Y/O ENFERMOS. OPCIÓN TIENE DE _____ ES BUENA, REGULAR O MALA/O? SEGÚN RESPUESTA PREGUNTAMOS DEPUÉS ¿ES MUY BUENA, BUENA, REGULAR O MALA/O? SOLO BUENA/MALA, LEER TODAS LAS OPCIONES 99 ns/nc</p> <p>12. ES PARA USOS ESPECIALES COMO COCINAR?</p> <p>13. ¿ES PARA USOS ESPECIALES COMO COCINAR?</p> <p>OPCIONES 99 ns/nc</p> <p>14. NS / NC <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/></p> <p>1. Muy buena 2. Buena 3. Regular 4. Mala</p> <p>A. EL PRECIO DE LA LECHE LICONSA</p>	<p>¿CÓMO SE SIENTE SU FAMILIA CON LA LECHE LICONSA?</p> <p>A TODOS LOS QUE CONTESTAN SÍ EN P38 O P38BIS</p> <p>P.40. Y A PARTIR DE QUE SE REDUJO EL PRECIO DE LA LECHE LICONSA ¿HA CAMBIADO EL GASTO QUE HACE SU FAMILIA EN LA COMPRA DE LECHE?</p> <p>01. SI 02. NO 00. NS/NC</p>	<p>AHORA VAMOS A HABLAR SOBRE LA CALIDAD DE LA LECHE LICONSA</p> <p>¿CÓMO SE SIENTE SU FAMILIA CON LA LECHE LICONSA ES MUY BUENO, BUENO, MALO O MUY MALO?</p> <p>01. MUY BUENO 02. BUENO 03. REGULAR 04. MUY MALO</p> <p>P.41. ¿CÓMO HA CAMBIADO EL GASTO EN LECHE LICONSA PARA SU FAMILIA? ¿GASTA MÁS, MENOS O LO MISMO EN LECHE?</p> <p>PARA LOS QUE DICEN MENOS PREGUNTAMOS POR LOS TRES NIVELES ¿SU GASTO ES MUCHO MENOR, MENOR O SÓLO UN POCO MENOS?</p> <p>(ENCUESTADOR: AYUDAR A CALCULAR EL AHORRO) 01. SI PASAR A LA P.49 02. NO PASAR A LA P.50 03. NS/NC PASAR A LA P.50</p> <p>01. GASTO MUCHO MENOS EN LECHE QUE ANTES (AHORRO MAYOR AL 50%) 02. GASTO MENOS QUE ANTES (AHORRO ENTRE 25% Y 50%) 03. GASTO UN POCO MENOS QUE ANTES (AHORRO MENOR DEL 25%) 04. GASTO LO MISMO QUE ANTES 05. MI GASTO SE HA INCREMENTADO (ESPECIFICAR) _____</p>	<p>P.47. Y COMPARADA CON OTRAS MARCAS ¿CÓMO SE SIENTE SU FAMILIA CON LA LECHE LICONSA?</p> <p>TIPOS DE LECHE, EL CONTENIDO DE LECHE LICONSA ES BUENO, REGULAR O MALO?</p> <p>01. MEJOR 02. IGUAL 03. PEOR 00. NS/NC</p>
<p>A TODOS LOS QUE CONTESTAN SÍ EN P38 O P38BIS</p> <p>AHORA PREGUNTAMOS A PREGUNTABLE SOBRE LA LECHE LICONSA DEL PROGRAMA DE DESPENSAS O DESAYUNOS ESCOLARES QUE LE MOSTRÉ EN LA PRIMERA FOTO DEL PROGRAMA PARA ADULTOS MAYORES.</p> <p>P.37. PENSANDO EN LOS ÚLTIMOS MESES DE ESTE AÑO 2017 O DESDE JULIO A LA FECHA ¿COMO SE HA CAMBIADO LA CANTIDAD DE LECHE LICONSA QUE COMPRA? ¿COMPRÓ MÁS O MENOS O LO MISMO?</p> <p>PARA LOS QUE DICEN MÁS: COMPRA MUCHO MÁS O SÓLO ALGO MÁS? (ENCUESTADOR USAMOS SI ES NECESARIO PORCENTAJES, _____)</p>	<p>¿CÓMO SE SIENTE SU FAMILIA CON LA LECHE LICONSA?</p> <p>A TODOS LOS QUE CONTESTAN SÍ EN P38 O P38BIS</p> <p>P.40. Y A PARTIR DE QUE SE REDUJO EL PRECIO DE LA LECHE LICONSA ¿HA CAMBIADO EL GASTO QUE HACE SU FAMILIA EN LA COMPRA DE LECHE?</p> <p>01. SI 02. NO 00. NS/NC</p>	<p>A TODOS LOS QUE CONTESTAN SÍ EN P40</p> <p>P.41. ¿CÓMO HA CAMBIADO EL GASTO EN LECHE LICONSA PARA SU FAMILIA? ¿GASTA MÁS, MENOS O LO MISMO EN LECHE?</p> <p>PARA LOS QUE DICEN MENOS PREGUNTAMOS POR LOS TRES NIVELES ¿SU GASTO ES MUCHO MENOR, MENOR O SÓLO UN POCO MENOS?</p> <p>(ENCUESTADOR: AYUDAR A CALCULAR EL AHORRO) 01. SI PASAR A LA P.49 02. NO PASAR A LA P.50 03. NS/NC PASAR A LA P.50</p> <p>01. GASTO MUCHO MENOS EN LECHE QUE ANTES (AHORRO MAYOR AL 50%) 02. GASTO MENOS QUE ANTES (AHORRO ENTRE 25% Y 50%) 03. GASTO UN POCO MENOS QUE ANTES (AHORRO MENOR DEL 25%) 04. GASTO LO MISMO QUE ANTES 05. MI GASTO SE HA INCREMENTADO (ESPECIFICAR) _____</p>	<p>P.47. Y COMPARADA CON OTRAS MARCAS ¿CÓMO SE SIENTE SU FAMILIA CON LA LECHE LICONSA?</p> <p>TIPOS DE LECHE, EL CONTENIDO DE LECHE LICONSA ES BUENO, REGULAR O MALO?</p> <p>01. MEJOR 02. IGUAL 03. PEOR 00. NS/NC</p>
<p>P.45. ¿COMPRO MÁS LECHE LICONSA (MÁS DEL 50% REGULAR) O MENOS LECHE LICONSA (MÁS DEL 25% ADICIONAL)?</p> <p>04. COMPRO LA MISMA CANTIDAD DE LECHE QUE ANTES</p> <p>05. COMPRO MENOS LECHE QUE ANTES (ENTRE 25% Y 50% MENOS)</p> <p>00. NS/NC</p> <p>03. LEYENDA EN BOLSA /EMPAQUE</p> <p>04. PROMOTOR(A) SOCIAL</p>	<p>P.50. CONOCE O SABE USTED DE ALGÚN BENEFICIARIO DE LECHE LICONSA QUE REGALE O VENDA LA LECHE LICONSA QUE RECIBE A ALGÚN QUE SEA SOLO UNA PARTE</p> <p>01. SI 02. NO 03. NS/NC</p>	<p>02. GASTO MENOS QUE ANTES (AHORRO ENTRE 25% Y 50%) 03. GASTO UN POCO MENOS QUE ANTES (AHORRO MENOR DEL 25%) 04. GASTO LO MISMO QUE ANTES 05. MI GASTO SE HA INCREMENTADO (ESPECIFICAR) _____</p> <p>00. NS/NC 01. MUY SATISFECHO 02. ALGO SATISFECHO 03. POCO SATISFECHO</p>	<p>P.51. EN GENERAL, ¿QUE TAN SATISFECHO(A) ESTÁ CON LOS BENEFICIOS QUE RECIBE DEL PROGRAMA DE LECHE LICONSA?</p> <p>04. GASTO LO MISMO QUE ANTES 05. MI GASTO SE HA INCREMENTADO (ESPECIFICAR) _____</p> <p>00. NS/NC 01. MUY SATISFECHO 02. ALGO SATISFECHO 03. POCO SATISFECHO</p>
<p>QUITAR COMENTARIOS</p> <p>06. VECINOS <input type="checkbox"/></p> <p>07. OTRO <input type="checkbox"/></p> <p>08. NS/NC</p>		<p>04. NADA SATISFECHO <input type="checkbox"/></p> <p>05. REGULARMENTE SATISFECHO <input type="checkbox"/></p> <p>00. NS/NC</p>	

VIII. INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA

ENCUESTADOR (LEE): AGRADEZCO SU ATENCIÓN Y LE COMENTO QUE ESTAMOS POR TERMINAR LA ENTREVISTA. POR ÚLTIMO ME GUSTARÍA HACERLE ALGUNAS PREGUNTAS SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS INTEGRANTES DE SU HOGAR. SE HACE CON INTEGRANTES DE LA FAMILIA EN P2B

<p>EMPEZANDO POR EL JEFE(A) DEL HOGAR Y LUEGO DEL MAYOR AL MENOR DE ACUERDO A SU EDAD DÍGAME EL NOMBRE DE LOS MIEMBROS DE SU FAMILIA NO OLVIDE INCLUIR A LOS NIÑOS</p>	<p>¿QUÉ PARENTESCO TIENE (NOMBRE) CON EL/LA JEFE(A) DE FAMILIA?</p> <p>JEFE DEL HOGAR 01 CÓNYUGE O COMPAÑERO(A) 02 HIJO(A) 03 PADRE O MADRE) 04 HERMANO(A)) 05 NIETO(A)</p>	<p>¿ CUÁNTOS AÑOS CUMPLIDOS TIENE ----</p> <p>Menores de un año.....00</p>	<p>¿(NOMBRE) ES HOMBRE O MUJER?</p> <p>HOMBRE 1 MUJER2</p>	<p>P.52. ACTUALMENTE ¿A QUÉ INSTITUCIÓN ESTÁ AFILIADO O INSCRITO (NOMBRE) PARA RECIBIR ATENCIÓN MÉDICA AL ... ¿</p> <p>01. SEGURO POPULAR</p>	<p>P.53. Y ¿(NOMBRE) ESTÁ AFILIADO O INSCRITO A (INSTITUCIÓN) POR ...?</p> <p>LEEMOS OPCIONES UNA VEZ</p> <p>01. PRESTACIÓN EN EL TRABAJO 02. JUBILACIÓN 03. INVALIDEZ 04. ALGÚN FAMILIAR EN EL HOGAR</p>	<p>PARA 3 O MÁS AÑOS.</p> <p>54. ¿(NOMBRE) SABE LEER Y ESCRIBIR UN RECADO? (EDAD)</p> <p>01. SI 02. NO 00. NS/NC</p>	<p>PARA 3 O MÁS AÑOS.</p> <p>55. ¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO NIVEL QUE (NOMBRE) APROBÓ EN LA ESCUELA?</p> <p>KINDER O PREESCOLAR PRIMARIA SECUNDARIA PREPARATORIA O BACHILLERATO NORMAL BÁSICA</p>	<p>PARA 12+ AÑOS.</p> <p>P.56. EL MES PASADO, ¿(NOMBRE) TRABAJÓ?</p> <p>01. SI</p>	<p>PARA LOS QUE DICEN SÍ P54</p> <p>P.57. EN SU TRABAJO PRINCIPAL ¿(NOMBRE) PASÓ UN MES PASADO TRABAJANDO?</p> <p>01. SI</p>	<p>P.58. (NOMBRE) ¿ SE DEDICÓ A UN NEGOCIO O ACTIVIDAD POR SU CUENTA?</p>	<p>LOS QUE DICEN SÍ EN P56</p> <p>P.59. EN SU TRABAJO PRINCIPAL DEL MES PASADO ¿(NOMBRE) RECIBIÓ UN PAGO?</p>
--	--	--	---	---	---	--	--	--	--	---	---

PEQUEÑOS, A LOS ADULTOS MAYORES Y A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD. VERIFICAR QUE EL NÚMERO DE INTEGRANTES ES EL MISMO QUE EL REGISTRADO EN LA PREGUNTA XX¿(Nombre)?	NUERA O YERNO SUEGRO (A) HIJASTRO(A) SOBRINO(A) OTRO PARENTESCO NO TIENE	Mayores de 98 AÑOS98		02. IMSS 03. ISSSTE 04. PEMEX, DEFENSA O MARINA 05. CLÍNICA Y HOSPITAL PRIVADO 09. A NINGUNA PASAMOS A P54	05. MUERTE DEL ASEGURADO 06. SER ESTUDIANTE 07. CONTRATACIÓN PROPIA 08. ALGÚN FAMILIAR DE OTRO HOGAR 09. APOYO DEL GOBIERNO		CARRERA TÉCNICA O COMERCIAL CON PRIMARIA COMPLETA CARRERA TÉCNICA O COMERCIAL CON SECUNDARIA COMPLETA CARRERA TÉCNICA O COMERCIAL CON PREPARATORIA COMPLETA PROFESIONAL POSGRADO (MAESTRÍA O DOCTORADO) NINGUNO	00. NS/NC 01. SI 02. NO 00. NS/NC 08 09 10 99	00. NS/NC 01. SI 02. NO 00. NS/NC		

<p>P.60. ¿LA FAMILIA O ALGÚN MIEMBRO DEL HOGAR RECIBE DINERO PROVENIENTE DE OTROS PAÍSES?</p> <p>01. SI <input type="checkbox"/></p> <p>02. NO <input type="checkbox"/></p> <p>00. NS/NC <input type="checkbox"/></p>	<p>P.61. AHORA LE VOY A PREGUNTAR POR LA ESTIMACIÓN DE INGRESOS DE SU HOGAR SUMANDO TODOS LOS INGRESOS QUE RECIBEN LOS MIEMBROS DEL HOGAR POR SALARIO O PENSIÓN Y LO QUE RECIBEN POR BECAS, ENVÍOS DEL EXTRANJERO O ENVÍOS DENTRO DEL PAÍS, ¿EN PROMEDIO, A CUÁNTO ASCIENDE EL INGRESO TOTAL DEL HOGAR AL MES?</p> <p>_____ 00.NS/NC <input type="checkbox"/></p>	<p>P.62. APROXIMADAMENTE ¿CUÁNTO GASTAN EN SU HOGAR A LA SEMANA SÓLO EN ALIMENTOS?</p> <p>_____ 00. NS/NC <input type="checkbox"/></p>	<p>P.63. Y, ¿CUÁNTO GASTAN A LA SEMANA SOLAMENTE EN LECHE, INCLUYENDO LICONSA Y CUALQUIER OTRO TIPO O MARCA DE LECHE?</p> <p>_____ 00. NS/NC <input type="checkbox"/></p>
--	--	---	--

P.64. EN SU HOGAR, ¿QUIÉN ADMINISTRA LOS INGRESOS DE LA FAMILIA? (ENCUESTADOR: LEER OPCIONES 1 A 3) 01. EL JEFE DE FAMILIA 02. EL ALMA DE CASA 03. OTRO MIEMBRO DE LA FAMILIA <input type="checkbox"/> 00. NS/NC	P.65. EN LOS ULTIMOS TRES MESES, POR FALTA DE DINERO O RECURSOS ALGUNA VEZ USTED O ALGÚN ADULTO ... A. DEJÓ DE DESAYUNAR, COMER O CENAR? 01 02 <input type="checkbox"/> B. COMIÓ SÓLO UNA VEZ AL DÍA O DEJÓ DE COMER TODO EL DÍA? 01 02 <input type="checkbox"/>	P.66. ¿CUÁNTAS PERSONAS EN SU FAMILIA HABLAN ALGUNA LENGUA INDÍGENA O DIALECTO? _____ 99. NINGUNA <input type="checkbox"/> 00. NS/NC <input type="checkbox"/>	P.67. ¿De qué material está hecha la mayoría del piso de su vivienda? 01. TIERRA 02. CEMENTO O FIRME 03. MOSAICO, MADERA U OTRO RECUBRIMIENTO <input type="checkbox"/>																																																																										
P.68. SIN CONTAR EL BAÑO Y LOS PASILLOS, ¿CUÁNTOS CUARTOS TIENE EN TOTAL LA VIVIENDA, INCLUYENDO LA COCINA? <input type="text"/>	P69.- EN EL CUARTO DONDE COCINAN, ¿TAMBIÉN DUERMEN? 01. SI <input type="checkbox"/> 02. NO <input type="checkbox"/> 00. NS/NC	P.70. LA VIVIENDA TIENE (...) <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>SÍ</th> <th>NO</th> <th>NS/NC</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A) LUZ O ENERGÍA ELÉCTRICA</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>0</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>B) AGUA ENTUBADA O POTABLE</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>0</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C) DRENAJE CONECTADO A LA CALLE O RED PÚBLICA</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>0</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>D) EXCUSADO, BAÑO O LETRINA PARA USO EXCLUSIVO DE LOS INTEGRANTES DE LA FAMILIA</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>0</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>			SÍ	NO	NS/NC		A) LUZ O ENERGÍA ELÉCTRICA	1	2	0	<input type="checkbox"/>	B) AGUA ENTUBADA O POTABLE	1	2	0	<input type="checkbox"/>	C) DRENAJE CONECTADO A LA CALLE O RED PÚBLICA	1	2	0	<input type="checkbox"/>	D) EXCUSADO, BAÑO O LETRINA PARA USO EXCLUSIVO DE LOS INTEGRANTES DE LA FAMILIA	1	2	0	<input type="checkbox"/>																																																	
	SÍ	NO	NS/NC																																																																										
A) LUZ O ENERGÍA ELÉCTRICA	1	2	0	<input type="checkbox"/>																																																																									
B) AGUA ENTUBADA O POTABLE	1	2	0	<input type="checkbox"/>																																																																									
C) DRENAJE CONECTADO A LA CALLE O RED PÚBLICA	1	2	0	<input type="checkbox"/>																																																																									
D) EXCUSADO, BAÑO O LETRINA PARA USO EXCLUSIVO DE LOS INTEGRANTES DE LA FAMILIA	1	2	0	<input type="checkbox"/>																																																																									
P.71. ¿QUÉ COMBUSTIBLE SE UTILIZA PRINCIPALMENTE PARA COCINAR? 01. GAS 02. ELECTRICIDAD 03. PETRÓLEO 04. LEÑA O CARBÓN <input type="checkbox"/> 00. NS/NC	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width:40%;">P.72. EN LA VIVIENDA TIENEN (...)</th> <th colspan="3">SÍ</th> <th colspan="3">NO</th> </tr> <tr> <th>(.....)</th> <th>1</th> <th>2</th> <th><input type="checkbox"/></th> <th>1</th> <th>2</th> <th><input type="checkbox"/></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A) REFRIGERADOR.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C) AUTOMÓVIL PROPIO.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>D) TELÉFONO FIJO.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>F) VIDEOCASETERA, DVD, BLU-RAY.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>G) COMPUTADORA.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>		P.72. EN LA VIVIENDA TIENEN (...)	SÍ			NO			(.....)	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>	A) REFRIGERADOR.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>	C) AUTOMÓVIL PROPIO.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>	D) TELÉFONO FIJO.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>	F) VIDEOCASETERA, DVD, BLU-RAY.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>	G) COMPUTADORA.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>	P.73. ¿FUNCIONA EL (...) DE SU VIVIENDA? <table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>(.....)</th> <th>SÍ</th> <th>NO</th> <th></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A) REFRIGERADOR.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>C) AUTOMÓVIL PROPIO.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>D) TELÉFONO FIJO.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>F) VIDEOCASETERA, DVD, BLU-RAY.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>G) COMPUTADORA.....</td> <td>1</td> <td>2</td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>	(.....)	SÍ	NO		A) REFRIGERADOR.....	1	2	<input type="checkbox"/>	C) AUTOMÓVIL PROPIO.....	1	2	<input type="checkbox"/>	D) TELÉFONO FIJO.....	1	2	<input type="checkbox"/>	F) VIDEOCASETERA, DVD, BLU-RAY.....	1	2	<input type="checkbox"/>	G) COMPUTADORA.....	1	2	<input type="checkbox"/>	P.74. ¿LA VIVIENDA QUE HABITA ES 01. PROPIA Y TOTALMENTE PAGADA? 02. PROPIA Y LA ESTÁ PAGANDO? 03. PROPIA Y ESTÁ HIPOTECADA? <input type="checkbox"/> 04. RENTADA O ALQUILADA? 05. PRESTADA O LA ESTÁ CUIDANDO? 06. INTESTADA O ESTÁ EN LITIGIO?
P.72. EN LA VIVIENDA TIENEN (...)	SÍ			NO																																																																									
(.....)	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																							
A) REFRIGERADOR.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																							
C) AUTOMÓVIL PROPIO.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																							
D) TELÉFONO FIJO.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																							
F) VIDEOCASETERA, DVD, BLU-RAY.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																							
G) COMPUTADORA.....	1	2	<input type="checkbox"/>	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																							
(.....)	SÍ	NO																																																																											
A) REFRIGERADOR.....	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																										
C) AUTOMÓVIL PROPIO.....	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																										
D) TELÉFONO FIJO.....	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																										
F) VIDEOCASETERA, DVD, BLU-RAY.....	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																										
G) COMPUTADORA.....	1	2	<input type="checkbox"/>																																																																										

6. Guía temática para entrevista a servidores públicos de DICONSA que sirven como enlace para la distribución del PASL

Fecha: ____/____/2017

Entidad: _____ Inicio: _____ Término: _____

Entrevistador: _____

Objetivo: La entrevista busca recuperar la información que tiene el personal de DICONSA S.A. de C.V, en relación a los efectos que ha tenido la Política de Descuento con Precios Diferenciados (PDPD) de Liconsa a nivel de la entidad. Este instrumento pretende conocer cuáles han sido los efectos en la logística de distribución de los programa luego de la aplicación de la PDPD, el por qué y el cómo se han desarrollado mecanismos para la atención de los Puntos de Distribución, dado que se plantea un panorama con más Puntos de Distribución a surtir y un mayor número de beneficiarios en cada uno de ellos.

Presentación

Buen día. Mi nombre es (DAR NOMBRE Y PRIMER APELLIDO) y fui contratado por IDEA Consultores, empresa que está realizando el Estudio de Seguimiento a los Resultados de la Política de Descuento con Precio Diferenciado (PDPD) de Liconsa, S.A. de C.V. Queremos entrevistarla(o) para obtener información valiosa sobre el mismo. Sus respuestas serán tratadas de manera estrictamente confidencial, y sólo se utilizarán con fines de investigación. Agradecemos mucho por su tiempo y participación. ¡Muchas gracias!

Introducción: Información de los servidores públicos

Nombre Completo: _____	
Edad: ____ años	Sexo: Hombre (<input type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Cargo: _____	

	Antigüedad en el cargo: _____ años _____ meses
--	---

Temas a tratar

1. Información general de los Puntos de Distribución que se atienden

- a) Número de Puntos de Distribución que se surten (Número total y número de puntos con precio diferenciado).
- b) Número de municipios y localidades en los que se ubican.
- c) En los últimos tres años, se han tenido variaciones en el Puntos de Distribución que se surten con los apoyos del PASL.

4. Abasto y Disponibilidad de apoyos del PASL

Entrevistador: *En este apartado deberá señalar las diferencias entre la logística normal (comunidades no intervenidas) y cuando se habla de la logística en localidades beneficiaras de la PDPD.*

- a) Descripción de la logística para asegurar el abasto y disponibilidad de los apoyos del PASL en la entidad:
 - Desarrollo de la logística
 - Operación de la logística
 - Actores principales
 - Coordinación con oficinas centrales
- b) Descripción de los ajustes que se han requerido efectuar en la logística, derivado de la implementación de la PDPD:
 - ¿se ha llevado un ajuste proactivo?
 - ¿O al menos uno reactivo?
- c) Solicitar información sobre el convenio LICONSA – DICONSA como referente en la logística para el abasto en los Puntos de Distribución.

- d) Mencionar los principales obstáculos que impiden o podrían impedir la entrega de apoyos en tiempo y forma.
- e) Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas.

5. Efectos en la operatividad de la Política de Precios Diferenciados

- a) Mencionar cuáles han sido los principales efectos de los descuentos en el precio sobre:
 1. La apertura, reubicación o cierre de tiendas DICONSA en las localidades atendidas.
 2. Modificación de las actividades regulares de abasto derivadas del PDPD.
 3. Comportamiento de las actividades regulares de supervisión derivadas del PDPD.
 4. Indagar sobre los aspectos de la conciliación de la facturación de los puntos surtidos en el caso de la PDPD, es decir cómo se realizó la variación del costo de la factura emitida.
- b) Indagar sobre la capacidad operativa instalada y observar cuales han sido las principales modificaciones a la misma luego de la instalación de la PDPD.
- c) Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas.

8. Comentarios generales

7. Guía temática para entrevista a servidores públicos en las Gerencias Estatales

Fecha: ____/____/2017

Entidad: _____ Inicio: _____ Término: _____

Entrevistador: _____

Objetivo: La entrevista busca recuperar la información que tiene la Gerencia Estatal, en relación a los efectos que ha tenido la Política de Descuento con Precios Diferenciados (PDPD) de Liconsa a nivel de la entidad. Este instrumento pretende conocer cuál ha sido el comportamiento en la operatividad del programa luego de la aplicación de la PDPD, teniendo en cuenta la conducta de los beneficiarios respecto a la baja del precio de la leche, el por qué y el cómo se ha generado dicho comportamiento; si han retirado más, menos o igual cantidad de leche ante un escenario que supone una mayor facilidad de compra de la Leche Liconsa.

Presentación

Buen día. Mi nombre es (DAR NOMBRE Y PRIMER APELLIDO) y fui contratado por IDEA Consultores, empresa que está realizando el Estudio de Seguimiento a los Resultados de la Política de Descuento con Precio Diferenciado (PDPD) de Liconsa, S.A. de C.V. Queremos entrevistarla(o) para obtener información valiosa sobre el mismo. Sus respuestas serán tratadas de manera estrictamente confidencial, y sólo se utilizarán con fines de investigación. Agradecemos mucho por su tiempo y participación. ¡Muchas gracias!

Introducción: Información de los servidores públicos

Nombre Completo: _____	
Edad: ____ años	Sexo: Hombre (<input type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Cargo: _____	Antigüedad en el cargo: ____ años ____ meses

Temas a tratar

1. Información general del Programa en la entidad

- d) Número de municipios y localidades que se atienden con el PASL en la entidad.
- e) En los últimos tres años, se han tenido variaciones en el número de municipios y localidades que se atienden con el PASL en la entidad.

En caso de que la respuesta fuera positiva, solicitar más detalles sobre estas variaciones respecto a las razones, tiempo y su relación con PDPD.

- f) Número de beneficiarios del PASL en la entidad / municipios
- antes de la PDPD
 - después de la primera etapa del PDPD
 - después de la segunda etapa del PDP
- (Se recomienda solicitar detalle por municipio)
- g) En las localidades que se benefician de la PDPD ¿Qué tipos de apoyos se entregan?
- Leche líquida ¿cuál presentación?
 - Leche en polvo ¿cuál presentación?
 - Varias presentaciones ¿cuáles?
 - Otros apoyos en polvo / ambas / otras.
- h) De acuerdo a los registros de retiro:
- Mencionar si se han dado variaciones en el retiro (mayor/menor/sin variaciones) de la leche Liconsa después de la primera etapa del PDPD.
 - Mencionar si se han dado variaciones en el retiro (mayor/menor/sin variaciones) de la leche Liconsa después de la segunda etapa del PDPD.

En caso de que la respuesta fuera positiva, solicitar más detalles sobre estas variaciones respecto a las razones, tiempo y su relación con PDPD.

2. Planeación

- a) Mencionar cuál es la participación de la Gerencias Estatales en la programación anual de los recursos humanos y materiales del PASL.
- b) Mencionar cuál es la participación de la Gerencias Estatales en la programación mensual de los recursos humanos y materiales del PASL.
- c) Descripción de la mecánica de coordinación de la entidad con oficinas centrales en los procesos de planeación.
- d) Descripción de los mecanismos y procedimientos para la definición de las necesidades anuales / mensuales de los recursos humanos y materiales en la entidad.
- e) Descripción de los mecanismos y procedimientos para la autorización de las necesidades anuales / mensuales de los recursos humanos y materiales en la entidad.

3. Proceso de Difusión del Programa en la Entidad

- a) Mencionar si se cuentan con planes de difusión:
1. Aspectos relativos a la Política de Precios Diferenciados.
 2. Aspectos relativos a los beneficios de la Leche Liconsa.
- b) Describir cuáles son las principales actividades de difusión (talleres, pláticas, etc.).

- c) Mencionar qué actores participan en el desarrollo de estas actividades.
- d) Mencionar cuáles son los materiales utilizados para el desarrollo de estas actividades (folletos, videos, presentaciones, etc.).
- e) Describir si existe documentación o informes de las actividades que den cuenta de las actividades de difusión (Bitácoras, listas, minutas, etc.).
- f) Opinión sobre la pertinencia y adecuación de las actividades, materiales, participantes y documentación o informes de difusión.
- g) Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas en materia de difusión.

4. Abasto y Disponibilidad de apoyos del PASL

Entrevistador: *En este apartado deberá señalar las diferencias entre la logística normal (comunidades no intervenidas) y cuando se habla de la logística en localidades beneficiarias de la PDPD.*

- f) Descripción de la logística para asegurar el abasto y disponibilidad de los apoyos del PASL en la entidad:
 - Desarrollo de la logística
 - Operación de la logística
 - Actores principales
 - Coordinación con oficinas centrales
- g) Descripción de los ajustes que se han requerido efectuar en la logística, derivado de la implementación de la PDPD:
 - ¿se ha llevado un ajuste proactivo?
 - ¿O al menos uno reactivo?
- h) Mencionar los principales obstáculos que impiden o podrían impedir la entrega de apoyos en tiempo y forma.
- i) Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas

5. Efectos en la operatividad de la Política de Precios Diferenciados

- d) Mencionar cuáles han sido los principales efectos de los descuentos en el precio sobre el retiro de la leche Liconsa de los hogares beneficiarios, de acuerdo a los registros de entrega.
- e) Mencionar si se han generado variaciones en el retiro (mayor/menor/sin variaciones) de la leche Liconsa por parte de los hogares beneficiarios, a partir de la disminución en el precio, de acuerdo a los registros de entrega.
- f) Mencionar si se han generado variaciones en el retiro (mayor/menor/sin variaciones) de la leche Liconsa en espera, a partir de la disminución en el precio, de acuerdo a los registros de entrega.
- g) Mencionar si se han generado variaciones en el retiro (mayor/menor/sin variaciones) de la leche Liconsa por parte de la población no beneficiaria, a partir de la disminución en el precio, de acuerdo a los registros de entrega.
- h) Mencionar si a partir de la entrada del PDPD se han generado un mayor número de solicitudes por parte de la población para formar parte del Programa de Abasto de Leche Liconsa.

- i) Mencionar posibles cambios en la necesidad de apertura, reubicación o cierre de lecherías después de la entrada de la PDPD.
- j) Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas.

6. Opinión sobre la utilidad, beneficios o efectos del Programa para los beneficiarios

- a) Considera Desde su experiencia, ¿Le ha parecido útil la introducción del Programa de Diferenciación de Precios? ¿Por qué?
- b) ¿Cuáles considera los principales beneficios del PDPD? ¿Por qué?
- c) ¿Cuáles considera los principales efectos del PDPD? ¿Por qué?

7. Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas

- a) Desde su experiencia, ¿cuáles serían las áreas de oportunidad (aspectos de mejora) del Programa de Diferenciación de Precios? ¿Por qué?
- b) ¿Cuáles considera los principales cuellos de botella del PDPD?
- c) ¿Cuáles considera las mejores prácticas del PDPD en general?

8. Comentarios generales

8. Guía temática para entrevista a servidores públicos en las Oficinas Centrales

Fecha: ____/____/2017

Entidad: _____ Inicio: _____ Término: _____

Entrevistador: _____

Presentación

Buen día. Mi nombre es (DAR NOMBRE Y PRIMER APELLIDO) y fui contratado por IDEA Consultores, empresa que está realizando el Estudio de Seguimiento a los Resultados de la Política de Descuento con Precio Diferenciado (PDPD) de Liconsa, S.A. de C.V. Queremos entrevistarla(o) para obtener información valiosa sobre el mismo. Sus respuestas serán tratadas de manera estrictamente confidencial, y sólo se utilizarán con fines de investigación. Agradecemos mucho por su tiempo y participación. ¡Muchas gracias!

Introducción: Información de los servidores públicos

Nombre Completo: _____	
Edad: ____ años	Sexo: Hombre (<input type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Cargo: _____	Antigüedad en el cargo: _____ años _____ meses

Temas a tratar

INFORMACION GENERAL DE LA PDPD

1. ¿Qué es la Política de Descuento de Precios Diferenciados?
2. ¿Cuál es el objetivo central de la PDPD?

PADRONES

Entrevistador: El objetivo de la sección es indagar las razones del por qué los padrones “no crecen en las localidades atendidas por la PDPD; es necesario encaminar el análisis y la respuesta espontánea a esta interrogante.

3. Breve descripción de la normatividad y operación de los padrones de los puntos de venta donde opera la PDPD.
4. ¿Los padrones de beneficiarios que reciben la PDPD, operan de igual forma que los demás padrones del PASL?
5. ¿Quiénes y cómo se toman las decisiones en cuanto a la operación de los padrones del PASL y específicamente de la PDPD?
6. ¿Se registró un incremento en el padrón de beneficiarios con la entrada de la PDPD?

EVOLUCION EN EL COMPORTAMIENTO DEL FACTOR DE RETIRO

Entrevistador: Se entenderá como *factor de retiro* al promedio de litros distribuidos por beneficiario al mes; el factor de retiro es uno de los indicadores estratégicos de desempeño del PASL (web Liconsa).

Señalar la necesidad de contar con esta información de manera documental.

7. ¿Qué se entiende por factor de retiro?
8. ¿Cómo se calcula el factor de retiro?
9. ¿Existen cambios sustanciales en el factor de retiro en los puntos de venta a partir de la entrada del PDPD?
10. Descripción de los posibles cambios en los resultados del factor de retiro antes del PDPD / en la primera fase / en la segunda fase.

COSTOS DE PRODUCCION

11. ¿Liconsa y el PASL operaron con números rojos en 2015, 2016 y/o en el 2017?
12. Descripción general del estado financiero de Liconsa y del PASL.
13. ¿Cuál es el costo de producción 2015, 2016 y 2017 de la Leche Liconsa en General?
14. ¿Cuál es el costo de producción de la leche específica para la PDPD en el 2016 y en el 2017?
15. ¿Se presentaron cambios sustanciales en el costo de la leche en polvo internacional en 2015, 2016 y 2017?
16. Con la entrada de la PDPD, ¿se incrementó el volumen de la leche distribuida?
17. ¿Es posible que el volumen de la leche distribuida haya permanecido constante durante la puesta en marcha de la PDPD?
18. ¿Se cuenta con algún límite de número de litros ofertados al mes y al año?
19. ¿Cuál ha sido la frontera de la producción y distribución de la leche Liconsa? ¿En qué año?

AMPLIACIÓN DE COBERTURA Y LOGISTICA DE LA PDPD

Entrevistador: Realizar una revisión retrospectiva de los temas al menos del 2014 a la fecha:

<p>20. ¿Existen operativos por parte de Liconsa para incrementar la venta de leche? ¿En qué consisten?</p> <p>21. Breve descripción de la logística desarrollada por Liconsa para hacerle frente a la PDPD. Las nuevas necesidades del producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Enfrentamiento de los nuevos retos b. ¿Movilización del producto significó mayor cantidad de leche? c. Desarrollo de la logística d. Coordinación e. Convenios / Diconsa f. Información g. Difusión h. Capacitación i. Implementación de la PDPD
<p>22. ¿Existen restricciones para ingresar familias al PASL y la PDPD? ¿Operan con metas de número de beneficiarios?</p> <p>23. ¿Liconsa ha generado estrategias de equilibrio financiero, a partir de un mayor control del volumen de leche Liconsa?</p>
<p>DIFUSION</p> <p>24. Liconsa cuenta con un plan de difusión de la PDPD?</p> <p>*Describir cuáles son las principales actividades de difusión (talleres, pláticas, etc.).</p> <p>*Mencionar qué actores participan en el desarrollo de estas actividades.</p> <p>*Mencionar cuáles son los materiales utilizan para el desarrollo de estas actividades (folletos, videos, presentaciones, etc.).</p> <p>*Describir si existe documentación o informes de las actividades que den cuenta de las actividades de difusión (Bitácoras, listas, minutas, etc.).</p> <p>25. Descripción de la planeación y operación de la PDPD en materia de difusión.</p>
<p>COINCIDENCIA CON OTROS PROGRAMAS</p> <p>26. ¿Saben ustedes si existe coincidencia de la entrega de leche en las localidades beneficiarias de la PDPD con el Programa de Desayunos Escolares del DIF-Estatales?</p> <p>Favor de argumentar la respuesta en razón de lo que representa la concurrencia del PASL con otros programas que entregan leche a los mismos beneficiarios.</p>
<p>EFFECTOS SOBRE LA OPERATIVIDAD</p> <p>27. ¿La entrada de la PDPD ha significado un mayor esfuerzo por parte del personal de Liconsa? ¿Quiénes?</p>

28. ¿Se desarrolló un plan operativo para la puesta en marcha de la PDPD? Solicitar una breve descripción.

29. Mencionar los retos operativos que significó la puesta en marcha de la PDPD

AREAS DE OPORTUNIDAD Y COMENTARIOS GENERALES

- d) Desde su experiencia, ¿cuáles serían las áreas de oportunidad (aspectos de mejora) de la Política de Descuento con Precios Diferenciados? ¿Por qué?
- e) ¿Cuáles considera los principales cuellos de botella del PDPD?
- f) ¿Cuáles considera las mejores prácticas del PDPD en general?
- g) Comentarios generales sobre la utilidad (CIERRE).

9. Guía temática para entrevista a Promotores de las Gerencias Estatales

Fecha: ____/____/2017

Entidad: _____ Inicio: _____ Término: _____

Entrevistador: _____

Objetivo: La entrevista busca recuperar la información que de primera mano tiene el enlace operativo (Promotor) entre los beneficiarios y la Gerencia Estatal, en relación a los efectos que ha tenido la Política de Descuento con Precios Diferenciados (PDPD) de Liconsa a nivel local. Este instrumento pretende conocer cuál ha sido el comportamiento de los beneficiarios respecto a la baja del precio de la leche, además del por qué y el cómo han reaccionado ante la entrada de esta nueva estrategia de venta de la leche Liconsa.

Presentación

Buenos días / tardes / noches. Mi nombre es (DAR NOMBRE Y PRIMER APELLIDO) y fui contratado por IDEA Consultores, empresa que está realizando un estudio sobre los precios y el consumo de leche de Liconsa, para generar información que permita mejorar la atención hacia las familias beneficiarias. Por lo anterior, mucho le agradecería responder esta breve entrevista para conocer algunos aspectos que permitirán obtener información para mejorar el programa. La entrevista tendrá una duración aproximada de 10-15 minutos, y sus respuestas serán tratadas de manera estrictamente confidencial, y sólo se utilizarán con fines de investigación. ¡Muchas gracias!

Introducción: Información de los servidores públicos (promotores)

Nombre Completo: _____	
Edad: _____ años	Sexo: Hombre (<input type="checkbox"/>) Mujer (<input type="checkbox"/>)
Cargo: _____	Antigüedad en el cargo: _____ años _____ meses

Temas a tratar

1. Información General

- j) Funciones que desarrolla el Promotor
- k) Número de localidades que visita
- l) Número de localidades que visita a la semana / quincena / mes
- m) Seguridad y accesibilidad de los caminos para llegar a las localidades
- n) Aceptación del apoyo del Programa de Leche Liconsa por parte de la localidades y beneficiarios

2. Difusión del Programa

- h) Conocimiento y operación sobre un plan de difusión sobre la política de descuento de precios diferenciados.
- i) Operación del plan de difusión de los beneficios de la leche Liconsa.
- j) Mencionar las principales actividades de difusión que tiene Liconsa (talleres, pláticas, etc.).
- k) Conocimiento y manejo de materiales utilizados (folletos, videos, presentaciones, etc.).
- l) Conocimiento y manejo de documentación o informes de las actividades de difusión (bitácoras, listas, minutas, etc.).
- m) Opinión del promotor sobre la pertinencia y adecuación de las actividades, materiales, participantes y documentación o informes de difusión.
- n) Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas en materia de difusión.

3. Abasto y Disponibilidad de apoyos del PASL

- i) En las localidades que se benefician de la PDPD ¿Qué tipos de apoyos se entregan?
 - Leche líquida ¿cuál presentación?
 - Leche en polvo ¿cuál presentación?
 - Varias presentaciones ¿cuáles?
 - Otros apoyos en polvo / ambas / otras.
- a) Desarrollo de la logística para asegurar el Abasto y Disponibilidad de los apoyos del PASL en las comunidades beneficiarias.
- b) Obstáculos que impiden o podrían impedir la entrega de apoyos.
- c) Mencionar los posibles cambios en las necesidades de abasto de la Leche Liconsa a partir de la entrada del Programa de Descuento de Precios Diferenciados (PDPD).
- d) Mencionar si se han generado cambios en el abasto (mayor/menor/sin variación) de la cantidad de leche Liconsa para los beneficiarios ante la entrada del PDPD.

- e) Mencionar si se han generado cambios en el abasto (mayor/menor/sin variación) de la leche Liconsa en espera ante la entrada del PDPD.
- f) Mencionar si se han generado cambios en el abasto (mayor/menor/sin variación) de la leche Liconsa para la población no beneficiaria ante la entrada del PDPD.
- g) Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas.

4. Efectos en la operatividad de la Política de Precios Diferenciados

- k) Mencionar si se han generado variaciones en el retiro (mayor/menor/sin variaciones) de la leche Liconsa por parte de los hogares beneficiarios, a partir de la disminución en el precio, de acuerdo a los registros de entrega.
- l) Mencionar si se han generado variaciones en el retiro (mayor/menor/sin variaciones) de la leche Liconsa en espera, a partir de la disminución en el precio, de acuerdo a los registros de entrega.
- m) Mencionar si se han generado variaciones en el retiro (mayor/menor/sin variaciones) de la leche Liconsa por parte de la población no beneficiaria, a partir de la disminución en el precio, de acuerdo a los registros de entrega.
- n) Mencionar si a partir de la entrada del PDPD se han generado un mayor número de solicitudes por parte de la población para formar parte del Programa de Abasto de Leche Liconsa.
- o) Mencionar posibles cambios en la necesidad de apertura, reubicación o cierre de lecherías después de la entrada de la PDPD.
- p) Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas.

5. Opinión sobre la utilidad, beneficios o efectos del Programa para los beneficiarios

- a) Mencionar si Los beneficiarios, están informados de que existe una política de precios diferenciados que ha bajado el precio de la leche Liconsa.
- b) Mencionar si los beneficiarios perciben un ahorro gracias a la política de descuento de la leche Liconsa.
- c) Mencionar si los beneficiarios perciben un apoyo por parte de Liconsa gracias a la política de descuento de la leche Liconsa.
- d) Mencionar si se han generado mayores, menores o mantenido los retiros de la leche Liconsa a partir de la entrada en vigor de la política de los precios diferenciados.

6. Áreas de oportunidad, cuellos de botella y buenas prácticas del Programa en general

7. Comentarios Generales

10. Guía temática para entrevista a Tenderos responsables de Puntos de Distribución

Fecha: ____/____/2017

Entidad: _____ Inicio: _____ Término: _____

Entrevistador: _____

Objetivo: La entrevista busca recuperar la información que de primera mano tiene el actor responsable de la entrega de apoyos a beneficiarios (Tendero), en relación a los efectos que ha tenido la Política de Descuento con Precios Diferenciados (PDPD) de Liconsa a nivel local. Este instrumento pretende conocer cuál ha sido la dinámica y evaluación de la entrega de los apoyos luego de la baja del precio de la leche, además del por qué y cómo se ha desarrollado el abasto y la distribución ante la entrada de esta nueva estrategia de venta de leche Liconsa.

Presentación

Buenos días / tardes / noches. Mi nombre es (DAR NOMBRE Y PRIMER APELLIDO) y fui contratado por IDEA Consultores, empresa que está realizando un estudio sobre los precios y el consumo de leche de Liconsa, para generar información que permita mejorar la atención hacia las familias beneficiarias. Por lo anterior, mucho le agradecería responder esta breve entrevista para conocer algunos aspectos que permitirán obtener información para mejorar el programa. La entrevista tendrá una duración aproximada de 10-15 minutos, y sus respuestas serán tratadas de manera estrictamente confidencial, y sólo se utilizarán con fines de investigación. ¡Muchas gracias!

Presentación

Nombre Completo: _____

Edad: _____ años

Sexo: Hombre () Mujer ()

Antigüedad como responsable del Punto de Distribución: _____ años _____ meses

Temas a tratar

1. Distribución y Abasto de Leche Liconsa

- o) Tipos de Apoyo: Tipo de leche Liconsa que se oferta en el Punto de Distribución.
- p) Número de beneficiarios que se atienden en el Centro de Distribución de acuerdo al Padrón
- q) Periodicidad con la que le surten la leche Liconsa en el Punto.
- r) Volumen de litros/sobres que le hacen llegar en cada entrega.

- s) En la última entrega ¿le entregaron toda la dotación de leche para surtir la dotación completa a todos los beneficiarios que componen el Padrón?
 En caso de no haberla recibido completa ¿Cuáles fueron las razones por las que no le entregaron la dotación completa?
 ¿Con que frecuencia ocurre que no le entreguen la dotación completa de leche de acuerdo al Padrón de Beneficiarios?

2. Entrega de Leche Liconsa a Beneficiarios

- o) ¿Quién o quiénes acuden usualmente a la lechería o tienda a recoger su dotación de leche Liconsa?
 p) ¿Cuáles son los requisitos que solicita a los beneficiarios que acuden a recoger su dotación de Leche Liconsa?
 q) ¿Regularmente cada cuánto tiempo se entrega la dotación de la leche a los beneficiarios del Programa?
 r) En la última entrega ¿Todos los beneficiarios acudieron a recibir la dotación de Leche Liconsa a la que tienen derecho?
 En caso de que no todos acudieran ¿Cuáles considera que fueron las razones por las que no acudieron a recoger su dotación de Leche Liconsa?

3. Difusión del Programa

- j) ¿Le han proporcionado algún material que explique con claridad los beneficios de la Leche Liconsa?
 En caso afirmativo: ¿Qué tipo de materiales le proporcionaron? ¿Quién le proporciono estos materiales?
 k) ¿Se han desarrollado talleres o pláticas de difusión sobre los beneficios de la Leche Liconsa en el Punto de Distribución?
 En caso afirmativo: ¿Quién proporciono dichos talleres?

4. Cambios en el consumo a la entrada de la PDPD

- q) Antes de que el precio de la leche Liconsa disminuyera ¿Cuánto pagaban los beneficiarios por la presentación de la leche Liconsa que retiraban con su tarjeta?
 r) Antes de que el precio de la leche Liconsa disminuyera, ¿cuántos litros/sobres de leche le surtían en la tienda?
 s) Antes de que el precio de la leche Liconsa disminuyera, ¿Todos los beneficiarios acudían a retirar su dotación de leche?

En caso negativo ¿Por qué razón considera que no compraban toda su dotación de leche?

- t) Después de que el precio de la leche Liconsa disminuyera ¿Cuánto pagan los beneficiarios por la presentación de la leche Liconsa que retiraban con su tarjeta?
- u) Después de que el precio de la leche Liconsa disminuyera, ¿cuántos litros/sobres de leche le surten en la tienda?
- v) ¿Usted considera que a partir de disminución del precio de leche Liconsa, los beneficiarios acuden con mayor frecuencia a recoger la dotación de leche a la que tienen derecho?
- w) ¿Usted considera que a partir de la disminución del precio de leche Liconsa los beneficiarios retiran más leche de la que tienen derecho?

7. Comentarios Generales

11. Guía temática para Grupo de Enfoque con beneficiarios

Fecha: ____/____/2017

Entidad: _____ Inicio: _____ Término: _____

Entrevistador: _____

Objetivo: El grupo de enfoque busca recuperar información relativa a la posible modificación del consumo de Leche por parte de los beneficiarios luego de la aplicación de la Política de Descuento con Precios Diferenciados (PDPD) de Liconsa. Este instrumento pretende conocer cuál ha sido el comportamiento de los beneficiarios respecto a la baja del precio de la leche, además del por qué y el cómo han reaccionado ante la entrada de esta nueva estrategia de venta de la leche Liconsa. También proporciona información sobre sus percepciones y puntos de vista sobre las características del producto, la disponibilidad del mismo y utilidad del Programa.

Principales características del Grupo de Enfoque

El grupo de foco, es una entrevista realizada por un moderador capacitado a un pequeño grupo de encuestados (Beneficiarios en este caso), de una manera semiestructurada y natural; sus principales características son:

- El grupo de trabajo se compone de entre 8 y 12 personas.
- Se desarrolla en medio de una atmósfera relajada e informal que aliente comentarios espontáneos.
- El moderador debe establecer afinidad con los participantes y hacer que los comentarios avancen, e interrogar a los entrevistados para evocar sus conocimientos.
- Su duración en promedio es de 1.5 horas y 2 horas como máximo.
- El registro debe realizarse en audio y vídeo, para el posterior análisis de los hallazgos encontrados.

Se recomienda comenzar la dinámica con la presentación y el objetivo del estudio; de forma inmediata se realiza la presentación del moderador. Es importante mencionar a los participantes que, tanto los datos personales como la información, serán tratados de manera confidencial y con fines de análisis.

Después de la breve presentación, se desarrollarán uno a uno los temas de la guía; es importante que el moderador invite a la participación de todos los asistentes, mantenga el orden y regule los comentarios.

Presentación

Buenos días / tardes / noches. Mi nombre es (DAR NOMBRE Y PRIMER APELLIDO) y fui contratado por IDEA Consultores, empresa que está realizando un estudio sobre los precios y el consumo de leche de Liconsa, para generar información que permita mejorar la atención hacia las familias beneficiarias. Cabe señalar que, de acuerdo con la normatividad vigente, tanto la información personal como la que nos brinde

durante este proceso, será tratada de manera confidencial, y solo será utilizadas para fines de análisis y mejora. Agradecemos mucho por su tiempo y participación.

Temas a tratar

1. Información general del Programa en la entidad

- a. ¿Desde hace cuánto tiempo llegó el Programa de Abasto Social de Leche a su comunidad?
Año de inicio: _____
- b. Regularmente ¿Qué tipo de leche se encuentra disponible en el Centro de Distribución?
Describir las presentaciones: cantidad de polvo, cantidad de litros y empaque.
- c. ¿Cuántos sobre/litros de leche Liconsa tiene derecho a retirar, de acuerdo a su tarjeta? ¿Qué cantidad de Leche Liconsa, de acuerdo a la presentación que ofrece el Centro de Distribución, acostumbra retirar? ¿Le es suficiente la dotación de la tarjeta? ¿Suele comprar producto sobrante?
- d. En el último año, ¿ha registrado un aumento, disminución o ha permanecido la cantidad (especificar tipo de presentación) de leche Liconsa que compra?
- e. ¿Cuál es el precio que paga por (cada una de las presentaciones) la leche Liconsa al momento de retirar la dotación en el Centro de Distribución?
- f. ¿En los últimos años, ha cambiado el precio del tipo de leche Liconsa que retira? ¿Ha subido, bajado, permanecido? ¿Qué opinan sobre la variación de estos precios?

2. Difusión del Programa

- a. ¿Les han dado a conocer información sobre los beneficios de la leche Liconsa?
- b. ¿Han recibido información sobre el descuento en el precio de la leche Liconsa?
- c. ¿Quién se las dio a conocer?
- d. En caso de que así fuera, ¿qué tipo de actividades se han desarrollado (talleres, pláticas, etc.) de difusión y qué tipo de materiales se utilizaron (folletos, videos, presentaciones, etc.).
- e. Dentro de estas actividades, ¿les dieron a conocer el precio de la Leche Liconsa (de acuerdo a la presentación que surte el Centro de Distribución) en su localidad y el precio en el resto del país?
- f. La leche Liconsa (de acuerdo a las diferentes presentaciones), sabe usted si ¿mantiene el mismo precio en todo el país?

3. Abasto y Disponibilidad de apoyos del PASL

- a. ¿Con qué frecuencia acuden a los Centros de Distribución a recoger su dotación de leche Liconsa?

- b. ¿Les queda lejos o cerca el Centro de Distribución de leche Liconsa? ¿Cuánto tiempo tardan en llegar de su casa al Centro de Distribución?
- c. Cuando acuden a recoger su dotación de leche Liconsa, ¿siempre encuentran producto suficiente? ¿La mayor parte del tiempo? ¿En ocasiones? ¿Casi nunca?
- d. La dotación de leche Liconsa del Centro de Distribución, ¿alcanza para todos los beneficiarios? ¿Siempre, casi siempre, en ocasiones, nunca?
- e. ¿Suele comprar leche en espera? ¿Por qué la compra?
- f. ¿Tiene noticia de retiro/compra de la leche Liconsa por parte de no beneficiarios?
- l) ¿Qué tipos de leche compra?
 - Leche líquida ¿cuál presentación?
 - Leche en polvo ¿cuál presentación?
 - Varias presentaciones ¿cuáles?
 - Otros apoyos en polvo / ambas / otras.

4. Consumo de Leche Liconsa

- a. Antes de la aplicación de los descuentos, ¿retiraban toda la dotación a la que tenían derecho, de acuerdo a su tarjeta? ¿Siempre, casi siempre, a veces, nunca? ¿Les alcanzaba la dotación de leche Liconsa para toda su familia?
- b. Antes de la aplicación de los descuentos, ¿solían comprar leche sobrante en los Centros de Distribución?
- c. En este momento ustedes, ¿retiran toda la dotación de leche a la que tienen derecho? Indagar en las razones. ¿Les alcanza la dotación de leche Liconsa para toda su familia?
- d. En estos momentos, ¿compran leche sobrante en los Centros de Distribución?
- e. Después de la aplicación de los descuentos, ¿retira más leche, la misma cantidad o menos cantidad de leche? Indagar en las respuestas.
- f. Después de la aplicación de los descuentos, ¿compra más leche sobrante? ¿Siempre, casi siempre, a veces, nunca lo hace? ¿Les alcanza la dotación de leche Liconsa para toda su familia?
- g. En general ¿quién y cómo se consume le leche de su dotación en sus hogares?

5. Percepción cualitativa de la Leche Liconsa

- a. ¿Por qué compran ustedes leche Liconsa?
- b. ¿Les gusta el sabor, olor y la consistencia de la leche Liconsa? Especificar la presentación en caso afirmativo.
- c. ¿Les gusta la presentación de la leche Liconsa que compra en los Centros de Distribución?

- d. Comparada con otras leches ¿Qué tanto les gusta la leche Liconsa?
- e. Además de la leche Liconsa, ¿compran regularmente otras leches? ¿Cuáles? ¿Por qué?
- f. En alguna ocasión han dejado de retirar su dotación por: ¿qué no hay agua disponible para preparar la leche en polvo? ¿Por qué el Centro de Distribución ha permanecido cerrado sin aviso?
- g. En caso de consumir leche en polvo Liconsa, ¿es fácil preparar la leche en polvo? ¿qué tipo de agua utiliza? ¿De qué manera la preparan? Indagar sobre las respuestas.
- h. En esta localidad, ¿se sabe de casos en que los beneficiarios regalen o desperdicien la leche Liconsa?
- i. En esta localidad, ¿se sabe de casos en que los beneficiarios vendan la leche Liconsa?

6. En general, ¿cuál es su opinión sobre el Programa de Abasto Social de Leche?

7. Comentarios Generales

12. BITÁCORA DEL TRABAJO DE CAMPO CUANTITATIVO

Introducción: El Programa de Leche Abasto Social y los Objetivos de la Encuesta

Liconsa S.A. de C.V. (LICONSA) tiene a su cargo el Programa de Abasto Social de Leche (PASL) que tiene como objetivo contribuir al cumplimiento efectivo del derecho social a la alimentación.

Los beneficiarios de LICONSA tienen acceso a leche fortificada con precio subsidiado. Las reglas de operación establecen que los beneficiarios puede ser cualquier persona que viva debajo de la línea de bienestar económico entre ciertos grupos etarios que son: Niñas y niños de 6 meses a 12 años de edad; Mujeres y Hombres Adolescentes de 13 a 15 años; Mujeres en periodo de gestación o lactancia; Mujeres de 45 a 59 años; Personas con enfermedades crónicas y personas con discapacidad y Personas adultas de 60 y más años.

La leche LICONSA en el programa PASL tiene dos presentaciones: líquida (en bolsa de plástico con capacidad de 2 litros) y en polvo (en sobres con 240 gr. que sirven para preparar 2 litros de leche). En una lechería o punto de venta se entrega sólo una variedad de leche (líquida o en polvo) y con el mismo precio para los beneficiarios del programa.

En una familia puede haber hasta 6 beneficiarios y el promedio nacional es de 2 beneficiarios por hogar. El Programa (PASL) otorga por cada beneficiario del hogar una dotación semanal de 4 litros de leche fortificada y con alto valor nutricional, (está fortificada con hierro, zinc, ácido fólico y vitaminas A, C, D, B2 y B12), a un precio preferencial por litro y transfiere un margen de ahorro al hogar beneficiario.

Precios y Política y de Descuento

Durante 2016 y 2017, Liconsa ha implementado una Política de Descuentos con Precios Diferenciados (PDPD) en 300 de los municipios con menores valores en el Índice de Desarrollo Humano del año 2000. Esta política establece un precio de venta de 1 peso o 0 pesos por litro de leche con el fin de promover un incremento en el retiro de leche por hogar y en el consumo de los beneficiarios, mejorando así los resultados del PASL como instrumento de la política de desarrollo social

Mientras el precio de la leche comercial va de 13 a 20 pesos por litro, en el del programa de Abasto LICONSA la leche tiene cuatro precios según el nivel de subsidio que otorga:

- El precio más alto es de 5.50 pesos por litro u 11 pesos por sobre/bolsa (Población de Control)
- El segundo precio es de 4.50 pesos por litro o 9 pesos por sobre/bolsa (Población de Control)
- En ciertos municipios con mayor marginación la leche se vende en 1 peso por litro o 2 pesos por sobre/bolsa (Tratamiento 1 y 2)
- En los municipios más atrasados de Oaxaca los beneficiarios no pagan por la leche LICONSA por que reciben un subsidio adicional del gobierno del Estado (Tratamiento 3)

Objetivos y Población Objetivo

El objetivo general de la encuesta es valorar los cambios en el consumo de leche ante cambios en los precios, con mira a refinar la focalización de los precios diferenciados: Medir o estimar el efecto que tienen los precios con descuento / diferenciados en el retiro y el consumo de leche Liconsa en los beneficiarios El objetivo de esta medición es obtener conclusiones y proponer recomendaciones sobre la pertinencia, efectividad y focalización de la política de descuento por Precio Diferenciado.

El programa de Política de Descuento opera en 440 localidades en 300 municipios y otorga precios con descuento a 66,614 hogares beneficiarios en 14 estados como se enlista en la tabla 1.

Tabla 1. Beneficiarios y Puntos de venta con Precio Diferenciado por Entidad Federativa

ENTIDAD FEDE	LOCALIDADES	HOGARES BENEFICIARIOS
CHIAPAS	39	8,131
CHIHUAHUA	15	4,858
DURANGO	12	1,710
GUERRERO	64	8,699
HIDALGO	16	2,763
JALISCO	2	541
MICHOACAN DE C	6	1,696
NAYARIT	10	1,188
OAXACA	179	23,852
PUEBLA	46	7,098
SAN LUIS POTOSI	4	278
SONORA	1	75
VERACRUZ DE IGN	41	5,254
YUCATAN	5	471
Total general	440	66,614

Fuente: Elaboración IDEA Consultores

Para este estudio los beneficiarios en política de descuento se agruparán en tres según la combinación de precios que pagan por la leche Liconsa, la fecha en que empezaron a recibir el precio diferenciado y la entidad federativa como sigue:

1. Tratamiento 1: Los beneficiarios que pagan leche Liconsa a 1 peso el litro desde 2016 (151 municipios)
2. Tratamiento 2: Los beneficiarios que pagan leche Liconsa a 1 peso el litro desde 2017 (149 m)
3. Tratamiento 3: Los beneficiarios que pagan la leche a 0 pesos (sin costo) en Oaxaca

Además, el grupo de control o los beneficiarios que no reciben los precios diferenciados con descuento y esta es la población Testigo o de control:

4. Control: Los beneficiarios en los mismos estados que la muestra de tratamiento y que paguen los precios de 4.50 y 5.50 pesos por litro

Método de Recolección de Datos e Informante

Las entrevistas se levantaron cara a cara en los domicilios de los beneficiarios. Para la aplicación y captura de las entrevistas utilizamos tabletas electrónicas con la plataforma *SurveytoGo*. Esta solución posee las siguientes características:

1. Permite programar cuestionarios electrónicos que se visualizan en pantalla de tableta,
2. Registra de forma automática los datos de la entrevista como son coordenadas satelitales de aplicación, fecha y hora de inicio y terminación de la entrevista. Estos datos se compilan en tres sitios: en la base de datos general, en los archivos PDF de las pantallas de la entrevista y en el sistema de reporte y control de campo donde se pueden consultar en tiempo real.
3. Compilación de la base de datos. El sistema de entrevistas genera un ID para cada verificación y sus archivos adjuntos que va consolidando en una sola base de datos central que permite generar reportes. Una vez que un encuestador termina una entrevista el sistema automáticamente la transmite junto con sus anexos y todas las evidencias son inviolables.

Con este software Probabilística realiza en la oficina central un conjunto de funciones de seguimiento, supervisión y control administrativo:

1. Control por Encuestador. Reportes de productividad, horarios de trabajo, duración de aplicación y las coordenadas de ubicación que se reportan automáticamente.
2. Auditoría de Audios de las Entrevistas. Grabamos el 100% de las entrevistas y auditamos entre 10% y 25%

La selección de informantes en muestra se realizó en la oficina central con base en los listados proporcionados por Liconsa a noviembre de 2017. Estos listados contienen el nombre de los titulares de la tarjeta de dotación y los equipos de levantamiento hicieron la búsqueda de titulares en cada localidad en muestra.

Diseño Muestral y Tamaño de Muestra

El objetivo del diseño muestral es obtener una selección que permita un estudio observacional comparativo con validez interna (comparabilidad) para la estimación de efectos de la Política de Descuentos con Precio Diferenciado (PDPD) aplicada para el Programa de Abasto Social de Leche (PASL).

El estudio considera cuatro grupos de estudio, tres de tratamiento y un grupo de control como se describe a continuación:

Tratamiento:

1. Inicio del PDPD en 2016 sin considerar Oaxaca (precio de 1 peso por litro)
2. Inicio del PDPD en 2017 sin considerar Oaxaca (precio de 1 peso por litro)
3. PNPD en Oaxaca (precio de 0 pesos por litro)

Control:

4. PASL con precio de 4.50 y 5.50 pesos por litro

El levantamiento de la información de los grupos de tratamiento se realizó en los domicilios de los beneficiarios, tomando como marco de muestreo el listado de Liconsa dentro de los 300 municipios

seleccionados para aplicar la PDPD. En este listado hay 440 puntos de venta en el programa de precio diferenciado en 440 localidades diferentes

Se utilizará el Índice de Marginación de CONAPO categorizado en 5 grados de marginación, como criterio de estratificación inicial para los tres grupos de tratamiento. La distribución del número de puntos de venta del listado de Liconsá, clasificados por el grado de marginación se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Puntos de venta – Localidades con Precio Diferenciado por grado de marginación

Grado de marginación	Grupos de tratamiento				Porcentaje del total
	1. Inicio 2016	2. Inicio 2017	3. Oaxaca	Total	
Muy alto	32	7	18	57	13.0%
Alto	133	71	161	365	83.0%
Medio	1	11		12	2.7%
Bajo	1	5		6	1.4%
Total	167	94	179	440	100%

Fuente: Elaboración IDEA Consultores

Como se puede observar, el 96% de los puntos de venta se encuentran en los grados de marginación alto y muy alto. Mientras que en medio y bajo apenas se concentra el 4% restante y el grado muy bajo no está considerado en el PDPD.

Por el otro lado, la distribución por grado de marginación del total de puntos de venta o localidades PASL muestra que los grados de marginación alto y muy alto solo concentran el 37.1% de los puntos de venta.

Entonces para la muestra de los grupos de control se seleccionaron los puntos de venta o localidades dentro de los estratos de marginación que hay en la muestra de tratamiento (alto y muy alto). Es decir, se seleccionaron localidades para replicar la distribución según el índice de marginación CONAPO. Se realizó un emparejamiento a priori, seleccionando los puntos de venta de los grupos de control con el índice de marginación, el número de beneficiarios, el tamaño de la localidad y de preferencia dentro de las mismas entidades como criterios de similitud.

La muestra total es 3 mil selecciones o beneficiarios en listado para obtener de 2,400 a 2,600 entrevistas efectivas según la tasa de no-respuesta final. En cada punto de venta o localidad buscamos obtener 24 entrevistas efectivas y en total vamos a 100 localidades que se distribuyen según los 4 grupos de estudio como sigue:

Tabla 3. Selección de Beneficiarios y Puntos de venta en Muestra

Grupo de Estudio según Precio de Leche LICONSA		Precio Venta	Selecciones de Beneficiarios	Localidades en muestra
1	Municipios de la primera etapa (PDPD 2016)	\$1 peso	600	20
2	Municipios de la segunda etapa (PDPD 2017)	\$1 peso	600	20
3	Municipios de Oaxaca con PDPD	\$0 pesos	600	20
4	Población Control	\$4.50 y 5.50	1,200	40
TOTAL			3,000	100

Cobertura y Sustituciones

Dos sismos afectaron al país en septiembre de 2017. El primer sismo afectó localidades en muestra en Oaxaca y Chiapas (7 de septiembre). El segundo en Morelos, Ciudad de México y Estado de México (19 de septiembre).

Debido a los efectos de los dos sismos y para evitar sustituciones el marco muestral o listado de puntos de venta se construyó excluyendo las localidades afectadas considerablemente por los sismos ya que sus habitantes estaban en situación precaria porque perdieron o sufrieron daños en sus viviendas o bien las localidades se quedaron sin acceso (como algunas localidades en Juchitán). Las localidades excluidas son las que aparecían en el reporte de daños de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Territorial el 16 de octubre en la siguiente liga: <http://transparencia.sedatu.gob.mx/censoViviendas.php>

Además, dejamos fuera de cobertura/listado para selección varias localidades de Guerrero, principalmente las de montaña o las asociadas con problemas severos de seguridad por narcotráfico.

Prueba Piloto

Se realizó una prueba piloto del 23 al 26 de noviembre de 2017. El objetivo fue evaluar el cuestionario, su programación en tabletas y los procedimientos de trabajo de campo. Se visitaron en sus domicilios beneficiarios del programa LICONSA que están asignados a dos puntos de venta.

Los puntos de venta son los siguientes:

Nombre/Localidad	Clave	Municipio	Estado
Berriozábal	711007300	Berriozábal	Chiapas
Zinacantan	711110100	Zinacantan	Chiapas

Fuente: Elaboración IDEA Consultores

Se realizaron un total de 43 entrevistas efectivas en el domicilio de los beneficiarios.

Los hallazgos más importantes de Zinacantan de la prueba piloto para los procedimientos de campo son:

- Encontramos leche en varias presentaciones que nos llevaron a cambiar el cuestionario y las instrucciones de levantamiento.
- La población entrevistada es indígena de la etnia Chamula. Encontramos lo que esperábamos en la mayoría de las localidades de tratamiento: esperamos entrevistar población indígena y requerimos de traducción. La duración del cuestionario con traducción en esta localidad llegó hasta 55 minutos. Esto nos llevó a ajustar la programación del calendario con más equipos/personal de campo para asegurar que podemos levantar todas las entrevistas a tiempo a pesar de que sean más largas.

También nos llevó a establecer un procedimiento en campo para obtener un traductor con menos posibilidades de sesgo y buscar algún profesor o personal del centro de salud. También decidimos iniciar el recorrido en la localidad visitando la presidencia municipal por la posible administración de usos y costumbres en localidades indígenas.

- La población entrevistada son beneficiarios de varios programas sociales y algunos reciben leche de hasta tres programas sociales que son DIF (Desayunos Escolares sin costo), LICONSA y PROSPERA.

Los siguientes son los resultados por contacto o domicilio en listado:

RESULTADO FINAL VISITAS Número de domicilios/beneficiarios en muestra	Berríozábal		Zinacantán		Total	
	Domicilios Beneficiarios	%	Domicilios Beneficiarios	%	Domicilios Beneficiarios	%
TOTAL DOMICILIOS	49	100%	49	100%	98	100%
CAMBIOS/PROBLEMAS DE LISTADO	21	43%	19	39%	40	41%
1. Domicilio Incompleto/No existe	13	27%	13	27%		
2. Beneficiario Fallecido	1	2%	0	0%	1	1%
3.- Domicilio de otro (amigo/familiar/desconocido)	6	12%	0	0%	6	6%
5. Ya no usan/no tienen tarjeta o programa de leche	1	2%	6	12%	7	7%
NO RESPUESTA	4	8%	11	22%	15	15%
6.- Nadie en casa después de dos regresos	1	2%	5	10%	6	6%
7. Informante inadecuado/fuera de localidad	2	4%	0		2	2%
8. Rechazo	0	0%	2	4%	2	2%
9.- Contacto Sin Informante presente en la Vivienda después de dos regresos	1	2%	4	8%	5	5%
ENTREVISTA EFECTIVA	24	49%	19	39%	43	44%

Fuente: Elaboración IDEA Consultores

Como el levantamiento debe hacerse muy rápido estos resultados nos llevan a tomar las siguientes decisiones:

1. La no-respuesta se considera en 25% y el listado base que entreguemos a campo tendrá 30 contactos
2. La verificación de domicilios (limpieza incompletos, visita en Google Maps cuando existan mapas) antes de salir a campo
3. Preparamos un listado adicional de selecciones de beneficiarios para sustituir los problemas de listado con 15 contactos
4. En casos como el de Xianacantán donde no hay un encargado de punto de venta y tenemos 40% de las selecciones perdidas porque no se encuentran/no existen muchos domicilios o muchos beneficiarios no usan/no tienen tarjeta del programa permitimos que se busquen beneficiarios preguntando por ellos.

Capacitación

Se realizaron tres eventos de capacitación para el personal de campo en dos niveles, el primero en la Ciudad de México y después dos capacitaciones regionales en Oaxaca, Oax. y en Guadalajara, Jal.

Cada evento tuvo una duración aproximada de 8 a 10 horas y se cubrieron los siguientes temas:

- Descripción de la encuesta y sus Objetivos,

- Programa de Abasto Social de Leche, Política de Precios Diferenciados, Conceptos y Forma de Operación
- Diseño muestral y muestra,
- Protocolo de Campo,
- Técnicas para realizar la entrevista,
- Instrucciones para el manejo del software de aplicación (*SurveytoGo*),
- Revisión del instrumento y prácticas de aplicación del cuestionario.

Capacitación Primer Nivel

La primera capacitación se realizó en la Ciudad de México.

En esta capacitación nos acompañó personal de SEDESOL y Liconsa

Capacitación Segundo Nivel

Después de la capacitación central se realizaron dos capacitaciones subsecuentes, la primera fue para el personal de la zona Sur en la ciudad de Oaxaca, Oax. y la segunda para el personal que trabajó en la región Norte y se capacitó en la ciudad de Guadalajara, Jal.

Para la capacitación se elaboró un Manual que fue revisado por los participantes del proyecto. Este Manual se siguió como guía durante todos los eventos de capacitación.

Las capacitaciones regionales fueron guiadas por el coordinador general de campo que había participado antes en la coordinación central en la ciudad de México.

Auditoría de Campo

En la oficina central realizamos auditoría de audios, mapas y rutas de trabajo por equipos especializados. El objetivo de la auditoría es dar certeza sobre los datos recabados al verificar que las entrevistas se apegan a la metodología establecida en el Manual y los estándares de calidad (filtros, veracidad, captura de respuestas, etc.). Para ello usamos una auditoría exhaustiva con dos componentes, uno aleatorio y otro guiado por las mismas estadísticas de levantamiento. Además seguimos políticas y lineamientos para garantizar esta calidad y si hay audios con problemas de aplicación auditamos o cancelamos el 100% de las entrevistas. En total en esta encuesta auditamos 391 entrevistas a través de sus audios y PDFs.

Levantamiento de Información en Campo

El trabajo de campo se realizó del 3 al 26 de diciembre de 2017.

Con el objetivo de tener al menos 2 días en cada lechería en muestra se definieron equipos de trabajo pequeños. En el levantamiento de la información trabajaron **21** equipos con 2 a 3 personas en campo.

En total en el levantamiento trabajaron en campo de 46 personas. Los equipos de levantamiento llevaron listados depurados y mapas para que planearan sus recorridos en las zonas urbanas a partir del tercer día de trabajo. En las localidades rurales no se prepararon materiales porque en la mayoría de los casos no existen mapas, fotos ni direcciones y porque en estas localidades no tienen las mismas dificultades que en las urbanas.

El trabajo de campo se dividió en 6 grupos que fueron básicamente entidades federativas ya que hubo sólo 7 entidades en muestra.

En general el trabajo de campo fluyó regularmente porque se hizo trabajo previo en oficina de ubicación cartográfica, revisión de rutas y en la construcción del marco muestral – cobertura. Aun así hubo dos localidades con problemas importantes y son las siguientes:

Cuadro 5: Puntos de Venta o Localidades sin Entrevistas

Entidad	Clave	Municipio	Localidad	Observaciones
Oaxaca	2046610800 DICONSA	SANTIAGO IXTAYUTLA	EL FRUTILLO	No se permitió trabajar ya que es una zona con conflictos territoriales y políticos. Está pegada a Santiago Amoltepec en donde nunca han dejado entrar a ninguna dependencia ya se gubernamental o privada y el equipo se regresó en conjunto con la caravana de salud que de igual forma no los dejaron entrar a trabajar. Reciben la leche de la siguiente manera: entra el camión a Santiago Amoltepec y ahí los policías o guardias los escoltan, descargan y la población se reparte la leche. La promotora de Liconsa nunca ha logrado entrar a El Frutillo. Por comentarios del pueblo vecino ellos se dedican a sembrar marihuana y por esto mismo desde la entrada esta resguardada por hombres armados. Esta Lechería se sustituyó y se levantó en la localidad de San Lucas Quiavini, con clave de lechería 2023310100.
CHIAPAS	702610300 DICONSA	CHENALHO	CHENALHO	Al salir de Chenalhó detuvieron a margarita Algarín García y María Elena Burguete Hernández, se las llevaron al municipio de Oxchuc y las detuvieron, les quitaron toda la información en la tableta (borrado de datos y desinstalación de software). Este municipio tiene conflictos políticos y parte de la población mantiene sitiado el municipio, están quemando camiones y también quemaron la vivienda de la presidenta municipal. Pensamos que linchaban a nuestras compañeras y como se perdieron los datos de 20+ entrevistas la lechería se sustituyó y se levantó en la localidad de Salvador Urbina, clave de lechería 0711032800

CHIAPAS	706411100 DICONSA	OXCHUC	MESBILJA	Chenalhó es municipio de Oxchuc. No se levantó por los conflictos políticos que hay en la zona.
---------	----------------------	--------	----------	---

Errores de Listado, No Respuesta y Contactos Utilizados

En total se usaron 3,422 contactos de beneficiarios con la siguiente distribución.

Cuadros 7: Resumen de Contactos Utilizados para Levantamiento

Estado Final Contacto después hasta 3 visitas	Total contactos	% de contactos	% de efectivas +no respuesta
PROBLEMAS EN LISTADO	457	13%	
Domicilio incompleto/no existe	249	7%	
Beneficiario fallecido	16	0%	
Domicilio de otro	54	2%	
Vivienda deshabitada	57	2%	
Ya no usan/no tienen tarjeta o programa	81	2%	
NO RESPUESTA	653	19%	22%
Nadie en casa después de 2 regresos	438	13%	15%
Informante inadecuado/fuera de localidad	101	3%	3%
Rechazo	47	1%	2%
Contacto sin informante presente en vivienda c	67	2%	2%
ENTREVISTAS ECTIVAS	2,312	68%	78%
TOTAL CONTACTOS	3,422	100%	115%

Como se observa la no respuesta sin contar los problemas de listado fue de 22% y los problemas de listado sobre el total de contactos representaron 13% del total de contactos utilizados.

Cuadro 8: Contactos Utilizados por Localidad – Punto de Venta

ENTIDAD	Localidad	Clave Lechería	Domicilio incompleto / no existe	Beneficiario fallecido	Domicilio de otro	Vivienda deshabitada	Ya no usan tarjeta - programa	Total problemas Listado	Nadie en casa (3 visitas)	Informante inadecuado/ fuera	Rechazo	Contacto sin informante	Total NO RES-PUESTA	EFFECTIVAS	Total Contactos
CHIAPAS	NICOLÁS RUÍZ	705810100		1		1		2		12	2	2	16	25	43
	NUEVA PALESTINA	711016800	1	2	1			4	1	13		4	18	24	46
	NUEVA INDEPENDENCIA	705713300		2				2					0	24	26
	RIVERA EL VIEJO CARMEN	703310300	1		3		3	7		7			7	24	38
	LOMA BONITA	711510300						0					0	24	24
	OCOTEPEC	706010100						0					0	24	24
	AMATENANGO DEL VALLE	700710200	1				8	9	3	20	4		27	24	60
	PANTEPEC	706710200						0					0	24	24
	SAN LUCAS	711070100	1	1				2	6	5	1		12	23	37
	SALVADOR URBINA	711032800						0					0	23	23
	EL MANGUITO	709712900						0		7			7	21	28
	CANTÓN RANCHO NUEVO	704011200						0					0	19	19
	PAVENCUL	708916900						0					0	15	15
	UNIÓN BUENAVISTA	703010800						0					0	14	14
NACHIG	711110400	1		1	1		3	2	14			16	5	24	
GUERRERO	TULIMAN	1203410100	1	1	3		1	6	12	1			13	25	44
	CABEZA DE ARROYO NUEVO	1207110300	2	1	3	1	1	8	2		1		3	24	35
	ZITLALA	1207410300	3			2		5	5				5	24	34
	ITIA ZUTI	1204310300			3			3	6				6	23	32
HIDALGO	TEPEHUACÁN DE GUERRERO	1306210100		1			7	8	2				2	26	36
	PUERTO DE NARANJOS	1304010100	2				1	3	6				6	26	35
	SANTA MARÍA MACUA	1318002700	6	1	1	2		10	5				5	24	39
	TLAXCALILLA	1302910100	1					1	12		1		13	24	38
	XILOCUATITLA (EL PUERTO)	1307110600	9		1	1	1	12		2		1	3	24	39
	HUEHUETLA	1302710300	5	1		1	2	9	4		1		5	24	38
	EL OCOTAL	1302710700	1				1	2	4				4	24	30
	ACOXCATLÁN	1306210600						0	4	1			5	24	29
MECATLÁN	1308010300	2				2	4					0	23	27	
MICHOACÁN DE OCAMPO	NOCUPETARO DE MORELOS	1613004300			10		10	9				9	24	43	

ENTIDAD	Localidad	Clave Lechería	Domicilio incompleto / no existe	Beneficiario fallecido	Domicilio de otro	Vivienda deshabitada	Ya no usan tarjeta - programa	Total problemas Listado	Nadie en casa (3 visitas)	Informante inadecuado/ fuera	Rechazo	Contacto sin informante	Total NO RES-PUESTA	EFECTIVAS	Total Contactos	
OAXACA	ENCINAL COLORADO	2019810500						0	3	3			6	24	30	
	SAN BARTOLOMÉ AYUTLA	2011610100						0	4	2		1	7	24	31	
	SAN MATEO RIO HONDO	2025410200						0					0	25	25	
	SAN JOSÉ LACHIGUIRI	2017010300						0					0	25	25	
	XOCHITONALCO	2004110500						0	6	3		5	14	24	38	
	YAXE	2056110200						0	8			5	13	24	37	
	LOS OCOTES	2012036000						0					0	24	24	
	SAN PEDRO APOSTOL	2030110100			3			8	11	2			2	24	37	
	SANTA MARTA CHICHIHU	2002810500			1				1	6	3		1	10	24	35
	SAN JUAN TEITIPAC	2021910100						4	4	2		2	4	24	32	
	CERRO DE AIRE	2052610100		5				4	9	2		1	3	24	36	
	PIEDRA BLANCA	2019811100		8					8				0	24	32	
	GUERRERO	2037710700		1	1				2	9			9	24	35	
	SANTA MARÍA MAGDALEN	2052610200		9					9	1			1	24	34	
	EL CAMALOTE	2036410200		14					14	3		1	4	24	42	
	SANTA ANA	2019811200		5		1		1	7	1		1	2	24	33	
	RÍO SANTIAGO	2004110600							0				0	24	24	
	SAN MARTÍN PERAS	2024210400		7				1	8				0	24	32	
	HUAUTEPEC	2004010200							0	2	1	1	5	24	29	
	SAN MIGUEL TLACOTEPEC	2012017200		3					3	4			4	24	31	
	SANTA LUCÍA MONTEVER	2039210100		3		2		2	7	14			14	24	45	
	SAN JORGE NUCHITA	2016410300		3			2		5	1	1		2	24	31	
	SAN JOSÉ MONTEVERDE	2010510300		2	1				3	3			3	24	30	
	SANTA MARÍA PEÑALES	2042610100							0				0	24	24	
	SAN PEDRO ATOYAC	2030210300			2				2				0	24	26	
	SANTA MARÍA OZOLOTEP	2042410200							0				0	24	24	
	EL CARMEN	2038810100				4		1	5				0	24	29	
	SAN MIGUEL QUETZALTE	2027510200							0	8			8	24	32	
	SAN ANDRÉS ZABACHE	2010110200						2	2	5			5	24	31	
	SAN JUAN DIUXI	2019510200							0	6			6	24	30	
	BUENA VISTA	2049410500							0				0	24	24	
	SANTA CRUZ ACATEPEC	2037410200							0	8		4	12	24	36	
	SAN LUCAS QUIAVINI	2023310100							0				0	24	24	
SAN ISIDRO DEL PALMAR	2043910300							0				0	23	23		
COXCATEPEC	2052910100					1		1				1	21	24		
SAN ILDEFONSO SOLA	2015510100		35		4		2	41				5	20	66		
SAN JOSÉ DEL PROGRESO	2012032600							0				0	5	5		
PUEBLA	ATZIZINTLA	2102310100						0	13			2	15	25	40	
	RAFAEL J. GARCÍA	2106810400					1	1	8			1	9	25	35	
	TLACOTEPEC DE PORFIR	2114510200		4		1		5	9			2	11	25	41	
	SAN JUAN CUAUHTÉMOC	2118010900				1		1	2				6	24	32	
	SAN MIGUEL TENEXTATIL	2121210300				1		4	5		4	5	18	24	47	
	SAN PEDRO CUAYUCA	2104210100						0	33				33	24	57	
	TUXTLA	2121010400						2	2	14	2		6	22	24	48
	JOPALA	2108910200						1	1	11			2	13	24	38
	HUEHUETLA	2130002000						3	3	12				12	24	39
	TAPAYULA	2102810100						1	1	7			4	11	24	36
	ACAXTLAHUACÁN DE ALE	2101110100		2					2				0	24	26	
	GONZÁLEZ ORTEGA	2109310100		1		1			2	10		1	2	13	24	39
	TLAPACOYA	2118410200							2	2	18		5	23	24	49
	SAN FELIPE TEPEMAXALC	2116510100						1	1	22				22	24	47
	AMIXTLÁN	2101410100							2	4	16		6	22	24	50
	ACTEOPAN	2100510100		2					2				0	24	26	
	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE	OCHUAPAN	3002410200						0					0	22	22
JALCOMULCO		3008810300	14			3	3	20	2		2	4	26	50		
EL VOLADOR		3012412300	4		2		4	10	4			4	25	39		
ADOLFO RUÍZ CORTINES		3012411500			3	1		4	7		8	1	16	25	45	
NICANOR ESPEJO		3011002400	40					53	7				7	25	85	
IXHUATLANCILLO		3008110200						0	16				16	24	40	
TEHUIPANGO		3015910500	9		1	2	1	13			10		10	24	47	
TEQUILA		3016810200	12					9	21	3			3	24	48	
LOS REYES		3013710200	10			1	8	19	7				7	24	50	
CERRO GRANDE		3006710200						0					0	24	24	
RANCHO ALEGRE		3010310300						0	2				2	24	26	
ZACATLA		3004710500	5				3		8	8			8	24	40	
XOCOTLA		3004710200	5				5	1	11	3		4	7	24	42	
TONAYAN		3018710100	9						9	9		7	16	24	49	
PROGRESO DE ZARAGOZ	3003710200			1		1	2	4				0	24	24		
MECATLÁN	3011001700							0				0	24	24		
TLACOTEPEC DE MEJÍA	3017910100							0				0	23	23		
TOTAL			249	16	54	57	81	457	438	101	47	67	653	2312	3422	
			7%	0%	2%	2%	2%	13%	13%	3%	1%	2%	19%	68%	100%	

Incidencias

A continuación, presentamos cuadros descriptivos con las incidencias por localidad/punto de venta que pueden ser problemas de campo, problemas en listado o tasas de no respuesta elevadas y los motivos que las explican en la columna de observaciones.

Las observaciones son útiles para entender cómo funciona el programa de 300 municipios ya que hay localidades donde no hay lechería (llevan la leche en camión cuando va Progresá), lecherías donde inscriben a habitantes de otras localidades, etc.

1. Chiapas

Clave punto venta	Entidad	Municipio	Localidad	Tipo P de venta	Observaciones
703310300	CHIAPAS	FRANCISCO LEON	RIVERA EL VIEJO CARMEN	DICONSA	Sin problemas.
706010100	CHIAPAS	OCOTEPEC	OCOTEPEC	DICONSA	Sin problemas.
706710200	CHIAPAS	PANTEPEC	PANTEPEC	DICONSA	Se atrasó el equipo en productividad debido a los apoyos de reserva que se están entregando en el municipio y no se encontró a las titulares en casa.
702610300	CHIAPAS	CHENALHO	CHENALHO	DICONSA	Al salir de Chenalhó detuvieron a margarita Algarín García y María Elena Burguete Hernández, se las llevaron al municipio de Oxchuc y las detuvieron, les quitaron toda la información en la tableta (borrado de datos y desinstalación de software). Este municipio tiene conflictos políticos y parte de la población mantiene sitiado el municipio, están quemando camiones y también quemaron la vivienda de la presidenta municipal. Pensamos que linchaban a nuestras compañeras y como se perdieron los datos de 20+ entrevistas la lechería se sustituyó y se levantó en la localidad de Salvador Urbina, clave de lechería 0711032800.
711110400	CHIAPAS	ZINACANTAN	NACHIG	DICONSA	La gente de esta zona no habla nada de español y se contrató a un traductor de la localidad, pero tampoco así las personas quieren contestar solo se esconden no atienden aun llevando a alguien de su misma localidad, se acudió con la persona de la lechería y ella comento que como ya no van a traer su leche ella se las vende a quien ella quiera. Solo se lograron 12 entrevistas efectivas. En la zona las direcciones están mal referenciadas, y no hay nomenclatura en la localidad.
706411100	CHIAPAS	OXCHUC	MESBILJA	DICONSA	Chenalhó es municipio de Oxchuc. No se levantó por los conflictos políticos que hay en la zona.
700710200	CHIAPAS	AMATENANGO DEL VALLE	AMATENANGO DEL VALLE	DICONSA	La encargada de la leche en conjunto con el comité de Prospera le pidieron al equipo que se retirara ya que es la fiesta del pueblo y debido a esto hay feria solo se lograron obtener 6 entrevistas efectivas les dijeron que si querían trabajar que regresaran después del 20 de diciembre, posteriormente se regresa y en su mayoría las titulares ya no usan el programa.
711070100	CHIAPAS	SAN LUCAS	SAN LUCAS	DISTRIBUCIÓN	Los pobladores están en huelga, se desconoce el motivo. Como también mantienen bloqueada las entradas y salidas del municipio ya que hubo un accidente en la periferia de esta localidad.
703010800	CHIAPAS	CHICOMUSELO	UNION BUENAVISTA	DICONSA	Se presenta un incidente el segundo día del levantamiento en la localidad asaltan al encuestador y supervisor, los agarran por 4 horas 30 min y los sueltan hasta que la policía los va a rescatar lo cual investigan y dicen que no son personas de este poblado, son de fuera. Motivo por el cual solo se logran levantar 12 entrevistas.
705810100	CHIAPAS	NICOLAS RUIZ	NICOLAS RUIZ	DISTRIBUCIÓN	Sin problemas.
711016800	CHIAPAS	ANGEL ALBINO CORZO	NUEVA PALESTINA	DICONSA	Sin problemas

709712900	CHIAPAS	TONALA	EL MANGUITO	DICONSA	Esta localidad está pegada a la frontera y hay muchas personas que solo están de paso se agotó el primer listado de 50 contactos donde se obtienen 19 entrevistas efectivas, posteriormente se nos manda un último listado extra en donde se completa la cuota.
704011200	CHIAPAS	HUIXTLA	CANTON RANCHO NUEVO	DICONSA	Sin problemas
708916900	CHIAPAS	TAPACHULA	PAVENCUL	DICONSA	En esta localidad hay muchos titulares que ya se fueron a trabajar a Estados Unidos y también algunos que ya no usan el programa de leche. Solo se logra obtener 23 entrevistas efectivas.
705713300	CHIAPAS	MOTOZINTLA	NVA INDEPENDENCIA	DICONSA	Sin problemas.
711510300	CHIAPAS	MARAVILLA TENEJAPA	LOMA BONITA	DICONSA	Sin problemas.

2. Oaxaca

Clave punto venta	Entidad	Municipio	Localidad	Tipo P de venta	Observaciones
2021910100	OAXACA	SAN JUAN TEITIPAC	SAN JUAN TEITIPAC	DISTRIBUCIÓN	Hubo muchas actualizaciones, es decir cambios de domicilio.
2030110100	OAXACA	SAN PEDRO APOSTOL	SAN PEDRO APOSTOL	DICONSA	Hubo muchas titulares que ya no ocupan su tarjeta debido a que les hizo daño la leche. La población si nos dio la entrevista, solo que la gente fue bastante grosera con nuestro equipo de investigadores.
2027510200	OAXACA	SAN MIGUEL QUETZALTEPEC	SAN MIGUEL QUETZALTEPEC	DICONSA	Tienen pleito con una comunidad vecina y no dejan entrar a personas que van a Quetzaltepec por lo tanto el equipo tuvo que mentir para poder entrar a la localidad.
2019810500	OAXACA	SAN JUAN GUICHICOVIL	ENCINAL COLORADO	DICONSA	La mayoría de la población habla dialecto, se utilizó traductor
2019811100	OAXACA	SAN JUAN GUICHICOVIL	PIEDRA BLANCA	DICONSA	El primer día que se trabajó la localidad había junta de prospera, esta localidad fue muy afectada por el sismo, las familias viven en carpas o bien viven con sus familias. Por lo tanto no tienen cuartos o casa.
2019811200	OAXACA	SAN JUAN GUICHICOVIL	SANTA ANA	DICONSA	La mayoría de la población habla dialecto, se utilizó traductor.
2056110200	OAXACA	YAXE	YAXE	DICONSA	Sin problemas.
2049410500	OAXACA	SANTIAGO TLAZOYALT EPEC	BUENA VISTA	DICONSA	95 % de la población habla dialecto, se utilizó traductor.
2042610100	OAXACA	SANTA MARIA PEÑOLES	SANTA MARIA PEÑOLES	DICONSA	Hubo algunas entrevistas en las que se utilizó traductor debido a que las titulares no hablan español
2038810100	OAXACA	SANTA INES DEL MONTE	EL CARMEN	DICONSA	La mayor parte del listado que se traía no eran de la localidad el Carmen eran ranchos pertenecientes a él Carmen.
2011610100	OAXACA	SAN BARTOLOME AYAUTLA	SAN BARTOLOME AYAUTLA		Cuando se realizó el levantamiento estaba lloviendo en la localidad, la población habla un 90% de dialecto motivo por el que se utilizó traductor.
2004010200	OAXACA	HUAUTEPEC	HUAUTEPEC	DICONSA	95% de la localidad habla dialecto motivo por el cual en su mayoría de las entrevistas se utilizó traductor.
2004110600	OAXACA	HUAUTLA DE JIMENEZ	RIO SANTIAGO	DICONSA	No se logró aplicar la encuesta de tenderos ya que el encargado que entrega la leche salió fuera de la localidad y no saben cuándo regresa, la lechería se encontró cerrada.
2004110500	OAXACA	HUAUTLA DE JIMENEZ	XOCHITONAL CO	DICONSA	En esta localidad se habla en un 95% dialecto motivo por el cual en su mayoría de la entrevista se utilizó traductor o bien contesto la persona que también va a traer la leche del titular.
2037410200	OAXACA	SANTA CRUZ ACATEPEC	SANTA CRUZ ACATEPEC	DICONSA	En esta localidad se habla mucho dialecto, motivo por el cual se utilizó traductor.
2012036000	OAXACA	HEROICA CD DE EJUTLA DE CRESPO	LOS OCOTES	DICONSA	Sin problemas.
2002810500	OAXACA	HEROICA CD DE EJUTLA DE CRESPO	SANTA MARTA CHICHIHUALTEPEC	DICONSA	La mayoría de las titulares cuando se pasó a realizar la visita se fueron a la fiesta del cerrito.

2017010300	OAXACA	SAN JOSE LACHIGUIRI	SAN JOSE LACHIGUIRI	DICONSA	En algunas encuestas la titular si entendía el español, pero no sabe hablarlo y sus familiares ayudaron a traducir o bien proporcionar la respuesta.
2025410200	OAXACA	SAN MATEO RIO HONDO	SAN MATEO RIO HONDO	DICONSA	Sin problemas.
2042410200	OAXACA	SANTA MARIA OZOLOTEPEC	SANTA MARIA OZOLOTEPEC	DICONSA	En esta localidad cuando se visitó se encontraban de fiesta por lo del 12 de diciembre y se la llevan por varios días, el Presidente municipal nos ayudó llamándolas a la presidencia a 6 titulares para completar nuestra cuota ya que nadie nos atendía por las fiestas y si no se hacía esto después ya no se podía debido a que se ingiere bebidas alcohólicas.
2043910300	OAXACA	SANTA MARIA TONAMECA	SAN ISIDRO DEL PALMAR	DICONSA	En la colonia la laguna la señora Primitiva Alvarado se hizo responsable de llevar la leche de la tienda Liconsa a la colonia la laguna y ya tiene 6 meses que no les avisa de la leche y obviamente tampoco cuentan con tarjeta, se le pregunto a la encargada de la tienda Diconsa si había estado llegando la leche, ella informa que todos los meses ha estado llegando la leche como se tiene indicado y según ella se les ha entregado a todas las personas pero las titulares dicen que ya tiene 6 meses que no les ha llegado.
2010110200	OAXACA	SAN ANDRES ZABACHE	SAN ANDRES ZABACHE	DICONSA	Se cerró la localidad en 3 días debido a que se nos descompuso una tableta, no se logró aplicar la encuesta de tenderos porque el encargado de la lechería Liconsa salió fuera de la localidad, solicitando un permiso con el Presidente municipal.
2015510100	OAXACA	SAN ILDEFONSO SOLA	SAN ILDEFONSO SOLA	DICONSA	Por la mañana se levantó la encuesta con la encargada de Liconsa y ella me comento que cuando se escuchó el anuncio de que la leche iba a ser gratis mucha gente se anotó de otros pueblos y no dieron su dirección bien antes de que la leche fuera regalada el padrón era de 50 a 60 ahora es de 160 a 170, hay muchos domicilios que se traen como San Ildelfonso Sola comento la encargada de Liconsa que son de otros pueblos pero no se obtuvo la dirección exacta ya que este municipio es muy grande y tiene muchos ranchos.
2036410200	OAXACA	SANTA CATARINA JUQUILA	EL CAMALOTE	DICONSA	La mayoría de las titulares que traíamos en el listado no son de El Camalote, son puros ranchos y esto se deriva a que su apoyo de Prospera les salió en El Camalote y como de Prospera las obligan a inscribirse a Liconsa por eso están así, pero no viven ahí.
2052610100	OAXACA	SANTOS REYES NOPALA	CERRO DE AIRE	DICONSA	En su mayoría los domicilios registrados como Cerro de Aire no son de ahí son de ranchos que pertenecen a ese municipio.
2052610200	OAXACA	SANTOS REYES NOPALA	SANTA MARIA MAGDALENA TILTEPEC	DICONSA	El encargado de la leche Liconsa de esta localidad llamo al teléfono registrado en el oficio pero nadie contesto, llamo al almacén de Juchatengo y afortunadamente otorgo el permiso y por esto se logró obtener la entrevista.
2012032600	OAXACA	VILLA DE TUTUTEPEC	SAN JOSE DEL PROGRESO	DICONSA	Para el caso de San José del Progreso localidad del municipio villa de Tututepec en el estado de Oaxaca se trabajó durante 3 días y solo se obtuvieron 6 entrevistas efectivas, se acudieron a todas las instancias y nadie conoce a las personas que tienen registradas en el listado, se acudió con la encargada de la lechería a la cual de busco durante 3 días y nunca se encontró, según comentaban los vecinos que si estaba, pero su niña nos dice que salió fuera de la localidad y no sabe cuándo regresa.
2030210300	OAXACA	SAN PEDRO ATOYAC	SAN PEDRO ATOYAC	DICONSA	Sin problemas.
2019510200	OAXACA	SAN JUAN DIUXI	SAN JUAN DIUXI	DICONSA	El primer día del levantamiento hubo junta de Prospera y el segundo día entregaron el apoyo de Prospera motivo por el cual el equipo se atrasó.
2010510300	OAXACA	SAN ANTONINO MONTE VERDE	SAN JOSE MONTEVERDE	DICONSA	El primer día del levantamiento hubo pláticas del Centro de Salud de Prospera y el segundo día hubo cambio del Comité de Prospera y esto nos atrasó en el levantamiento.
2052910100	OAXACA	SANTOS REYES YUCUNA	COXCATEPEC	DICONSA	Se volvió a regresar después de que nos enviaron la sustitución pero ya no se dio el permiso de la autoridad para hacer el levantamiento
2016410300	OAXACA	SAN JORGE NUCHITA	SAN JORGE NUCHITA	DICONSA	Tiene un mes que ya no hay lechería en el municipio, solo un camión va a dejarles leche cada mes, motivo por el cual no se aplicó la encuesta a tenderos, los beneficiarios de leche Liconsa manifiestan que el promotor les quiere cobrar la cantidad de 7 mil pesos que se perdió en la lechería.
2012017200	OAXACA	SAN MIGUEL TLACOTEPEC	SAN MIGUEL TLACOTEPEC	DICONSA	El primer día del levantamiento nos atrasamos debido a que estaban entregando el apoyo de prospera.
2024210400	OAXACA	SAN MARTIN PERAS	SAN MARTIN PERAS	DICONSA	Hubo mucha desconfianza por parte de los titulares entrevistados y la mayoría de las personas tienen el mismo nombre y apellido.

2039210100	OAXACA	SANTA LUCIA MONTEVERDE	SANTA LUCIA MONTEVERDE	DICONSA	En periodo del levantamiento había carnaval y posadas, como también fue la temporada de la pisca de mazorca, por lo que en muchos lugares no se encontraba a la titular motivo por el cual se solicitó sustitución.
2037710700	OAXACA	SANTA CRUZ ITUNDUJIA	GUERRERO	DICONSA	Sin problemas.
2046610800	OAXACA	SANTIAGO IXTAYUTLA	EL FRUTILLO	DICONSA	No se nos permitió trabajar ya que es una zona con conflictos territoriales y políticos pues está pegado a Santiago Amoltepec, una localidad donde nunca han dejado entrar a ninguna dependencia ya se gubernamental o privada. Nos regresamos junto con la caravana de salud que tampoco dejaron entrar a trabajar. Ellos reciben la leche de la siguiente manera: llega a Santiago Amoltepec entra el camión y ahí los policías o guardias de la zona escoltan al camión al llegar a la agencia descargan el camión a la entrada y ellos lo reciben y se la reparten, la promotora de Liconsa nunca ha logrado entrar a El Frutillo. Por comentarios del pueblo vecino ellos se dedican a sembrar marihuana y por esto mismo desde la entrada esta resguardada por hombres armados. Esta Lechería se sustituyó y se levantó en la localidad de San Lucas Quiavini, con clave de lechería 2023310100.

3. Guerrero

Clave punto venta	Entidad	Municipio	Localidad	Tipo P de venta	Observaciones
1203410100	GUERRERO	HUITZUCO DE LOS FIGUEROA	TULIMAN	DICONSA	La lechería cerró hace 2 años informo el señor Daniel dueño del local donde tenía la tienda Diconsa, se cerró porque le cobraban luz de tipo comercial y venía muy elevado el costo.
1207410300	GUERRERO	ZITLALA	ZITLALA	DICONSA	6 titulares que se visitaron en diferentes ocasiones, diferentes horarios y no se encontró a nadie.
1204310300	GUERRERO	METLATONOC	ITIA ZUTI	DICONSA	El 70% de las entrevistas se hicieron con traductor. 6 titulares que no se encontraron se visitaron en horarios diferentes.
1207110300	GUERRERO	XOCHISTLAH UACA	CABEZA DE ARROYO NUEVO	DICONSA	El 50% de las entrevistas se realizó con traductor ya que la mayoría de la población habla Amuzgo.

4. Hidalgo

Clave punto venta	Entidad	Municipio	Localidad	Tipo P de venta	Observaciones
1318002700	HIDALGO	TULA DE ALLENDE	SANTA MARIA MACUA	DICONSA	5 domicilios que se visitaron en diferentes horarios y no se encontró a nadie en la vivienda, 6 domicilios que no conocen a los titulares y no se encontraron los domicilios.
1302910100	HIDALGO	HUICHAPAN	TLAXCALILLA	DICONSA	La mayoría de los titulares trabajan en las maquilas y entran de 7:00 a 19:00 hrs. y nada más van por su leche con el número de la tarjeta, muchas no quieren decir que trabajan en la maquila para que no les quiten la leche. La leche llega en 2 partes. Les cobran el sobre a \$11:00, hay otra persona del pueblo que revende la leche y la cobra en \$20 pesos. Pero la gente no dio más información por represalias.
1302710300	HIDALGO	HUEHUETLA	HUEHUETLA	DICONSA	Sin incidencia.
1302710700	HIDALGO	HUEHUETLA	EL OCOTAL	DICONSA	Sin incidencia.
1308010300	HIDALGO	YAHUALICA	MECATLAN	DICONSA	Los titulares reportan que reciben maltrato al acudir a retirar leche: no se entrega completa la dotación, los adultos mayores reciben la cantidad de bolsas que les entregan variable, comentan que los citan determinado día y si se les complica acudir y no acuden ese día ya no se les entrega la leche.
1307110600	HIDALGO	TLAHUILTEPA	XILOCUATITLA (EL PTO DE XILOCUATITLA)	DICONSA	9 domicilios se encuentran en localidades lejanas, no se ubicó la localidad debido a la lluvia y niebla baja o no se ubicó el domicilio y se preguntó por los titulares pero no los conocen.
1306210100	HIDALGO	TEPEHUACAN DE GUERRERO	TEPEHUACAN DE GUERRERO	DICONSA	7 titulares que ya no tienen la tarjeta o no están en el programa, 2 se visitó el domicilio y no se encontró a nadie, un fallecido, id2111223-25 marca error en cantidad de personas en la familia, id2111244-15 error en persona mayor de 60 años y crónico y en la pregunta 35 del precio si compras otra marca de

					leche marca 50 pesos y a ella le cobran 100 pesos por leche nido. En el cuestionario de tendero le entregan 2088 sobres de leche y solo registro 2000. Se reportó y se corrigió la programación.
1306210600	HIDALGO	TEPEHUACAN DE GUERRERO	ACOXCATLAN	DICONSA	4 domicilios se visitaron en diferentes horarios y no se encontró a nadie o se fueron a recoger su apoyo de Prospera en otra localidad.
1304010100	HIDALGO	LA MISION	PUERTO DE NARANJOS	DICONSA	6 titulares se visitaron y la gente salió a otra localidad o municipio eso me informan los vecinos.

5. Puebla

Clave punto venta	Entidad	Municipio	Localidad	Tipo P de venta	Observaciones
2118010900	PUEBLA	TLAHUAPAN	SAN JUAN CUAUHEMOC	CONCESIÓN	Sin incidencia.
2100510100	PUEBLA	ACTEOPAN	ACTEOPAN	DICONSA	Sin incidencia.
2116510100	PUEBLA	TEPEMAXALCO	SAN FELIPE TEPEMAXALCO	DICONSA	Sin incidencia.
2104210100	PUEBLA	CUAYUCA DE ANDRADE	SAN PEDRO CUAYUCA	DICONSA	En esta localidad la leche la cobran a 11 pesos por sobre para las personas que cuentan con tarjeta, también la tienen en venta al público de 13 pesos, otra situación es que la mayoría de las personas seleccionadas prefieren darse de baja ya que les toma una hora o más trasladarse a comprar la leche, otras personas perdieron la tarjeta después del temblor. Algunas personas nos pidieron que se dieran de baja ya que no consideraban que el apoyo fuera de lo mejor ya que la tendera no es amable es muy prepotente. Los beneficiarios que accedieron a dar la entrevista comentan que solo van por 3 o 4 sobres de la dotación que les toca porque es muy cara y a veces prefieren no comprar nada.
2101110100	PUEBLA	ALBINO ZERTUCHE	ACAXTLAHUACA DE ALBINO ZERTUCHE	DICONSA	Sin incidencia.
2114510200	PUEBLA	SEBASTIAN TLACOTEPEC	TLACOTEPEC DE PORFIRIO DIAZ	DICONSA	No presentan tarjeta les dan un número y firman una libreta.
2102310100	PUEBLA	ATZITZINTLA	ATZITZINTLA	DICONSA	No presentan tarjeta les dan un número y firman una libreta.
2105810400	PUEBLA	CHILCHOTLA	RAFAEL J. GARCIA	DICONSA	Estaba cerrada la tienda, la abren una vez a la semana me informo una señora que vive casi enfrente de la tienda Diconsa.
2109310100	PUEBLA	LAFRAGUA	GONZALEZ ORTEGA	DICONSA	Los titulares no llevan la tarjeta y recogen la leche con el número que les otorga Liconsa, tienen una libreta, firman y se las dan.
2121210300	PUEBLA	ZAUTLA	SAN MIGUEL TENEXTATILOYAN	DICONSA	9 viviendas se visitaron en horarios diferentes y no se encontró a nadie, en 5 viviendas salía un menor de edad en horarios diferentes que se les visitaba, en 4 viviendas tiene más de 2 años que no van por la leche. En esta localidad la gente si daba la entrevista pero al darle el aviso de privacidad decía que si daba la encuesta pero no firmaba o anotaba su nombre porque no era necesario.
2121010400	PUEBLA	ZAPOTITLAN DE MENDEZ	TUXTLA	DICONSA	14 domicilios se visitaron en 3 ocasiones en diferentes horarios y no se encontró a nadie en la vivienda. Los entrevistados no recibían el aviso de privacidad diciendo que no era necesario, no veían el caso de recibirlo, pero si daban la entrevista.
2102810100	PUEBLA	CAMOCUAUTLA	TAPAYULA	DICONSA	Se visitaron 7 titulares en diferentes horarios y no se encontró a nadie en el domicilio, hubo titulares que no querían anotar su nombre ni su firma al dar la entrevista por desconfianza.
2101410100	PUEBLA	AMIXTLAN	AMIXTLAN	DICONSA	Se visitaron 16 titulares en sus domicilios en horarios diferentes nadie abrió, 6 domicilios que salía otra persona y nos informaba que no se encontraba el titular, se fue a diferentes horarios.
2118410200	PUEBLA	TLAPACOYA	TLAPACOYA	DICONSA	18 domicilios en que no se encontró a nadie en las tres visitas que se realizaron fueron a diferentes horarios, la tienda Diconsa tiene 7 meses que ya no existe. Nos informó la señora Juana Nava que es la encargada de repartir la leche en su domicilio y no quiso firmar el aviso de privacidad porque dijo que ella no es la responsable nada más entrega la leche. Pero si dio la entrevista.

213000200	PUEBLA	HUEHUETLA	HUEHUETLA	DICONSA	12 domicilios se visitaron en diferentes horarios y no salía nadie. Los titulares que se entrevistaron daban la entrevista, no quisieron el aviso de privacidad.
2108910200	PUEBLA	JOPALA	JOPALA	DICONSA	11 domicilios que se visitaron en horarios diferentes y no se encontró a nadie.

6. Veracruz

Clave punto venta	Entidad	Municipio	Localidad	Tipo P de venta	Observaciones
3015910500	VERACRUZ	TEHUIPA NGO	TEHUIPANGO	DICONSA	Hay domicilios que no existen y algunos ya salieron a trabar foráneos, ya que su venta es en diciembre.
3013710200	VERACRUZ	LOS REYES	LOS REYES	DICONSA	Sin problemas.
3016810200	VERACRUZ	TEQUILA	TEQUILA	DICONSA	En Tequila no hay tienda Diconsa, pasa un camión se pone en el salón de eventos de 9.00 am a 12.00 del día, las personas que viven cerca se quejan porque no perifonean y no se dan cuenta cuando llega el camión y es muy difícil adivinar cuando llega.
3008110200	VERACRUZ	IXHUATLANCILLO	IXHUATLANCILLO	DICONSA	La muestra estuvo muy dispersa, nos costó trabajo porque la gente no se conoce por nombres sino por apodos y la gente se mostraba muy desconfiada al dar la entrevista.
3004710500	VERACRUZ	COSCOMATEPEC	ZACATLA	DICONSA	Nos presentamos en la lechería y estaba cerrado, nos comentaron que había un convivio de fin de año en la escuela primaria y todos estaban ahí, el equipo fue a la escuela, pidió permiso y levantaron algunas entrevistas en un aula que les prestaron en la escuela.
3004710200	VERACRUZ	COSCOMATEPEC	XOCOTLA	DICONSA	Todo bien.
3011002400	VERACRUZ	COSCOMATEPEC	NICANOR ESPEJO	DICONSA	La lechería estaba ubicada en Coscomatepec centro, tiene 3 meses que se cambió a Nicanor Espejo, por lo mismo las direcciones quedaron muy dispersas, la numeración esta repetida y se ve que la nomenclatura se cambió, hay pocas laminas con los nombres, tienen las calles de antes y la de ahora y por lo mismo la gente no conoce los nombres de las calles.
3017910100	VERACRUZ	TLACOTEPEC DE MEJIA	TLACOTEPEC DE MEJIA	DICONSA	La gente se notaba asustada pensaban que les iban a quitar el beneficio de la leche Liconsa, pero les explicábamos y entendían.
3002410200	VERACRUZ	TLALTETELA	OHUAPAN		Todo bien-
3008810300	VERACRUZ	JALCOMULCO	JALCOMULCO	DICONSA	Todo bien.
3018710100	VERACRUZ	TONAYAN	TONAYAN	DICONSA	Todo bien.
3006710200	VERACRUZ	FILOMENO MATA	CERRO GRANDE	DICONSA	Sin incidencia.
3011001700	VERACRUZ	MECATLAN	MECATLAN		Sin incidencia.
3010310300	VERACRUZ	MECATLAN	RANCHO ALEGRE	DICONSA	Sin incidencia.
3003710200	VERACRUZ	COAHUITLAN	PROGRESO DE ZARAGOZA	DICONSA	Sin incidencia.
3012411500	VERACRUZ	PAPANTLA	ADOLFO RUIZ CORTINES	DICONSA	Hubo 8 rechazos no les interesa contestar porque no tienen Liconsa, 7 domicilios que se visitaron en diferentes horarios y no se encontró a nadie en el domicilio.
3012412300	VERACRUZ	PAPANTLA	EL VOLADOR	DICONSA	4 que no tiene tarjeta, 4 que se localizó el domicilio pero no conocen a la persona.

7. Michoacán

Clave punto venta	Entidad	Municipio	Localidad	Tipo P de venta	Observaciones
1613004300	MICHOACAN	NOCUPETARO	NOCUPETARO DE MORELOS	DICONSA	La gente se queja con la tendera porque abre solo los martes, las promotoras sociales le tienen que dar \$ 1:00 peso a la tendera para que ella gane algo.

13. BITÁCORA DEL TRABAJO DE CAMPO CUALITATIVO

Para conocer a mayor profundidad otros aspectos del desempeño de la implementación de la Política de Descuento con Precios Diferenciados (PDPD), se tomó como base la metodología de análisis cualitativo, que se concentra en obtener mayor información sobre las unidades de investigación particulares a fin de contextualizar o profundizar los resultados obtenidos mediante los métodos cuantitativos. Este levantamiento de información se llevó a cabo, a través de las herramientas más adecuadas de acuerdo al contexto, como son las entrevistas semiestructuradas, grupos focales y la observación en sitio.

a. **Diseño muestral para el levantamiento de información en campo**

La estrategia de campo para el levantamiento de información del análisis cualitativo se realizó a partir de una muestra no probabilística, soportada en los estándares propios de la metodología de evaluación cualitativa, cuyo diseño se expone a continuación:

Para la selección de las entidades federativas y localidades con puntos de distribución de Leche LICONSA se analizaron las siguientes condiciones con la finalidad de asegurar una combinación que nos permitiera la profundización de los elementos del estudio:

1. Número de beneficiarios en la entidad

Se identificaron las entidades con mayor y menor número de beneficiarios del programa.

2. Ubicación Geográfica de la Entidad

Tomando en cuenta que la finalidad de la muestra es captar la mayor variabilidad posible entre las entidades, se buscó ubicar al menos una al Norte, una al centro y una al Sur del país, siendo esta distribución validada contra la selección de acuerdo al modelo cuantitativo.

3. Ubicación y características de los centros de distribución al interior de las entidades

Por su parte se tomó en cuenta la variabilidad del tipo de centro de distribución (Lechería, Tienda Diconsa, etc.) en cada una de las comunidades seleccionadas.

4. Entrada de la PDPD en el centro de distribución

En cada una de las entidades visitadas se identificaron localidades de la primera etapa de la implementación de la PDPD la cual se atendió durante el periodo 1 de mayo al 31 de diciembre de

2016 y localidades de la segunda etapa de la PDPD instrumentada del 1 de mayo al 31 de diciembre de 2017.

5. Presencia indígena

De las entidades seleccionadas, se incluyeron al menos dos comunidades que cuenten con presencia de grupos indígenas.

6. Consideraciones particulares

En el caso del estado de Oaxaca, será considerado para observar los efectos de entrega gratuita luego del acuerdo de la entidad con el PASL; dado que en abril de 2017, el Gobierno del Estado de Oaxaca propuso a Liconsa que aquel pagaría el costo total de la leche del PASL en los 161 municipios de dicha entidad que formaban parte de la PDPD.

Tomando en cuenta lo anteriormente expuesto, se visitaron los estados de **Chiapas. Oaxaca e Hidalgo**; dichos estados fueron seleccionados a través de una combinación de características asociadas al número de beneficiarios, la ubicación geográfica, las etapas del establecimiento de la PDPD, etc. Esta composición busca asegurar suficiente variación y relevancia.

Particularmente hablando de la selección de localidades visitadas se caracterizaron de la siguiente manera:

Caracterización de los Puntos de Distribución a visitar por entidad

1. Chiapas

Municipio	Localidad	# Beneficiarios	Incorporación a la PDPD	Tipo Punto de venta	Características
Pantepec	Pantepec	440	05/2017	DICONSA	<ul style="list-style-type: none"> Región Pichucalco Grado de Marginación (2010): Muy Alto Zoque Tzotzil
Zinacantan	Navenchauc	587	05/2016	DICONSA	<ul style="list-style-type: none"> Región San Cristóbal de las Casas Grado de Marginación (2010): Muy Alto Tzotzil
Mitontic	Mitontic	333	05/2016	Venta directa	<ul style="list-style-type: none"> Región San Cristóbal de las Casas Grado de Marginación (2010): Muy Alto Tzotzil

Elaborado con: (i) Base de datos (xls.) con información de lecherías con precio preferencia proporcionada por Liconsa S.A. de C.V. (ii) Catálogo de Localidades del Sistema de Apoyo para la Planeación del PDZP (SEDESOL). (iii) Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México (INAFED)

2. Oaxaca

Municipio	Localidad	# Beneficiarios	Incorporación a la PDPD	Tipo Punto de venta	Características
San Agustín Loxicha	San Agustín Loxicha	1337	05/2016	DICONSA	<ul style="list-style-type: none"> Región Costa Grado de Marginación (2010): Muy Alto Lengua Zapoteca
San Bernardo Mixtepec	San Bernardo Mixtepec	262	08/2017	Distribución (DIF Municipal)	<ul style="list-style-type: none"> Región Valles Centrales Grado de Marginación (2010): Alto

Elaborado con: (i) Base de datos (xls.) con información de lecherías con precio preferencia proporcionada por Liconsa S.A. de C.V. (ii) Catálogo de Localidades del Sistema de Apoyo para la Planeación del PDZP (SEDESOL). (iii) Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México (INAFED)

3. Hidalgo

Municipio	Localidad	# Beneficiarios	Incorporación a la PDPD	Tipo Punto de venta	Características
Tepehuacan de Guerrero	Tepehuacan de Guerrero	299	05/2017	DICONSA	<ul style="list-style-type: none"> Región Sierra Alta. Grado de Marginación (2010): Muy Alto
Huehuetla	Huehuetla	574	05/2016	DICONSA	<ul style="list-style-type: none"> Región Sierra de Tenango Grado de Marginación (2010): Muy Alto Otomí

Elaborado con: (i) Base de datos (xls.) con información de lecherías con precio preferencia proporcionada por Liconsa S.A. de C.V. (ii) Catálogo de Localidades del Sistema de Apoyo para la Planeación del PDZP (SEDESOL). (iii) Enciclopedia de los Municipios y Delegaciones de México (INAFED)

b. Identificación de actores y modalidad de instrumento a aplicar para la recolección de información

La identificación de los actores y la modalidad de instrumentos aplicados se desarrollaron como sigue:

	ACTOR/ES	MODALIDAD DE INSTRUMENTO	CONSIDERACIONES IMPORTANTES
NIVEL DE LAS ENTIDADES			

1	Delegados Estatales	Entrevista profunda	En cada una de las entidades visitadas la entrevista fue grupal participando: a) Gerente b) Subgerente de Padrones c) Supervisores d) Personal operativo involucrado en la operación del PASL – PDPD.
2.	Promotores	Entrevista semiestructurada	*En el caso de Chiapas no se realizaron estas entrevistas por la dinámica de trabajo con que operan los promotores. * En Oaxaca se realizaron entrevistas a 3 de ellos. * Para el caso de Hidalgo se realizó una sesión grupal en la que participaron 4 promotores.
3.	Responsables de los Puntos de Distribución	Entrevista semiestructurada	En cada uno de los puntos de venta visitados se aplicó el instrumento diseñado para este fin.
4.	Beneficiarios	Grupos de enfoque	Se desarrollaron un total de 6 grupos de enfoque con beneficiarios; destaca que en el caso de las localidades de la región de San Cristóbal de las Casas en Chiapas se necesitó la presencia de un traductor para el desarrollo de las actividades.
NIVEL CENTRAL			
1	Subdirección de Abasto Jefatura de Padrones Jefatura de Distribución	Entrevista profunda	Dicha entrevista tuvo por objetivo contrastar la información obtenida en el “terreno” con la visión de la Alta Gerencia para conocer el efecto en cascada de las estrategias implementadas para la operación de la PDPD.

Con el fin de recuperar información relacionada al punto de distribución y a las condiciones generales de las comunidades a visitar, se desarrolló una “Guía de observación”.

c. Relevancia y utilidad de los métodos y técnicas cualitativas

La investigación cualitativa busca identificar la naturaleza profunda de las realidades, brindando contexto a los hallazgos cuantitativos desde una visión estructural y situacional (López y Salas, 2009), por lo que utiliza una serie de métodos y técnicas para la recolección del bagaje de narrativas de entre los involucrados en el fenómeno de interés. Cabe destacar que desde la visión cualitativa todas las perspectivas son valiosas y tratan de comprender a los individuos y su escenario desde una visión holística.

La entrevista

La entrevista es una de las técnicas cualitativas en la que una persona solicita información de otra para obtener datos sobre un problema determinado. De acuerdo con Herrera (2008) presupone, pues la existencia de al menos dos personas y la posibilidad de interacción verbal.

- En la entrevista a profundidad el entrevistador busca obtener información sobre determinado problema a partir de él establece una lista de temas, en relación con los que se focaliza la entrevista, quedando ésta a la libre discreción del entrevistador, quien podrá sondear razones y motivos, ayudar a establecer determinadas relaciones o factores, etc.; pero sin sujetarse a una estructura formalizada de antemano (Herrera,2008). Lo que el entrevistador persigue con la entrevista no es contrastar una idea, creencias o supuestos, sino acercarse a las ideas, creencias y supuestos mantenidos por el otro.

A diferencia de las entrevistas estructuradas, la entrevista a profundidad se desarrolla en una situación abierta donde hay mayor flexibilidad y libertad.

- Por su parte la entrevista semiestructurada es la técnica utilizada cuando a partir de la observación, queden lagunas que requieran una mayor o particular profundización para comprender cierto tipo de acciones, o en su caso, para clarificar ciertas contradicciones entre lo observado y la información recogida por otras fuentes (entrevistas anteriores, documentos, etc.) (Manurriz, 1992).

El grupo de enfoque

El grupo de enfoque o grupo focal es una técnica en la que el moderador/entrevistador inicia una discusión siguiendo una guía de entrevista preparada entre un grupo conformados por entre 6 y 10 participantes con antecedentes similares. Esta técnica nos permite recolectar una gran cantidad de datos sobre un particular de interés, al tiempo de observar la interacción entre los participantes, la cual brinda información sobre las creencias, experiencias y perspectivas de los participantes (Mayan, 2001).

d. Desarrollo y calendario del Trabajo de Campo

Las actividades en cada entidad fueron planteadas para desarrollarse bajo el siguiente esquema:

DIA	ACTIVIDADES	EVIDENCIAS
Día 1	a) Entrevista con Gerencia Estatal b) Entrevista con Promotores	i. Audio. ii. Video.
Día 2	Visita a Punto de Distribución	iii. Documentales.
Día 3	Visita a Punto de Distribución	iv. Diarios de campo con elementos de la observación

En el nivel central se desarrolló una sesión de entrevista profunda, exhaustiva y grupal con los actores responsables del abasto y distribución de los apoyos del PASL y particularmente de la PDPD. Dicha sesión se celebró al regreso de las actividades al interior de las entidades en una sesión única.

Calendario de visitas de campo

Entidad	L	M	M	J	V	S	L
Chiapas (Semana 1)	DIA 1 Punto de Distribución Pantepec	DIA 2 Punto de Distribución 1) Navenchauc 2) Mitontic.	DIA 3 Gerencia Estatad Tuxtla Gutiérrez				
Oaxaca (Semana 1)					DIA 4 Gerencia Estatad Oaxaca	DIA 5 Punto de Distribución San Agustín Loxicha	DIA 6 Punto de Distribución San Bernardo Mixtepec
Hidalgo (Semana 2)				DIA 7 Gerencia Estatad Pachuca	DIA 6 Punto de Distribución Tepehuacan de Guerrero	DIA 7 Punto de Distribución Huehuella	
Oficinas Centrales (Semana 3)					DIA 8 Oficinas Centrales		

e. Incidentes y notas importantes del trabajo de campo

- Al arranque de las actividades no fue posible contactar con la Gerencia Estatal de Chiapas, por lo que la entrevista se desarrolló en el último día de visita en dicha entidad.
- Para el caso de la Localidad Pantepec en Chiapas, no se encontró abierta la tienda DICONSA que sirve como Punto de Distribución; sin embargo, se logró convocar a un grupo de 5 participantes beneficiaras del PASL. Esta convocatoria se realizó tocando de casa en cada y pidiendo información

en el centro de salud; destaca que las participantes se identificaron con sus tarjetas de LICONSA y que no permitieron se grabara o tomara fotografías.

- c) Durante el Desarrollo de las actividades en la Gerencia Estatal de Hidalgo, la entrevista grupal fue suspendida por la toma violenta de las instalaciones por parte del grupo denominado “Antorcha Campesina”; con la finalidad de subsanar los apartados restantes se solicitó información vía electrónica.
- d) Por las condiciones climáticas (Nevada) fue imposible acceder al Punto de Distribución Huehuetla en Hidalgo.

