

DICONSA

INNPA

INSTITUTO
NACIONAL DE
ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA, A.C.

SECCIÓN MEXICANA DEL
INSTITUTO INTERNACIONAL
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

“ESTUDIO DE SEGUIMIENTO FÍSICO Y OPERATIVO
DEL PROGRAMA DE ABASTO RURAL
A CARGO DE DICONSA, S.A. DE C.V.”

Informe Final

Dr. José Manuel Flores Ramos

Dr. Jair Muñoz Bugarin

Mtro. Jorge Antonio Colorado Lango

Diciembre, 2015

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	5
A. Introducción.....	9
i. Descripción del Programa.....	12
ii. Objetivo General del Programa de Abasto Rural.....	17
iii. Objetivo Específico	17
iv. Definición de la población objetivo	17
v. Tipos de apoyo	18
vi. Antecedentes de las actividades de seguimiento físico y operativo.....	21
B. Marco Legal de Referencia.....	27
C. Objetivos del seguimiento físico y operativo.....	30
i. Objetivo General.....	30
ii. Objetivos Específicos.....	31
iii. Definición y alcance del seguimiento físico y operativo.....	31
iv. Instrumentos de recolección de información en campo, incluyendo los objetivos de cada uno (cuestionarios).....	33
D. Diseño Metodológico.....	36
i. Determinación de las variables de estudio en correspondencia con los tipos de apoyo que entrega el Programa de Abasto Rural.....	36
ii. Diseño Muestral.....	41
a. Población o universo de estudio (N).....	41
b. Marco muestral.....	41
c. Unidades de muestreo.....	42
d. Tipo de muestreo	43
e. Selección de unidades de muestreo.....	43
f. Tamaño de la muestra (n).....	46
g. Representatividad.....	52
h. Factores de expansión.....	53
iii. Descripción de los instrumentos de levantamiento de información en campo.....	55
E. Etapas de implementación.....	57

F. Resultados	63
i. Verificación de que los precios de los productos que se expenden en las tiendas comunitarias estén a la vista de los clientes.....	63
ii. Identificación de la tienda Diconsa como opción única de abasto en la localidad.....	67
iii. Disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica Diconsa.....	67
iv. Identificación de los servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa y aquellos que se interesarían las localidades con tienda comunitaria.....	69
v. Identificación de aquellos productos no incluidos en el catálogo Diconsa, pero en los que estarán interesados los habitantes con tienda comunitaria.....	71
vi. Verificación del horario de servicio de la tienda Diconsa.....	73
vii. Verificación de que las tiendas muestren la imagen institucional de Diconsa.....	75
viii. Identificación de la existencia, condiciones del mobiliario y equipo de la tienda Diconsa.....	77
ix. Materiales y las condiciones en que se encuentra el local.....	78
x. Verificación de que las tiendas Diconsa venden productos marca propia.....	79
xi. Verificación de que las tiendas Diconsa transfieran a los beneficiarios un Margen de ahorro acorde con lo señalado en las Reglas de Operación 2015 del Programa.....	80
xii. Verificación sobre si los encargados de Tienda Diconsa han recibido capacitaciones orientadas al consumo o para mejorar sus ventas.....	85
xiii. Satisfacción de los encargados de las tiendas Diconsa.....	86
xiv. Satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.....	95
G. Conclusiones y recomendaciones.....	105
H. Bibliografía	111
I. Anexos.....	114
Anexo 1. Cuestionarios	
Anexo 2. Marco Muestral.	
Anexo 3. Muestra seleccionada	
Anexo 4. Notas de prensa.	

Anexo 5. Calendario de visitas.

Anexo 6. Memoria fotográfica.

Anexo 7. Bases de datos.

Anexo 8. Instrumentos definitivos usados en los levantamientos

Resumen Ejecutivo

El derecho a una alimentación de calidad forma parte de la labor del Estado como una de las premisas del contrato social y está directamente relacionado con el desarrollo humano, social y económico de las naciones. En este sentido, el Gobierno de la República ha establecido como una prioridad, en el Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018, asegurar la alimentación y nutrición de la población, en particular atendiendo a los grupos en pobreza extrema y carencia alimentaria severa.

Bajo este contexto, el Programa de Abasto Rural (PAR) es uno de los instrumentos de la política social del Gobierno Federal que tiene como objetivo contribuir a fortalecer el cumplimiento del derecho social a la alimentación, facilitando el acceso físico o económico a productos alimenticios básicos y complementarios de calidad y económicos, en forma eficaz y oportuna, en las localidades de alta o muy alta marginación, con un rango de población de entre 200 y 14,999 habitantes que no cuenten con un servicio de abasto local suficiente y adecuado.

Asimismo, el PAR proporciona dos tipos de apoyo: a) el servicio de abasto de productos básicos y complementarios a las Tiendas Diconsa, y b) la transferencia de al menos 15% de margen de ahorro a la población beneficiaria, acorde a lo establecido en sus Reglas de Operación (ROP) vigentes, mediante la oferta de los 22 productos que integran su canasta básica a precios menores a los que ofrecen las alternativas privadas de abasto de la localidad.

Por otra parte, a partir del 2009 se integró un párrafo transversal en las ROP del PAR, donde se especifica la obligación de llevar a cabo acciones de seguimiento físico y operativo. Para el ejercicio 2015, las ROP señalan en el numeral “7.1 Seguimiento físico y operativo” que “Diconsa realizará acciones de seguimiento físico y operativo de sus apoyos, acciones o servicios entregados, cuya metodología deberá ser elaborada con base en los elementos técnicos mínimos que defina la DGEMPS¹; quien asimismo, establecerá el mecanismo para la validación de dicha metodología, previo a su aplicación en campo”.

Al respecto, la Dirección General de Evaluación y Monitoreo de Programas Sociales (DGEMPS) emitió el “Mecanismo para la definición de la metodología de Seguimiento Físico y Operativo de los programas sociales operados por los órganos

¹ Dirección General de Evaluación y Monitoreo de los Programas Sociales dependiente de la SEDESOL.

desconcentrados y las entidades del sector coordinado por la Sedesol”, donde se estableció el documento “Definición de elementos mínimos para una metodología de seguimiento físico y operativo de los programas sociales”, cuyo objetivo es establecer la estructura mínima necesaria que permita garantizar la rigurosidad metodológica y la validez estadística de los resultados del ejercicio de seguimiento en campo de las acciones de los programas sociales sectorizados.

Hasta el ejercicio 2014 Diconsa realizó el seguimiento físico y operativo del PAR con personal propio de supervisión, lo que puede implicar un posible sesgo en la confiabilidad de la información recabada. En virtud de lo expuesto, y con la finalidad de cumplir con imparcialidad y objetividad lo establecido por la DGEMPS, Diconsa signó un Convenio con el INAP para realizar el “Estudio de seguimiento físico y operativo del Programa de Abasto Rural a cargo de Diconsa, S.A. de C.V.”.

Bajo esta perspectiva, el INAP desarrolló el estudio con apego a los lineamientos metodológicos establecidos por la DGEMPS, considerando 6 etapas en su desarrollo: i) diseño metodológico (instrumentos para recolección de información y metodología muestral), ii) selección de la muestra, iii) levantamiento de información en campo, iv) captura y sistematización de la información, v) análisis de resultados y vi) elaboración del informe.

Se diseñaron 5 instrumentos para la recolección de información en campo: 1) cédula de seguimiento físico que fue respondida por el encuestador con base en su observación; 2) cédula de seguimiento físico y operativo aplicada al encargado de tienda; 3) cédula de seguimiento físico que se aplicó a cinco beneficiarios por punto muestral; 4) cédula de registro de precios de los 22 productos de la canasta básica Diconsa en tienda comunitaria; y 5) cédula de registro de precios de los 22 productos de la canasta básica Diconsa en tienda privada.

Por su parte, la metodología muestral consideró 27,011 tiendas Diconsa que operaban al cierre de junio de 2015, las cuales conforman la unidad muestral básica de observación². Asimismo, y conforme a la metodología establecida por la DGEMPS, se diseñó una muestra con 1,130 puntos muestrales (tiendas Diconsa en operación), la cual consideró una selección aleatoria proporcional por estratos, con

² Hasta el ejercicio 2014 los parámetros de diseño generaban una muestra conformada por 201 unidades muestrales o tiendas y los instrumentos de observación eran aplicados por los supervisores operativos.

un nivel de significancia del 95%, una precisión del 3%, la varianza máxima posible³, la corrección por el efecto de diseño y una tasa de no respuesta del 10%.

Con los elementos desarrollados antes descritos, se realizaron los trabajos de campo durante 46 días, empleando 40 encuestadores, 40 capturistas, 8 jefes de grupo y 4 validadores. Las cédulas fueron recabadas en papel y donde existieron las condiciones de seguridad y cobertura, a través de dispositivos móviles en una plataforma informática empleada por el INAP.

Los resultados del estudio conforme a los objetivos planteados son los siguientes:

1. En el 82.9% de las tiendas, los precios de los productos que se comercializan están a la vista de los clientes (etiquetas, preciado, etcétera).
2. En el 13.5% de las localidades, la tienda Diconsa es única opción fija de abasto.
3. En promedio, el grado de disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica es del 77.8%.
4. Los servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa y con el mayor número de menciones son: leche Liconsa, agua purificada, pago del programa Prospera, aceptación de las tarjetas Sin Hambre, venta de perecederos, panadería, papelería, telefonía y cobro de energía eléctrica. Y en los que más se interesarían las localidades son: terminales punto de venta con opción de pagos de servicios (agua, luz y recargas telefónicas), papelería, copias, caseta telefónica, y entrega de subsidios federales (Prospera, 60 y más).
5. El 58.1% de las tiendas comunitarias tienen un horario de atención de más de 11 horas al día y 32.2% abren entre 8 y 11 horas diarias. Asimismo, el 63.9% de las tiendas abre los 7 días de la semana, el 34.2% lo hace 6 días y sólo el 1.9% atiende entre 1 y 5 días a la semana.
6. El 80% de las tiendas ya cuenta con los nuevos colores instituciones en su fachada y el 47% tiene el nuevo logotipo de Diconsa.
7. El porcentaje de tiendas comunitarias con mobiliario y equipo en buen estado son: 88.0% con báscula, 92.5% con estantes, 68.5% con mostrador, 19.0% con vitrina y el 63.4% con refrigerador. El 80.4% de las tiendas no cuenta con vitrina, 33.3% no tiene refrigerador y 25.5% no tiene mostrador. En promedio, en el 79.2% de las tiendas, los encargados y comités de abasto son dueños de los estantes, básculas, mostradores y vitrinas. En el caso de refrigeradores el 42.2% pertenece principalmente a proveedores de refresco.

³ Probabilidad de éxito por probabilidad de no éxito = $0.5 \times 0.5 = 0.25$

8. El 92.2% de las tiendas comunitarias tienen piso de concreto, siendo del mismo material el 77.5% de las paredes y el 52.8% de los techos. El 94.3% de las tiendas tiene en buen estado el piso y el 3.6% aún es de tierra.
9. El 93.8% de las tiendas comunitarias tiene disponibilidad de productos marca propia.
10. El margen de ahorro transferido por las tiendas comunitarias a los beneficiarios en la compra de la canasta básica Diconsa es del 20.5%.
11. El 83.5% de los encargados de tienda han recibido al menos 1 capacitación durante el 2015, en temas que se han centrado en administración, atención a clientes, acomodo de mercancías e inventarios.
12. El 95.2% de los encargados de tienda manifestó estar satisfecho con sus funciones y el 94.7% de ellos considera que la tienda Diconsa es muy importante para la población de las localidades donde está presente. El 83.7% de los encargados están satisfechos con el surtimiento que le da Diconsa y el 68.5% con los precios de los productos que Diconsa le surte.
13. Asimismo, el 62.3% de los encargados de tienda considera que la variedad de producto que les surte Diconsa es adecuada, pero en un 87.5% consideran que es importante para sus ventas el ofrecer algún servicio adicional al abasto.
14. De los beneficiarios entrevistados, el 95.5% consideró que las tiendas comunitarias son muy importantes para la población de la localidad y el 81.5% señaló que dichas tiendas están bien surtidas. Asimismo, los beneficiarios manifestaron que se sienten satisfechos: en un 85.4% con el surtido, variedad y calidad de los productos que encuentran en las tiendas Diconsa; el 93.6% con la atención del encargado; y el 88.6% con los precios de los productos en la tienda comunitaria.
15. Las razones principales de los beneficiarios para comprar en las tiendas Diconsa son: en un 67.6% por los precios bajos que les permite ahorrar y en un 24.5% por la cercanía de la tienda. Por ello, el precio es el factor determinante para hacer compras en las tiendas Diconsa (57.4%).

Finalmente, dados los resultados obtenidos en el ejercicio de seguimiento físico y operativo 2015 del PAR versus los resultados consultados y comparados del 2014, se recomienda que dichos ejercicios sean realizados por un tercero para evitar posibles sesgos en la recolección e interpretación de la información.

A. Introducción.

El derecho a una alimentación de calidad, forma parte de la labor del Estado como una de las premisas del contrato social y está directamente relacionado con el desarrollo humano, social y económico de las naciones. Ello involucra no sólo la entrega de alimentos por parte de los Gobiernos, sino también la accesibilidad, disponibilidad y sostenibilidad para lograr un desarrollo físico, emocional e intelectual.

Las Reglas de Operación del Programa de Abasto Rural a cargo de Diconsa, S.A. de C.V. (Diconsa), para el ejercicio fiscal 2015⁴, mencionan que:

“El derecho de acceso a la alimentación se encuentra estrechamente vinculado al acceso a la condición de seguridad alimentaria. De acuerdo a la FAO, la seguridad alimentaria es la situación donde las personas tienen acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades nutricionales y sus preferencias alimentarias a fin de llevar una vida activa y sana. La seguridad alimentaria considera las siguientes dimensiones básicas: a) la disponibilidad de los alimentos, b) acceso a los mismos y/o capacidad de adquisición de las personas, c) su consumo o utilización biológica, d) estado nutricional y e) permanencia en el acceso a los alimentos.

Por lo anterior, para garantizar el derecho de acceso a la alimentación de las personas, es necesario disponer de un abasto de alimentos de calidad.

Dado que la población que habita en localidades de alta y muy alta marginación padece de un acceso insuficiente a productos básicos y complementarios de calidad y su capacidad de adquirirlos es baja en función de su nivel de ingresos, el Programa de Abasto Rural a cargo de Diconsa, S.A. de C.V. ha establecido como su población potencial⁵ al conjunto de

⁴ Diario Oficial de la Federación (DOF) 28 de diciembre de 2014. Sección Octava. Acuerdo por el que se emiten las Reglas de Operación del Programa de Abasto Rural a cargo de Diconsa, S.A. de C.V., para el ejercicio fiscal 2015.

⁵ El texto original habla de población a beneficiar, dado que no existen restricciones a la venta de productos, se asume que todos los miembros de la comunidad son beneficiarios dado que pueden comprar en las tiendas Diconsa sin restricciones. Sin embargo, el concepto debe ser población potencial dado que los miembros de la comunidad pueden comprar productos en la tienda, pero no todos lo hacen y por tanto sería erróneo asumir que todos los miembros de la comunidad son beneficiarios del Programa de Abasto Rural.

localidades de 14,999 habitantes o menos, catalogadas como de alta o muy alta marginación, que en 2010 representaron un total de 84,722 localidades en las que residen aproximadamente 24.3 millones de personas.

De esta manera, las acciones del Programa están encaminadas a brindar abasto de bienes básicos y complementarios económicos y de calidad a la población que habita en las localidades de alta y muy alta marginación, contribuyendo así a la atención de las dimensiones de la seguridad alimentaria, relacionadas con el acceso físico y económico a los alimentos.”

El Gobierno de la República ha establecido como una prioridad, en el Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018 (PND)⁶, asegurar la alimentación y nutrición de la población, en particular atendiendo a los grupos en pobreza extrema y carencia alimentaria severa.

La Ley de Desarrollo Social establece como derechos de la población⁷: la educación, la salud, la alimentación, la vivienda el disfrute de un medio ambiente sano, el trabajo y la seguridad social. Aunado a lo anterior, la Ley de Desarrollo Rural Sustentable⁸ establece la obligación del Estado para procurar el abasto de alimentos, productos básicos y estratégicos para la población. En este contexto el Gobierno de la República está instrumentando políticas públicas en beneficio de las familias, teniendo como prioridad la atención de los municipios enmarcados en la Cruzada Nacional Contra el Hambre (400 durante 2013 y 1,012 a partir del 2014), con el propósito de lograr un desarrollo regional equilibrado.

El Programa de Abasto Rural es uno de los pilares de esta política pública para hacer accesible a la población el abasto, para que con una alimentación de calidad pueda alcanzar el desarrollo pleno.

⁶ Gobierno de la República. Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018. Objetivo 2.1: “Garantizar el ejercicio efectivo de los derechos sociales de toda la población”, su estrategia 2.1.1 Asegurar una alimentación y nutrición adecuada de los mexicanos, en particular para aquellos en extrema pobreza o con carencia alimentaria severa. Líneas de acción 1 y 3:

Combatir la carencia alimentaria de la población a través de políticas públicas coordinadas y concurrentes, priorizando la atención de las familias en extrema pobreza.

Facilitar el acceso a productos alimenticios básicos y complementarios a un precio adecuado.

⁷ Diario Oficial de la Federación. 20 de enero de 2004. Ley General de Desarrollo Social. Artículo 6 y 9.

⁸ Diario Oficial de la Federación. 12 de enero de 2012. Ley de Desarrollo Rural Sustentable. Artículo 178.

El Programa de Abasto Rural, forma parte de la Cruzada Nacional Contra el Hambre, la cual considera entre sus indicadores de la Matriz de Marco Lógico:..."b) Incentivar la adquisición de alimentos básicos nutritivos en los derechohabientes de transferencias de apoyo alimentario... e) Promover el abasto de productos alimenticios nutritivos en zonas de alta concentración de la población objetivo" (Tiendas en operación Diconsa).

El Programa de Abasto Rural (PAR) nació originalmente como el Programa CONASUPO COPLAMAR a partir del convenio que le dio origen el 20 de noviembre de 1979. El diez de diciembre de 1999 quedó protocolizada la Asamblea General Extraordinaria de accionistas de "DICONSA", celebrada el ocho de octubre del mismo año, en la que se acordó la reforma integral de sus estatutos sociales y el cambio de denominación a Diconsa, S.A. de C.V., a partir del primero de enero del año dos mil.

Al respecto, Diconsa es una empresa de participación estatal mayoritaria que pertenece al Sector Desarrollo Social. Entre sus principales funciones se encuentra la operación del PAR, que tiene por objetivo "Contribuir a la Seguridad Alimentaria facilitando el acceso físico y económico a productos alimenticios de la población que habita en localidades marginadas" a través de "Abastecer localidades de alta y muy alta marginación con productos básicos y complementarios, económicos y de calidad en forma eficaz y oportuna."⁹

El PAR es uno de los instrumentos de la política social del Gobierno Federal en cuya misión social se encuentra el coadyuvar al fomento del desarrollo económico y social del país, garantizando el abasto de productos básicos y complementarios no perecederos a precios competitivos, a fin de satisfacer la demanda de la población ubicada en zonas de alta y muy alta marginación, de difícil acceso y limitadas fuentes alternativas de abasto, mediante su acción organizada; así como participar con las distintas instituciones de gobierno en programas de abasto y distribución de productos en beneficio de los grupos más vulnerables y cuando se presenten situaciones de emergencia o desastre.

⁹ DOF. 28 de diciembre de 2014. Op. Cit.

i. Descripción del Programa

En 2001, la Organización para la alimentación y la agricultura de las Naciones Unidas (FAO)¹⁰ emitió una Guía práctica sobre la seguridad alimentaria, donde se define el concepto sobre este tema. Tomando como base este documento, la SEDESOL (2014) emitió el Diagnóstico del Programa de Abasto Rural, en el cual se identifica la problemática a resolver.

“De acuerdo con la FAO (el problema de la seguridad alimentaria) parte de cuatro dimensiones que deben garantizarse para su cumplimiento:

Disponibilidad física de los alimentos. *Se refiere a la suficiencia del abasto de alimentos en cantidad y calidad apropiada, ya sea que éstos se produzcan en el país o que se adquieran en el exterior.*

Acceso económico a los alimentos. *Depende de la disponibilidad de recursos económicos y de otra índole para adquirir alimentos nutritivos, sanos y en la cantidad adecuada, la cual se ve influenciada de manera directa por el ingreso del hogar y el precio de los alimentos.*

La utilización de los alimentos. *Se entiende como la forma en la que el cuerpo aprovecha los nutrientes de los alimentos. El correcto aprovechamiento de la ingesta de energía y nutrientes es el resultado de buenas prácticas de salud y alimentación, la correcta preparación de los alimentos, así como la diversidad de la dieta.*

La estabilidad en el tiempo de las tres dimensiones anteriores. *Incluso en el caso de que la ingesta de alimentos sea suficiente, adecuada y bien utilizada en la actualidad, se considera que los hogares no gozan de completa seguridad alimentaria si no tienen asegurado el debido acceso a los alimentos a lo largo del tiempo. Las condiciones climáticas adversas (sequías, inundaciones, etc.), o los factores económicos (el desempleo, los aumentos de los precios de los alimentos, etc.) pueden incidir en la seguridad alimentaria de las personas¹¹”*

¹⁰ FAO (2001) La Seguridad Alimentaria: información para la toma de decisiones. Guía Práctica. <http://www.fao.org/docrep/014/al936s/al936s00.pdf>

¹¹ Una discusión de las dimensiones de la seguridad alimentaria se encuentra en CONEVAL (2010), “Dimensiones de la seguridad alimentaria: Evaluación Estratégica de Nutrición y Abasto”, México, D.F.

Cabe mencionar que existen otros conceptos de seguridad alimentaria, como por ejemplo el de la autosuficiencia o el de soberanía alimentaria. En el primer caso, el concepto se refiere a la capacidad de la producción nacional para satisfacer la demanda de todas las variedades de alimentos. Por su parte, la soberanía alimentaria denomina la capacidad nacional de decisión sobre los modelos de consumo y producción de alimentos; ésta no es sinónimo de autosuficiencia¹². Sin embargo, cabe destacar que de todos estos conceptos antes mencionados, la disponibilidad física de los alimentos y el acceso económico a ellos son las condiciones necesarias, más no suficientes, para garantizar la seguridad alimentaria de la población.

Como se mencionó con anterioridad, el derecho a la alimentación es un derecho reconocido en México y la aproximación a la medición de su ejercicio efectivo se da a través de la carencia de acceso a la alimentación, misma que parte del concepto de seguridad alimentaria. La construcción de este indicador se describe de la siguiente manera en el Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en México, 2012.¹³

“[S]e lleva a cabo a partir de la información recabada en la Escala Mexicana de Seguridad Alimentaria (EMSA), cuyo antecedente directo es la Escala Latinoamericana y Caribeña de Seguridad Alimentaria (ELCSA). La EMSA capta la percepción de la población respecto al acceso a alimentos variados, nutritivos y suficientes. Consta de 12 preguntas que exploran si, en un periodo de referencia determinado, por falta de dinero o recursos, los hogares experimentaron situaciones en las que percibieron que su acceso a los alimentos se vio obstaculizado. Los 12 ítems que componen la escala están organizados en un continuo que va de menor a mayor gravedad, iniciando con escenarios en los que se percibe pérdida en la variedad de la dieta, hasta llegar al reporte de experiencias de hambre. A través de esta escala es posible reconocer cuatro posibles niveles de inseguridad alimentaria en los hogares: seguridad alimentaria, inseguridad alimentaria leve, inseguridad alimentaria moderada e inseguridad alimentaria severa.

[...] el nivel de inseguridad alimentaria leve se relaciona con preocupaciones respecto al acceso a los alimentos y la disminución de la calidad de los

¹² FAO y SAGARPA (2013), “Panorama de la Seguridad Alimentaria y Nutricional en México, 2012”. México, D.F.

¹³ Ídem.

mismos, como resultado de la falta de dinero u otros recursos para obtenerlos. Por su parte, la inseguridad alimentaria moderada reporta la disminución de la cantidad de los alimentos consumidos por el mismo motivo y, finalmente, la inseguridad severa concentra las experiencias de hambre causadas por la insuficiencia de recursos.¹⁴

Dado que la manifestación de síntomas de preocupación o ansiedad en torno al acceso a los alimentos o la opinión sobre la calidad de los mismos son aspectos subjetivos que pueden mostrar mayor variabilidad entre la población, el CONEVAL tomó la decisión de construir el indicador de carencia por acceso a la alimentación considerando los niveles de inseguridad alimentaria moderada y severa, los cuales están relacionados fundamentalmente con el registro de situaciones concretas que ocurrieron en el hogar [...]”¹⁵

“...en el reporte de resultados de la medición de pobreza por municipios en el país en 2010, publicado por el CONEVAL, se informaba que en 4.0% del total de los municipios 50.0% o más de su población presentó carencia de acceso a la alimentación. Además, entre los diez municipios con los porcentajes más altos se encontraban nueve de Oaxaca y uno de Chiapas. Cabe destacarse, que para ese mismo año, se actualizaron los índices de marginación municipal elaborados por el CONAPO, de tal manera que la combinación de ambas fuentes de información permitió identificar el porcentaje promedio de población con la carencia en comento por cada grado de marginación... para los municipios con grado de marginación muy alto este porcentaje ascendió a 39.8%, para los municipios con alto grado de marginación a 31.8%, para los clasificados con un grado medio a 26.4 %, y para los clasificados como bajo y muy bajo grado de marginación a 22.8 % y 21.0%, respectivamente.

Estas cifras presentan la vinculación de la marginación y la carencia de acceso a la alimentación, dejando claro que las condiciones de acceso a los alimentos se deterioran conforme aumenta la marginación del municipio.”¹⁶

¹⁴ Se clasifica a las personas con carencia por acceso a la alimentación como aquellas con nivel de inseguridad alimentaria moderado o severo.

¹⁵ SEDESOL 2014. Diagnóstico del Programa de Abasto Rural. pág. 11.

¹⁶ SEDESOL 2010, Diagnóstico sobre el acceso insuficiente a productos básicos y complementarios de la población que habita en localidades rurales de alta y muy alta marginación

Los resultados refrendan la pertinencia de enfocar los apoyos del PAR hacia las localidades más marginadas del país. El diagnóstico anterior del programa establece que la población potencial la conforman precisamente las localidades con grado de marginación muy alto o alto.¹⁷

“Al enfocar la atención específicamente en el ámbito económico, el grado de marginación de los municipios también se asocia con el porcentaje de población que no cuenta con los ingresos suficientes para poder adquirir una serie de productos alimenticios considerados básicos para satisfacer los requerimientos de energía y nutrientes para una vida activa y saludable. A mayor grado de marginación, mayor es el porcentaje promedio de población por debajo de la línea de bienestar (LB) y de la línea de bienestar mínimo (LBM)”¹⁸

“La dispersión y el aislamiento de las localidades también muestra repercusiones en el acceso a los alimentos, cuanto menor es el tamaño de las localidades mayor es el porcentaje de población que no puede adquirir una canasta básica alimentaria. Mientras que en 2012 el porcentaje de población por debajo de la línea de bienestar mínimo ascendió a casi 11.0% en localidades de 100 mil habitantes o más, en el caso de las localidades menores a 2,500 habitantes y localidades entre 2,500 y 5 mil el porcentaje ascendió a 32.7% y 31.3%, respectivamente (ver gráfica 3). Cabe señalar que una tendencia similar se presentó en el 2008 y en el 2010. Sin embargo, los datos muestran que con el paso de los años, en el ámbito rural¹⁵ se ha mantenido el porcentaje de población en dicha situación, mientras que en las localidades urbanas este porcentaje ha ido en aumento.”¹⁹

La población de las comunidades solicita a Diconsa S.A. de C.V. la instalación de una Tienda Diconsa en la comunidad, dicha comunidad debe satisfacer los criterios de elegibilidad conforme a las Reglas de Operación.

Diconsa abastece los productos de la canasta básica a esta tienda y se encarga de surtir los pedidos de productos absorbiendo los costos asociados con la logística de transportación y abasto. Los productos se ofrecen a la población sin condicionantes o restricciones.

¹⁷ *Ibíd.*

¹⁸ El CONEVAL define a la Línea de Bienestar como el valor monetario de una canasta de alimentos, bienes y servicios básicos y a la Línea de Bienestar Mínimo como el valor monetario de una canasta alimentaria básica.

¹⁹ Óp. Cit. SEDESOL 2014 pág. 13.

Parte del funcionamiento de las tiendas comunitarias es responsabilidad del supervisor operativo, por medio de quien se vinculan las estructuras de abasto de Diconsa (el Almacén Rural) y las comunidades beneficiadas por el PAR. Entre otras cosas, los supervisores operativos son los encargados de llevar a cabo en campo el levantamiento de los precios de los productos básicos a través de la encuesta mensual que hace Diconsa para medir el margen de ahorro que se genera en la adquisición de la canasta básica en la tienda rural.

Las Reglas de Operación del Programa de Abasto Rural 2015, publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 28 de diciembre 2014, establecen el listado de productos considerados en la Canasta Básica Diconsa, los cuales se muestran en la Figura 1.

Figura 1
 Productos en la Canasta Básica Diconsa.

No.	Producto	No.	Producto
1.	Aceite vegetal comestible	12.	Galletas marías y de animalitos
2.	Arroz	13.	Harina de maíz
3.	Atún	14.	Harina de trigo
4.	Avena	15.	Jabón de lavandería
5.	Azúcar estándar	16.	Jabón de tocador
6.	Café soluble	17.	Leche en polvo
7.	Chiles enlatados	18.	Maíz
8.	Chocolate en polvo	19.	Papel higiénico
9.	Crema dental	20.	Pasta para sopa
10.	Detergente en polvo	21.	Sal de mesa
11.	Frijol	22.	Sardina

Fuente: Diario Oficial de la Federación. 28 de diciembre de 2014. Reglas de Operación del Programa de Abasto Rural 2015.

ii. Objetivo General del Programa de Abasto Rural

“Contribuir a fortalecer el cumplimiento efectivo del derecho social a la alimentación facilitando el acceso físico o económico a los productos alimenticios para la población que habita en las localidades de alta o muy alta marginación.”²⁰

iii. Objetivo Específico

“Facilitar el acceso físico o económico a productos básicos y complementarios económicos y de calidad, en forma eficaz y oportuna, en localidades de alta o muy alta marginación.”²¹

iv. Definición de la población objetivo

Las ROP 2015 definen como población objetivo a aquellas localidades de alta y muy alta marginación de entre 200 y 14,999 habitantes que no cuenten con un servicio de Abasto Local Suficiente y Adecuado.

Asimismo, señalan que adicionalmente atenderá a la población que se encuentre en localidades que tengan al menos alguna de las siguientes características:

- a. Contar con Tiendas en funcionamiento que hayan sido instaladas de acuerdo con Reglas de Operación de ejercicios fiscales anteriores.
- b. Ser de alta o muy alta marginación con población de menos de 200 habitantes, que no cuenten con un servicio de Abasto Local Suficiente y Adecuado, y que sean aprobadas por el Consejo de Administración para el cumplimiento de los objetivos del Programa.
- c. Ser de creación posterior al Censo 2010, que no cuenten con una estimación de su grado de marginación, que se encuentren ubicadas en municipios de alto o muy alto grado de marginación o con alto y muy alto índice de rezago social, que no cuenten con un servicio de Abasto Local Suficiente y Adecuado, y que sean aprobadas por el Consejo de Administración para el cumplimiento de los objetivos del Programa.

²⁰ Reglas de operación Programa de Abasto Rural 2015. Apartado 2.1

²¹ Ídem. Apartado 2.2

v. Tipos de apoyo

Las Reglas de Operación del Programa de Abasto Rural 2015, definen en su apartado 3.5 que:

“El tipo de apoyo consistirá en proporcionar en sus Puntos de Venta el servicio de abasto de productos básicos y complementarios de calidad. En el caso de los productos alimenticios, se procurará que además tengan un alto valor nutritivo.

El monto del apoyo equivale al valor de la transferencia de ahorro que Diconsa otorga a la población mediante la oferta de productos a precios menores a los que ofrecen las alternativas de abasto de la localidad.”

Se buscará que el Margen de Ahorro otorgado a las personas beneficiarias a través del precio de la Canasta Básica Diconsa distribuida en los Puntos de Venta sea de por lo menos 15%, considerando el precio de dicha canasta en las tiendas privadas del mercado local”²²

En este sentido, en la Figura 1 anteriormente presentada, se relacionaron los 22 productos de la canasta básica Diconsa considerados en el Anexo 2 de las Reglas de Operación del Programa de Abasto Rural 2015.

“La transferencia de ahorro a las personas beneficiarias se realizará vía precios y no como subsidio directo.

Diconsa podrá establecer precios preferenciales en productos específicos de su Canasta Básica cuando los precios de mercado afecten significativamente el acceso a los mismos por parte de la población objetivo del Programa. La aplicación de esta política se hará por el tiempo y a los precios que autorice el órgano de gobierno de la entidad.”²³

Como puede verse en la Figura 2, las Reglas de Operación 2015 incluyen un conjunto de productos que pueden ser comercializados en las Tiendas Diconsa. Estos productos están agrupados en grupos: a) productos alimenticios, b) suplementos alimenticios, c) productos para la higiene y salud, y d) otros.

²² Op. Cit. Apartado 3.5. Tipos y Montos de Apoyo.

²³ Ídem.

Figura 2

Catálogo de Productos Comercializados por Diconsa, S.A. de C.V.

Productos para la alimentación y nutrición	
Aceite vegetal comestible	Consomés
Aceitunas	Crema de leche
Aderezos	Diversas comidas preparadas
Adobos	Dulces y caramelos
Agua purificada	Elotes en grano envasado
Alimentos infantiles colados, picados	Embutidos envasados
Alubia	Espicias y condimentos
Artículos perecederos	Flanes en polvo
Arroz a granel	Frijol a granel
Arroz envasado	Frijol envasado
Atoles	Frijoles enlatados
Atún enlatado	Frutas envasadas
Avena	Frutas deshidratadas
Azúcar estándar	Galletas básicas
Azúcar refinada	Galletas diversas
Bebidas de fruta	Garbanzo
Café soluble	Gelatinas en polvo
Café tostado y molido	Granola
Cajeta	Haba pelada
Carnes envasadas	Harina de arroz
Cereales en barra y palanquetas	Harina de maíz
Cereales en hojuelas	Harina de trigo
Cereales para bebé	Harina para hot cakes
Chícharo envasado	Harina para pastel
Chícharo con zanahoria envasado	Huevo deshidratado
Chiles chipotles	Huevo fresco
Chiles jalapeños en rajas	Jugos
Chiles jalapeños enteros	Jugos para bebé
Chiles secos	Leche condensada o evaporada
Chiles serranos	Leche en polvo
Chilorio	Leche líquida
Chocolate de mesa	Leche maternizada
Chocolate en polvo	Leche saborizada
Chocolate golosina	Lentejas
Concentrado en polvo p/bebidas	Maíz blanco
Concentrado líquido p/bebidas	Maíz cacahuazintle
	Maíz no blanco

Maíz palomero
Manteca de cerdo
Manteca vegetal
Mayonesas
Mermeladas
Mieles, jarabes y extractos
Moles
Mostaza
Néctares
Pan de caja
Papillas
Pastas para sopa
Piloncillo
Polvo para hornear
Puré de tomate
Sal en grano
Sal molida y refinada
Salsa cátsup
Salsa picante
Salsas caseras
Sardina enlatada
Sopas
Soya texturizada
Suplementos alimenticios
Te
Vegetales envasados
Verduras deshidratadas
Vinagre
Productos para la higiene y la salud
Artículos de primeros auxilios
Aromatizantes
Biberones y mamilas
Bicarbonato
Blanqueadores
Cepillos dentales
Cremas dentales
Cremas para uso personal
Desinfectantes
Desodorantes de uso personal
Detergentes en polvo

Detergentes líquidos
Escobas, escobetas y cepillos
Fibras y estropajos
Fijadores para cabello
Franelas y jergas
Insecticidas y raticidas
Jabones de lavandería
Jabones de tocador
Limpiadores en polvo
Toallas húmedas
Limpiadores líquidos
Medicinas de patente sin receta
Navajas y rastrillos de afeitar
Palillos
Pañales desechables
Pañuelos desechables
Papel higiénico
Preservativos
Servilletas
Shampoo y acondicionadores
Suavizante de telas
Talcos
Toallas sanitarias
Trapeadores y mechudos
Ungüentos y pomadas
Otros productos:
Aceites lubricantes
Ácido muriático
Alimentos pecuarios
Artículos desechables
Artículos escolares
Bolsas para despensa
Cajas de cartón para despensas
Cal para construcción
Calzado
Carbón
Cebada pecuaria
Cerillos
Cobijas y colchonetas
Encendedores

Equipo de cocina y comedores
Estampillas postales
Fertilizantes
Focos
Grasas para calzado
Herramientas para el campo
Juguetes
Láminas para construcción
Linternas

Papel aluminio
Pilas
Tarjetas telefónicas
Utensilios de aluminio y acero
Utensilios de plástico, madera y vidrio
Utensilios de lámina galvanizada
Veladoras
Velas

vi. Antecedentes de las actividades de seguimiento físico y operativo.

Diconsa ha establecido como parte de sus actividades anuales, desde el año 2009, la realización de acciones relacionadas al seguimiento físico del Programa de Abasto Rural, según lo estipulado en las Reglas de Operación (ROP) para cada año fiscal. El objetivo planteado para llevar a cabo el Seguimiento Físico, ha consistido en verificar que las tiendas Diconsa operen de acuerdo a lo establecido en las Reglas de Operación del PAR para el ejercicio fiscal correspondiente.

El objetivo del Seguimiento Físico y Operativo del Programa de Abasto Rural ha evolucionado a lo largo de estos años, pasando de: “Realizar actividades de Seguimiento Físico con la finalidad de verificar la operación y funcionamiento de las tiendas rurales comunitarias Diconsa” (SEDESOL 2010, 2011 y 2012); incorporando la dimensión de la Cruzada Nacional contra el Hambre²⁴ (SEDESOL 2013 y 2014); hasta llegar al objetivo actual: *“Realizar las acciones de seguimiento físico y operativo al Programa de Abasto Rural para verificar que la operación de las tiendas Diconsa se efectúe según lo estipulado en sus Reglas de Operación del ejercicio fiscal 2015.”*

De igual manera, los objetivos específicos e instrumentos empleados para el levantamiento de información en campo han evolucionado a lo largo del tiempo, por lo cual vale la pena enunciarlos, al ser la materia de este estudio:

²⁴ SEDESOL – Diconsa. 2013. Informe de seguimiento físico del Programa de Abasto Rural. Objetivo: Verificar que las tiendas Diconsa operen de acuerdo a lo establecido en las reglas de operación del Programa de Abasto Rural para el ejercicio fiscal 2013, además de identificar, en su caso, algunas acciones que se están llevando a cabo en el marco de la Cruzada Nacional Contra el Hambre

En 2010²⁵, los objetivos eran muy directos, no se incluía la valuación del margen de ahorro y planteaba criterios de verificación muy generales en los instrumentos:

1. Verificar que los precios de los productos que se comercian en las tiendas comunitarias estén a la vista de los clientes.
2. Identificar si la tienda Diconsa es opción única de abasto en la localidad.
3. Verificar si la tienda Diconsa ofrece servicios adicionales al abasto.
4. Verificar que las tiendas Diconsa cumplan con el horario de servicio establecido.
5. Verificar que la tienda muestre la imagen institucional de Diconsa.
6. Verificar si las tiendas Diconsa tienen a la venta productos de marca propia.
7. Conocer el grado de satisfacción de los encargados de las tiendas Diconsa.
8. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.

En 2011²⁶, se incorporan los temas siguientes: i) margen de ahorro, b) la prestación de servicios adicionales al abasto, c) los materiales y condiciones de la tienda (se subrayan los objetivos que fueron incorporados en este año):

1. Verificar que los precios de los productos que se expendan en las tiendas comunitarias estén a la vista de los clientes.
2. Identificar si la tienda Diconsa es opción única de abasto en la localidad.
3. Conocer los servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa.
4. Verificar que la tienda Diconsa cumpla con el horario de servicio establecido.
5. Verificar que la tienda muestre la imagen institucional de Diconsa.
6. Identificar la existencia y condiciones del mobiliario y equipo de la tienda Diconsa.
7. Identificar los materiales y las condiciones en que se encuentra el local donde se ubica la tienda Diconsa.
8. Verificar si tienen a la venta productos marca propia.
9. Verificar que las tiendas Diconsa transfieran a los beneficiarios un margen de ahorro acorde a lo señalado en las Reglas de Operación 2011 del Programa, para lo cual se recopilará información de precios de los productos

²⁵ SEDESOL – Diconsa. 2010. Informe del Seguimiento Físico 2010, Programa de Abasto Rural.

²⁶ SEDESOL – Diconsa. 2011. Informe del Seguimiento Físico 2011, Programa de Abasto Rural.

de la canasta básica Diconsa tanto en la tienda comunitaria como en la tienda privada de la localidad.

10. Conocer el grado de satisfacción de los encargados de las tiendas Diconsa.
11. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.

En 2012²⁷, se pone énfasis adicional en verificar la mejora de la disponibilidad de los productos de la canasta básica Diconsa:

1. Verificar que los precios de los productos que se expenden en las tiendas comunitarias estén a la vista de los clientes.
2. Identificar si la tienda Diconsa es opción única de abasto en la localidad.
3. Conocer los servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa.
4. Verificar que la tienda Diconsa cumpla con el horario de servicio establecido.
5. Verificar que la tienda muestre la imagen institucional de Diconsa.
6. Identificar la existencia y condiciones del mobiliario y equipo de la tienda Diconsa.
7. Identificar los materiales y las condiciones en que se encuentra el local donde se ubica la tienda Diconsa.
8. Verificar si tienen a la venta productos marca propia.
9. Verificar que las tiendas Diconsa transfieran a los beneficiarios un margen de ahorro acorde a lo señalado en las Reglas de Operación 2012 del Programa, para lo cual se recopilará información de precios de los productos de la canasta básica Diconsa tanto en la tienda comunitaria como en la tienda privada de la localidad.
10. Conocer el grado de satisfacción de los encargados de las tiendas Diconsa.
11. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.
12. Verificar la mejora en la disponibilidad de productos que conforman la canasta básica en la localidad a partir de la instalación de la tienda Diconsa.

En 2013²⁸, se especifican adicionalmente las capacitaciones orientadas al consumo y la dimensión de la Cruzada Nacional contra el Hambre:

1. Verificar que los precios de los productos que se expenden en las tiendas comunitarias estén a la vista de los clientes.
2. Identificar si la tienda Diconsa es opción única de abasto en la localidad.

²⁷ SEDESOL – Diconsa. 2012. Informe del Seguimiento Físico 2012, Programa de Abasto Rural.

²⁸ SEDESOL – Diconsa. 2013. Informe del Seguimiento Físico 2013, Programa de Abasto Rural.

3. Verificar el grado de disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica.
4. Conocer los servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa y aquellos en los que se interesarían las localidades con tienda comunitaria.
5. Verificar que la tienda Diconsa cumpla con el horario de servicio establecido.
6. Verificar que la tienda muestre la nueva imagen institucional de Diconsa.
7. Identificar la existencia y condiciones del mobiliario y equipo de la tienda Diconsa.
8. Identificar las condiciones en que se encuentra el local donde se ubica la tienda Diconsa.
9. Verificar si tienen a la venta productos marca propia.
10. Verificar que las tiendas Diconsa que no forman parte de la Cruzada Nacional Contra el Hambre, transfieran a los beneficiarios un margen de ahorro acorde a lo señalado en las Reglas de Operación 2013 del Programa, para lo cual se recopilará información de precios de los productos de la canasta básica Diconsa tanto en la tienda comunitaria como en la tienda privada de la localidad.
11. Verificar, en su caso, si las tiendas Diconsa abiertas en el marco de la Cruzada Nacional Contra el Hambre o que están operando en municipios considerados en dicha Cruzada, están ofreciendo los precios establecidos para garantizar un margen de ahorro entre el 20 y el 25%.
12. Verificar si Diconsa ha efectuado, en las localidades supervisadas, capacitaciones orientadas al consumo.
13. Conocer el grado de satisfacción de los encargados de las tiendas Diconsa.
14. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.

En 2014²⁹, se identifican otros productos de interés para la población beneficiaria.

1. Verificar que los precios de los productos que se expenden en las tiendas comunitarias estén a la vista de los clientes.
2. Identificar si la tienda Diconsa es opción única de abasto en la localidad.
3. Verificar el grado de disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica.
4. Identificar los servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa y aquellos en los que se interesarían las localidades con tienda comunitaria.

²⁹ SEDESOL - Diconsa. Informe del Seguimiento Físico 2014, Programa de Abasto Rural. 2014.

5. Identificar aquellos productos no incluidos en el catálogo Diconsa (perecederos, etc.), pero en los que estarían interesados los habitantes con tienda comunitaria.
6. Verificar el horario de servicio de la tienda.
7. Verificar que la tienda muestre la nueva imagen institucional de Diconsa.
8. Identificar la existencia y condiciones del mobiliario y equipo de la tienda Diconsa (báscula, vitrina, anaqueles, etc.).
9. Identificar las condiciones en que se encuentra el local donde se ubica la tienda Diconsa, especialmente lo referente a infraestructura y servicios, etc.
10. Verificar si tienen a la venta productos marca propia.
11. Verificar que las tiendas Diconsa transfieran a los beneficiarios un margen de ahorro acorde a lo señalado en las Reglas de Operación 2014 del Programa, para lo cual se recopilará información de precios de los productos de la canasta básica Diconsa tanto en la tienda comunitaria como en la tienda privada de la localidad.
12. Verificar si el personal de Diconsa ha efectuado, en las localidades supervisadas, capacitaciones orientadas al consumo o para mejorar las ventas.
13. Conocer el grado de satisfacción de los encargados de las tiendas Diconsa.
14. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.

En el ejercicio fiscal 2015, se mantienen los objetivos específicos e instrumentos empleados en 2014 y se enlistan en la sección C, apartado ii.

En cada ejercicio de seguimiento físico, Diconsa, S.A. de C.V. buscó obtener información diversa para corroborar la aplicación de lo establecido en las Reglas de Operación del Programa. Así, informó a la SEDESOL los resultados obtenidos respecto a aspectos como: los precios estuvieran a la vista de los beneficiarios; que los precios de los productos en las tiendas comunitarias no fueran superiores a los establecidos en las oficinas centrales; identificar si la tienda comunitaria era opción única de abasto en la localidad; verificar los servicios adicionales al abasto ofrecidos; el monto de las ventas de las tiendas; imagen institucional; unidades de servicio a la comunidad; horario y días de atención; venta de productos marca propia; y, el grado y causas de la satisfacción de los encargados de tienda y beneficiarios, entre otros aspectos.

Asimismo, considerando el tamaño del universo y los limitados recursos presupuestales (de tiempo y humanos) disponibles, en todos los casos el diseño

metodológico empleado por Diconsa consistió en realizar un ejercicio de muestreo aleatorio sistemático con las tiendas en operación existentes en el directorio de tiendas al cierre del mes en que se decidió empezar el levantamiento de información en campo (julio de 2010 a 2013 y agosto para 2014). La determinación del tamaño de la muestra usó la fórmula para poblaciones finitas, bajo una muestra aleatoria simple, mediante los parámetros mostrados en la Figura 3.

Figura 3
 Fórmula y parámetros para el cálculo del tamaño de la muestra (n)
 2010 a 2014

$$\text{Tamaño de la muestra} = n = \frac{NZ_{\alpha}^2 pq}{E^2(N - 1) + Z_{\alpha}^2 pq}$$

Donde:

- N = Tamaño del universo o total de la población
- $Z_{\alpha}^2 = \pm 1.96$ (para un nivel de significancia del 95%)
- p = Proporción esperada = 95% = 0.95
- q = Proporción no esperada = (1-p) = 1-0.95 = 0.05
- E = Precisión o error máximo permisible = 3% = 0.03

El tamaño del universo fluctuó entre 23,362 para 2010 y 26,687 para 2014. Sin embargo, la ecuación arroja un tamaño de muestra de 201 observaciones, con ligeras variaciones en decimales. Por lo cual, los ejercicios de seguimiento físico de dichos ejercicios fiscales consideraron esta medida como un estándar.³⁰

La revisión de los informes de seguimiento físico elaborados por Diconsa de 2010 a 2014 indica que el levantamiento de información se realizó mediante los supervisores, en sus recomendaciones se incluyó la separación entre los supervisores y la recolección de información sobre el desempeño de ellos mismos³¹. En la teoría de administración de procesos las funciones de ejecución y evaluación deben realizarse por individuos diferentes. Al ser los supervisores quienes aplican

³⁰ Un ejercicio de simulación de distintos escenarios muestra que bajo estos parámetros, cuando N llega a 17,970, n tiende a 200.5, lo cual implica un número de elementos en muestra de 201; y el tamaño de muestra se mantiene hasta N=32,364 con lo cual n llega a 201.5; por lo anterior es comprensible que durante los últimos años el tamaño de muestra se haya mantenido en 201.

³¹ Los cuestionarios incluían preguntas al encargado de tienda sobre el grado de satisfacción con el trabajo de los supervisores (oportunidad en la atención sobre: pedidos incompletos, productos en mal estado y capacitación).

los cuestionarios sobre su actuación, los encargados de tienda generan información sesgada, dado que los informantes se sienten intimidados y tenderán a ser poco honestos sobre el actuar del supervisor por temor a represalias. Kornhauser y Sheatsley³² (1965) recomiendan que para evitar el sesgo producido por factores introducidos por el entrevistador, no deberá existir una relación comercial, laboral o personal entre éste y el informante.

Con la finalidad de eliminar el sesgo en recolección de la información, derivado de que la evaluación del supervisor fuera recolectada por el mismo, el presente estudio se ha fijado, entre otros objetivos, medir la calidad en la operación del PAR siguiendo la metodología propuesta por la DGEMPS de la Secretaría de Desarrollo Social.

B. Marco Legal de Referencia.

En 2008, el Gobierno de la República implementó el Presupuesto Basado en Resultados, como un proceso para evaluar los resultados e impacto en la ejecución de los Programas y por ende, de los recursos asignados en el Presupuesto de Egresos de la Federación, con el objetivo de entregar mejores bienes y servicios a la población, elevar la calidad del gasto público y promover la transparencia y rendición de cuentas.

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, en su Estrategia Transversal “Gobierno Cercano y Moderno” establece que las políticas y los programas de la Administración Pública Federal deberán orientarse a resultados, optimizar el uso de los recursos públicos, utilizar las nuevas tecnologías de la información y comunicación e impulsar la transparencia y la rendición de cuentas con base en un principio básico plasmado en el artículo 134 de la Constitución: “Los recursos económicos de que dispongan la Federación, los estados, los municipios, el Distrito Federal y los órganos político-administrativos de sus demarcaciones territoriales, se administrarán con eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez para satisfacer los objetivos a los que estén destinados”.

El programa contribuye al cumplimiento del Objetivo 2.1 del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, en el que se establece como prioridad el garantizar el ejercicio efectivo de los derechos sociales para toda la población. Al respecto, las

³² Kornhauser, A. y Sheatsley, P.B. “Construcción de cuestionarios y procedimientos de entrevistas”. En Selltiz, C. et. Al. 1965. Métodos de investigación en las relaciones sociales. Madrid, España.

acciones de este programa se alinean a la Estrategia 2.1.1 del Plan Nacional de Desarrollo que busca asegurar una alimentación y nutrición adecuada de los mexicanos, en particular para aquellos en extrema pobreza o con carencia alimentaria severa.

La Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, en su artículo 75 establece que:

Los subsidios deberán sujetarse a los criterios de objetividad, equidad, transparencia, publicidad, selectividad y temporalidad, para lo cual las dependencias y entidades que los otorguen deberán:

...

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

La Ley General de Desarrollo Social, en materia de seguimiento, señala:

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés social y de observancia general en todo el territorio nacional, y tiene por objeto:

...

VIII. Establecer mecanismos de evaluación y seguimiento de los programas y acciones de la Política Nacional de Desarrollo Social.

Artículo 18. Los programas, fondos y recursos destinados al desarrollo social son prioritarios y de interés público, por lo cual serán objeto de seguimiento y evaluación de acuerdo con esta Ley.

Este programa se alinea al Objetivo 1 del Programa Sectorial de Desarrollo Social 2013-2018 “Fortalecer el cumplimiento efectivo de los derechos sociales que potencien las capacidades de las personas en situación de pobreza, a través de acciones que incidan positivamente en la alimentación, la salud y la educación”, así como a la Estrategia 1.2: “Procurar el acceso a productos básicos y complementarios de calidad y a precios accesibles a la población de las localidades marginadas del país.”

Las Reglas de Operación 2015, establecen que Diconsa es una entidad paraestatal sectorizada a la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), encargada de la operación del Programa de Abasto Rural, cuyo objetivo es contribuir a fortalecer el

cumplimiento del derecho social a la alimentación, facilitando el acceso físico o económico a productos alimenticios básicos y complementarios de calidad y económicos en forma eficaz y oportuna, en localidades de alta o muy alta marginación con un rango de población de entre 200 y 14,999 habitantes que no cuenten con un servicio de Abasto Local Suficiente y Adecuado.

Asimismo, señalan que el apoyo otorgado por el PAR, consiste en proporcionar a través de las tiendas comunitarias el servicio de abasto de al menos los 22 productos de la Canasta Básica Diconsa, proporcionando un monto de apoyo equivalente al valor de la transferencia de ahorro que Diconsa otorga a la población mediante la oferta de los 22 productos señalados a precios menores a los que ofrecen las alternativas privadas de abasto de la localidad, otorgando así un Margen de Ahorro de por lo menos 15%, considerando el precio de la misma canasta en las tiendas privadas del mercado local.

Para materializar los apoyos que otorga Diconsa, S.A. de C.V. a través del PAR, se instalan a petición de las localidades organizadas, tiendas comunitarias (Diconsa) que comercializan los productos básicos y complementarios a precios más accesibles que los encontrados en las opciones privadas de abasto.

De esta manera, la autorización, instalación y operación de cada una de las tiendas comunitarias debe circunscribirse a lo establecido en la normativa anteriormente señalada. Por ello, las actividades de supervisión y seguimiento físico se realizarán con base en lo previsto en las Reglas de Operación 2015 que señalan en el numeral “7.1 Seguimiento físico y operativo” que *“Diconsa realizará acciones de seguimiento físico y operativo de sus apoyos, acciones o servicios entregados, cuya metodología deberá ser elaborada con base en los elementos técnicos mínimos que defina la Dirección General de Evaluación y Monitoreo de Programas Sociales (DGEMPS); quien asimismo, establecerá el mecanismo para la validación de dicha metodología, previo a su aplicación en campo”*.

Al respecto, el Reglamento Interior de la Secretaría de Desarrollo Social, establece las atribuciones de la DGEMPS. El artículo 34, fracción I Bis, la señala como la unidad administrativa responsable de “Definir las metodologías para el seguimiento físico y operativo de los programas sociales operados por los órganos administrativos desconcentrados de la Secretaría y las entidades del sector coordinado por ésta, así como analizar los resultados del seguimiento que, con base en dichas metodologías, realicen los órganos administrativos desconcentrados de la Secretaría y las entidades del sector coordinado por ésta”.

Por lo anterior, la DGEMPS emitió el “Mecanismo para la definición de la Metodología de Seguimiento Físico y Operativo de los programas sociales operados por los órganos desconcentrados y las entidades del sector coordinado por la SEDESOL”, cuya finalidad consiste en definir las etapas del proceso de revisión, retroalimentación y validación de las Metodologías de Seguimiento Físico y Operativo que realicen los Programas Sociales operados por los órganos desconcentrados y las entidades sectorizadas, además de la revisión de los respectivos informes, así como el documento “Definición de elementos mínimos para una metodología de seguimiento físico y operativo de los programas sociales” cuyo objetivo es establecer la estructura mínima necesaria que permita garantizar la rigurosidad metodológica y la validez estadística de los resultados del ejercicio de seguimiento en campo de las acciones de los programas sociales sectorizados.

C. Objetivos del seguimiento físico y operativo.

“La palabra metodología es un vocablo generado a partir de tres palabras de origen griego: metà (más allá), odòs (camino) y logos (estudio). La metodología, por tanto, es un conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica. El método, por su parte, se define como el procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla.

A partir de lo anterior, podemos definir metodología como:

El conjunto de procedimientos que se deben de seguir para obtener información sobre una pregunta de investigación en distintos ámbitos.”³³

i. Objetivo General.

Realizar las acciones de seguimiento físico y operativo al Programa de Abasto Rural para verificar que la operación de las tiendas Diconsa se efectúe según lo estipulado en sus Reglas de Operación para el ejercicio fiscal 2015, así como conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios y encargados de las tiendas y verificar las condiciones en la que se encuentran las tiendas.

³³ SEDESOL 2015. Anexo Definición de elementos mínimos para una metodología de seguimiento físico y operativo de los Programas Sociales operados por los órganos desconcentrados y entidades del sector Coordinado por la Secretaría de Desarrollo Social. Página 6.

ii. Objetivos Específicos

1. Verificar que los precios de los productos que se expenden en las tiendas Diconsa se encuentren a la vista de los clientes.
2. Verificar el grado de disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica.
3. Identificar si la tienda Diconsa es opción única de abasto en la localidad.
4. Identificar los servicios adicionales al abasto ofrecidos por las tiendas comunitarias y aquellos en los que se interesa la comunidad que puedan ofrecerse.
5. Identificar aquellos productos no incluidos en el catálogo Diconsa, en los que estarían interesados los habitantes con tienda comunitaria.
6. Verificar el horario de servicio de la tienda.
7. Verificar que la tienda muestre la nueva imagen institucional de Diconsa.
8. Identificar la existencia y condiciones del mobiliario y equipo de las tiendas comunitarias (báscula, vitrina, anaqueles, etc.).
9. Identificar las condiciones en que se encuentra el local donde se ubican las tiendas Diconsa, especialmente lo referente a infraestructura, limpieza, servicios, etc.
10. Verificar si tienen a la venta productos marca SEDESOL-DICONSA.
11. Verificar que las tiendas comunitarias transfieran a los beneficiarios un margen de ahorro acorde a lo señalado en las Reglas de Operación 2015 del PAR. El Instituto Nacional de Administración Pública (INAP) recopiló información de precios de los 22 productos de la canasta básica Diconsa tanto en la tienda comunitaria como en la tienda privada de la localidad.
12. Verificar si el personal de Diconsa ha efectuado, en las localidades supervisadas, capacitaciones orientadas al consumo o para mejorar las ventas.
13. Conocer el grado de satisfacción de los encargados de las tiendas Diconsa.
14. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.

iii. Definición y alcance del seguimiento físico y operativo.

Conforme a la metodología planteada por la SEDESOL (2015) en el Anexo “Definición de elementos mínimos para una metodología de seguimiento físico y operativo de los Programas Sociales operados por los órganos desconcentrados y entidades del sector Coordinado por la Secretaría de Desarrollo Social”, encontramos que:

“Dentro de la administración pública nacional existen varias definiciones de seguimiento, por ejemplo:

El Modelo de Términos de Referencia para la Evaluación de Procesos de Programas de Desarrollo Social 2013, establece que el seguimiento a beneficiarios y monitoreo de apoyos se refiere a las acciones y mecanismos mediante los cuales el programa comprueba que los apoyos entregados a los beneficiarios son utilizados y funcionan de acuerdo con el objetivo planteado.

La Guía para la construcción de la Matriz de Indicadores para Resultados define seguimiento como un elemento del Sistema de Evaluación de Desempeño, cuyo objetivo se centra en el monitoreo del avance del ejercicio presupuestario; el cumplimiento de las metas de los indicadores de la MIR y la atención a las recomendaciones de las evaluaciones realizadas a los programas y al desempeño institucional.

Por otro lado, en la práctica, los programas sociales han llevado a cabo ejercicios de seguimiento físico y operativo con distintos objetivos, entre ellos: recabar la percepción de los beneficiarios acerca de los apoyos entregados; verificar que aspectos de la operación se realicen de acuerdo con lo establecido en las ROP; e identificar las buenas prácticas así como las acciones que pudieran limitar el logro de los objetivos del programa.

Considerando los conceptos anteriores, así como el ejercicio de seguimiento físico y operativo desarrollado en la práctica por los programas sociales, se presentan las siguientes definiciones:

Seguimiento físico: *conjunto de actividades orientadas a verificar en campo la existencia, entrega y calidad de los apoyos, acciones o servicios otorgados por los programas sociales.*

Seguimiento operativo: *conjunto de actividades orientadas a verificar en campo algunos elementos de la mecánica operativa de los programas sociales para la entrega de sus apoyos, acciones o servicios...³⁴*

“...la DGEMPS define la metodología de seguimiento físico y operativo como:

El conjunto de procedimientos que permite verificar en campo la existencia, entrega y calidad de los diferentes tipos de apoyos que otorga el programa, así como valorar algunos elementos de su mecánica operativa, con base en

³⁴ Op. Cit. pp. 6 y 7.

*lo establecido en los documentos normativos de cada uno de los programas sociales.*³⁵

Con base en los elementos antes descritos, los aspectos a verificar en campo por parte del INAP son:

1. La transferencia del margen de ahorro a los consumidores de los 22 productos abastecidos en las Tiendas Diconsa como parte de la canasta básica.
2. La oportunidad y abastecimiento de los 22 productos de la canasta básica.
3. La operación de la tienda Diconsa, en términos de horarios, servicio y nueva imagen institucional.
4. La disponibilidad de productos marca SEDESOL-DICONSA.
5. La capacitación orientada al consumo para mejorar las ventas, realizada por el personal de Diconsa.
6. El grado de satisfacción de los encargados de tienda y beneficiarios de las tiendas Diconsa.

iv. Instrumentos de recolección de información en campo, incluyendo los objetivos de cada uno (cuestionarios).

Los términos de referencia del estudio plantean el uso de cinco instrumentos para la recolección de información en campo, los cuales se describen en la Figura 4.

³⁵ Op. Cit. pág. 7.

Figura 4
Instrumentos para la recolección de información en campo

Instrumento	Objetivo del instrumento	Informante clave	Principales variables de estudio
Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa	Verificar que las tiendas Diconsa, cumplan con lo establecido en las Reglas de Operación vigentes, así como conocer la satisfacción de los encargados respecto a la operación de las tiendas comunitarias.	Encargado de tienda Diconsa	Disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica Servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa Productos no incluidos en el catálogo Diconsa y que están interesados los beneficiarios. Horario de atención de la tienda Condiciones en que se encuentra la tienda Capacitaciones recibidas Grado de satisfacción
Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar a los beneficiarios de tienda Diconsa	Conocer la satisfacción de los beneficiarios respecto a la operación de las tiendas comunitarias.	Beneficiarios - clientes en cada una de las tiendas comunitarias de la muestra	Disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica Servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa Productos no incluidos en el catálogo Diconsa y en los que se interesan los beneficiarios Agrado y compra de productos marca propia

Instrumento	Objetivo del instrumento	Informante clave	Principales variables de estudio
			<p>Condiciones en que se encuentra la tienda</p> <p>Grado de satisfacción del beneficiario con la atención del encargado.</p> <p>Grado de satisfacción del beneficiario con las tiendas Diconsa</p>
Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador	Verificar que las tiendas comunitarias cumplan con lo establecido en las Reglas de Operación vigentes.	Entrevistadores INAP	<p>Imagen de la tienda</p> <p>Condiciones de la tienda (inmueble, mobiliario y equipo)</p> <p>Disponibilidad de productos de la canasta básica</p> <p>Disponibilidad de productos marca propia</p> <p>Servicios adicionales al abasto ofrecidos</p> <p>Capacitaciones recibidas</p>
Cédulas de registro de precios en Tienda Diconsa y en Tienda Privada	Verificar que las tiendas Diconsa transfieren a los beneficiarios el margen de ahorro señalado en las Reglas de Operación vigentes.	<p>Encargado de la tienda Diconsa</p> <p>Encargado de la tienda privada</p>	<p>Precios de los 22 productos de la Canasta básica en tiendas Diconsa.</p> <p>Precios de los 22 productos de la Canasta básica Diconsa en tiendas privadas.</p>

El **Anexo 1** contiene los instrumentos descritos en el cuadro anterior.

D. Diseño Metodológico.

- i. Determinación de las variables de estudio en correspondencia con los tipos de apoyo que entrega el Programa de Abasto Rural.

Figura 5
 Descripción de las variables de estudio

Tipo de seguimiento	Objetivo Específico	Instrumento	Variables de estudio
Seguimiento físico	3. Verificar el grado de disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa. Sección 3	Disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica
Seguimiento físico	4. Identificar los servicios adicionales al abasto ofrecidos por las tiendas comunitarias y aquellos en los que se interesa la comunidad que puedan ofrecerse.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa. Sección 4.	Servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa
Seguimiento físico	5. Identificar aquellos productos no incluidos en el catálogo Diconsa, en los que estarían interesados los habitantes con tienda comunitaria	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa. Preguntas 3.1 a 3.5	Productos no incluidos en el catálogo Diconsa y que están interesados los beneficiarios.
Seguimiento operativo	6. Verificar el horario de servicio de la tienda.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa. Preguntas 1.3 y 1.4	Horario de atención de la tienda
Seguimiento físico	9. Identificar las condiciones en que se encuentra el local donde se ubican las tiendas Diconsa, especialmente lo referente a infraestructura, limpieza, servicios, etc.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa. Preguntas 1.9 a 1.11	Condiciones en que se encuentra la tienda

Tipo de seguimiento	Objetivo Específico	Instrumento	Variables de estudio
Seguimiento operativo	12. Verificar si el personal de Diconsa ha efectuado, en las localidades supervisadas, capacitaciones orientadas al consumo o para mejorar las ventas.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa. Preguntas 6.8 a 6.10	Capacitaciones recibidas
Seguimiento operativo	13. Conocer el grado de satisfacción de los encargados de las tiendas Diconsa.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa. Sección 2	Grado de satisfacción
Seguimiento físico	2. Verificar el grado de disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica.	Cédula de seguimiento físico 2015 Registro de Precios de Tienda Diconsa	Disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica
Seguimiento físico	4. Identificar los servicios adicionales al abasto ofrecidos por las tiendas comunitarias y aquellos en los que se interesa la comunidad que puedan ofrecerse.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar a los beneficiarios de tienda Diconsa. Sección 6	Servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa
Seguimiento físico	5. Identificar aquellos productos no incluidos en el catálogo Diconsa, en los que estarían interesados los habitantes con tienda comunitaria	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar a los beneficiarios de tienda Diconsa. Preguntas 6.2 a 6.4	Productos no incluidos en el catálogo Diconsa y en los que se interesan los beneficiarios
Seguimiento físico	14. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar a los beneficiarios de tienda Diconsa. Preguntas 4.8 y 4.9	Agrado y compra de productos marca propia

Tipo de seguimiento	Objetivo Específico	Instrumento	Variables de estudio
Seguimiento físico	9. Identificar las condiciones en que se encuentra el local donde se ubican las tiendas Diconsa, especialmente lo referente a infraestructura, limpieza, servicios, etc.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar a los beneficiarios de tienda Diconsa. Preguntas 5.4, 5.5 y 5.16	Condiciones en que se encuentra la tienda
Seguimiento físico	14. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar a los beneficiarios de tienda Diconsa. Preguntas 5.10 a 5.15	Grado de satisfacción del beneficiario con la atención del encargado
Seguimiento operativo	14. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.	Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar a los beneficiarios de tienda Diconsa. Sección 5	Grado de satisfacción con las tiendas Diconsa
Seguimiento físico	1. Verificar que los precios de los productos que se expenden en las tiendas comunitarias estén a la vista de los clientes.	Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador. Pregunta 4.3	Precios de los productos a la vista de los clientes
Seguimiento físico	2. Identificar si la tienda Diconsa es opción única de abasto en la localidad.	Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador. Pregunta 3	La tienda Diconsa como única opción de abasto en la localidad
Seguimiento físico	7. Verificar que la tienda muestre la nueva imagen institucional de Diconsa.	Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador. Sección 4	Imagen de la tienda
Seguimiento físico	8. Identificar la existencia y condiciones del mobiliario y equipo de las tiendas comunitarias (báscula, vitrina, anaqueles, etc.).	Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador Secciones 5 y 6	Condiciones de la tienda (inmueble, mobiliario y equipo)

Tipo de seguimiento	Objetivo Específico	Instrumento	VARIABLES de estudio
	9. Identificar las condiciones en que se encuentra el local donde se ubican las tiendas Diconsa, especialmente lo referente a infraestructura, limpieza, servicios, etc.		
Seguimiento físico	1. Verificar que los precios de los productos que se expendan en las tiendas Diconsa se encuentren a la vista de los clientes. 2. Verificar el grado de disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica.	Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador. Sección 7	Disponibilidad de productos de la canasta básica
Seguimiento físico	10. Verificar si tienen a la venta productos marca SEDESOL-DICONSA.	Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador. Pregunta 7.6	Disponibilidad de productos marca propia
Seguimiento físico	4. Identificar los servicios adicionales al abasto ofrecidos por las tiendas comunitarias y aquellos en los que se interesa la comunidad que puedan ofrecerse.	Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador. Sección 8	Servicios adicionales al abasto ofrecidos
Seguimiento operativo	12. Verificar si el personal de Diconsa ha efectuado, en las localidades supervisadas, capacitaciones orientadas al consumo o para mejorar las ventas.	Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador. Sección 9	Capacitaciones recibidas

Tipo de seguimiento	Objetivo Específico	Instrumento	Variables de estudio
Seguimiento físico	<p>2. Verificar el grado de disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica.</p> <p>10. Verificar si tienen a la venta productos marca SEDESOL-DICONSA.</p> <p>11. Verificar que las tiendas comunitarias transfieran a los beneficiarios un margen de ahorro acorde a lo señalado en las Reglas de Operación 2015 del PAR. El INAP recopilará información de precios de los 22 productos de la canasta básica Diconsa tanto en la tienda comunitaria como en la tienda privada de la localidad.</p>	Cédulas de registro de precios en Tienda Diconsa. Sección única	Precios de los 22 productos de la Canasta básica en tiendas Diconsa.
Seguimiento físico	<p>2. Identificar si la tienda Diconsa es opción única de abasto en la localidad.</p> <p>11. Verificar que las tiendas comunitarias transfieran a los beneficiarios un margen de ahorro acorde a lo señalado en las Reglas de Operación 2015 del PAR. El INAP recopilará información de precios de los 22 productos de la canasta básica Diconsa tanto en la tienda comunitaria como en la tienda privada de la localidad.</p>	Cédulas de registro de precios en Tienda Privada. Sección única	Precios de los 22 productos de la Canasta básica Diconsa en tiendas privadas.

ii. Diseño Muestral

Los ejercicios de seguimiento físico efectuados entre 2010 y 2014 se han realizado utilizando muestras aleatorias estratificadas, que en su etapa de selección de las unidades de observación (tiendas Diconsa) se llevaron a cabo a través de un muestreo sistemático con arranque aleatorio. De esta manera fue posible asegurar que todos los estratos de interés estuvieran representados adecuadamente en la muestra. El diseño muestral consistió de una partición del universo con asignación de casos proporcional por estrato y una etapa de selección de las unidades de muestreo totalmente probabilística.

Después de determinar el número de elemento por unidad operativa, se hacía una selección sistemática con arranque aleatorio.

El diseño muestral del presente estudio se realizará conservando el criterio de estratos y con selección aleatoria de los elementos en la muestra.

En el presente apartado se describen los elementos a considerar en el diseño muestral.

a. Población o universo de estudio (N).

La población o universo considerado para el seguimiento físico y operativo del Programa de Abasto Rural consta de 27,011 tiendas Diconsa existentes al cierre de junio de 2015, las cuales se encuentran distribuidas en todo el territorio nacional.

b. Marco muestral.

Considerando el tamaño del universo y los limitados recursos presupuestales, de tiempo y humanos, disponibles para el seguimiento físico, se hace inviable visitar físicamente cada una de las tiendas Diconsa, lo que obliga a diseñar, proponer y realizar un ejercicio de muestreo de las mismas.

El muestreo o método de selección de la muestra es el procedimiento o conjunto de técnicas que permiten obtener una o más muestras que pueden ser representativas de la población objeto o universo.

Al respecto, dadas las características administrativas y operativas de Diconsa, el tipo de muestreo que mejor se adapta a las necesidades del seguimiento físico es el denominado muestreo estratificado, que consiste en la división previa del universo de estudio en grupos o clases (estratos) que se suponen homogéneos respecto a

las características a estudiar. Cada estrato funciona independientemente y a cada uno de ellos se le asigna una cuota que determina el número de miembros del mismo que compondrán la muestra. *En este tipo de muestreo la población se divide en grupos y el muestreo aleatorio se realiza al interior de cada grupo. Como consecuencia, cada unidad dentro de cada grupo (o estrato) tiene la misma probabilidad de ser extraída*³⁶

En el muestreo estratificado, según la cantidad de elementos de la muestra que se han de elegir de cada uno de los estratos, existen dos técnicas de muestreo estratificado: *Asignación proporcional*, donde el tamaño de cada estrato en la muestra es proporcional a su tamaño en la población y *Asignación óptima*, donde la muestra recogerá más individuos de aquellos estratos que tengan mayor variabilidad.

Para el caso del seguimiento físico 2015, se determinará inicialmente el número de elementos que ha de tener cada submuestra correspondiente a cada uno de los estratos definidos, a lo cual se le denomina afijación de la muestra. **Se empleará la técnica de muestreo estratificado con asignación proporcional, es decir, se utilizará una afijación de tipo proporcional, ya que se extraerá de cada estrato el número necesario de casos para que el tamaño de cada estrato en la muestra sea proporcional a su tamaño en la población objeto.** Con lo antes señalado, cada estrato tendrá la misma proporción en la muestra que en la población y todos los estratos estarán representados adecuadamente en la muestra.

El marco muestral es el archivo electrónico DIR_TDAS_JUN_2015_V1.xlsx proporcionado por la Gerencia de Evaluación, el cual se integra en un disco compacto en el **Anexo 2**. En este archivo, se encuentra la información sobre las Tiendas Diconsa en operación al 30 de junio de 2015, incluyendo los datos de domicilio, localidad, municipio, estado y unidad operativa.

c. Unidades de muestreo.

La Tienda Diconsa es la unidad mínima de observación de la que se obtendrá información de las variables de interés para el seguimiento físico y operativo.

³⁶ Gertler, et al, 2011, p. 194.

d. Tipo de muestreo

Entre los tipos de muestreo probabilístico posibles, los ejercicios de seguimiento físico y operativo anteriores han utilizado la técnica de muestreo aleatorio estratificado. Para éste tipo de muestreo la población o universo de estudio se divide en grupos denominados estratos y el muestreo aleatorio se realiza al interior de cada uno de ellos.

Al respecto:

- La tienda Diconsa es la unidad básica de observación para el efecto del presente diseño metodológico y marco muestral.
- La información disponible en la base de datos del marco muestral, Directorio Nacional de Tiendas en operación, sugiere una estratificación que resulta la opción más óptima; para este caso, se consideran 35 estratos que son los grupos resultantes de la segmentación de la base de datos utilizada para el marco muestral y que son homogéneos entre sí porque las tiendas en operación al interior de cada uno de ellos pertenece básicamente a un mismo ámbito geográfico o poligonal de atención por parte de Diconsa.
- Cabe señalar que la estructura operativa nacional de Diconsa consta de 15 sucursales, que agrupan a las unidades operativas³⁷. Sin embargo, es necesario precisar que para efectos del presente estudio, los estratos que se consideran no se corresponden necesariamente, ni en todos los casos, con las unidades operativas, ya que éstas presentan una heterogeneidad en su conformación.
- Al respecto, : i) no todas las sucursales tienen unidades operativas (Michoacán, Metropolitana, Noroeste, Hidalgo, Bajío y Tamaulipas), ii) las unidades operativas pueden atender más de una entidad federativa, como en el caso de Zacatecas, que agrupa a las tiendas de Aguascalientes, y Jalisco que atiende a las de Colima; y iii) en los casos de los estados de Chiapas, Oaxaca y Veracruz, existe una segmentación por regiones las cuales son atendidas por distintas unidades operativas, agrupadas en la misma sucursal.

³⁷ SEDESOL – Diconsa 2014. “Manual de Organización de Diconsa, S.A. de C.V.”, las Unidades Operativas se definen como las unidades administrativas en el interior de la República Mexicana dependientes de las Sucursales.

La estructura organizacional autorizada y oficial de Diconsa considera 15 sucursales y 19 unidades operativas.

- Dado que las sucursales presentaban características muy heterogéneas por el número de unidades operativas y cobertura en entidades federativas, se determinó hacer una segmentación por estratos. La conformación de los estratos se realizó conforme a tres criterios jerárquicos de segmentación: a) sucursales, b) unidades operativas y c) entidades federativas.
- La aplicación operativa de estos criterios generó los siguientes casos para la conformación de los estratos: i) cuando una sucursal no tenía unidades operativas, se consideró a la entidad federativa como estrato, ii) cuando una sucursal atendía más de una entidad federativa, se segmentó en estratos por entidad federativa, y iii) cuando una sucursal tenía más de una unidad operativa, se consideraron a las unidades operativas como estrato. Por lo cual, como ya se ha señalado anteriormente se conformaron 35 estratos, para hacerlos lo más homogéneos entre sí.
- La estructura de los estratos y correspondencia con las sucursales se observa en la Figura 6, la cual muestra además el número de
- tiendas por estrato y sucursal.

En virtud de lo precisado en el presente numeral, el muestreo probabilístico que mejor se adapta a las necesidades de este estudio es el *muestreo estratificado con asignación proporcional*, donde la proporción se corresponde con el número de tiendas en cada estrato definido con respecto al total nacional o universo de estudio.

Figura 6.
 Distribución de tiendas por estratos

Sucursal	Tiendas	Estrato	Tiendas	Porcentaje en el total
Bajío	1,571	Querétaro	1,571	5.8
Centro	2,112	Aguascalientes	60	0.2
		Colima	150	0.6
		Jalisco	579	2.1
		Nayarit	681	2.5
		Zacatecas	642	2.4
Hidalgo	1,039	Pachuca	1,039	3.8
Metropolitana	1,209	Estado de México	1,209	4.5
Michoacán	1,108	Michoacán	1,108	4.1
Noroeste	670	Baja California	164	0.6
		Sonora	506	1.9
Norte	2,636	Monterrey	670	2.5
		San Luis	1056	3.9
		Torreón	910	3.4

Sucursal	Tiendas	Estrato	Tiendas	Porcentaje en el total
Norte centro	1,522	Chihuahua	803	3.0
		Durango	719	2.7
Oaxaca	2,439	Istmo	847	3.1
		Mixteca	692	2.6
		Oaxaca	900	3.3
Pacífico	1,139	Culiacán	942	3.5
		La Paz	197	0.7
Peninsular	1,467	Campeche	401	1.5
		Chetumal	344	1.3
		Mérida	722	2.7
Sur	3,617	Guerrero	1719	6.4
		Morelos	282	1.0
		Puebla	1351	5.0
		Tlaxcala	265	1.0
Sureste	3,150	Tapachula	809	3.0
		Tuxtla Gutiérrez	1215	4.5
		Villahermosa	1126	4.2
Tamaulipas	667	Tamaulipas	667	2.5
Veracruz	2,665	Acayucan	712	2.6
		Orizaba	1105	4.1
		Poza Rica	848	3.1
Total general	27,011	35	27,011	100.0

Fuente: Elaboración propia a partir del listado de tiendas en operación al 30 de junio de 2015.

e. Selección de unidades de muestreo.

Al interior de cada estrato se suelen usar otras técnicas de muestreo (aleatorio simple, sistemático, etc.) para elegir los elementos concretos que formarán parte de la muestra, razón por la cual la muestra total queda formada por la suma de las submuestras de todos los estratos. En los estudios de 2010 a 2014, se utilizó un método de selección sistemático con arranque aleatorio³⁸.

El listado de las tiendas Diconsa se ha modificado a lo largo del tiempo, cada mes se autorizan nuevas tiendas y se cierran otras. Se han realizado 5 seguimientos

³⁸ El muestro sistemático es la elección de una muestra a partir de los elementos de una lista según un orden determinado, o recorriendo la lista a partir de un número aleatorio determinado.

similares a este y se desconoce los números de arranque e intervalos usados en las selecciones sistemáticas con arranque aleatorio usados anteriormente.

El muestreo sistemático con arranque aleatorio presenta dos desventajas:

- Si la constante de muestreo está asociada con el fenómeno de interés, las estimaciones obtenidas a partir de la muestra pueden contener sesgo de selección.
- El proceso de selección puede interactuar con un rasgo periódico oculto dentro de la población. Si la técnica de muestreo coincide con la periodicidad del rasgo, la técnica de muestreo ya no será aleatoria y la representatividad de la muestra se ve comprometida.

Por lo cual, para el presente estudio, se tomó la decisión de seleccionar las unidades de muestreo a través de un método aleatorio simple, en el cual, cada unidad tiene las mismas probabilidades de ser elegido al interior del estrato y se eliminan los posibles sesgos por rasgos periódicos al interior de la población que pudieran existir por un proceso de selección sistemático con arranque aleatorio.

La utilización de la técnica de muestreo aleatorio simple presenta diversas ventajas:

- Asegura que todos los estratos de interés estarán representados adecuadamente en la muestra.
- Garantiza que todos los elementos del universo o población objeto tengan la misma probabilidad de ser seleccionados.
- Garantiza que el muestreo se hará equitativamente sobre la población.
- Fácil en su aplicación.
- Permite obtener estimaciones más precisas e insesgadas.

f. Tamaño de la muestra (n).

El estudio de la Universidad de Guadalajara (U. de G.), realizado en el año 2008, estimó el valor de la probabilidad de éxito (P) a través de la maximización de la varianza³⁹, obteniendo un valor de $P = 0.948$, este valor es consistente con los valores usados en los estudios anteriores donde $P=0.95$ ó 95% de probabilidad de éxito. Como se mencionó en la introducción, los estudios de 2010 a 2014 calcularon un tamaño de muestra convencional con los parámetros para población finita ($P=95\%$, $E=3\%$, $Z=95\%$).

³⁹ SEDESOL – Diconsa. Universidad de Guadalajara. Estudio para la Determinación del Margen de Ahorro de la Canasta Básica DICONSA en las Localidades Atendidas por la Modalidad de Abasto Rural del Programa de Apoyo Alimentario y Abasto Rural a cargo de DICONSA, S.A. de C.V. página 14.

Sin embargo, en la estimación del tamaño de muestra para 2015 se harán los siguientes ajustes:

- Corrección en las probabilidades de éxito y fracaso. El cambio en la administración pública generó áreas de oportunidad y modificaciones en la operación de las Tiendas Diconsa, por lo cual, se asumirá la probabilidad de éxito del 50% ó 0.5, lo cual genera la máxima varianza determinada por la multiplicación de probabilidad de éxito y probabilidad de no éxito en la selección de los elementos en la muestra.
- Una corrección para eliminar la tasa de no respuesta⁴⁰ (la cual se estima en 10%), por lo cual a la fórmula descrita en la Figura 3, se incorpora un factor de corrección por este parámetro, como se aprecia en la Figura 7.
- Una corrección por efecto de diseño. “Descrito como la proporción de la varianza del estimador obtenido de un muestreo más complejo (por estratos) entre la varianza de un estimador obtenido por un muestreo aleatorio simple del mismo número de unidades”⁴¹.

Figura 7

Fórmula y parámetros para el cálculo del tamaño de la muestra (n) con corrección de tasa de no respuesta

$$\begin{aligned} \text{Tamaño de la muestra} = n &= \frac{NZ_{\alpha}^2 pq}{E^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 pq} \cdot \frac{1}{(1-TNR)} EDD \\ &= (1,026.59)(1.1)(1.00101) = 1,130.39 \end{aligned}$$

Donde:

N = Tamaño del universo o total de la población = 27,011 tiendas

$Z_{\alpha}^2 = \pm 1.96$ (para un nivel de significancia del 95%)

p = Proporción esperada = 50% = 0.5

q = Proporción no esperada = (1-p) = 1-0.5 = 0.5

E = Precisión o error máximo permisible = 3% = 0.03

TNR = Tasa de no respuesta = 10%

EDD = Efecto de Diseño = $\frac{Var(p)_{MAEAP}}{Var(p)_{MAS}} = \frac{0.0002345}{0.00023427} = 1.00101$

El efecto de diseño se calcula por la fórmula:

⁴⁰ La tasa de no respuesta se refiere a la proporción de personas de los cuales no se obtiene información sobre las variables de estudio.

⁴¹ Cochran, William. Sampling Techniques. Tercera Edición. John Wiley and Sons. 1977. Página 85.

$$EDD = \frac{Var(p)_{MAEAP}}{Var(p)_{MAS}} = \frac{\sum_{i=1}^k w_i^2 Var(p)_i}{Var(p)} = \frac{\sum_{i=1}^k w_i^2 Var(p)_i}{\left(1 - \frac{n}{N}\right) \left(\frac{pq}{n}\right)} = \frac{\sum_{i=1}^k w_i^2 \left(1 - \frac{n_i}{N_i}\right) \left(\frac{pq}{n_i}\right)}{\left(1 - \frac{n}{N}\right) \left(\frac{pq}{n}\right)}$$

MAEAP= Muestreo aleatorio estratificado de asignación proporcional.

MAS = Muestreo aleatorio simple.

Var(p) = Varianza de p o proporción esperada.

Var(p)_i = Varianza de p o proporción esperada en el estrato i.

w_i= proporción de la población en el estrato i = N_i/N

k = Total de estratos

Se determina una tasa de no respuesta del 10% para cubrir los eventos supervinientes de: i) condiciones climáticas, ii) inseguridad o iii) cierre de tiendas; estas razones podrían ser causales para no efectuar los levantamientos, ello implicaría que deberían sustituirse los elementos en la muestra. No obstante, si los reemplazos fueran tomados de la población después de retirar los elementos en la muestra, la probabilidad de selección se vería afectada⁴².

El efecto de diseño permite comparar la varianza del estimador obtenido del muestreo por estratos con asignación proporcional entre la varianza de un estimador obtenido por un muestreo aleatorio simple del mismo número de unidades. Este factor tiende a ser mayor a uno cuando la varianza del estimador de un método de selección más complejo es mayor a la varianza de un muestreo aleatorio simple. La construcción de dicho factor se calculó utilizando la tabla que se muestra en la Figura 8.

⁴² La probabilidad de un elemento en pertenecer a la muestra aleatoria está dado por 1/N, si se tomaran otros elementos después de quitar la muestra, la probabilidad se vería afectada dado que sería 1/(N-n) al ser N>(N-n) la probabilidad aumenta y genera sesgo.

Figura 8
Elementos para el cálculo del Efecto de Diseño

Sucursal	Estrato	Tiendas	Porcentaje en el total N_k/N	Muestra n_k	$Var(p)_i$ (A)	w_i^2 (B)	$w_i^2 Var(p)_i$ (A*B)
Bajo	Querétaro	1,571	5.8	59.5	0.0040	0.0033640	0.0000136
Centro	Aguascalientes	60	0.2	2.0	0.1208	0.0000040	0.0000005
	Colima	150	0.6	6.2	0.0389	0.0000360	0.0000014
	Jalisco	579	2.1	21.6	0.0112	0.0004410	0.0000049
	Nayarit	681	2.5	25.7	0.0094	0.0006250	0.0000059
	Zacatecas	642	2.4	24.6	0.0098	0.0005760	0.0000056
Hidalgo	Pachuca	1,039	3.8	39.0	0.0062	0.0014440	0.0000089
Metropolitana	Estado de México	1,209	4.5	46.2	0.0052	0.0020250	0.0000105
Michoacán	Michoacán	1,108	4.1	42.1	0.0057	0.0016810	0.0000096
Noroeste	Baja California	164	0.6	6.2	0.0391	0.0000360	0.0000014
	Sonora	506	1.9	19.5	0.0123	0.0003610	0.0000044
Norte	Monterrey	670	2.5	25.7	0.0094	0.0006250	0.0000059
	San Luis	1056	3.9	40.0	0.0060	0.0015210	0.0000091
	Torreón	910	3.4	34.9	0.0069	0.0011560	0.0000080
Norte centro	Chihuahua	803	3	30.8	0.0078	0.0009000	0.0000070
	Durango	719	2.7	27.7	0.0087	0.0007290	0.0000063
Oaxaca	Istmo	847	3.1	31.8	0.0076	0.0009610	0.0000073
	Mixteca	692	2.6	26.7	0.0090	0.0006760	0.0000061

Sucursal	Estrato	Tiendas	Porcentaje en el total N_k/N	Muestra n_k	$Var(p)_i$ (A)	w_i^2 (B)	$w_i^2 Var(p)_i$ (A*B)
	Oaxaca	900	3.3	33.9	0.0071	0.0010890	0.0000077
Pacífico	Culiacán	942	3.5	35.9	0.0067	0.0012250	0.0000082
	La Paz	197	0.7	7.2	0.0335	0.0000490	0.0000016
Peninsular	Campeche	401	1.5	15.4	0.0156	0.0002250	0.0000035
	Chetumal	344	1.3	13.3	0.0180	0.0001690	0.0000030
	Mérida	722	2.7	27.7	0.0087	0.0007290	0.0000063
Sur	Guerrero	1719	6.4	65.7	0.0037	0.0040960	0.0000150
	Morelos	282	1	10.3	0.0235	0.0001000	0.0000023
	Puebla	1351	5	51.3	0.0047	0.0025000	0.0000117
	Tlaxcala	265	1	10.3	0.0234	0.0001000	0.0000023
Sureste	Tapachula	809	3	30.8	0.0078	0.0009000	0.0000070
	Tuxtla Gutiérrez	1215	4.5	46.2	0.0052	0.0020250	0.0000105
	Villahermosa	1126	4.2	43.1	0.0056	0.0017640	0.0000098
Tamaulipas	Tamaulipas	667	2.5	25.7	0.0094	0.0006250	0.0000059
Veracruz	Acayucan	712	2.6	26.7	0.0090	0.0006760	0.0000061
	Orizaba	1105	4.1	42.1	0.0057	0.0016810	0.0000096
	Poza Rica	848	3.1	31.8	0.0076	0.0009610	0.0000073
Total general	35	27,011	100	1,026.6			0.0002345 = $Var(p)_{MAEAP} = \sum_{i=1}^k w_i^2 Var(p)_i$

Dado que de la Figura 7 se obtiene:

$$Var(p)_{MAS} = \left(1 - \frac{n}{N}\right) \left(\frac{pq}{n}\right) = \left(1 - \frac{1,026.6}{27,011}\right) \left(\frac{0.5 * 0.5}{1,026.6}\right) = 0.00023427$$

$$EDD = \frac{Var(p)_{MAEAP}}{Var(p)_{MAS}} = \frac{0.0002345}{0.00023427} = 1.00101$$

Derivado de la ecuación mostrada en la Figura 7, el tamaño de la muestra para realizar las actividades de seguimiento físico y operativo 2015 consta de una selección aleatoria de 1,130 tiendas Diconsa de las 27,011 del universo⁴³, obteniendo con ello una representatividad nacional.

Como se mencionó en secciones anteriores, el muestreo será estratificado con distribución proporcional al tamaño del estrato, por lo cual el tamaño de submuestra por estrato se calculó como se aprecia en la Figura 9.

Figura 9
Tamaño de la submuestra por estrato

$$n_i = \frac{k_i}{N} n$$

Donde:

- n_i = Tamaño de la muestra en el estrato i
- k_i = Número de observaciones en el estrato i
- N = Tamaño de la población
- n = Tamaño de la muestra poblacional

La Figura 10 presenta la distribución de la muestra por estratos.

Figura 10
Distribución de la muestra por estrato.

Sucursal	Estrato	Tiendas	Porcentaje en el total	Muestra
Bajío	Querétaro	1,571	5.8	66
Centro	Aguascalientes	60	0.2	2
	Colima	150	0.6	7
	Jalisco	579	2.1	24
	Nayarit	681	2.5	28
	Zacatecas	642	2.4	27
Hidalgo	Pachuca	1,039	3.8	43
Metropolitana	Estado de México	1,209	4.5	51

⁴³ El valor de la ecuación arroja 1,129.25, pero por redondeo se cerró en 1,130.

Sucursal	Estrato	Tiendas	Porcentaje en el total	Muestra
Michoacán	Michoacán	1,108	4.1	46
Noroeste	Baja California	164	0.6	7
	Sonora	506	1.9	21
Norte	Monterrey	670	2.5	28
	San Luis	1,056	3.9	44
	Torreón	910	3.4	38
Norte centro	Chihuahua	803	3.0	34
	Durango	719	2.7	31
Oaxaca	Istmo	847	3.1	35
	Mixteca	692	2.6	29
	Oaxaca	900	3.3	37
Pacífico	Culiacán	942	3.5	40
	La Paz	197	0.7	8
Peninsular	Campeche	401	1.5	17
	Chetumal	344	1.3	15
	Mérida	722	2.7	31
Sur	Guerrero	1,719	6.4	72
	Morelos	282	1.0	11
	Puebla	1,351	5.0	57
	Tlaxcala	265	1.0	11
Sureste	Tapachula	809	3.0	34
	Tuxtla Gutiérrez	1,215	4.5	51
	Villahermosa	1,126	4.2	47
Tamaulipas	Tamaulipas	667	2.5	28
Veracruz	Acayucan	712	2.6	29
	Orizaba	1,105	4.1	46
	Poza Rica	848	3.1	35
Total general	35	27,011	100.0	1,130

Fuente: Elaborado a partir de la información del marco muestral.

El **Anexo 3** contiene la muestra seleccionada por estratos.

g. Representatividad.

La representatividad es la propiedad de una muestra que implica que ésta reproduce las características de interés que existen en la población de la manera más cercana posible (Lohr, 2005, p. 3). En este sentido, una muestra es representativa de la población cuando es un reflejo de ella, es decir cuando reúne las características principales de la población en relación con la variable en estudio.

Al respecto, lo que se observa es que los promedios muestrales se parecen mucho a los poblacionales. Es posible afirmar esto, dado que en la muestra, la distribución de los valores de las variables de estudio se parece a la distribución de los valores de la población. Los resultados obtenidos en este estudio de seguimiento físico y operativo, tendrán representatividad nacional.

h. Factores de expansión.

El factor de expansión es el recíproco de la probabilidad de selección de cada observación, como se aprecia en la Figura 11.

Figura 11

Formula de factor de expansión

$$F_i = \frac{1}{P_i}$$

Donde:

F_i = Factor de expansión para cada observación i seleccionada.

P_i = Probabilidad de selección de cada observación i seleccionada.

El factor de expansión por estrato está dado por:

$$F_{hi} = \frac{1}{P_{hi}} = \frac{n_h}{N_h}$$

Donde:

F_{hi} = Factor de expansión para cada observación i seleccionada en el estrato h .

P_{hi} = Probabilidad de selección de cada observación i seleccionada en el estrato h .

N_h = Tamaño de la población en el estrato h .

n_h = Tamaño de la muestra en el estrato h .

En la Figura 12 se muestran los factores de expansión por estrato.

Figura 12
Probabilidad de selección y factores de expansión por estrato.

Sucursal	Estrato	Probabilidad de selección por estrato	Factor de expansión
Bajío	Querétaro	0.042	24
Centro	Aguascalientes	0.033	30
	Colima	0.045	22
	Jalisco	0.041	24
	Nayarit	0.041	24
	Zacatecas	0.042	24
Hidalgo	Pachuca	0.041	24
Metropolitana	Estado de México	0.042	24
Michoacán	Michoacán	0.042	24
Noroeste	Baja California	0.041	24
	Sonora	0.042	24
Norte	Monterrey	0.042	24
	San Luis	0.042	24
	Torreón	0.042	24
Norte centro	Chihuahua	0.042	24
	Durango	0.042	24
Oaxaca	Istmo	0.041	24
	Mixteca	0.042	24
	Oaxaca	0.041	24
Pacífico	Culiacán	0.042	24
	La Paz	0.040	25
Peninsular	Campeche	0.042	24
	Chetumal	0.043	23
	Mérida	0.042	24
Sur	Guerrero	0.042	24
	Morelos	0.040	25
	Puebla	0.042	24
	Tlaxcala	0.043	23
Sureste	Tapachula	0.042	24
	Tuxtla Gutiérrez	0.042	24
	Villahermosa	0.042	24
Tamaulipas	Tamaulipas	0.042	24
Veracruz	Acayucan	0.041	24
	Orizaba	0.042	24
	Poza Rica	0.041	24
Total general	35	0.042	24

iii. Descripción de los instrumentos de levantamiento de información en campo.

La Figura 13 resume los objetivos, descripción general, informantes clave y principales variables usadas en el estudio.

Figura 13
 Descripción de los instrumentos de levantamiento de información en campo.

Instrumento	Objetivo del instrumento	Informante Clave	Principales variables de estudio
Cédula de seguimiento físico y operativo 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa.	Verificar que las tiendas Diconsa, cumplan con lo establecido en las Reglas de Operación vigentes, así como conocer la satisfacción de los encargados respecto a la operación de las tiendas comunitarias.	Encargado de Tienda Diconsa	Disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica
			Servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa
			Productos no incluidos en el catálogo Diconsa y que están interesados los beneficiarios.
			Horario de atención de la tienda
			Condiciones en que se encuentra la tienda
			Capacitaciones recibidas
			Grado de satisfacción
Cédula de seguimiento físico y operativo 2015 para entrevistar a los beneficiarios de tienda Diconsa.	Conocer la satisfacción de los beneficiarios respecto a la operación de las tiendas comunitarias.	Beneficiarios de tienda Diconsa	Disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica
			Servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa
			Productos no incluidos en el catálogo Diconsa y en los que están interesados
			Agrado y compra de productos marca propia
			Condiciones en que se encuentra la tienda
			Grado de satisfacción del beneficiario con la atención del encargado

Instrumento	Objetivo del instrumento	Informante Clave	Principales variables de estudio
			Grado de satisfacción con las tiendas Diconsa
Cédula de seguimiento físico y operativo 2015 que responda el entrevistador.	Verificar que las tiendas comunitarias cumplan con lo establecido en las Reglas de Operación vigentes.	Entrevistadores del INAP	Precios de los productos a la vista de los clientes
			La tienda Diconsa como única opción de abasto en la localidad
			Imagen de la tienda
			Condiciones de la tienda (inmueble, mobiliario y equipo)
			Disponibilidad de productos de la canasta básica
			Disponibilidad de productos marca propia
			Servicios adicionales al abasto ofrecidos
			Capacitaciones recibidas
Cédulas de registro de precios en Tienda Diconsa.	Verificar que las tiendas Diconsa transfieren a los beneficiarios el margen de ahorro señalado en las Reglas de Operación vigentes.	Encargado de Tienda Diconsa	Precios de los 22 productos de la Canasta básica en tiendas Diconsa.
Cédulas de registro de precios en Tienda Privada.	Verificar que las tiendas Diconsa transfieren a los beneficiarios el margen de ahorro señalado en las Reglas de Operación vigentes.	Encargado de Tienda Privada	Precios de los 22 productos de la Canasta básica Diconsa en tiendas privadas.

E. Etapas de implementación

En esta sección se establecen los pasos que se siguieron en el proceso de diseño, ejecución y análisis de la aplicación de los instrumentos de recolección de información en campo del ejercicio de seguimiento físico y operativo, así como sus respectivas fechas y responsables.

Partiendo del hecho de que la calidad del levantamiento de la información es un factor que determina en gran medida la calidad de una investigación, el trabajo de campo debe ser rigurosamente planificado, organizado y supervisado.

La estrategia logística diseñada particularmente para este proyecto, contempló la participación de un equipo profesional que realizó funciones específicas para el óptimo desarrollo del estudio, cuyas funciones se describen a continuación:

- **Director del proyecto:** Es el responsable del desarrollo de la investigación y de supervisar cada una de las etapas del proceso.
- **Profesionales de campo:** Personal capacitado, que cuenta con amplia experiencia en el levantamiento de información utilizando diversas técnicas de investigación y que fue capacitado en las particularidades del presente estudio.
- **Jefes de grupo:** Personal que coordina pequeños grupos de encuestadores con el fin de supervisar el trabajo realizado, el cumplimiento de los requerimientos metodológicos así como validarlo y evaluarlo.
- **Coordinador:** Se encarga de coordinar el trabajo de campo durante la planeación, el desarrollo del levantamiento de la información y posterior a ésta.
- **Capturistas:** Son los encargados de trasladar a un archivo electrónico, la información obtenida a través de la aplicación de los cuestionarios.

Para el levantamiento de la información en sitio se requirió el personal que se describe en la Figura 14.

Figura 14

Personal y logística considerada en los trabajos de campo y procesamiento de información.

Puntos Muestrales	No. de Rutas	Profesionales de Campo	Jefes de Grupo	Días de levantamiento
1,130	38	40	8	46

Para la captura de los cuestionarios levantados se requirió⁴⁴:

Casos	Capturistas	Validadores	Días de Captura
10,170	40	4	40

Para poner en práctica los trabajos del seguimiento físico y operativo 2015 del Programa de Abasto Rural, el INAP llevó a cabo las siguientes acciones:

- Diseñó las cédulas y/o cuestionarios a aplicar a los encargados de las tiendas comunitarias y privadas, así como a los beneficiarios, con base en la metodología propuesta como parte del Estudio.
- Estableció como parte de la metodología el universo o población objeto y el marco muestral correspondiente, y con base en ello se seleccionaron aleatoriamente las tiendas comunitarias de acuerdo con el mecanismo de muestreo establecido. La muestra fue aleatoria y con representatividad estadística a nivel nacional, por Sucursal y estrato.
- Elaboró y propuso la muestra, la cual fue de 1,130 casos.
- Realizó el levantamiento de información en campo en aquellas localidades con tienda comunitaria de la muestra que se diseñó oportunamente.
- Capturó y sistematizó los datos de los instrumentos de levantamiento de información en campo aplicados.
- Analizó los resultados arrojados por las encuestas aplicadas.
- Elaboró el presente informe final.

La Figura 15 muestra las etapas de implementación del proyecto, indicando fechas, responsables y actividades principales.

⁴⁴ Estos trabajos suponen 1,130 puntos de levantamiento, que implican por punto de levantamiento: 5 cédulas de beneficiarios, 1 cédula de entrevista a encargado de tienda, 1 cédula de evaluación de entrevistador, 1 cédula de levantamiento de precios en tienda Diconsa y 1 cédula de levantamiento de precios en tienda privada, en total 9 instrumentos por 1,130 puntos, que equivalen a 10,170 cédulas.

Figura 15
Etapas de implementación

ID	Hito	Actividad	Inicio	Fin	Responsable	Cargo
	Duración del proyecto		01/08/2015	06/12/2015	Varios	INAP
	Diseño					
1		Metodología	01/08/2015	24/08/2015	José Manuel Flores Jorge Colorado	Coordinador General del proyecto Consultor Senior
2		Cédulas de levantamiento de información	01/08/2015	24/08/2015	Jorge Colorado	Consultor Senior
3		Revisión de metodología	24/08/2015	09/09/2015	Varios	DGEMPS / DICONSA
4		Autorización de la metodología	14/09/2015	14/09/2015	Varios	DGEMPS / DICONSA
5		Ajustes a la metodología	15/09/2015	21/09/2015	José Manuel Flores Jorge Colorado	Coordinador General del proyecto Consultor Senior
6		Integración de la muestra	21/09/2015	21/09/2015	Jorge Colorado	Consultor Senior
7		Revisión de la metodología	22/09/2015	22/09/2015	Varios	DICONSA
8		Entrega de ajustes en metodología	23/09/2015	23/09/2015	Varios	DICONSA
9		Documentos de capacitación	24/09/2015	30/09/2015	Laura Castilla	Directora de Operaciones
10		Plataforma de capacitación	01/10/2015	02/10/2015	Laura Castilla	Directora de Operaciones
11		Plataforma para captura de información	01/10/2015	02/10/2015	Laura Castilla	Directora de Operaciones
12		Selección de encuestadores	01/09/2015	30/09/2015	Berenice Ruiz	Coordinadora Logística
13		Rutas para recorridos en campo	28/09/2015	30/09/2015	Berenice Ruiz	Coordinadora Logística
	Ejecución					
14		Emisión de oficios de notificación a almacenes	01/10/2015	01/10/2015	Luis Fernando Sánchez	DICONSA
15		Capacitación de encuestadores	01/10/2015	04/10/2015	Berenice Ruiz	Coordinadora Logística
16		Aviso de fechas de levantamiento a almacenes	05/10/2015	15/11/2015 ^a	Varios	Jefes de Grupo
17		Aplicación de cuestionarios	05/10/2015	20/11/2015 ^a	Varios	Encuestadores
18		Procesamiento de información	10/10/2015	30/11/2015 ^a	Varios	Capturistas
19		Validación de información	10/10/2015	30/11/2015 ^a	Jefes de grupo	Jefes de Grupo
20		Compilación de cuestionarios	23/10/2015	8/12/2015 ^a	Berenice Ruiz	Coordinadora Logística
21		Integración de bases de datos	19/10/2015	1/12/2015 ^a	Laura Castilla	Directora de Operaciones
	Análisis de la información					
22		Depuración de la base de datos	23/10/2015	1/12/2015 ^a	Jair Muñoz	Consultor Senior

ID	Hito	Actividad	Inicio	Fin	Responsable	Cargo
23		Análisis de información	30/10/2015	4/12/2015 ^α	Varios	INAP
24		Integración del informe	30/10/2015	06/12/2015 ^α	Varios	INAP
Elaboración de documento final						
25		Incidencias de levantamientos	05/10/2015	22/11/2015 ^α	Berenice Ruiz	Coordinadora Logística
26		Entrega de documento preliminar	06/11/2015	6/12/2015 ^α	Varios	INAP
27		Comentarios al documento	06/11/2015	11/12/2015 ^α	Varios	DICONSA
28		Ajustes a documento	21/11/2015	17/12/2015 ^α	Varios	INAP
Conclusión del proyecto						
29		Entrega de Documento Final	06/12/2015	28/12/2015 ^α	Varios	Coordinador del Proyecto

DGEMPS: Dirección General de Evaluación y Monitoreo de Programas Sociales.

DICONSA: Gerencia de evaluación.

INAP: Coordinador de proyecto y consultores senior.

^α Existieron tres eventos supervinientes que rezagaron la operación en campo:

- i. El Huracán Patricia, el cual afectó con fuertes lluvias los estados de Nayarit, Jalisco, Colima, Michoacán, Guerrero y Oaxaca. El Gobierno de la República emitió alertas y ordenó tomar medidas de evacuación para proteger a la población⁴⁵. Dado que este fenómeno meteorológico afectó con lluvias a la mayor parte del país, se instruyó a los encuestadores para resguardarse implicando la suspensión temporal de trabajos de campo. Para realizar los trabajos se informaba a los Jefes de Almacén sobre las fechas de visita y se daba aviso a los supervisores para que estuvieron enterados y avisaran a los comités y encargados de tiendas Diconsa. Cuando no se cumplía con este procedimiento, los miembros de la comunidad reportaban a la seguridad pública la presencia de personas ajenas a la localidad.

⁴⁵ Presidencia de la República. México. 2015 El huracán Patricia es actualmente categoría 5, el máximo nivel en la clasificación de Saffir-Simpson; se trata de un huracán extremadamente peligroso. Consultado en: <http://www.gob.mx/presidencia/articulos/huracan-patricia-es-el-mas-intenso-en-los-ultimos-50-anos>

CNNMéxico 2015. Es momento para la unidad ante contingencia por huracán 'Patricia': Peña. Consultado en <http://www.cnnmexico.com/nacional/2015/10/23/es-momento-para-la-unidad-ante-contingencia-por-huracan-patricia-pena>

- ii. El linchamiento de dos encuestadores en Ajalpa, Puebla⁴⁶, el 21 de octubre de 2015. Los encuestadores pertenecían a una empresa dedicada a realizar encuestas y estudios de mercado. Esto generó una gran tensión en los estados de Puebla y Veracruz y focos de alerta en todo el país, suspendiendo temporalmente las operaciones en campo. Esto generó un rezago adicional en los estados del centro y sur del país.
- iii. Los días de celebración de los fieles difuntos, 31 de octubre, 1 y 2 de noviembre. El día 3 de noviembre se contactó a los jefes de Almacén para ajustar los calendarios de visitas. Los trabajos concluyeron en campo el 20 de noviembre.

El **Anexo 4** contiene una copia de las notas de prensa mencionadas.

La Figura 16 representa gráficamente los hitos y actividades del proyecto, debido a los rezagos mencionadas en párrafos anteriores.

Figura 16
Cronograma

ID	Hit o	Actividad	Ago				Sep					Oct				Nov				Dic								
			1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
		Duración del proyecto																										
		Diseño																										
1		Metodología																										
2		Cédulas de levantamiento de información																										
3		Revisión de metodología																										
4		Autorización de la metodología																										
5		Actualización de la metodología																										
6		Integración de la muestra																										
7		Revisión de la metodología																										
8		Entrega de ajustes en metodología																										
9		Documentos de capacitación																										

⁴⁶ Amayo, Apolonia y Hernández Daniel. 2015, Hombres linchados en Puebla eran encuestadores: alcalde. Consultado en: http://www.milenio.com/policia/linchamiento_Ajalpan_Puebla-queman_alcaldia_Ajalpan-linchamiento_puebla_0_613138818.html
Cruz, Elvira. 2015. Encuestadores linchados en Puebla eran “honrados y trabajadores”. Consultado en: <http://www.cnnmexico.com/nacional/2015/10/21/encuestadores-linchados-en-puebla-eran-honrados-y-trabajadores>

ID	Hit o	Actividad	Ago				Sep					Oct				Nov				Dic			
			1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
10		Plataforma de capacitación																					
11		Plataforma para captura de información																					
12		Selección de encuestadores																					
13		Rutas para recorridos en campo																					
Ejecución																							
14		Capacitación de encuestadores																					
15		Emisión de oficios de notificación a almacenes																					
16		Aviso de fechas de levantamiento a almacenes																					
17		Aplicación de cuestionarios																					
18		Procesamiento de información																					
19		Validación de información																					
20		Compilación de cuestionarios																					
21		Integración de bases de datos																					
Análisis de la información																							
22		Depuración de la base de datos																					
23		Análisis de información																					
24		Integración del informe																					
Elaboración de documento final																							
25		Incidencias de levantamientos																					
26		Entrega de documento preliminar																					
27		Comentarios al documento																					
28		Ajustes a documento																					
Conclusión del proyecto																							
29		Entrega de Documento Final																					

El Anexo 5 muestra el calendario de visitas de campo.

F. Resultados

Los trabajos en campo se realizaron del 1 de octubre al 20 de noviembre de 2015, levantándose información en 1,130 localidades, de las cuales 542 pertenecen a la Cruzada Nacional contra el Hambre, esto representa el 48% de las tiendas en muestra.

Existió una demora de 3 semanas sobre la planeación original, como se mencionó en el apartado de etapas de implementación, la cual se debió a los tres factores señalados: a) la amenaza del Huracán Patricia, b) los eventos en Ajalpa, Puebla y c) la superposición de fechas con las festividades del día de muertos.

Esta sección se encuentra dividida en catorce apartados, lo cuales corresponden al mismo número de objetivos específicos planteados en la sección de C.ii, reportando los resultados obtenidos en los cuestionarios y haciendo un comparativo respecto a los resultados del ejercicio 2014, cuando la información se encontró disponible conforme a lo publicado en el Informe de Seguimiento Físico y Operativo 2014.

i. Verificación de que los precios de los productos que se expenden en las tiendas comunitarias estén a la vista de los clientes.

Uno de los objetivos del Seguimiento Físico y operativo 2015 del Programa de Abasto Rural, fue verificar si los precios de los productos en las tiendas Diconsa están a la vista de los beneficiarios.

En este sentido, se encontró que el 82.9% de las tiendas tiene los precios a la vista del beneficiario a través de etiquetas en los estantes, como se observa en las Figuras 17 y 18 de la siguiente página, o mediante cartulinas con la lista de los productos y precios. Las etiquetas usadas generalmente son escritas a mano y ubicadas debajo de los productos, ya sea que se trate de tiendas de autoservicio o de mostrador.

Por otra parte, sólo el 34.3% de las tiendas tienen una cartulina con la lista de precios vigente de la canasta básica. A lo largo del país se encontraron diferentes presentaciones de los listados de precios, en las Figuras 19 a 21 se muestran tres tipos encontrados: a) escrita a mano e incompletas, b) diseñada en computadora, impresa a doble carta y con datos parciales y c) diseñada en computadora, impresa en lona con el detalle de producto, marca, presentación, precio e imagen del Programa Sin Hambre.

Figura 17
Ejemplo de precios a la vista mediante etiquetas.



Figura 18
Ejemplo 2. Precios a la vista mediante etiquetas.



El Anexo 6 muestra la memoria fotográfica.

Figura 19
Cartulina con lista de precios.
Ejemplo 1: Escrita a mano e incompleta.

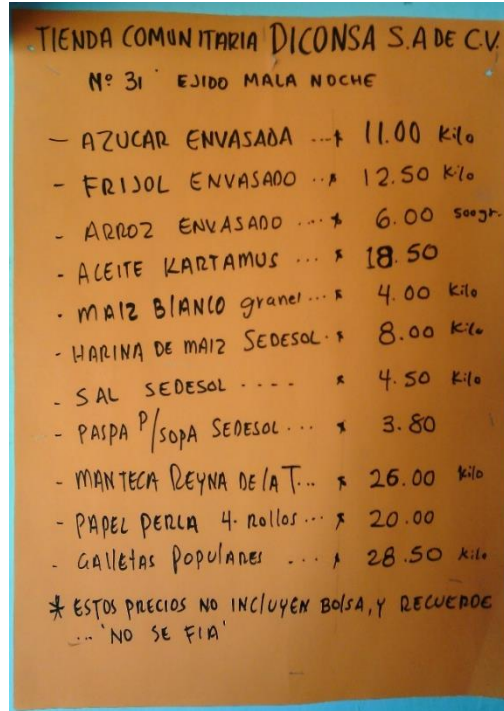


Figura 20
Cartulina con lista de precios.
Ejemplo 2: diseñada en computadora e impresa.



Figura 21

Cartulina con lista de precios.

Ejemplo 3: Diseñada en computadora, impresa en lona con el detalle de producto, marca, presentación, precio e imagen del Programa Sin Hambre.

PRODUCTO	MARCA	PRESENTACION	PRECIO
ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	SEDESOL - DICONSA	1 LT.	\$
ARROZ	ENVASADO	1 KG.	\$
ATUN	EL DORADO	140GR.	\$
AVENA	GRANVITA BOLSA	400GR.	\$
AZUCAR ESTANDAR	ENVASADA	1 KG.	\$
CAFE SOLUBLE	DOLCA	95GR.	\$
CHILES JALAPEÑOS ENTEROS	COSTENA	220GR.	\$
CHOCOLATE EN POLVO BOLSA	SEDESOL - DICONSA	400GR.	\$
CREMA DENTAL	CREST	110GR.	\$
DETERGENTE EN POLVO	SEDESOL - DICONSA	1 KG.	\$
FRIJOL PINTO SALTILLO	ENVASADO	1 KG.	\$
GALLETAS ANIMALITOS	GAMESA	1 KG.	\$
HARINA DE MAIZ	SEDESOL - DICONSA	1 KG.	\$
HARINA DE TRIGO	SAN BLAS	1 KG.	\$
JABON DE LAVANDERIA	SEDESOL - DICONSA	350GR.	\$
JABON DE TOCADOR	SEDESOL - DICONSA	150GR.	\$
LECHE EN POLVO SEMIDESCREMADA	LICONSA (RINDE 2 LTS.)	210GR.	\$
MAIZ	BLANCO	1 KG.	\$
PAPEL HIGIENICO	PETALO	4 ROLLOS	\$
PASTA PARA SOPA	SEDESOL - DICONSA	200GR.	\$
SAL DE MESA	SEDESOL - DICONSA	1 KG.	\$
SARDINA	GUAYMEX	425GR.	\$

Como se observa en la Figura 22, estos datos contrastan drásticamente con lo observado en 2014, ya que existe una reducción de 16 puntos base sobre el rubro de precios a la vista del beneficiario y 45 puntos sobre el de la cartulina a la vista. Es muy probable que los supervisores hayan reportado en el 2014 el cumplimiento de estos conceptos, dado que entre sus responsabilidades está el promover el cumplimiento de ambos rubros.

Figura 22

Precios vigentes de productos que se comercializan en la Tienda Diconsa (Porcentaje)

Puntos de observación	2014			2015		
	Sí	No	Total	Sí	No	Total
Precios a la vista del beneficiario	98.9	1.1	100	82.9	17.1	100
Cartulina con listado de precios es vigente de la canasta básica	79.0	21.0	100	34.3	65.7	100

ii. Identificación de la tienda Diconsa como opción única de abasto en la localidad.

Otro de los objetivos del Seguimiento Físico y Operativo 2015 fue identificar si la tienda Diconsa es opción única de abasto en la localidad.

El resultado que se obtuvo fue que en el **13.5% de las localidades** de la muestra en donde Diconsa tienen presencia con una tienda comunitaria, ésta es la **única opción fija de abasto**, esto representa casi el doble con respecto a los resultados de 2014.

Figura 23
Tienda Diconsa como opción única de abasto en la localidad



iii. Disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica Diconsa.

La cédula de registro de precios en Tienda Diconsa reporta los precios y existencia de los 22 productos de la canasta básica que son surtidos por Diconsa, y la presencia de productos que pueden ser usados como sustitutos cercanos o perfectos, los cuales se brindan como opciones adicionales de compra para los clientes de las tiendas, por lo cual, la disponibilidad consideró la existencia de los 22 productos sean surtidos o no por Diconsa.

El estudio considero la muestra de 1,130 tiendas Diconsa en igual número de localidades con cobertura nacional, por lo cual la disponibilidad teórica o esperada por producto es de 1,130. La Figura 24 reporta los resultados del conteo de productos disponibles en las tiendas y ordenados de mayor a menor por su disponibilidad.

Figura 24
Abasto de los 22 productos de la canasta básica en las tiendas Diconsa

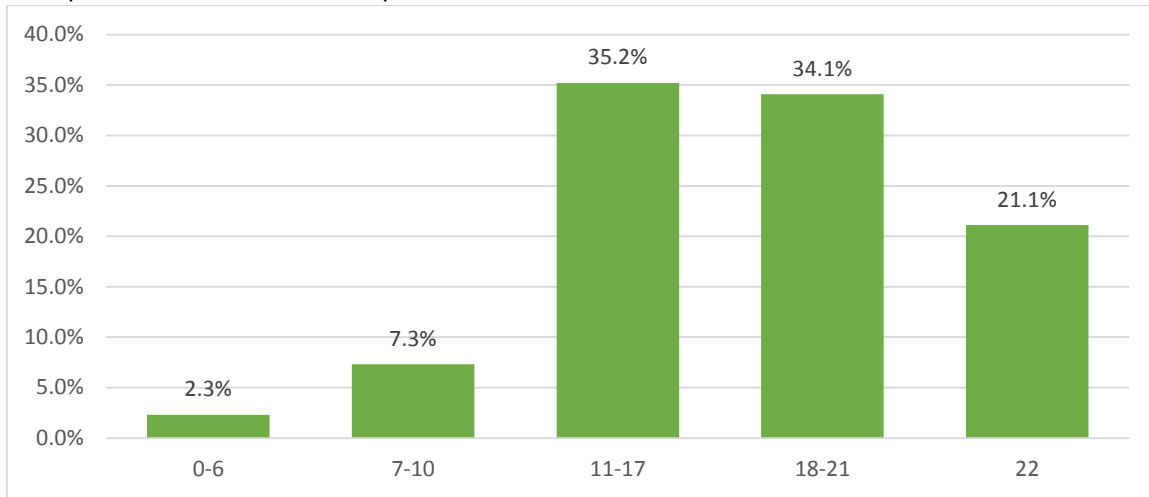
No.	Producto	Disponibilidad Teórica	Disponibilidad Real	% de Disponibilidad
1	Azúcar estándar	1,130	1,080	95.6%
2	Arroz	1,130	1,069	94.6%
3	Frijol	1,130	1,028	91.0%
4	Sardina	1,130	992	87.8%
5	Harina de maíz	1,130	986	87.3%
6	Chiles enlatados	1,130	982	86.9%
7	Maíz	1,130	981	86.8%
8	Atún	1,130	946	83.7%
9	Sal de mesa	1,130	945	83.6%
10	Avena	1,130	888	78.6%
11	Detergente en polvo	1,130	861	76.2%
12	Chocolate en polvo bolsa	1,130	850	75.2%
13	Galletas de animalitos	1,130	848	75.0%
14	Harina de trigo	1,130	831	73.5%
15	Pasta para sopa	1,130	820	72.6%
16	Jabón de lavandería	1,130	810	71.7%
17	Leche en polvo	1,130	787	69.7%
18	Papel higiénico	1,130	772	68.3%
19	Aceite vegetal comestible	1,130	770	68.1%
20	Jabón de tocador	1,130	734	65.0%
21	Crema dental	1,130	677	59.9%
22	Café soluble	1,130	674	59.7%
SUMA		24,860	19,331	77.8%

Como se puede observar en la Figura 24, hay nueve productos que están presentes en más del 83% de las tiendas: azúcar estándar, arroz, frijol, sardina, harina de maíz, chiles enlatados, maíz, atún y sal de mesa. Los productos disponibles entre el 71 y 82% son: avena, detergente en polvo, chocolate en polvo bolsa, galletas de animalitos, harina de trigo, pasta para sopa y jabón de lavandería. Los productos con una disponibilidad del 59 al 70% son: café soluble, crema dental, jabón de tocador, aceite vegetal comestible, papel higiénico y leche en polvo.

La disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica es de al menos 59.7% y en promedio del 77.8%.

La Figura 25, muestran el abasto de productos de la canasta básica en las Tiendas Diconsa.

Figura 25
Disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica en las tiendas Diconsa



Como se muestra en la Figura 25, el 21.1% de las tiendas cuenta con los 22 productos de la canasta básica, el 55.2% de las tiendas tiene más de 18 productos y 90.2% de las tiendas tiene más de 11 productos en existencia. Solo el 10.7% de las tiendas visitadas muestran una disponibilidad de productos menor a 10 de los productos de la canasta básica surtidos por Diconsa.

iv. Identificación de los servicios adicionales al abasto ofrecidos por la tienda Diconsa y aquellos que se interesarían las localidades con tienda comunitaria.

La aplicación de la cédula de seguimiento físico por parte del encuestador, preguntó al encargado de tienda sobre los servicios adicionales al abasto ofrecidos en las tiendas Diconsa, los cuales se muestran en la Figura 26 y que fueron ordenados por frecuencia de mayor a menor.

Figura 26
Servicios adicionales al abasto ofrecidos en las Tiendas Diconsa

2014	2015	Porcentaje de menciones
Leche Liconsa	Leche comercial Liconsa ^β	14.2
Teléfono	Agua purificada	11.8
Buzón Sepomex	Pago del programa Prospera	9.5
Entrega de apoyos de programas sociales	Tarjetas Sin Hambre	9.5
Molino	Perecederos	7.6
Tortillería	Panadería	6.7
Telecom	Papelería	5.2

2014	2015	Porcentaje de menciones
Paquete de medicamentos	Telefonía	4.3
Pago de servicios (Agua, Luz, Teléfono)	Cobro de energía eléctrica	3.9
Fibra de lechuguilla ^α	Lechería Liconsa ^γ	3.9
Alimentos enriquecidos	Reparto de despensas del Programa de Abasto Alimentario (PAL)	3.7
Otros servicios	Otros Servicios	19.7
Total		100%

^α Hace referencia al acopio de fibra de lechuguilla (ixtle) que se hace en las tiendas Diconsa de algunos almacenes de las unidades operativas de San Luis Potosí, Monterrey y Torreón, el cual se intercambia por productos.

^β Hace referencia a que las Tiendas comunitarias tienen a la venta leche en polvo marca Liconsa, la cual forma parte de la canasta básica Diconsa.

^γ El servicio de Lechería Liconsa hace referencia a que en la Tienda comunitaria se hace entrega de leche líquida Liconsa, misma que se realiza mediante un padrón y es operada por el encargado de tienda. Este servicio opera principalmente en localidades con infraestructura adecuada para la distribución oportuna del producto.

El 45% de los encargados de tienda mencionaron como servicios adicionales que más se ofrecen: leche comercial Liconsa, la venta de agua purificada, los pagos del programa Prospera y la aceptación de la Tarjeta Sin Hambre (Figura 26).

Por otra parte, se preguntó a los beneficiarios qué servicios adicionales al abasto les gustaría que se ofrecieran en las tiendas Diconsa. En la Figura 27 se muestran las respuestas más recurrentes ordenadas por frecuencia.

Figura 27
Servicios adicionales al abasto que les gustaría a los beneficiarios que se ofrecieran en la Tienda

2014	2015	Porcentaje de menciones
Ferretería	Terminales punto de venta y pagos electrónicos de servicios (agua, luz y recargas telefónicas)	52.4
Papelería y copias	Papelería y Copias	12.2
Recargas telefónicas	Caseta Telefónica	9.2
Servicio de Teléfono	Entrega de subsidios federales (Prospera, 60 y más, etc.)	8.8
Internet	Lechería Liconsa	2.7

2014	2015	Porcentaje de menciones
Venta de agua purificada	Medicamentos	2.3
Venta de frutas y verduras	Internet	1.7
Venta de huevo	Venta de frutas y verduras	1.7
Venta de perecederos	Venta de huevo, lácteos y cárnicos	1.6
	Otros productos	7.4
Total		100.0

La comparación entre las Figuras 26 y 27, muestra que los servicios adicionales deseables entre encargados de tienda y beneficiarios son comunes en los temas de entrega de subsidios federales y lechería Liconsa. Los encargados se enfocan en servicios que podrían incrementar el flujo de clientes y efectivo; y los beneficiarios se enfocan en servicios que les evitarían desplazamientos fuera de la comunidad. En la Figura 27, destacan las terminales punto de venta para pagos electrónicos de servicios, que requieren acceso a internet y enlaces con entidades como la Comisión Federal de Electricidad, empresas telefónicas y los gobiernos municipales para el pago de servicios. **No obstante, se podrían explorar opciones como el portal www.gob.mx y evaluar la pertinencia de desarrollar un esquema para atender los requerimientos de la población.**

La comercialización de productos como frutas, verduras y demás perecederos que no se encuentran actualmente en el catálogo de productos para comercializar de Diconsa, también es requerida por los beneficiarios. Los servicios y productos solicitados son consistentes con los resultados obtenidos en 2014; la novedad es la solicitud de terminales punto de venta y la realización de pagos electrónicos de servicios (agua, luz, recargas telefónicas, etc.). Como las comunidades no cuentan con acceso cercano a cajeros automáticos y las empresas están optando por pagos mediante tarjeta de débito, se está generando un problema logístico para obtener recursos y ello impacta en la disponibilidad de efectivo en las comunidades.

v. Identificación de aquellos productos no incluidos en el catálogo Diconsa, pero en los que estarán interesados los habitantes con tienda comunitaria.

El estudio consideró la aplicación de encuestas a 5 beneficiarios por tienda, estos beneficiarios fueron clientes que acudieron a realizar compras en la tienda Diconsa y fueron seleccionados al azar durante el periodo de tiempo que estuvo el encuestador en la comunidad. La base de datos se conformó por 5650 cuestionarios, dejando abierta la opción de respuesta a uno o más productos. Se

descartaron las respuestas de no sabe, tiene todos los productos que necesito y los casos donde el beneficiario se negó a contestar. Las respuestas válidas fueron agrupadas conforme se observa en la Figura 28.

Figura 28
 ¿Cuáles son los productos que más busca y no tiene la tienda Diconsa?

2015	Porcentaje de menciones
Medicina básica y artículos de primeros auxilios (analgésicos, alcohol, algodón, antigripales, antiácidos)	10.4
Fruta y verdura	9.8
Maíz	7.6
Azúcar	5.7
Leche líquida	4.7
Huevo	4.2
Frijol	3.2
Aceite	2.9
Pañales	2.3
Arroz	1.8
Otros	47.4
Total	100.0

Los beneficiarios mencionaron, con mayor frecuencia, que les gustaría contar con medicamentos de emergencia o de primeros auxilios, ya que algunas comunidades se encuentran distantes a farmacias o centros de atención médica. Entre los artículos agrupados en “Medicina básica y artículos de primeros auxilios” se agruparon: analgésicos, alcohol, algodón, antigripales y antiácidos, todos estos artículos no requieren receta médica. Es oportuno mencionar que Artículos de primeros auxilios se encuentran en el catálogo de los productos que puede comercializar Diconsa, conforme al Anexo 2 de las Reglas de Operación para el ejercicio fiscal 2015.

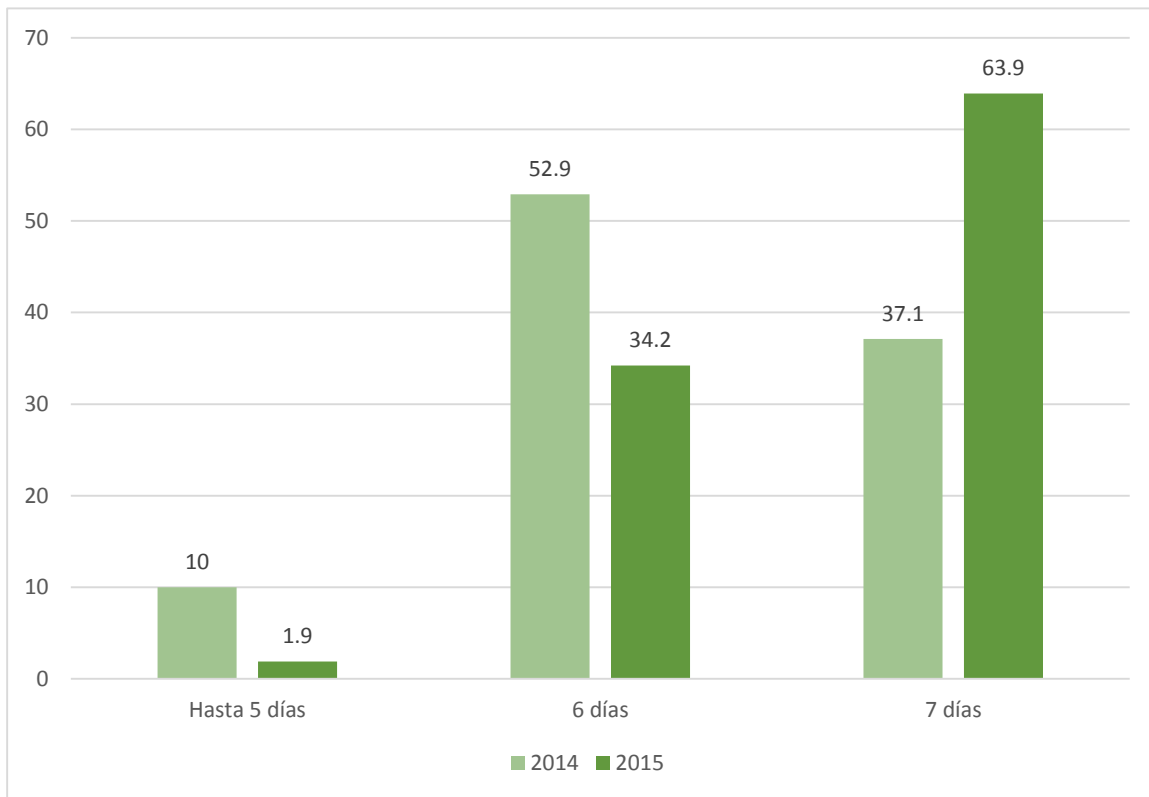
En esta tabla destacan artículos como: maíz, azúcar, frijol, aceite y arroz los cuales son productos que forman parte de la canasta básica. Estos artículos aparecen en el cruce de información con los productos que les solicitan a los encargados de tienda y no se encuentran disponibles en tienda. Como se verá en el apartado xiii de esta sección, entre las respuestas del encargado de tienda para la ausencia de estos productos se tiene que les son surtidos, pero se agotan.

Fruta y verdura, leche líquida, huevo y pañales son artículos fuera del cuadro de canasta básica, pero se encuentran también en el catálogo de productos a comercializar por Diconsa, por lo cual valdría la pena revisar la pertinencia de comercialización en las tiendas del sistema.

vi. Verificación del horario de servicio de la tienda Diconsa

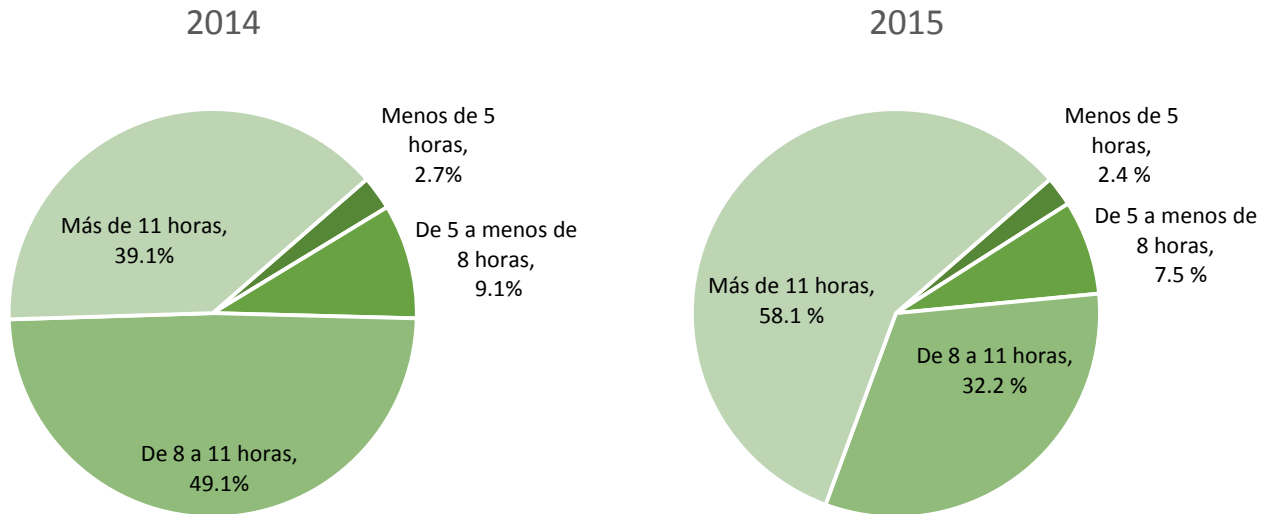
Como resultado de la aplicación de las encuestas a los encargados de tienda, se preguntó sobre los horarios de servicio, se obtuvieron datos que permiten señalar que el 63.9% de las tiendas abre todos los días de la semana, 34.2% de ellas lo hace 6 días y el 1.9% abre hasta 5 días a la semana. Esto reconfirma el patrón de resultados de 2014, los 27 puntos porcentuales en las tiendas que abren 7 días a la semana tienen dos componentes: a) 18.7 puntos provienen de las tiendas que abrían 6 días a la semana y b) 9.1 puntos provienen de tiendas que abren hasta 5 días, véase la Figura 29.

Figura 29
 Días de apertura de la tienda
 (Porcentaje)



En cuanto al tiempo que permanecen abiertas las tiendas comunitarias al día, se tiene que el 58.1% abre más de 11 horas al día, el 32.2% entre 8 y 11 horas diarias y el 7.5% de ellas abren entre 5 y menos de 8 horas. Se observa una reconfiguración en los horarios de tienda, concentrándose en horarios de más de 11 horas, como se aprecia en la Figura 30.

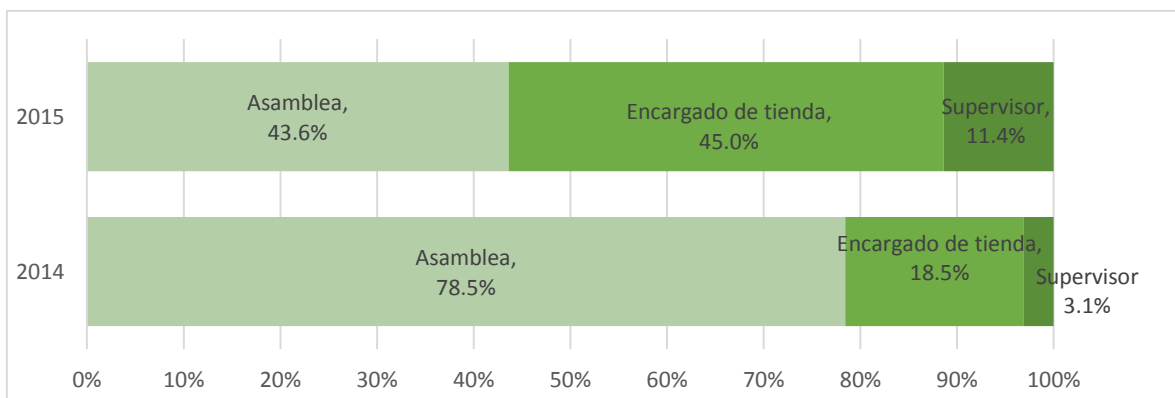
Figura 30
Rango de horario de apertura de tiendas



Cabe destacar que en promedio las tiendas Diconsa permanecen abiertas durante **11 horas al día y 7 días a la semana.**

Por otra parte, el horario de atención de la tienda Diconsa en el 43.6% de los casos lo decidió la asamblea comunitaria, en el 45% el encargado de la tienda y en 11.4% el supervisor.

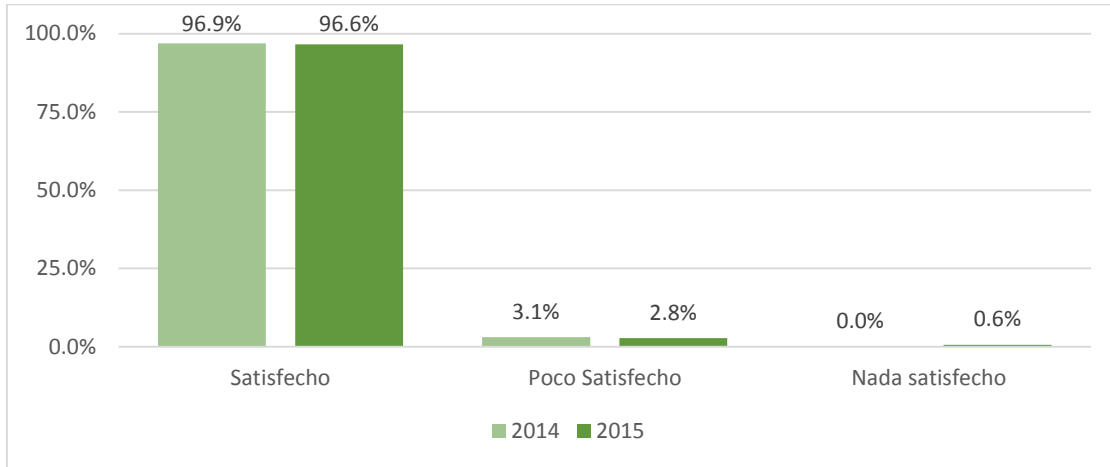
Figura 31
¿Quién decidió el horario de la tienda?



Por otra parte, se observó que el 96.6% de los encargados están satisfechos con el horario de apertura y los días en que está abierta la tienda Diconsa. Existe un incremento marginal en el grado de insatisfacción de los encargados de tienda, que podría explicarse por tener abierta la tienda más de 11 horas.

Figura 32

¿Está satisfecho con el horario de apertura y los días que está abierta la tienda Diconsa?



vii. Verificación de que las tiendas muestren la imagen institucional de Diconsa

Del levantamiento de información en campo realizado en las tiendas comunitarias, destaca que el 80.0% cuenta con los nuevos colores institucionales en su fachada y el 47.0% tiene el nuevo logotipo de Diconsa. Las Figuras 33, 34 y 35 muestran ejemplos de fachadas con colores institucionales, sin colores institucionales y con el nuevo logotipo de Diconsa.

Figura 33

Ejemplo de fachada con colores institucionales



Figura 34
Ejemplo de fachada sin colores institucionales



Figura 35
Ejemplo de fachada con nuevo logo de Diconsa



La imagen institucional de las tiendas involucra a diversas áreas dentro de la institución, desde las oficinas centrales, sucursales y supervisores dado que se requiere de la dotación de recursos, logística y plantillas para la impresión de logos. Las imágenes recolectadas en campo muestran que el uso de lonas con los logos institucionales como la imagen que se muestra en la Figura 35, son una solución práctica para el cumplimiento de la imagen institucional. Sin embargo, no son tan durables como la pinta de logos en muros, se deterioran con los elementos del medio ambiente y pueden ser removidas fácilmente por actos vandálicos.

viii. Identificación de la existencia, condiciones del mobiliario y equipo de la tienda Diconsa.

El 92.5% de las tiendas comunitarias cuentan con estantes en buen estado, el 5.5% de las tiendas tiene pero requiere reparación y el 2% no tiene.

El 68.5% de las tiendas comunitarias cuentan con mostradores en buen estado, el 6% de las tiendas tiene pero requiere reparación y el 25.5% no tiene.

El 19% de las tiendas comunitarias cuentan con Vitriñas en buen estado, el 0.6% de las tiendas tiene pero requiere reparación y el 80.4% no tiene.

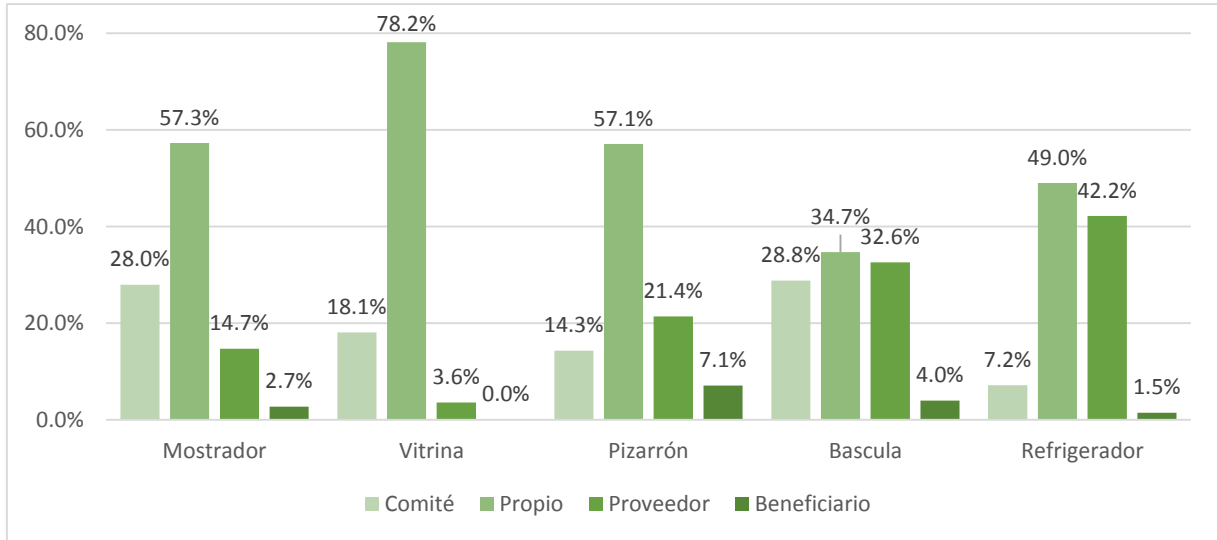
El 63.4% de las tiendas comunitarias cuentan con refrigeradores en buen estado, el 3.3% de las tiendas tiene pero requiere reparación y el 33.3% no tiene.

Figura 35
 Mobiliario (condiciones generales)

Mobiliario	No tiene	Tiene en buen estado	Tiene pero necesita reparación	Suma
Báscula	7.8	88.0	4.2	100.0
Estantes	2.0	92.5	5.5	100.0
Mostrador	25.5	68.5	6.0	100.0
Vitrina	80.4	19.0	0.6	100.0
Refrigerador	33.3	63.4	3.3	100.0

Los estantes y básculas son el equipamiento básico de las tiendas. Su operación se da en tres modalidades, i) con estantería abierta, donde los clientes toman los productos y los llevan a caja; ii) con estantería cerrada, los clientes solicitan los productos y el encargado los colecta, cobra y entrega, y iii) mixto, los productos más caros o fáciles de sustraer se tienen detrás de mostrador o en vitriñas, los productos grandes se tiene en estantes.

Figura 36
Procedencia del Mobiliario
(Porcentaje)



Como se observa en la Figura 36, los mostradores, vitrinas, pizarrones y básculas son propiedad del encargado de tienda o del comité de abasto.

Mención especial requieren los refrigeradores, donde los encargados de las tiendas Diconsa son los dueños en el 49.0% de las tiendas y el 42.2% son propiedad de proveedores de refresco (Coca Cola y Pepsico) principalmente.

ix. Materiales y las condiciones en que se encuentra el local.

De la verificación física realizada en las tiendas Diconsa, se obtuvo que el 92.2% de las tiendas tienen piso de concreto, siendo de ese mismo material el 77.5% de las paredes y el 52.8% de los techos de las tiendas.

Figura 37
Condiciones del local (materiales)
(Porcentaje)

Componente	2014			2015		
	Tierra	Concreto	Otro	Tierra	Concreto	Otro
Piso	3.6	92.7	4.0	4.1	92.2	3.7
Paredes	Madera	Concreto	Otro	Madera	Concreto	Otro
	10.5	78.5	11.0	8.1	77.5	14.4
Techo	Lámina	Concreto	Otro	Lámina	Concreto	Otro
	45.3	49.0	5.7	38.7	52.8	8.5

La Figura 38 muestra que sólo el 94.3% de los pisos de las tiendas se encuentran en buen estado y el 93.8% de tiendas tienen área exterior en buen estado.

El 95.8% de las tiendas no tienen bodega, el 3.9% de las tiendas tiene bodega en buen estado y el 0.3% necesita reparación. En lo referente a la iluminación el 88.6% de las tiendas tiene lámparas o focos en buen estado, el 2.5% requiere reparación y el 8.9% no cuenta con iluminación.

Figura 38
 Condiciones generales del local

Elementos	No tiene	Tiene en buen estado	Tiene pero necesita reparación	Suma
Piso	-	94.3	5.7	100.0
Área inmediata exterior	-	93.8	6.2	100.0
Bodega	95.8	3.9	0.3	100.0
Iluminación/ Lámparas/Focos	8.9	88.6	2.5	100.0

x. Verificación de que las tiendas Diconsa venden productos marca propia

Los productos en los que actualmente se cuenta con marca propia son: aceite vegetal comestible, chocolate en polvo, harina de maíz, sal de mesa, pasta para sopa, detergente en polvo y jabones de tocador y lavandería. Dentro de los objetivos que se plantearon para el ejercicio de Seguimiento Físico y Operativo 2015 fue verificar si en las tiendas Diconsa se tiene a la venta los productos marca propia.

Los resultados muestran que el 93.8% de las tiendas tienen disponibilidad de estos productos, así mismo, en estas tiendas se encuentran en promedio cinco de los ocho productos marca propia.

Figura 39
 Disponibilidad de productos marca propia en las tiendas Diconsa



Las tiendas comunitarias que menor disponibilidad tienen de productos marca propia se concentran en los estados de Chiapas, Durango, Guerrero, Oaxaca, Tamaulipas y Veracruz.

Entre los factores que explican la ausencia de productos se tienen:

- a) Las tiendas se encontraban en proceso de recuperación de faltantes de capital, lo que ocasiona que el almacén rural no le surta hasta que paguen las facturas atrasadas.
- b) Los productos se habían agotado.
- c) La baja demanda de algunos productos (poca o nula rotación) ocasiona que los encargados de tienda no soliciten los productos.
 - i. Algunos encargados de tienda en el estado de Hidalgo comentan que el jabón de tocador marca propia Diconsa les causa urticaria a los clientes por lo cual prefieren otras marcas.
 - ii. En los estados de Querétaro e Hidalgo los encargados de tienda y beneficiarios comentan que la pasta para sopa de marca propia tiene mal sabor, por lo cual los clientes prefieren pagar 1.5 pesos más para comprar marcas comerciales como La Moderna. Lo mismo pasa con la sardina, los beneficiarios dijeron que prefieren Dolores al Dorado, porque no les gusta el sabor de éste.

Lo anterior genera área de oportunidad para las Direcciones de Comercialización y Operaciones, dado que es necesario verificar la calidad y rotación de los productos.

xi. Verificación de que las tiendas Diconsa transfieran a los beneficiarios un Margen de ahorro acorde con lo señalado en las Reglas de Operación 2015 del Programa.

Durante los últimos 5 años, el levantamiento de información se hizo sobre 201 tiendas, como se mencionó en la metodología, en el presente año se incrementó el tamaño de la muestra asumiendo la máxima variabilidad posible, un error máximo de 3% y una tasa de no respuesta del 10%, por lo cual el levantamiento de información se hizo sobre una muestra de 1,130 tiendas.

El *listado de productos* de la canasta básica Diconsa se establece en el Anexo 1 de las Reglas de Operación del Programa de Abasto Rural (PAR) para el ejercicio fiscal 2015.

En la Figura 40 se presentan los 22 productos de la canasta básica, especificando la presentación y marca establecidas como “base” por la Dirección de Comercialización de Diconsa.

Figura 40
Productos en la Canasta Básica Diconsa

Producto	Presentación	Marca
Aceite Vegetal Comestible	1 Lt	Sedesol - Diconsa
Arroz	1 Kg	Envasado
Atún	140 g	El Dorado
Avena	400 g	Granvita Bolsa
Azúcar estándar	1 Kg	Envasada
Café Soluble	95 g	Dolca
Chiles jalapeños enteros	220 g	Costeña
Chocolate en polvo	400 g	Sedesol - Diconsa
Crema dental	110 g	Crest
Detergente en polvo	1 Kg	Sedesol - Diconsa
Frijol	1 Kg	Envasado
Galletas animalitos	1 Kg	Gamesa
Harina de Maíz	1 Kg	Sedesol - Diconsa
Harina de Trigo	1 Kg	San Blas
Jabón de lavandería	350 g	Sedesol - Diconsa
Jabón de tocador	150 g	Sedesol - Diconsa
Leche en polvo	210 g	Liconsa
Maíz	1 Kg	Blanco
Papel Higiénico	4 Rollos	Pétalo
Pasta para sopa	200 g	Sedesol - Diconsa
Sal de mesa	1 Kg	Sedesol - Diconsa
Sardina	420 g	Guaymex

Considerando los productos y presentaciones descritos en la figura anterior, se realizó el cálculo del margen de ahorro de los precios encontrados en las 1,130 localidades consideradas en la muestra.

El cálculo de precios equivalentes se realizó conforme a la metodología vigente y que realiza Diconsa, que no considera un comparativo marca a marca sino por producto y presentación, por ello se realizan conversiones para la obtención de precios equivalentes mediante la fórmula que se describe en la Figura 41.

Figura 41
 Fórmula para el cálculo de Precios Equivalentes

$$PE_i = \left(\frac{PPCB_i}{PPPET_i} \right) PPPPET_i$$

Donde:

PE_i = Precio Equivalente del Producto i

$PPCB_i$ = Presentación del Producto i en la Canasta Básica Diconsa

$PPPET_i$ = Presentación del Producto i encontrado en Tienda

$PPPET_i$ = Precio de la presentación del producto i encontrado en Tienda

Ejemplo, en la Tienda Diconsa se aplica la cédula de Registro de Precios, solicitando el precio del Aceite Vegetal Comestible, presentación de un litro, de la marca Sedesol – Diconsa; si en la tienda comunitaria no hay la marca propia, se solicitó el producto más vendido de dicho producto y se encontró que el producto disponible es de la marca Kartamus, presentación de 900 mililitros a un precio de 24 pesos.

De la fórmula de la Figura 41 se obtiene:

$$\text{Precio Equivalente de Aceite Vegetal Comestible} = \left(\frac{1000 \text{ ml}}{900 \text{ ml}} \right) \$24 = \$26.67$$

Para el caso de las tiendas privadas, el INAP utilizó la misma metodología aplicada por Diconsa y que fue propuesta desde 2008 por la Universidad de Guadalajara y autorizada por el Consejo de Administración de Diconsa y el Órgano Interno de Control. En este sentido, y conforme a la metodología vigente para la determinación del margen de ahorro, tanto en la tienda comunitaria como en la tienda privada se pregunta primero por el precio del producto predeterminado y no por la marca, de no haberlo en existencia en el momento, se procede a preguntar una segunda opción. Así, el comparativo de precios se realizó, al igual que lo realiza Diconsa, entre productos y presentaciones consideradas en la canasta básica de Diconsa, no entre marcas comerciales.

Sin embargo, es recomendable que el comparativo de precios se realice entre las marcas y presentaciones más vendidas tanto en tiendas privadas como en tiendas comunitarias, para evitar algún riesgo de sesgo en el cálculo del margen de ahorro transferido por Diconsa.

Por otra parte, se descartaron productos en las tiendas privadas que no eran equiparables. La Figura 42 muestra el producto considerado y aquellos que se descartaron de la base de datos, porque no podían ser considerados como sustitutos perfectos o cercanos a los 22 productos establecidos en la canasta básica Diconsa.

Figura 42
 Productos considerados y descartados en la canasta básica de Tienda Privada

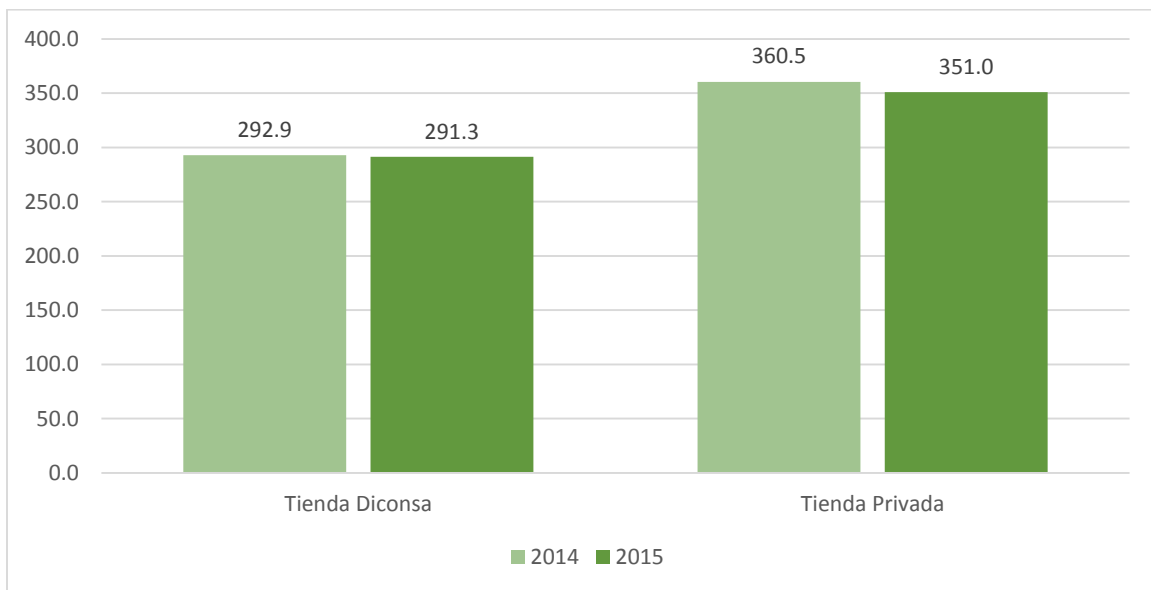
Producto	Considerado como equivalente	Descartados
Aceite Vegetal Comestible	Todas las presentaciones	
Arroz	Envasado A granel	Instantáneo Integral o salvaje
Atún	En agua En aceite	Preparado en ensaladas Preparado con mayonesa
Avena	Todas las presentaciones con grano crudo Envasada A granel	Avena con cacao, sémola, canela, otros granos y/o frutas Avena precocida o instantánea
Azúcar estándar	Azúcar morena estándar	Moscabado
Café Soluble	Todas las presentaciones	Café en grano, con azúcar o canela
Chiles jalapeños enteros	Enlatados A granel	Rajas Rodajas Chipotles, Rojos, Serranos u otra variedad.
Chocolate en polvo	Todas las presentaciones	Chocolate con canela Chocolate en tablilla
Crema dental	Regular Con fluoruro Con bicarbonato Blanqueadora	Adicionada con enjuague bucal
Detergente en polvo	Todas las presentaciones	Detergente líquido
Frijol	Envasado A granel	Precocido Enlatado Refrito
Galletas animalitos	Todas las presentaciones	Otras variedades de galletas
Harina de Maíz	Envasada Todas las presentaciones	
Harina de Trigo	Todas las presentaciones	
Jabón de lavandería	Todas las presentaciones	
Jabón de tocador	Todas las presentaciones en barra	Líquido
Leche en polvo	Todas las presentaciones	Leche de fórmula Leche líquida
Maíz	Envasado y a granel	Procesado Palomero
Papel Higiénico	Todas las presentaciones	
Pasta para sopa	Todas las presentaciones	

Producto	Considerado como equivalente	Descartados
Sal de mesa	Todas las presentaciones	Adicionada con limón o sazónador
Sardina	En tomate	En aceite de oliva

Los resultados del levantamiento de precios de los 22 productos de la canasta básica en tiendas Diconsa y privadas, en las 1,130 localidades de la muestra, revelan que el precio de la canasta básica conformado por el promedio de los precios registrados a nivel nacional en las tiendas comunitarias es menor que el precio de la canasta básica conformada con el precio promedio de los productos de la canasta básica Diconsa en las tiendas privadas.

En la Figura 43 se muestra el precio de la canasta básica conformada por estos precios promedio. En las tiendas Diconsa se obtiene una canasta básica por 291.3 pesos en promedio y en las tiendas Privadas se obtiene una canasta básica por 351.0 pesos en promedio. La diferencia absoluta en pesos es de 86.2 pesos, lo cual representa **un margen de ahorro de 20.5%** lo cual es superior al 15% establecido en las Reglas de Operación 2015 del PAR.

Figura 43
Precio promedio de la Canasta básica Diconsa
Pesos



Los precios de los productos en la canasta básica de Diconsa han sufrido modificaciones marginales durante el último año, por lo cual el precio promedio de la canasta básica en tiendas Diconsa es consistente entre lo observado en 2014 y 2015, presentando una reducción de precios en 1.6 pesos.

xii. Verificación sobre si los encargados de Tienda Diconsa han recibido capacitaciones orientadas al consumo o para mejorar las ventas.

La información obtenida mediante la cédula de Seguimiento Físico y Operativo 2015 para entrevistar al Encargado de Tienda, muestra que el 41.4% de los encargados ha recibido 1 capacitación en el año, y el 42.2% ha recibido dos capacitaciones o más. El 16.5% no ha recibido capacitaciones en el presente año.

En la Figura 44 se reportan los principales temas abordados en las capacitaciones, ordenados por la frecuencia en que fueron mencionados por los encargados de tienda. Destacan los temas relacionados con la operación de las tiendas: administración, atención a clientes y acomodo de mercancías e inventarios.

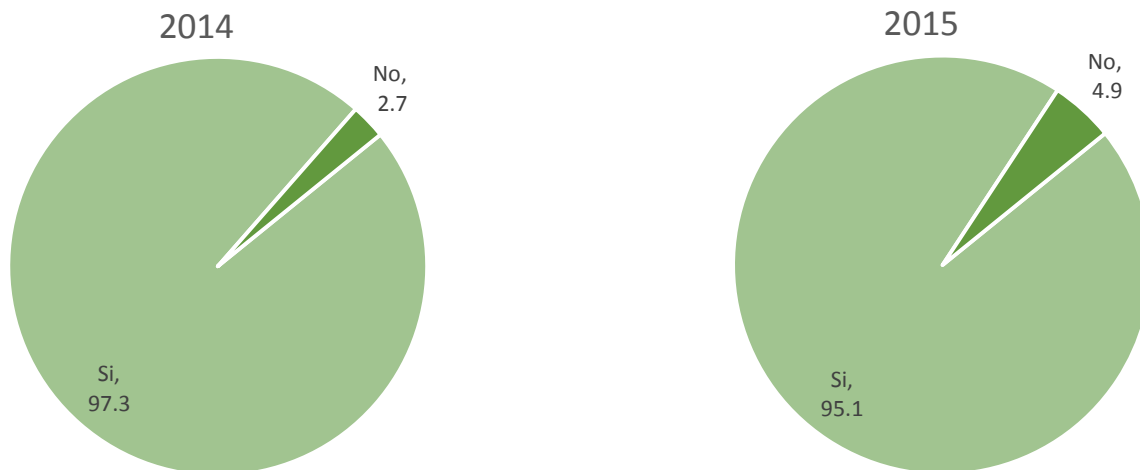
Figura 44
 Principales temas abordados en las capacitaciones

Temas de las capacitaciones	Porcentaje de menciones
Administración	36.6
Atención a clientes	22.8
Acomodo de mercancía e inventarios	18.5
Ahorro de energía	17.5
Canasta Básica	2.4
Otros	2.2
Total	100.0

Adicionalmente, se preguntó a los encargados si les gustaría capacitarse en temas que le permitieran mejorar sus ventas, el 95.1% de los encargados manifestaron estar de acuerdo en recibir este tipo de capacitación.

Figura 45

¿Estaría de acuerdo en capacitarse en temas que le permitan mejorar sus ventas?



xiii. Satisfacción de los encargados de las tiendas Diconsa.

Los datos obtenidos de la encuesta aplicada a los encargados de tiendas comunitarias indican que el 94.7% de ellos considera que la tienda es importante para la población de las localidades donde está presente, lo cual es 2.5 puntos porcentuales mayor a los resultados de 2014.

Figura 46

¿Qué tan importante considera que es la tienda Diconsa para la población de la localidad?

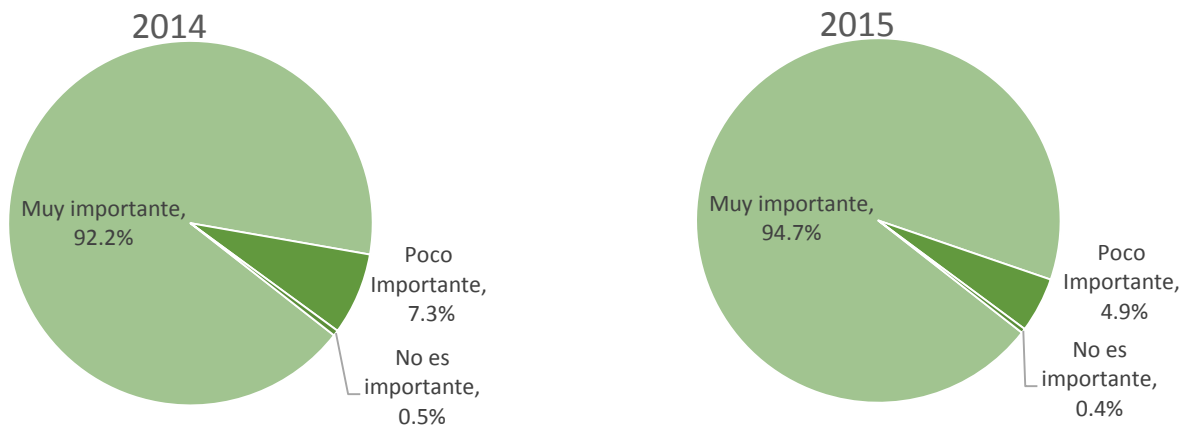
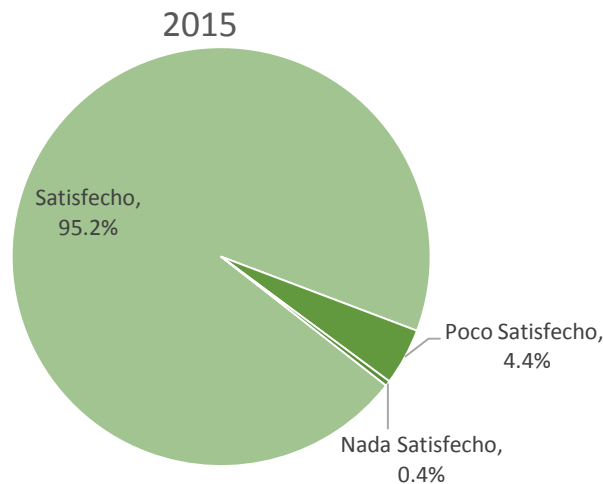


Figura 47

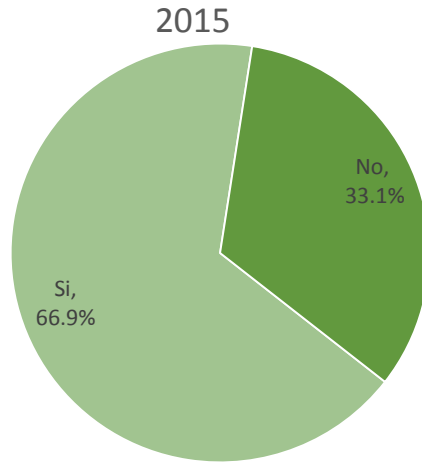
¿Qué tan satisfecho se siente con sus funciones de encargado?



El 95.2% de los encargados de tienda dijeron sentirse satisfechos con las funciones que realizan.

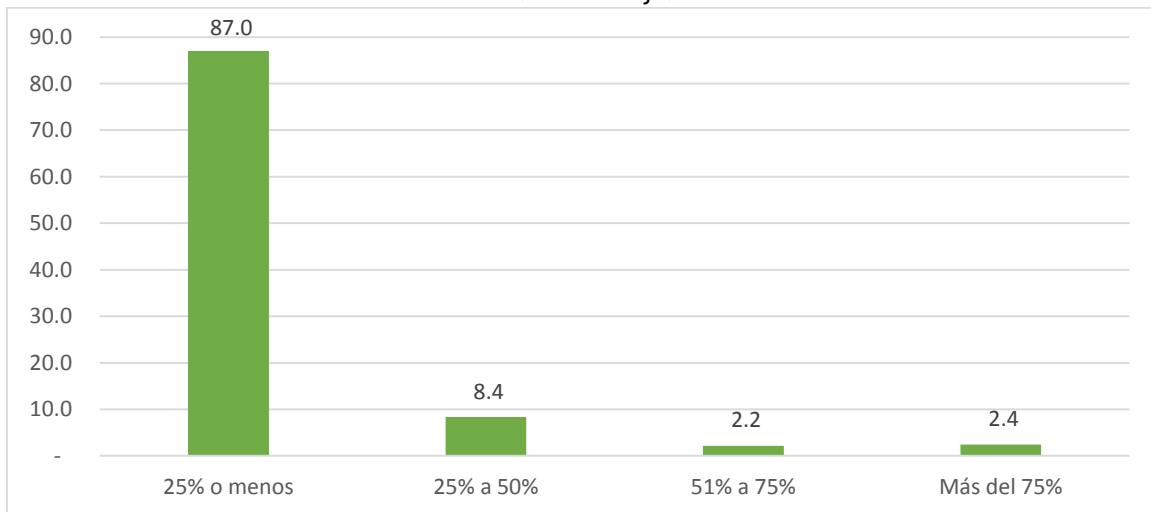
Como se observa en la Figura 48, el 66.9% de los encargados de tienda Diconsa dijeron que siempre les surten completo el pedido de mercancías.

Figura 48
¿Siempre le surten completo el pedido?



Dado que el 33.1% de los encargados de tienda reportan que no reciben el pedido completo, se les preguntó sobre el porcentaje de los productos faltantes en su pedido, mostrando los resultados en la Figura 49. En el 87.0% de los casos respondieron que los faltantes en su pedido son menores a 25.0% de lo solicitado, esto equivale a decir que el 28.8% del total de las tiendas de la muestra reciben un pedido con faltantes menores al 25.0%.

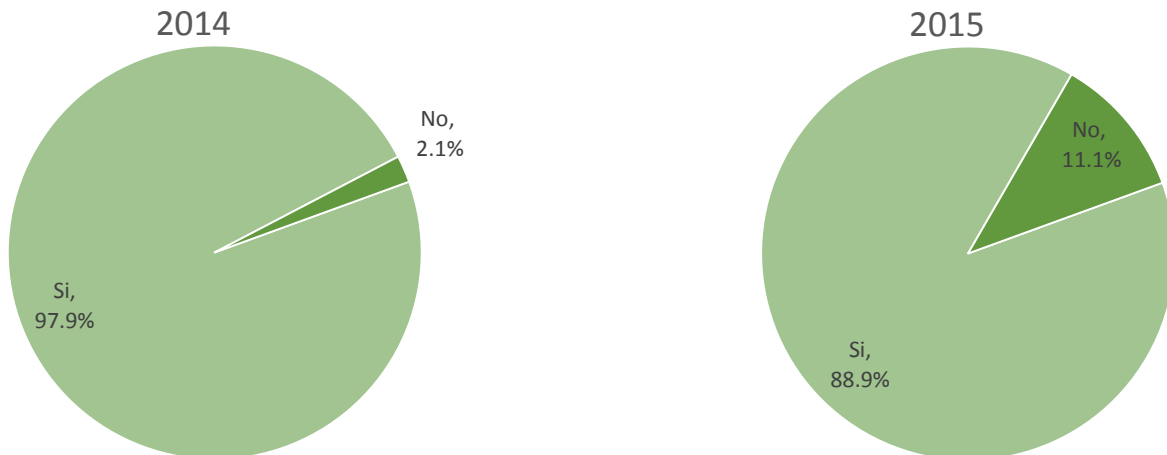
Figura 49
¿Qué porcentaje del pedido no le es surtido?
(Porcentaje)



El 88.9% de los encargados de tienda Diconsa manifestaron que reciben atención inmediata por parte del supervisor operativo en relación a los faltantes del pedido de mercancías. En 2014, el Seguimiento Físico y Operativo del Programa de Abasto Rural fue realizado por los supervisores, esto podría explicar las diferencias entre los porcentajes observados en 2015 y 2014. Dado que al existir una relación de agente – principal entre el encargado de tienda y el supervisor operativo se genera un sesgo en las respuestas, lo cual puede explicar los 9 puntos porcentuales de diferencia que se observan. La literatura económica sobre teoría de juegos, Fundenberg y Tirole (1998) recomiendan separar las funciones de evaluación, supervisión y operación, ya que al recaer dos o más funciones sobre el mismo agente, se corre el riesgo de generar sesgos sobre su actuación, la cual puede ser sobrevalorada por temor a represalias.

Figura 50

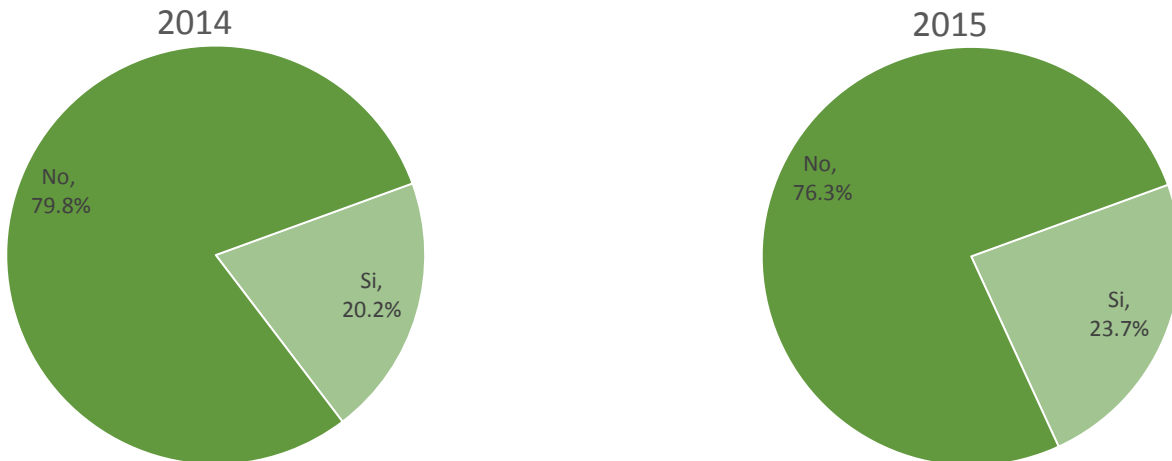
¿Recibe atención inmediata por el supervisor ante un faltante en el surtimiento?



Como se observa en la Figura 51, se preguntó a los encargados de tienda si han tenido problemas con el estado en que reciben los productos, el 76.3% señalaron que no han tenido problemas con el estado en que reciben las mercancías surtidas por Diconsa. Al preguntar al 23.7% de los encargados de tienda que sí han enfrentado algún problema, la naturaleza de éstos, se mencionaron por orden frecuencia en su mención: a) producto caducado o próximo a caducar, b) empaque roto, abierto, latas aplastadas o producto dañado, c) apolillado, con gorgojos o insectos, y d) peso menor al indicado en empaque.⁴⁷

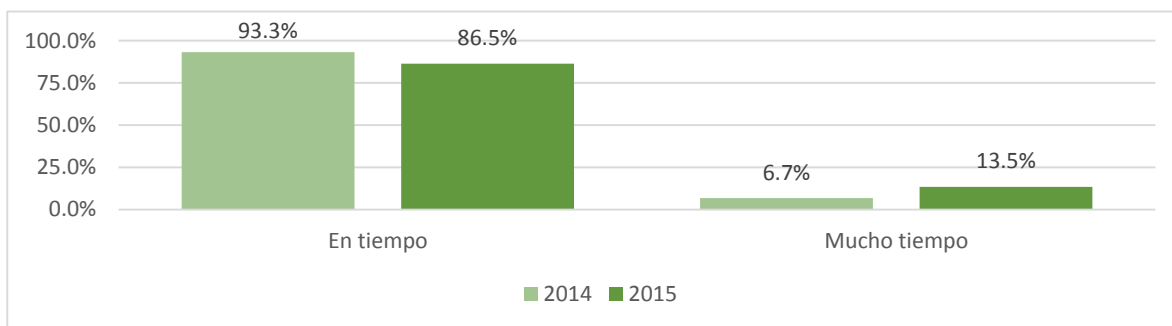
⁴⁷ Se omite la tabla de frecuencias porque no son acumulativas. Mientras que un encargado de tienda puede mencionar múltiples razones, hubo quienes no mencionaron alguna.

Figura 51
¿Ha tenido problemas con el estado en que recibe los productos de los pedidos que ha realizado?



Derivado de la encuesta aplicada a los encargados de tienda, se obtuvo que el 86.5% de los pedidos son entregados en tiempo. En contraste, el 13.5% indicó que es mucho el tiempo que tardan en surtirle el pedido, siendo en este caso de 15 días o más.

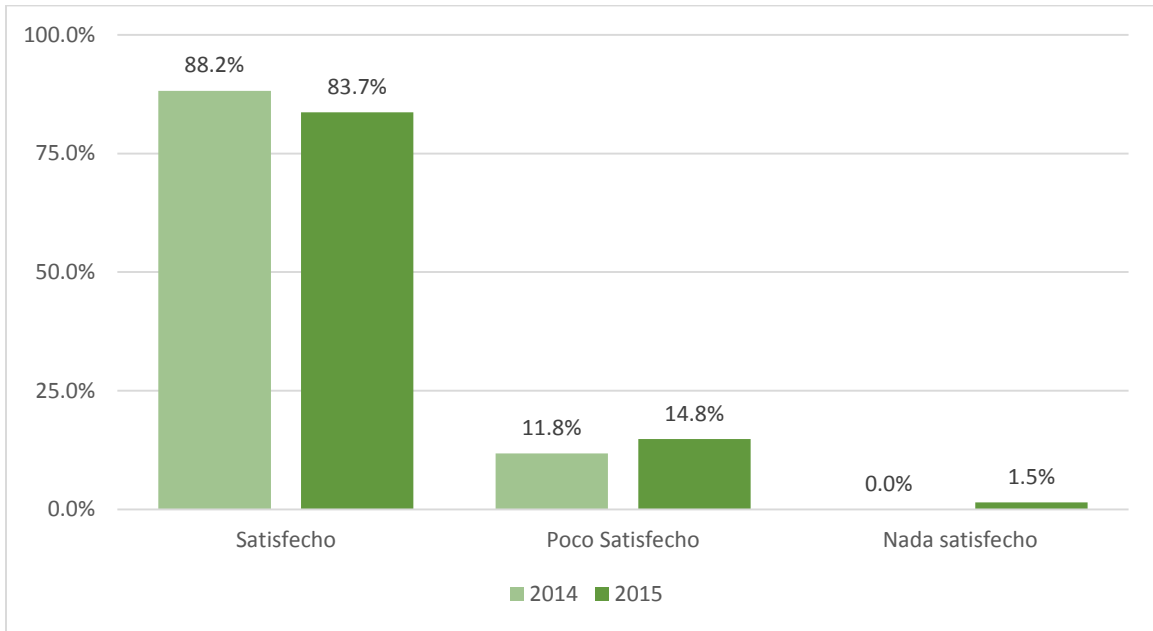
Figura 52
¿Cómo le parece el tiempo en que le surten?



Por otra parte, como se aprecia en la Figura 53, el 83.7% de los encargados de tienda manifestaron sentirse satisfechos con el surtimiento que le da Diconsa. Hay un incremento en la calificación de poco satisfecho e insatisfecho, que en conjunto dan cuenta de la disminución de 4.5 puntos porcentuales en la categoría “satisfecho” del servicio sobre surtimiento.

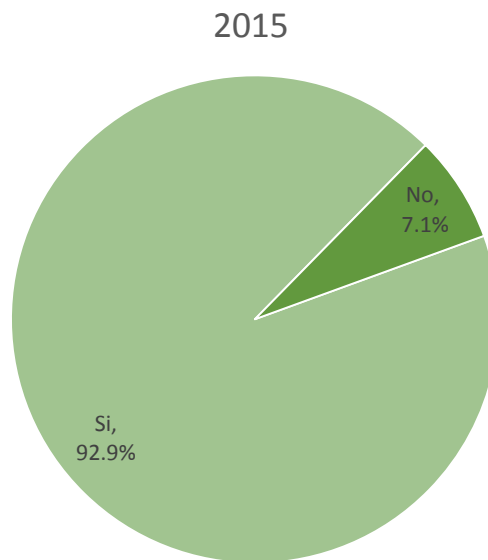
La variación entre 2014 y 2015, presenta evidencia para sustentar que las respuestas pueden presentar sesgo cuando el encargado de la encuesta toca temas donde se evalúa su desempeño en actividades que son parte de su responsabilidad.

Figura 53
 ¿Está satisfecho con el servicio de surtimiento que le da Diconsa?



Por otro lado, como se aprecia en la Figura 54, el 92.9% de los encargados de tienda indicaron que el supervisor operativo sí resuelve todas sus dudas respecto a la operación de la tienda.

Figura 54
 ¿El supervisor operativo resuelve todas sus dudas?



En forma independiente se preguntó al encargado de tienda sobre la satisfacción con la atención que le da Diconsa, como se muestra en la Figura 55, el 86.2% de los encargados están satisfechos con este rubro.

Figura 55
¿Está satisfecho con la atención que le da Diconsa?

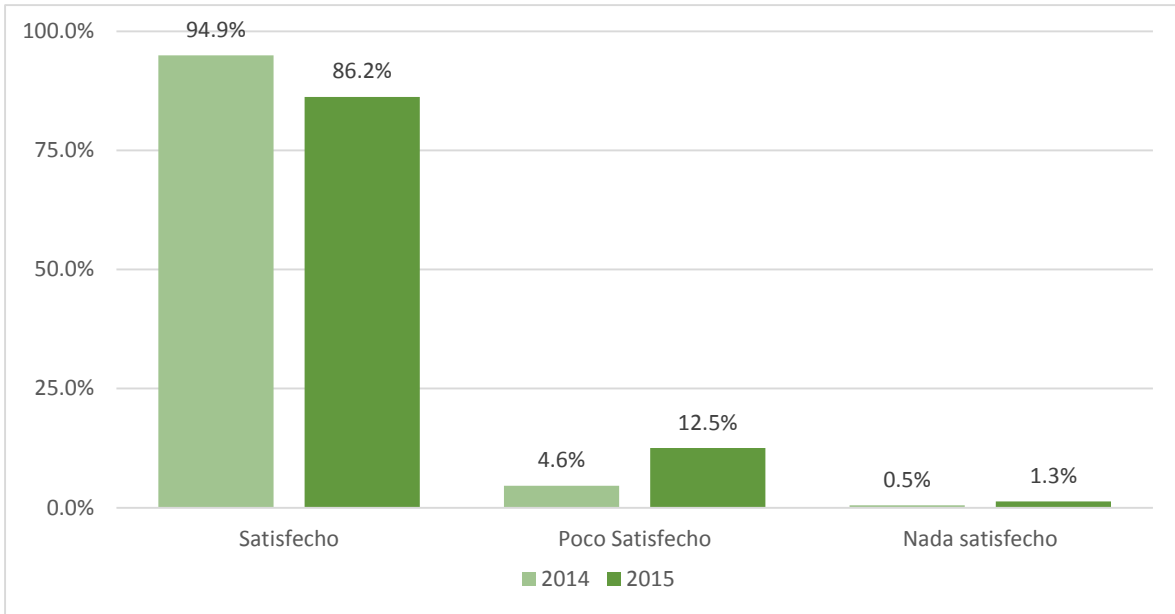
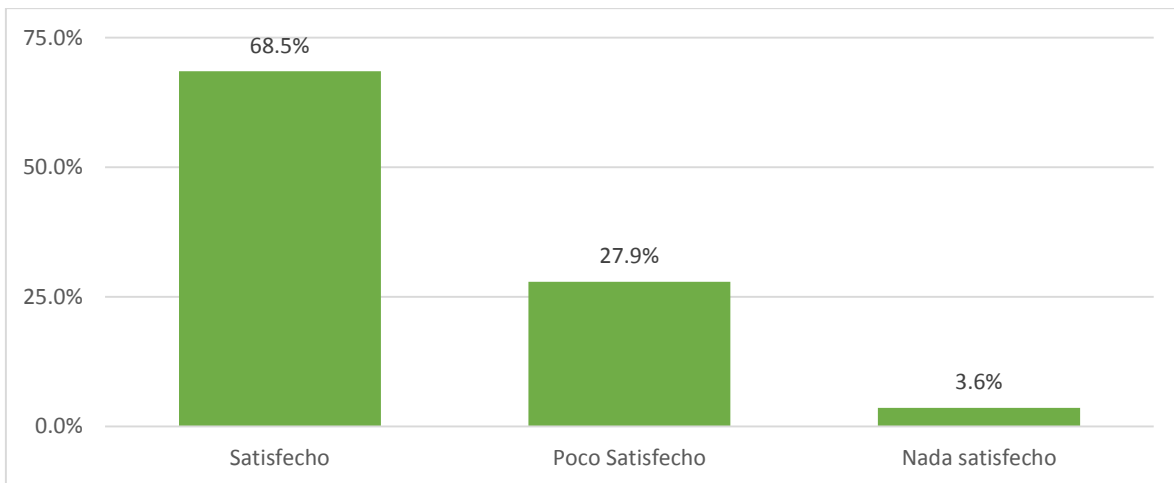


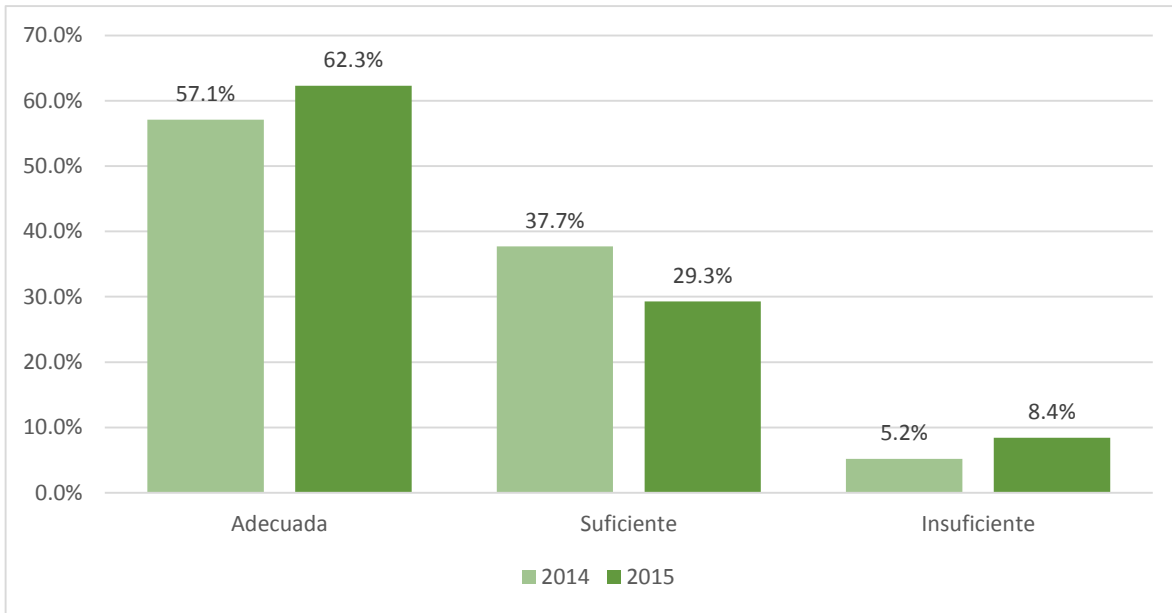
Figura 56
¿Qué tan satisfecho está con el precio que le da Diconsa de los productos que le surte?



Resulta importante que el 68.5% de los encargados de tienda encuestados manifestaron estar satisfechos con los precios de los productos que Diconsa les surte, véase la Figura 56. Para los encargados que están poco satisfechos o nada satisfechos con los precios se obtuvieron dos respuestas principales: a) El margen de utilidad es bajo, actualmente es del 5%, y b) los precios que da Diconsa de

los productos que no son marca propia son iguales o incluso mayores con respecto a las tiendas privadas.

Figura 57
La lista de productos que maneja Diconsa es...



Por otra parte, en la Figura 57 se aprecia que el 62.3% de los encargados manifestó que la lista de productos y marcas que maneja Diconsa es adecuada y el 29.3% de ellos, que es suficiente. Existe una reducción de 8.4 puntos porcentuales en la calificación de suficiente, la cual contribuye a la percepción de que la lista de productos que maneja Diconsa es adecuada en 5.2 puntos porcentuales y en 3.2 puntos la calificación de insuficiente.

Cuando se les preguntó cuáles eran los productos que los beneficiarios piden con mayor frecuencia y no se cuenta con ellos en la tienda, mencionaron: maíz, leche, frijol, detergente, frutas y verduras, pañales y toallas, shampoo, aceite, harina de trigo y huevo. La relación de frecuencia en su mención se presenta en la Figura 58.

Figura 58
Principales productos solicitados al encargado de Tienda Diconsa que no se encuentran en existencia

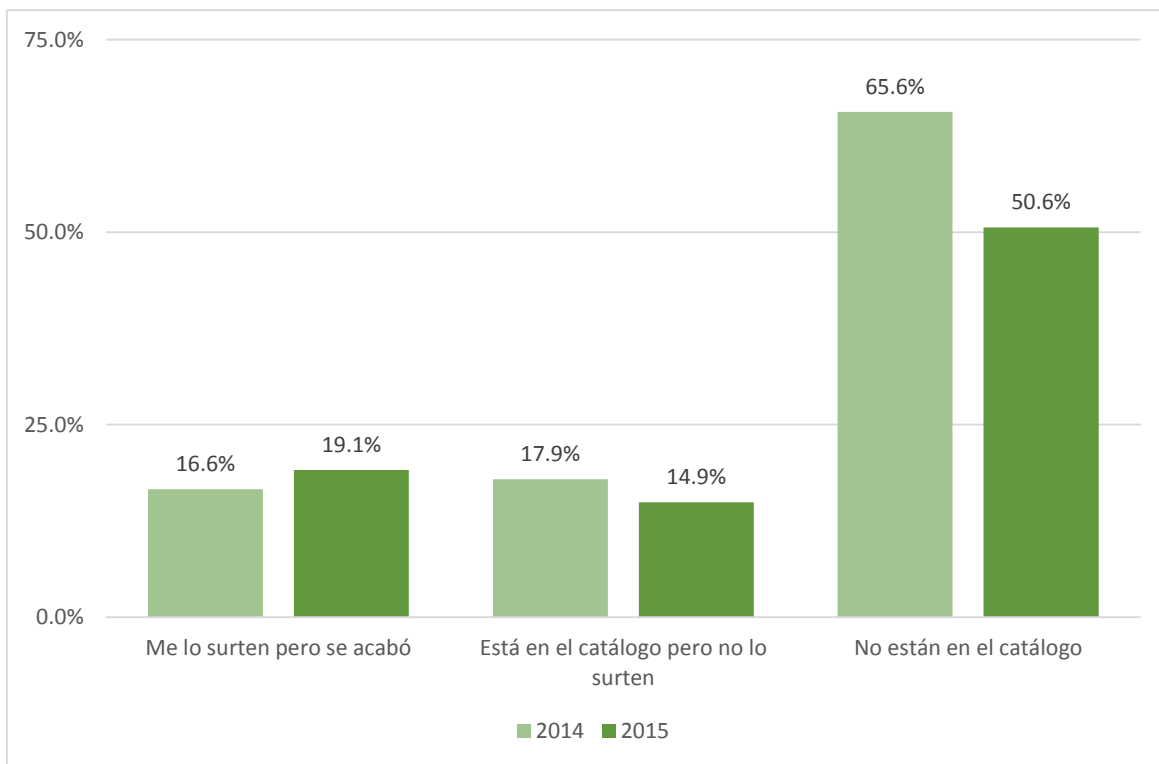
Producto	Porcentaje de menciones
Maíz	12.1
Leche	10.4
Frijol	6.2
Detergente en polvo	4.4
Frutas y verduras	3.8
Pañales y toallas	3.0

Producto	Porcentaje de menciones
Shampoo	2.8
Aceite	2.3
Harina de trigo	1.7
Huevo	1.7
Otros	51.6

En este sentido, cuando se preguntó a qué se debía que la tienda carezca de dichos productos, el 14.9% respondió que los productos sí se encontraban en el catálogo, pero que no se los surtían; el 19.1% respondió que si le surtían el producto pero se le terminó; y el 50.6% expresó que los productos no se encontraban en el catálogo, por ejemplo: frutas y verduras, huevo y algunas marcas comerciales de productos, tales como Ariel y Ace, en el caso de detergentes. Véase la Figura 59.

Figura 59

¿A qué se debe que la tienda carezca de los productos que le solicitan?

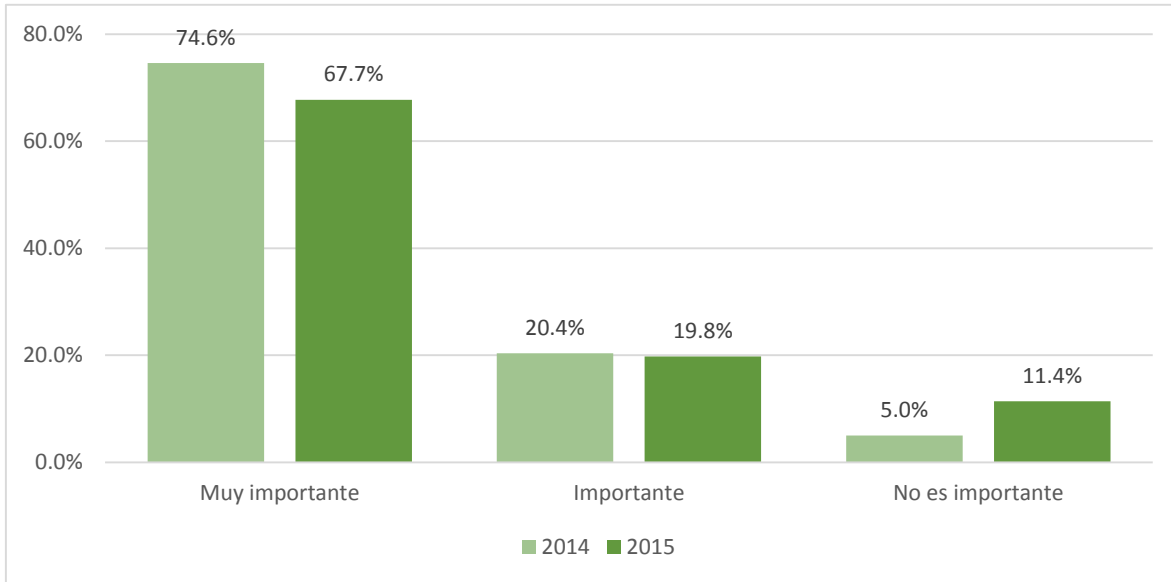


El maíz, frijol, aceite y harina de trigo son productos que se surten pero se agotan rápidamente. Mientras que los pañales, toallas y shampoo son productos que están en el catálogo, pero no les son surtidos.

Esto genera un área de oportunidad para las Direcciones de Comercialización y Operaciones, las cuales deberían valorar la dotación de productos con alta demanda.

En lo que respecta a los servicios adicionales al abasto que ofrecen algunas tiendas comunitarias, el 87.5% de los encargados de las tiendas consideran que es muy importante o importante para sus ventas el que ofrezca u ofreciera algún servicio adicional al abasto.

Figura 60
¿Qué tan importante es para sus ventas el que ofrezca u ofreciera algún servicio adicional al abasto?



En la Figura 27 se mostraron los servicios que actualmente se ofrecen en las tiendas Diconsa. En la Figura 61 se presentan servicios adicionales que los Encargados de Tienda les gustaría ofrecer a sus cliente, los cuales se resumen en: a) pagos electrónicos de agua, luz y recargas telefónicas, b) entrega de subsidios Federales y c) Papelería y copias, los cuales en conjunto representan el 84.2% de las menciones, lo cual muestra consistencia con los resultados de la Figura 28 que son los servicios adicionales que les gustaría a los beneficiarios.

Figura 61
Servicios adicionales que le gustaría ofrecer a los encargados de Tienda Diconsa

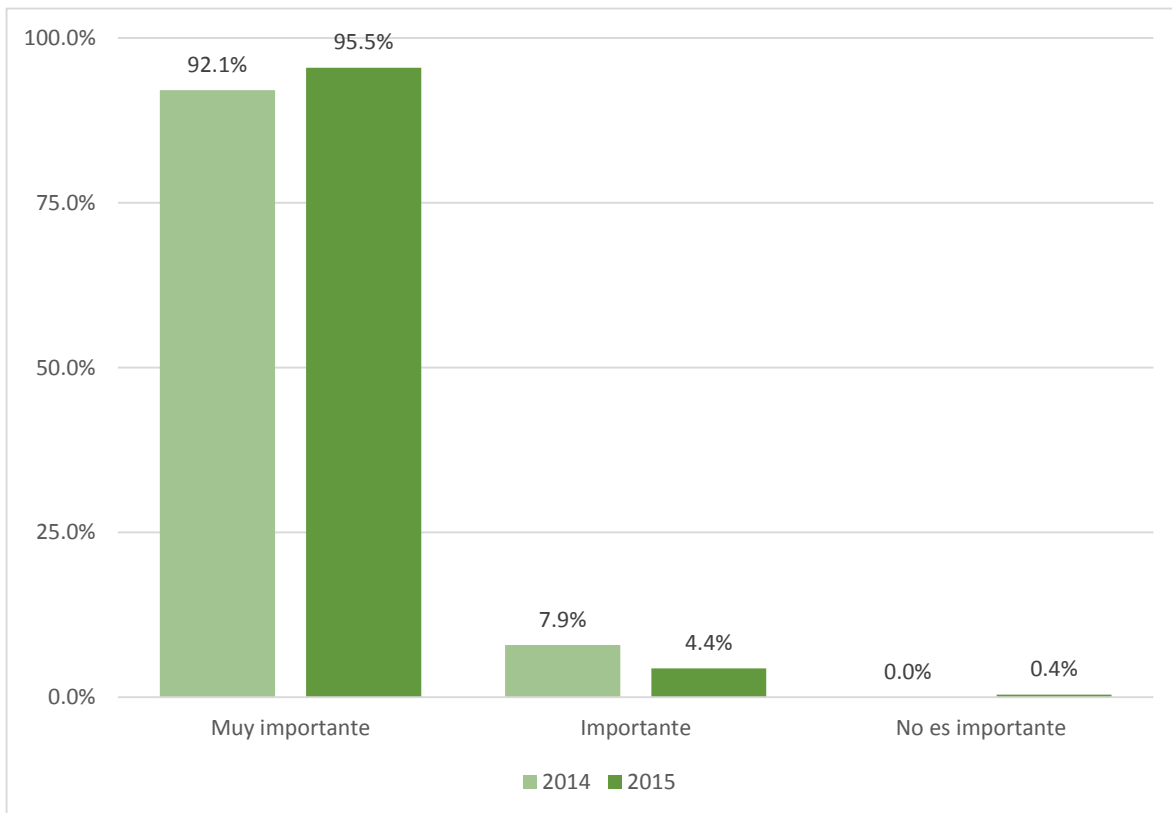
2015	Porcentaje de menciones
Terminales punto de venta y pagos electrónicos de servicios (agua, luz y recargas telefónicas)	49.0
Entrega de subsidios federales (Prospera, 60 y más, etc.)	18.3
Papelería y Copias	16.9
Lechería Liconsa	7.2
Venta de frutas y verduras	5.1
Otros servicios	3.5
Total	100.0

xiv. Satisfacción de los beneficiarios de las tiendas Diconsa.

El ejercicio de Seguimiento Físico y Operativo en 2015 consideró realizar encuestas a los beneficiarios de las tiendas Diconsa, se entrevistaron 5 beneficiarios por localidad, los cuales fueron seleccionados entre los primeros 5 clientes que ingresaron a la tienda durante el tiempo que el encuestador estaba presente en la tienda.

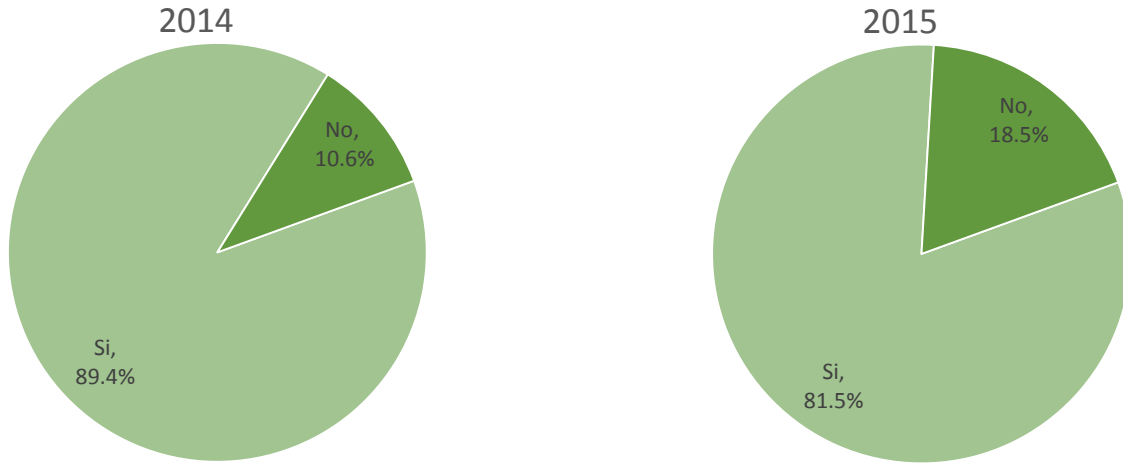
Las encuestas efectuadas a los beneficiarios de las tiendas Diconsa arrojaron que el 73.6% de los entrevistados fueron mujeres y 26.4% hombres, con una edad promedio para ambos de 47 años. Al respecto, los datos obtenidos indican que el 95.5% de ellos considera que la tienda Diconsa es muy importante para la población de su localidad, lo que significa 3.4 puntos porcentuales más respecto a los resultados de 2014, como se muestra en la Figura 62.

Figura 62
¿Para usted que tan importante es la tienda Diconsa para la población de su localidad?



Al cuestionar a los beneficiarios sobre si la tienda Diconsa está bien surtida, el 81.5% afirmó que la tienda Diconsa sí está bien surtida, como se muestra en la Figura 63. Este resultado es 7.9 puntos porcentuales menor al registrado en 2014.

Figura 63
 ¿Considera que la tienda Diconsa está bien surtida?



De igual forma, los resultados del levantamiento de información arrojaron que el 84.2% de los beneficiarios considera que sí encuentra los productos y marcas que necesita en la tienda Diconsa, véase Figura 64. Hay una variación de menos 6 puntos base con respecto a 2014. Sin embargo, cuando se les preguntó a los beneficiarios cuáles eran los productos que con mayor frecuencia busca y no tiene la tienda Diconsa se tuvo: medicinas básicas (alcohol, analgésicos, algodón, etc.), frutas y verduras, maíz, azúcar, leche líquida, huevo, frijol, aceite, pañales y arroz, como se aprecia en la Figura 65.

Figura 64
 ¿Encuentra los productos y marcas que necesita?

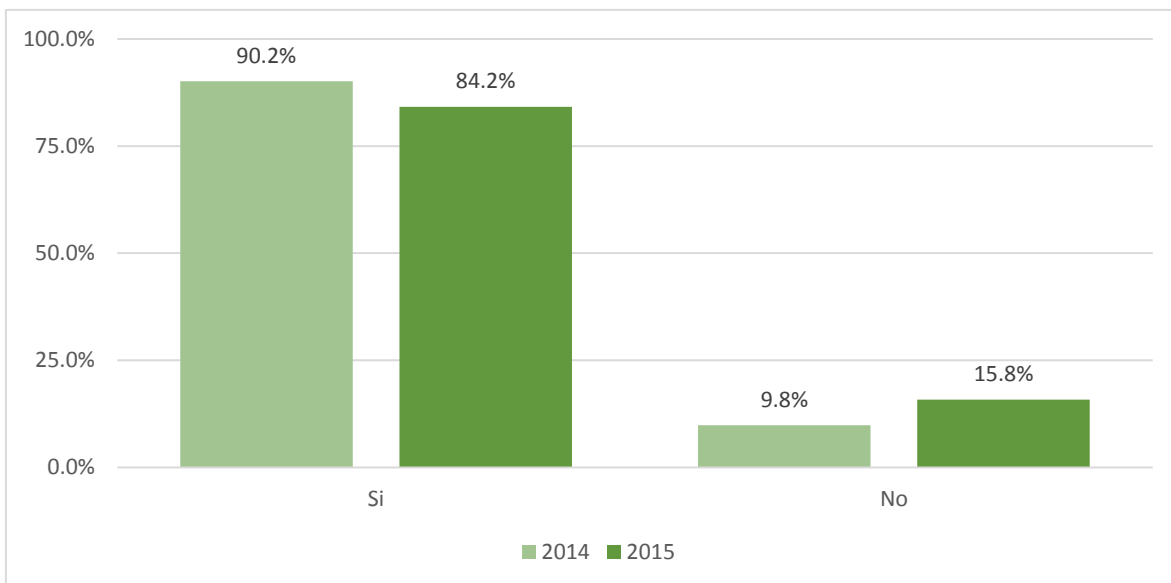


Figura 65
¿Cuáles son los productos que más busca y no tiene la tienda Diconsa?

2015	Porcentaje de menciones
Medicina básica y artículos de primeros auxilios (analgésicos, alcohol, algodón, antigripales, antiácidos)	10.4
Fruta y verdura	9.8
Maíz	7.6
Azúcar	5.7
Leche líquida	4.7
Huevo	4.2
Frijol	3.2
Aceite	2.9
Pañales	2.3
Arroz	1.8
Otros	47.4
Total	100.0

En los objetivos específicos del Seguimiento Físico y Operativo se pide identificar aquellos productos no incluidos en el catálogo Diconsa, como un punto separado a la satisfacción de beneficiarios, por lo cual la información de la Figura 28 se repite con respecto a la Figura 65. Esta última se muestra para pronta referencia.

Los beneficiarios mencionaron, con mayor frecuencia, que les gustaría contar con medicamentos de emergencia o de primeros auxilios, ya que algunas comunidades se encuentran distantes a farmacias o centros de atención médica. Entre los artículos agrupados en “Medicina básica y artículos de primeros auxilios” se agruparon: analgésicos, alcohol, algodón, antigripales y antiácidos, todos estos artículos no requieren receta médica. Es oportuno mencionar que Artículos de primeros auxilios se encuentran en el catálogo de los productos que puede comercializar Diconsa, conforme al Anexo 2 de las Reglas de Operación para el ejercicio fiscal 2015.

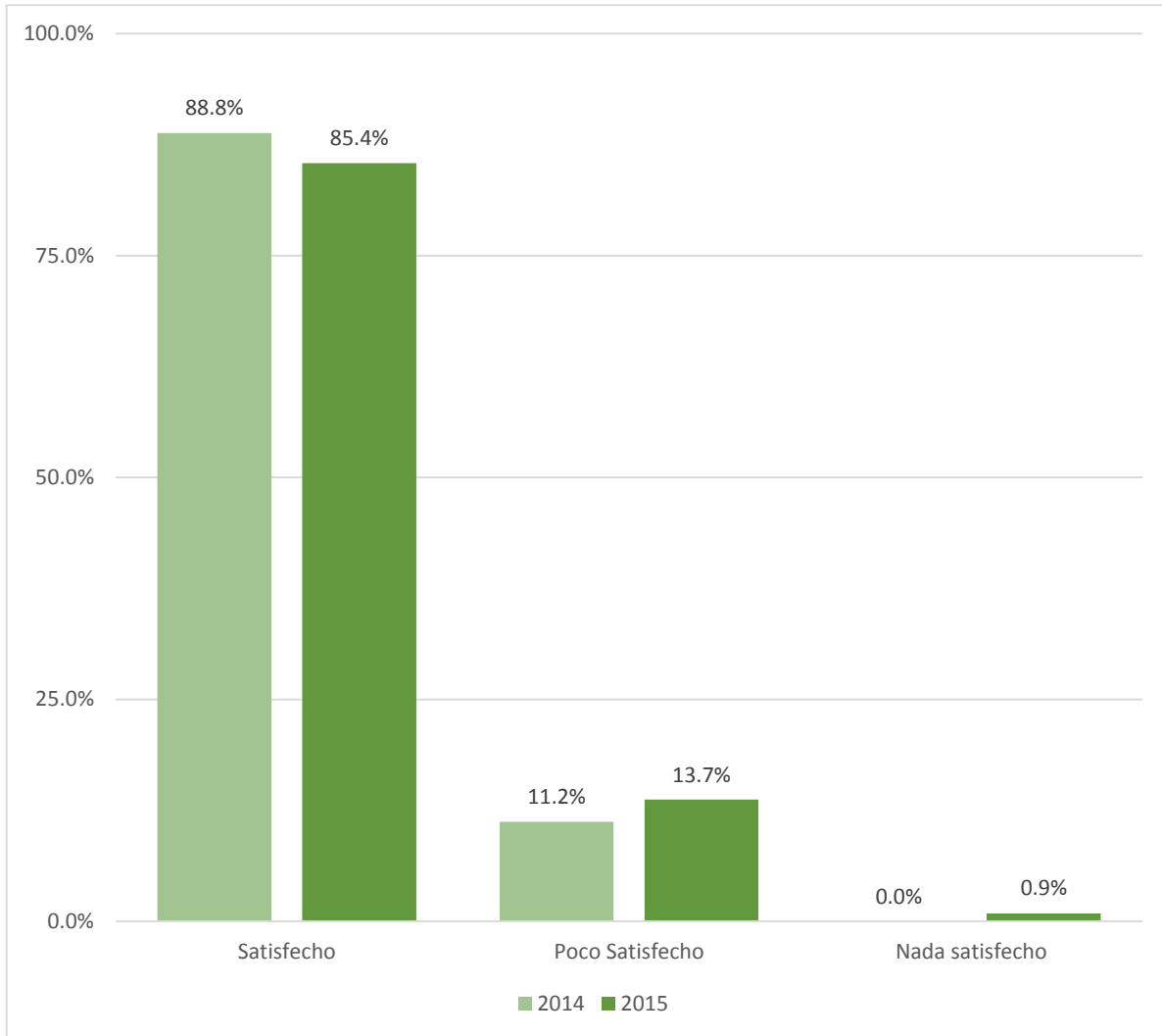
En esta tabla destacan artículos como: maíz, azúcar, frijol, aceite y arroz los cuales son productos que forman parte de la canasta básica. Estos artículos aparecen en el cruce de información con los productos que les solicitan a los encargados de tienda y no se encuentran disponibles en tienda. Como se verá en el apartado xiii de esta sección, entre las respuestas del encargado de tienda para la ausencia de estos productos se tiene que les son surtidos, pero se agotan.

Fruta y verdura, leche líquida, huevo y pañales son artículos fuera del cuadro de canasta básica, pero se encuentran también en el catálogo de productos a comercializar por Diconsa, por lo cual valdría la pena revisar la pertinencia de comercialización en las tiendas del sistema.

A la pregunta sobre qué tan satisfecho se siente con el surtido, variedad y calidad de los productos que se encuentran en la tienda Diconsa, el 85.4% respondió que se siente satisfecho y el 13.7% dijo sentirse poco satisfecho, como se observa en la Figura 66.

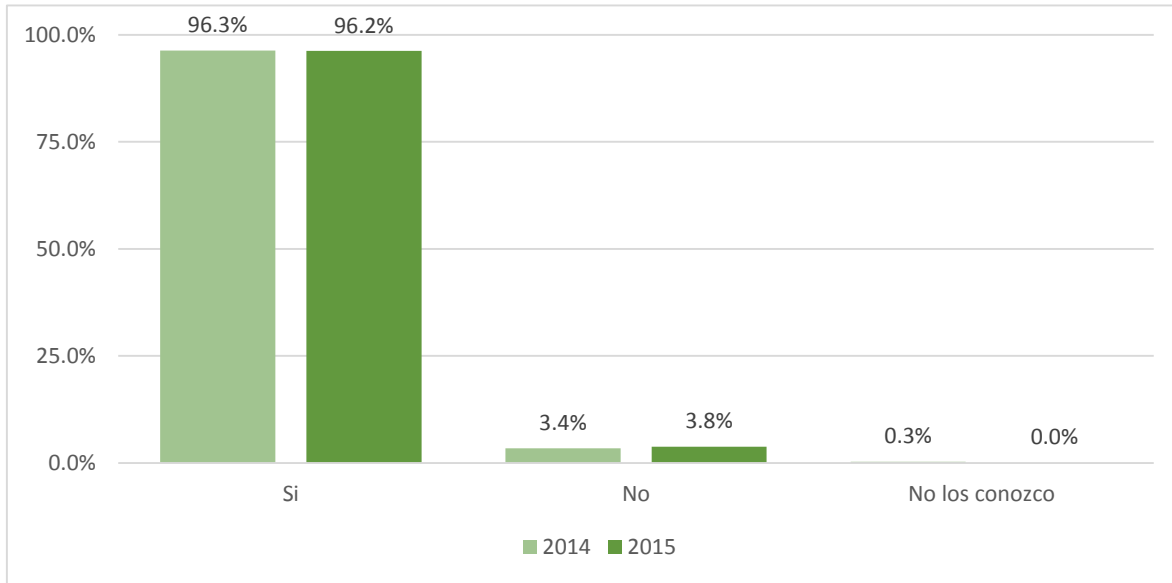
Figura 66

¿Qué tan satisfecho se siente con el surtido, variedad y calidad de los productos que encuentra en la tienda Diconsa de su localidad?



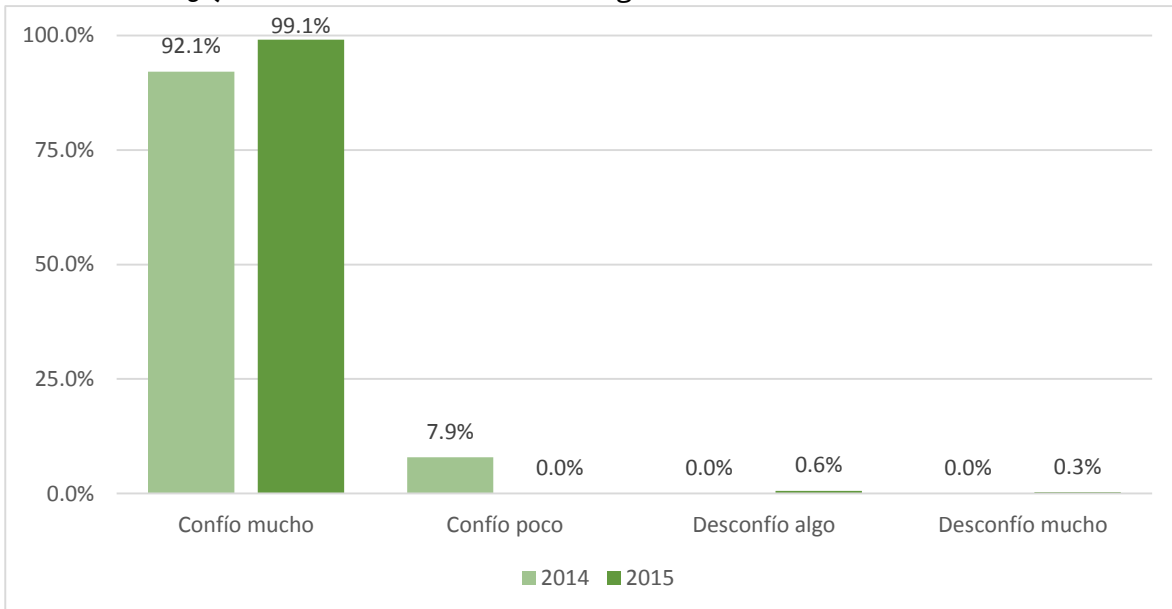
Por otra parte, se les preguntó a los beneficiarios si han consumido productos marca propia de Diconsa (Figura 67), a lo que el 96.2% respondió que sí. A estos mismos clientes se les preguntó si le agradan los productos Sedesol - Diconsa, manifestando el 95.1% que sí le agradan.

Figura 67
¿Ha consumido productos marca propia Diconsa?



Adicionalmente, se cuestionó a los beneficiarios si confían en el encargado de la tienda Diconsa, a lo cual el 99.1% respondió que confía mucho en el encargado y el 0.9% Desconfía algo o Desconfía mucho.

Figura 68
¿Qué tanto confía en el encargado de la tienda Diconsa?



Asimismo, el 92.7% de los beneficiarios entrevistados señaló que la atención brindada por el encargado de la tienda comunitaria era buena, en contraste con el 6.6% que la calificó como mala. Esto contrasta con los resultados de 2014,

observándose una polarización de la opinión regular concentrándose en mala, como se observa en la Figura 69.

Figura 69
¿Cómo es la atención del encargado?

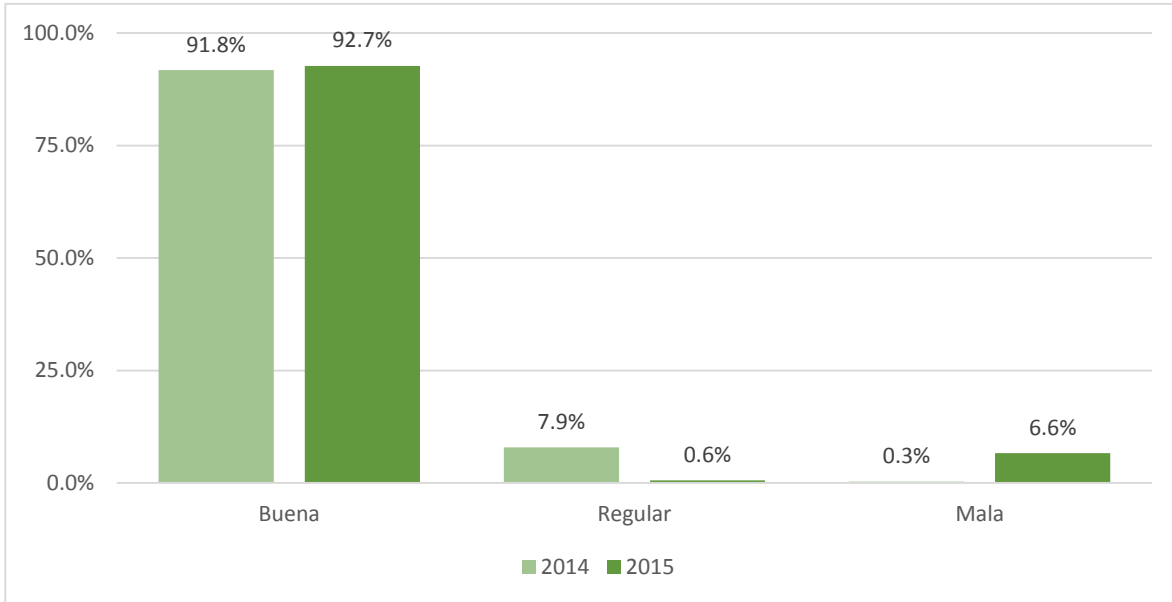
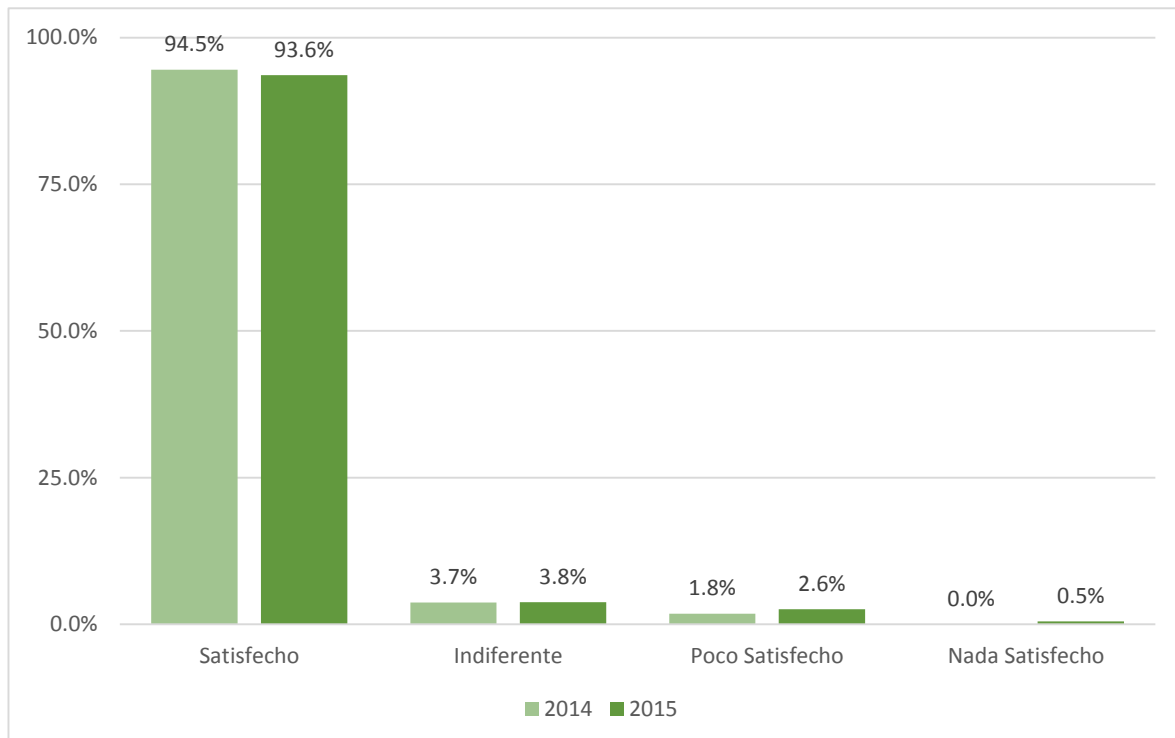
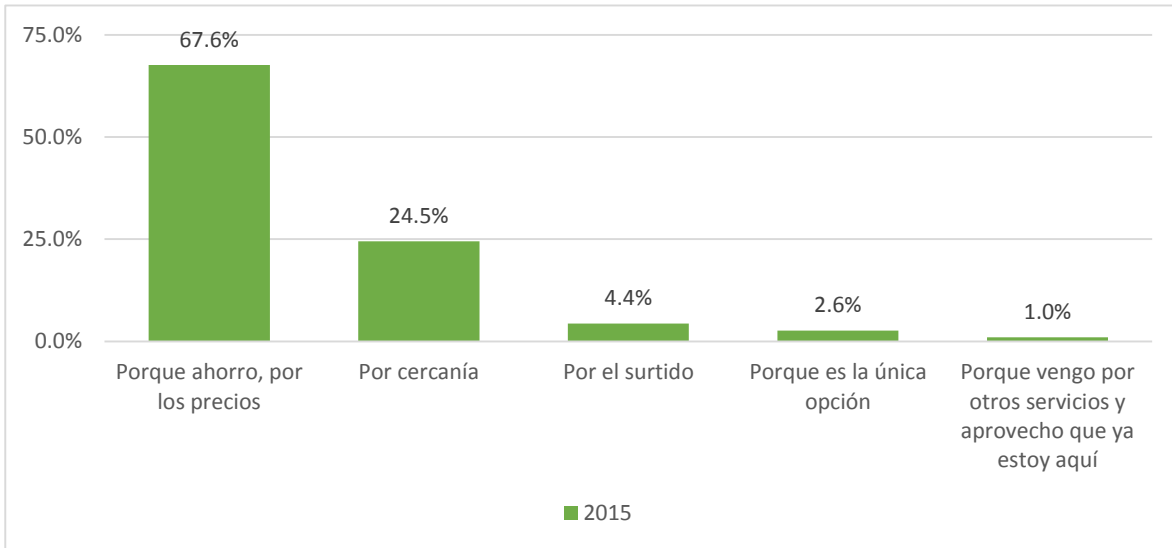


Figura 70
¿Qué tan satisfecho se siente con la atención del encargado de la tienda Diconsa en su localidad?



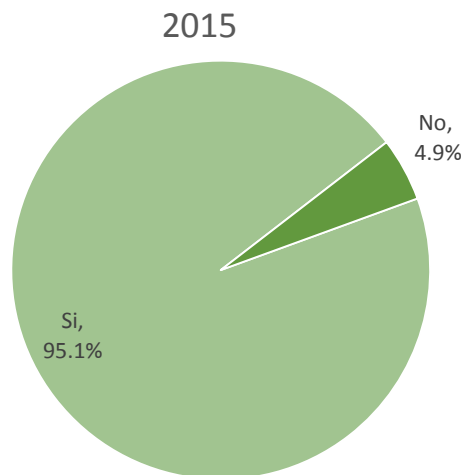
En este sentido, el 93.6% de los clientes entrevistados señaló sentirse satisfecho con la atención del encargado. Sin embargo, existe un área de oportunidad en 5.4% de las tiendas para mejorar la atención y servicio al cliente para obtener opiniones favorables, véase Figura 70.

Figura 71
¿Por qué viene a comprar a la tienda Diconsa?



Como se observa en la Figura 71, las razones principales por las cuales los beneficiarios compran en las Tiendas Diconsa son: ahorro en precios y la cercanía.

Figura 72
¿Considera que ahorra comprando en Diconsa?

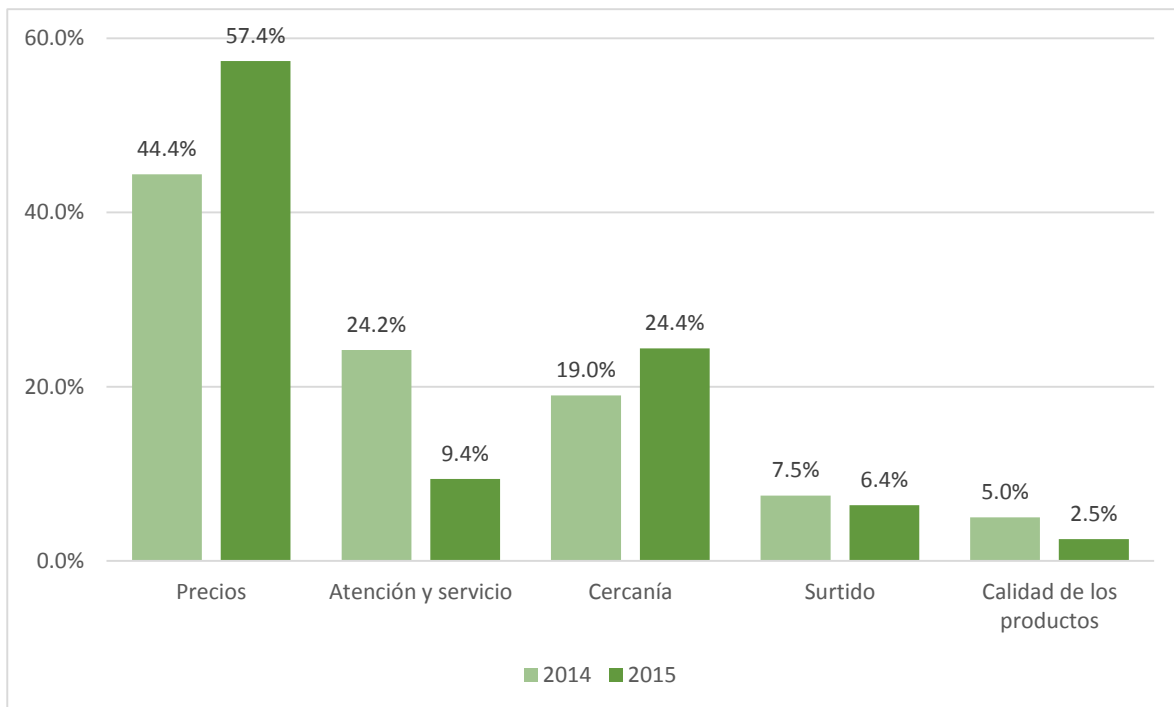


Adicionalmente, se preguntó: ¿Considera que ahorra comprando en Diconsa?. Como se observa en la Figura 72, el 95.1% de los beneficiarios considera que sí ahorra comprando en la tienda comunitaria.

Por otra parte, como se observa en la Figura 73, se preguntó al beneficiario cuál era el factor que más importancia tenía a la hora de elegir dónde comprar, por orden de importancia los clientes mencionaron: i) el precio (57.4%), ii) la cercanía (24.4%), iii) la atención y servicio (9.4%), iv) el surtido (6.4%) y el factor menos importante: la calidad de los productos (2.5%).

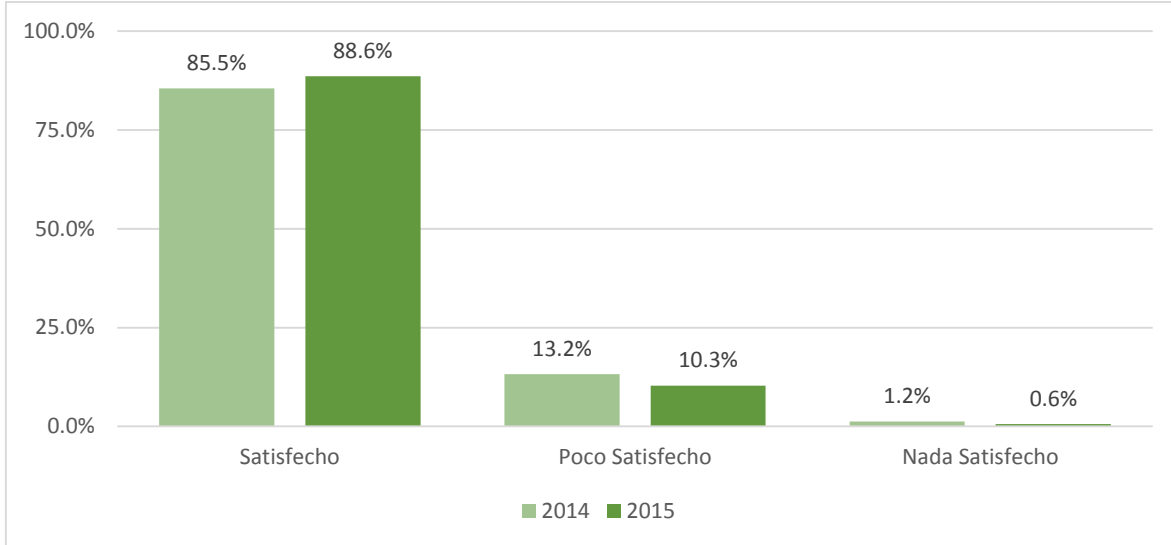
Entre los cambios principales observados respecto a lo registrado en el 2014, se tiene la importancia en el componente precio, que aumentó 13 puntos porcentuales, mientras que la cercanía aumenta 5.4 puntos porcentuales; disminuyendo en importancia el surtido y la calidad de los productos.

Figura 73
¿Qué es lo más importante para usted al comprar en cualquier tienda?



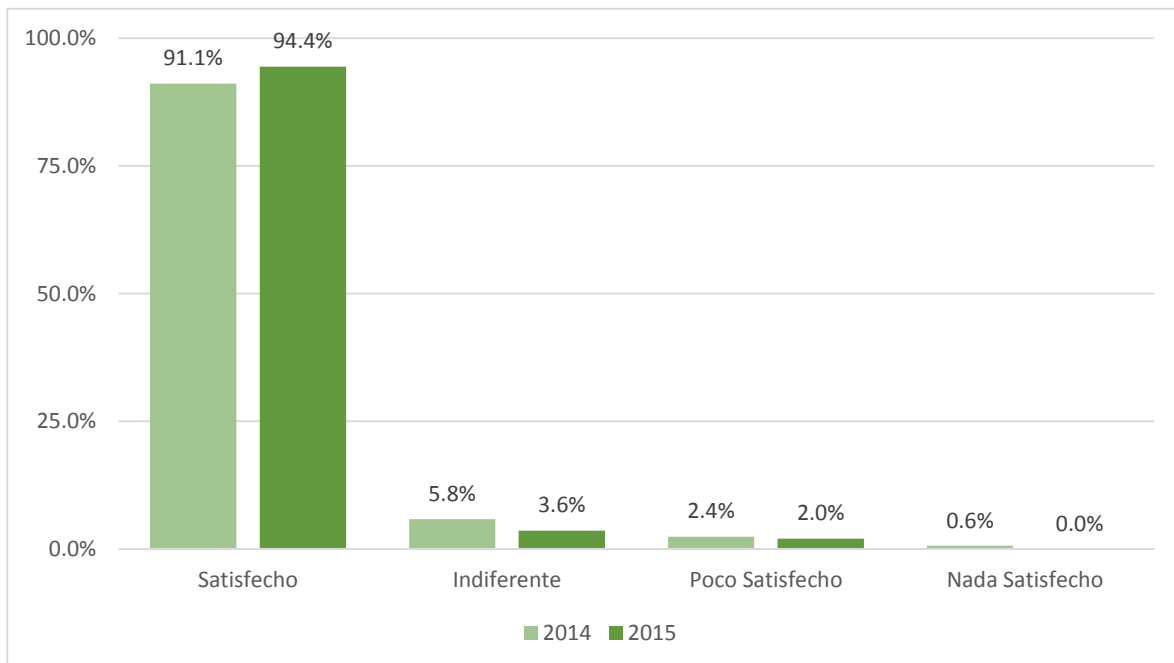
Asimismo, y como se observa en la Figura 74, se preguntó a los beneficiarios qué tan satisfechos se sentían con los precios de los productos ofrecidos en la tienda Diconsa, y el resultado fue que el 88.6% de los clientes manifestó estar satisfecho con ellos, ya que les permitía ahorrar y comprar otros productos de primera necesidad.

Figura 74
¿Qué tan satisfecho se siente con los precios de los productos que encuentra en la tienda Diconsa en su localidad?



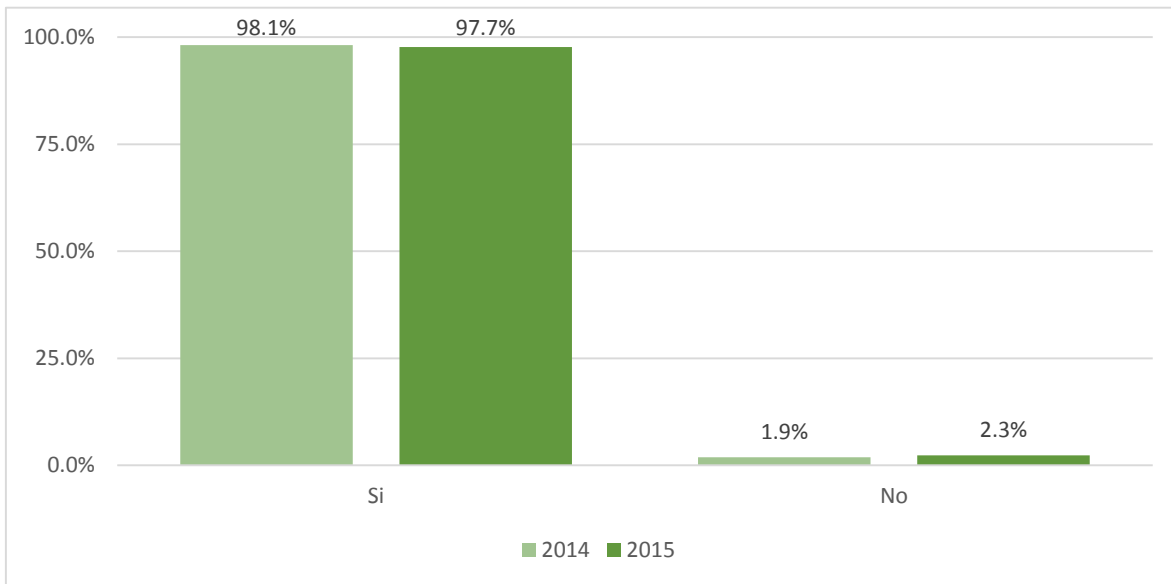
Por otra parte, como se observa en la Figura 75, el 94.4% de los beneficiarios se siente satisfecho de tener una tienda Diconsa en su localidad y que en promedio acuden 4.5 veces por semana a la tienda comunitaria.

Figura 75
¿Qué tan satisfecho se siente con la existencia de la tienda Diconsa en su localidad?



Asimismo, cuando se preguntó a los beneficiarios si la tienda Diconsa ofreciera frutas, verduras y otros perecederos, acudirían a la tienda a comprar dichos productos, el 97.7% respondió que sí compraría dichos productos.

Figura 76
Si la tienda Diconsa ofreciera frutas, verduras y otros perecederos, ¿acudiría usted a comprar dichos productos?



En lo referente a los servicios adicionales que ofrece la tienda Diconsa, el 66.2% de los beneficiarios manifestó que además de comprar productos de su despensa van a la tienda Diconsa por algún otro servicio que no encuentran en su localidad. Además, como se mencionó en la Figura 28, les gustaría que la Tienda Diconsa brindara servicios como: a) terminales punto de venta para pagos electrónicos de servicios (agua, luz y servicios), b) entrega de subsidios federales (Prospera, 60 y más), c) caseta telefónica, c) papelería y copias, d) internet, e) medicamentos sin receta médica, f) venta de frutas y verduras, g) venta de huevo, lácteos y cárnicos y h) ferretería.

El pago de servicios como agua potable y energía eléctrica han sido una constante en las respuestas de los beneficiarios y encargados de tienda como servicios adicionales deseables de incorporar en las tiendas Diconsa. Se incluyeron dos preguntas expresas sobre si acudirían a hacer el pago en la tienda Diconsa de estos servicios. El 87.6% dijo que acudiría a pagar el agua y el 92.8% que haría los pagos de luz. Normalmente los pagos se realizan en agencias o cabeceras municipales y ello les implica tiempo en desplazamiento y recursos por traslados.

G. Conclusiones y recomendaciones.

De la verificación física realizada en las tiendas Diconsa, destaca que **el 82.9% de las tiendas tiene los precios a la vista del beneficiario (etiquetas en estantes)** y sólo el 34.3% tiene cartulinas con el listado de precios. **Se recomienda estandarizar los elementos del listado de precios indicando: producto, marca, presentación, precio y vigencia.**

Las tiendas Diconsa son la **única opción fija de abasto en 13.5% de las localidades de la muestra**, esto representa el doble con respecto a 2014; ello sugiere que el incremento de las tiendas se ha focalizado y es consistente con la política de atención a localidades con mayor rezago en el abasto local de productos básicos. **Se recomienda continuar con los criterios de focalización de las tiendas.**

El análisis de la disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica Diconsa se realizó con base en el procedimiento vigente, el cual considera únicamente la *existencia de productos en las tiendas Diconsa con independencia de la marca y presentación*. Así, los nueve productos que están presentes en más del 83.0% de las tiendas son: azúcar estándar, arroz, frijol, sardina, harina de maíz, chiles enlatados, maíz, atún y sal de mesa. El resto de los productos están presentes en al menos el 59.7% de las tiendas. Al respecto, los resultados muestran una **disponibilidad de los 22 productos de la canasta básica Diconsa en 77.8% de las tiendas comunitarias.**

En el 55.2% de las tiendas existe disponibilidad de más de 18 productos de la canasta básica.

Los beneficiarios mencionaron que les gustaría que las tiendas Diconsa ofrecieran principalmente siguientes servicios adicionales al abasto:

- a) Terminales punto de venta y pagos electrónicos de servicios (agua, luz y recargas telefónicas)
- b) Papelería y Copias
- c) Caseta Telefónica
- d) Entrega de subsidios federales (Prospera, 60 y más, etc.)
- e) Lechería Liconsa
- f) Medicamentos
- g) Internet
- h) Venta de frutas y verduras
- i) Venta de huevo, lácteos y cárnicos.

Dado que servicios como las terminales punto de venta y pagos electrónicos de servicios requieren acceso a internet y enlaces de comunicación, es necesario establecer enlaces con entidades como la Comisión Federal de Electricidad, empresas telefónicas y los gobiernos municipales para el pago de agua. Al respecto,

se recomienda explorar opciones como el portal www.gob.mx y evaluar la pertinencia de desarrollar un esquema para atender los requerimientos de la población.

Por otro lado, las Tiendas Diconsa han incrementado sus días y horarios de atención: el **98.1% están abiertas 6 días o más a la semana y el 90.3% están abiertas más de 8 horas al día**. Asimismo, **la decisión sobre los horarios de atención de las tiendas comunitarias está recayendo más en los encargados de tienda** y se muestra una disminución de casi 35 puntos porcentuales con respecto a la toma de decisiones en este sentido por parte de la Asamblea comunitaria.

El 80% de las tiendas en las que se realizó la verificación física, **cuenta con los nuevos colores institucionales** en su fachada, lo cual contrasta con el 96.6% reportado en 2014 y **sólo el 47% tiene el nuevo logotipo** de Diconsa. Al respecto, **se recomienda reforzar las actividades de identidad corporativa en todos los niveles de injerencia**: desde oficinas centrales hasta supervisores operativos.

Asimismo, el 92.2% de las tiendas comunitarias cuentan con báscula, el 98% con estantes, 74.5% con mostrador y el 66.7% con refrigerador; de todos estos, al menos el 91.9% se encuentra en buen estado. No obstante, el 80.4% de las tiendas no cuenta con vitrina, el 33.3% no tiene refrigerador y el 25.5% no tiene mostrador. El mobiliario fue adquirido con recursos propios (Comité de Abasto o encargado) de tienda en más del 50% de los casos. En el caso de los refrigeradores, los encargados de las tiendas son dueños del 49% de estos y el 42.2% provienen de proveedores de refresco (Coca Cola y Pepsico). **El 65.8% de las tiendas no tiene bodegas y el 5.7% de los pisos requiere reparación.**

Las condiciones de los locales muestran que el piso y paredes son principalmente de concreto y ladrillo; sin embargo, el **8.1% de las tiendas aún presenta paredes de madera y 3.6% aún tienen piso de tierra**. Sin embargo, lo más notable es el techo, que en el **47.2% de los casos es de lámina u otros materiales**.

El 93.8% de las Tiendas Diconsa tenía disponibilidad de productos marca propia SEDESOL-Diconsa, esto representa una disminución de 4.3 puntos porcentuales con respecto a 2014. Las tiendas con menor disponibilidad de productos marca propia se concentran en los estados de Chiapas, Durango, Guerrero, Oaxaca, Tamaulipas y Veracruz. Entre los factores que explican la ausencia de productos se tienen:

- a) Las tiendas se encontraban en proceso de recuperación de falta de capital, lo que ocasiona que el almacén rural no le surta hasta que paguen las facturas atrasadas.
- b) Los productos se habían agotado.
- c) La baja demanda de algunos productos (poca o nula rotación) ocasiona que los encargados de tienda no soliciten los productos.

- i. Los encargados de tienda comentan que el jabón de tocador marca propia Diconsa les causa urticaria a los clientes por lo cual prefieren otras marcas.
- ii. En los estados de Querétaro e Hidalgo los encargados de tienda y beneficiarios comentan que la pasta para sopa de marca propia tienen mal sabor, por lo cual los clientes prefieren pagar más para comprar otras marcas.

Se recomienda revisar las pruebas de control de calidad sobre productos de marca propia para garantizar su calidad, que no causen afectaciones a la población, así como el sabor de los productos.

El valor de la canasta básica Diconsa obtenido por la suma de los precios promedio de los 22 artículos que la conforman, en las tiendas comunitarias muestra un valor de 291.3 pesos, esto es 1.6 pesos menor respecto al precio reportado en el Seguimiento Físico y Operativo 2014. Asimismo, se obtuvo un precio promedio de la canasta básica en tiendas privadas de 351.0 pesos, mostrando una reducción de precios de 2.6%. Dado que la precisión o error máximo permisible del diseño metodológico fue del 3%, la cifra obtenida es consistente con respecto a 2014. De esta manera, las tiendas comunitarias ofrecen un precio promedio menor que el registrado en los expendios privados, generando un **margen de ahorro del 20.5%**, el cual es superior al 15% establecido en las ROP 2015 del PAR.

El **83.5% de los encargados de tienda ha recibido al menos una capacitación durante el último año**, los principales temas abordados en las capacitaciones son: administración, atención a clientes, acomodo de mercancía e inventarios. Se sugiere incluir como temas de capacitación: atención a clientes y calidad en el servicio. El 95% de los encargados manifestó estar de acuerdo en capacitarse en temas de orientación al consumo y temas que les permitan mejorar sus ventas.

El **94.7% de los encargados considera que la tienda Diconsa es muy importante para la población de las localidades donde está presente y el 95% de los encargados está satisfecho con sus funciones.**

No obstante, existe un área de oportunidad sobre el surtimiento de los pedidos, dado que el **33.1% expresó que no recibe los pedidos completos**; el 28.8% de las tiendas en la muestra reciben un pedido con faltantes menores al 25% de lo solicitado. Sin embargo, los supervisores responden de manera oportuna en el 88.9% de los casos a los faltantes en los pedidos.

Sin embargo, el **23.7% de los encargados de tienda comunitaria menciona que ha tenido problemas con el estado en que reciben las mercancías.** Entre los principales problemas con los productos se tienen:

- a) Producto caducado o próximo a caducar,
- b) Empaque roto, abierto, latas aplastadas o producto dañado,
- c) Apolillado, con gorgojos o insectos, y
- d) Peso menor al indicado en empaque.

Esto genera áreas de oportunidad para las Direcciones de Operaciones y Comercialización de Diconsa. **Se recomienda revisar la logística de distribución y las políticas y estándares de compras para evitar que los productos lleguen caducados, próximos a caducar o dañados a las tiendas.**

El **83.7%** de los encargados de tienda manifestaron sentirse satisfechos con el surtimiento que le da Diconsa; el 86.2% están satisfechos con la atención que le brinda el personal de Diconsa; el **68.5%** manifestaron estar satisfechos con los precios de los productos que Diconsa les surte. No obstante, el 31.5% indicó estar poco satisfecho o nada satisfecho con el precio que le da Diconsa de los productos que le surte porque: a) el margen de utilidad es bajo (5%) y b) los precios que da Diconsa de los productos que no son marca propia son iguales o incluso mayores con respecto a las tiendas privadas.

El **62.3%** de los encargados considera que la variedad de productos es adecuada y el 29.3% la considera como suficiente. Entre los productos que se solicita al encargado de Tienda Diconsa que no se encuentran en existencia están: maíz, leche, frijol, detergente, frutas y verduras, pañales y toallas, shampoo, aceite, harina de trigo, y huevo.

Entre las causas por las cuales las tiendas Diconsa carecen de productos se tienen: a) Lo surten pero se acabó (19.1%), b) Está en el catálogo pero no lo surten (14.9%), y c) No están en el catálogo (50.6%).

El **87.5%** de los encargados de las tiendas Diconsa considera que es muy importante o importante para sus ventas el que ofrezca u ofreciera algún servicio adicional al abasto. Entre los servicios adicionales que a los encargados de tienda les gustaría ofrecer se tiene: a) Terminales punto de venta y pagos electrónicos de servicios (agua, luz y recargas telefónicas), b) entrega de subsidios federales, c) papelería y copias, d) lechería Liconsa y e) Venta de frutas y verduras. Estos servicios muestran consistencia con aquellos planteados por los beneficiarios.

El 73.6% de los clientes entrevistados en las tiendas Diconsa fueron mujeres y 26.4% hombres, con una edad promedio de 47 años. Al respecto, el **95.5%** de los beneficiarios entrevistados considera que la tienda Diconsa es muy importante para la población de su localidad. De igual forma, el **81.5%** de los beneficiarios considera que la tienda está bien surtida.

El 84.2% de los clientes manifestó que encuentra los productos y marcas que necesita en la tienda Diconsa; el **96.2% respondió que han consumido productos marca propia de Diconsa**, de los cuales el 95.1% manifestó que le agradan estos productos.

El **85.4% de los beneficiarios respondió que se siente satisfecho con el surtido, variedad y calidad de los productos que se encuentran en la tienda Diconsa.**

Asimismo, el **93.6% de los clientes entrevistados señaló sentirse satisfecho con la atención del encargado.** Sin embargo, existe un área de oportunidad en 5.4% de las tiendas para mejorar la atención y servicio al cliente para obtener opiniones favorables

Por otra parte, el **67.6% de los beneficiarios expresan que van a la tienda Diconsa a comprar por los precios bajos que les permite ahorrar** y el 24.5% por la cercanía del expendio. En este tenor, se observa que el 95.1% de los encuestados considera que ahorra comprando en la tienda comunitaria. Consecuentemente, **el precio es el factor determinante para hacer compras en las Tiendas Diconsa (57.4%).**

El **88.6% de los beneficiarios encuestados manifestó que está satisfecho con los precios de los productos en la Tienda Diconsa** y el 94.4% lo está con la presencia de la tienda en la comunidad. El 97.7% de los clientes mencionó que compraría frutas, verduras y otros perecederos si se vendieran en la tienda.

Por lo anterior, se concluye que:

1. Respecto a los resultados 2014, existen variaciones importantes en los resultados donde se evalúa la actuación de los supervisores operativos, por lo cual se soporta la afirmación de que existen sesgos en el levantamiento de información cuando el evaluado (supervisor) tiene alguna relación directa con el evaluador (encargado de tienda). **Se recomienda que las evaluaciones sean practicadas por un tercero para evitar sesgos.**
2. Es necesario concluir el proceso de renovación de la imagen institucional de Diconsa.
3. Los encargados de tienda y los beneficiarios perciben que la tienda Diconsa es importante para la comunidad.
4. El precio es el factor más importante para la elección de compra de los consumidores de los productos Diconsa, así como la cercanía.
5. Existen áreas de oportunidad importantes para las Direcciones de Operaciones y Comercialización al interior de Diconsa, para mejorar sus políticas y estándares de compra y distribución.
6. Dado que el margen de ahorro observado en la muestra es de 20.5%, se concluye que durante el ejercicio fiscal 2015 se dio cumplimiento a lo

planteado en las Reglas de Operación del PAR para generar un margen de ahorro de al menos el 15%.

H. Bibliografía

Amayo, A. y Hernández D. 2015, Hombres linchados en Puebla eran encuestadores: alcalde. Consultado en: http://www.milenio.com/policia/linchamiento_Ajalpan_Puebla-que-man_alcaldia_Ajalpan-linchamiento_puebla_0_613138818.html

Cochran, William. Sampling Techniques. John Wiley and Sons. 3ª Edición. 1980.

Cruz, Elvira. 2015. Encuestadores linchados en Puebla eran “honrados y trabajadores”. Consultado en: <http://www.cnnmexico.com/nacional/2015/10/21/encuestadores-linchados-en-puebla-eran-honrados-y-trabajadores>

Diario Oficial de la Federación . 28 de diciembre de 2014. Sección Octava

Diario Oficial de la Federación. 12 de enero de 2012. Ley de Desarrollo Rural Sustentable

Diario Oficial de la Federación. 20 de enero de 2004. Ley General de Desarrollo Social.

FAO (2001) La Seguridad Alimentaria: información para la toma de decisiones. Guía Práctica. <http://www.fao.org/docrep/014/al936s/al936s00.pdf>

Fundenberg D. y Tirole J. 1998. Game Theory. The MIT Press.

García Fernando, M. El análisis de la realidad social. Métodos y Técnicas de Investigación. Madrid. Alianza. 1986

Gertler, P., Martínez, S., Premand, P., Rawlings, L. y Vermeersch, C. (2011) La evaluación del impacto en la práctica. Banco Mundial. Washington D.C.

Gobierno de la República. Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Curso Latinoamericano de muestreo. 2000.

Kornhauser, A. y Sheatsley, P.B. “Construcción de cuestionarios y procedimientos de entrevistas”. En Selltitz, C. et. Al. Métodos de investigación en las relaciones sociales. Madrid. 1965.

Lohr, Sharon. Muestreo: Diseño y Análisis. International Thomson Editores. 2005

McClave, J., Benson, G., Sincich, T. Statistics for Business and Economics. Edición 12. Pearson. 2014

Presidencia de la República. México. 2015 El huracán Patricia es actualmente categoría 5, el máximo nivel en la clasificación de Saffir-Simpson; se trata de un huracán extremadamente peligroso. Consultado en: <http://www.gob.mx/presidencia/articulos/huracan-patricia-es-el-mas-intenso-en-los-ultimos-50-anos>

Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) 2010. Diagnóstico sobre el acceso insuficiente a productos básicos y complementarios de la población que habita en localidades rurales de alta y muy alta marginación. Consultado en: http://www.sedesol.gob.mx/work/models/SEDESOL/Sedesol/sppe/dgap/diagnostico/Diagnostico_PAR.pdf

Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL). 2014. Diagnóstico del Programa de Abasto Rural.

SEDESOL 2015. Anexo Definición de elementos mínimos para una metodología de seguimiento físico y operativo de los Programas Sociales operados por los órganos desconcentrados y entidades del sector Coordinado por la Secretaría de Desarrollo Social.

SEDESOL - Diconsa. 2013. Informe de seguimiento físico del Programa de Abasto Rural para el ejercicio fiscal 2013

SEDESOL - Diconsa 2010. Informe del Seguimiento Físico 2010, Programa de Abasto Rural.

SEDESOL. Diconsa 2011. Informe del Seguimiento Físico 2011, Programa de Abasto Rural.

SEDESOL. Diconsa 2012. Informe del Seguimiento Físico 2012, Programa de Abasto Rural.

SEDESOL. Diconsa 2013. Informe del Seguimiento Físico 2013, Programa de Abasto Rural.

SEDESOL. Diconsa 2014. Informe del Seguimiento Físico 2014, Programa de Abasto Rural.

SEDESOL. Diconsa. Instituto Nacional de Administración Pública A.C.. Estudio de Seguimiento 2014 de la validación de la Aplicación de la Metodología para el

Cálculo del Margen de Ahorro de la Canasta Básica Diconsa y para el Seguimiento 2014 de la Percepción de los Beneficiarios del Programa de Abasto Rural a cargo de Diconsa, S.A. de C.V. 2014

SEDESOL. Diconsa. UNAM. Asesoría técnica para la validación de la implementación de la metodología para el cálculo del margen de ahorro de la canasta básica Diconsa del programa de abasto rural a cargo de Diconsa, S.A. de C.V. 2011.

Stoner, J., et. al. Administración. 6ª Edición. Editorial Pearson Educación. México. 1996.

I. Anexos

Anexo 1. Cuestionarios.

Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar al Encargado de tienda Diconsa.

Cédula de seguimiento físico 2015 para entrevistar a los beneficiarios de tienda Diconsa.

Cédula de seguimiento físico 2015 que responda el entrevistador.

Cédula de registro de precios en Tienda Diconsa.

Cédula de registro de precios en Tienda Privada.

Anexo 2. Marco Muestral.

Anexo 3. Muestra seleccionada.

Anexo 4. Notas de prensa

Anexo 5. Calendario de visitas.

Anexo 6. Memoria fotográfica.

Anexo 7. Bases de datos.

Anexo 8. Instrumentos definitivos usados en los levantamientos.

Anexo 1.

Cuestionarios.

Anexo 1. Cuestionarios.

Los cuestionarios fueron diseñados por Diconsa en 2009 y han venido evolucionando entre 2010 y 2014 para reflejar los cambios en los objetivos específicos, como se mencionó en la introducción (apartado A.iv). Los formatos que se incluyen en este Anexo conservan los campos y estructura de los cuestionarios usados por la Gerencia de Evaluación de Diconsa en 2014, pero fueron rediseñados para hacerlos visualmente más amigables, cambiando la tipografía y ajustando el diseño gráfico.

Anexo 2.

Marco Muestral.

Anexo 2. Marco Muestral.

La Gerencia de Evaluación de Diconsa, como responsable de este estudio, proporcionó a los investigadores del INAP la base de datos de las tiendas en operación al 30 de junio de 2015, esa base de datos tiene 27,011 tiendas. El análisis preliminar de la base de datos arrojó los siguientes hallazgos:

1. La base de datos se integra por 27,011 registros, cada uno correspondiente a una tienda. Los campos de columna contiene la siguiente estructura:

Nombre del campo	Descripción
INEGI	Campo numérico con el código de identificación único de INEGI dentro del Directorio Nacional de Unidades Económicas (DENUUE).
Clave_Sucursal	Campo numérico asignado por Diconsa para identificar la sucursal.
Nombre_Sucursal	Campo alfanumérico que indica el nombre de la sucursal.
Clave_UniOpe	Campo numérico asignado por Diconsa para identificar la unidad operativa.
Nombre_UniOpe	Campo alfanumérico que indica el nombre de la unidad operativa.
ClaveSIAC_Almacen	Campo numérico que identifica al almacén, asignado por Diconsa.
Nombre_Almacen	Campo alfanumérico con el nombre del almacén.
Edo	Campo numérico para identificar a la entidad federativa.
Estado	Campo alfanumérico con el nombre de la entidad federativa.
Mpio	Campo numérico para identificar el municipio.
Municipio	Campo alfanumérico con el nombre del municipio.
Loc	Campo numérico para identificar la localidad.
Localidad	Campo alfanumérico con el nombre la localidad.
No_Tienda_Actual	Campo numérico asignado por Diconsa para identificar la tienda.
No_Tienda_Ori	Campo numérico asignado por Diconsa para identificar la tienda.
Fecha_Apertura	Campo numérico asignado por Diconsa para identificar la fecha de apertura,
Direccion	Campo alfanumérico asignado por Diconsa para identificar la dirección física de la tienda.
Encargado	Campo alfanumérico asignado por Diconsa para identificar al encargado.
Enc_Sexo	Campo numérico asignado por Diconsa para identificar el sexo del encargado

Nombre del campo	Descripción
Nom_Sup	Campo numérico asignado por Diconsa para identificar el nombre del supervisor

2. El listado de tiendas guarda el registro histórico de las autorizaciones, por lo cual no necesariamente se encontraban agrupados por sucursales.
3. Las tiendas pertenecen a la unidad operativa más cercana en espacio geográfico, por lo cual, no necesariamente la división operativa de Diconsa corresponde con el espacio geopolítico, es decir, una tienda ubicada en el municipio perteneciente a una entidad federativa puede estar sectorizado a una unidad operativa en otra entidad federativa vecina.
4. Las unidades operativas agrupan a las tiendas conforme a los municipios y localidades, estas localidades pueden o no estar agrupadas en orden alfabético, lo cual no modifica la probabilidad de ser seleccionadas en la muestra, dado que el proceso de selección se realizará mediante un proceso aleatorio simple.

Con base en las consideraciones anteriores, se hicieron los siguientes reacomodos en la información de la base de datos.

- a. Se reordenó la base de datos para agrupar las tiendas por sucursal, unidad operativa y municipio. El primer criterio de reorganización fue agrupar la sucursal por orden alfabético, segundo criterio fue agrupar la unidad operativa de la misma manera y el tercer criterio fue agrupar las unidades operativas por municipios. Este ordenamiento conservó las localidades por municipio conforme al orden cronológico que existía en la lista.
- b. Las tiendas se identificaron con un número único, a través de la etiqueta ID, la cual es un campo numérico y consecutivo que va de 1 a 27,011.
- c. La base de datos del marco muestral se encuentra en un archivo de Excel con el nombre 12 DIR_TDAS_JUN_2015_V1. XLSX el cual se integra en un disco compacto en la siguiente página.

DISCO COMPACTO QUE CONTIENE EL MARCO MUESTRAL

Anexo 3.

Muestra seleccionada.

Anexo 3. Muestra seleccionada.

El marco muestral considerado en la base de datos contenida en el archivo “12 DIR_TDAS_JUN_2015_V1.XLSX” del Anexo 2, fue usado para extraer los elementos que conforman la muestra mediante el siguiente procedimiento:

1. Se creó el archivo “PROCEDIMIENTO Y MUESTRA.XLSX” a partir de la base de datos del archivo “12 DIR_TDAS_JUN_2015_V1.XLSX”.
2. En la hoja de cálculo “ORDEN PARA MUESTRA”, se generó el campo “Estrato”, el cual es un campo numérico para identificar el número de estrato, este número es diferente al número de unidad operativa que se indica en Clave_UniOp asignado por Diconsa.
3. Se generó el campo “ID_en_estrato”, el cual es un campo numérico consecutivo para identificar cada tienda dentro del estrato.
4. El tamaño de la muestra se calcula conforme a las especificaciones del apartado D.ii.f, como se mencionó, es proporcional al número de elementos por estrato (asignación proporcional), como se muestra en la Figura 10, la cual se reproduce a continuación para pronta referencia.

Figura 10
Distribución de la muestra por estrato.

Sucursal	Estrato	Tiendas	Porcentaje en el total	Muestra (n)
Bajío	Querétaro	1,571	5.8	66
Centro	Aguascalientes	60	0.2	2
	Colima	150	0.6	7
	Jalisco	579	2.1	24
	Nayarit	681	2.5	28
	Zacatecas	642	2.4	27
Hidalgo	Pachuca	1,039	3.8	43
Metropolitana	Estado de México	1,209	4.5	51
Michoacán	Michoacán	1,108	4.1	46
Noroeste	Baja California	164	0.6	7
	Sonora	506	1.9	21
Norte	Monterrey	670	2.5	28
	San Luis	1,056	3.9	44
	Torreón	910	3.4	38
Norte centro	Chihuahua	803	3.0	34
	Durango	719	2.7	31
Oaxaca	Istmo	847	3.1	35
	Mixteca	692	2.6	29

Sucursal	Estrato	Tiendas	Porcentaje en el total	Muestra (n)
Pacífico	Oaxaca	900	3.3	37
	Culiacán	942	3.5	40
	La Paz	197	0.7	8
Peninsular	Campeche	401	1.5	17
	Chetumal	344	1.3	15
	Mérida	722	2.7	31
Sur	Guerrero	1,719	6.4	72
	Morelos	282	1.0	11
	Puebla	1,351	5.0	57
	Tlaxcala	265	1.0	11
Sureste	Tapachula	809	3.0	34
	Tuxtla Gutiérrez	1,215	4.5	51
	Villahermosa	1,126	4.2	47
Tamaulipas	Tamaulipas	667	2.5	28
Veracruz	Acayucan	712	2.6	29
	Orizaba	1,105	4.1	46
	Poza Rica	848	3.1	35
Total general	35	27,011	100.0	1,130

Fuente: Elaborado a partir de la información del marco muestral.

- Se creó la hoja de cálculo “Formulas muestra”, copiando el encabezado de la hoja de cálculo “orden para muestra”.
- Se generó una columna denominada **ALEATORIO**, en la cual se generó el vector de números aleatorios por estrato mediante la función del programa de Microsoft Excel 2013: “Aleatorio.Entre(inferior,superior)” donde inferior es igual a 1 y superior es igual al número de elementos en el estrato = n_i . La función en Excel genera números aleatorios con una distribución normal con las siguientes características:

$$media = \bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^N x_i}{N}$$

$$\sum_i^N (x_i - \bar{x}) = 0$$

$$Varianza = \delta^2 = \sum_i^N (x_i - \bar{x})^2$$

$$Desviación\ estándar = \delta = \sqrt{\delta^2}$$

$$\text{Simetría} = g = \frac{\sum_i^N (x_i - \bar{x})^3}{\delta^3} = 0$$

$$\text{Curtosis} = \sum_i^N (x_i - \bar{x})^4$$

$$\text{coeficiente de curtosis} = g = \frac{\sum_i^N (x_i - \bar{x})^4}{\delta^4} - 3 = 0 \therefore \text{Mesocurtica}$$

7. La extracción de datos de los ni elementos generados por la columna ALEATORIO, se realizó mediante la fórmula: BUSCARV(celda i de la columna aleatorio, matriz de datos del estrato, número de columna a extraer, coincidencia exacta).
8. La hoja de cálculo “Formulas muestra” contiene las fórmulas empleadas para el cálculo de la muestra.
9. Las fórmulas que contienen referencias a números aleatorios son volátiles, por lo cual, se copiaron los datos de la hoja de cálculo “Formulas muestra” y se pegaron como valores en la hoja de cálculo “Muestra”.
10. Los datos en la hoja de cálculo “Muestra” se dejaron como fueron generados por las fórmulas.
11. Cuando la muestra fue validada por Diconsa, se realizaron los ordenamientos por municipio y localidad para fines logísticos.
12. El archivo electrónico “PROCEDIMIENTO Y MUESTRA.XLSX” se integra dentro de un disco compacto en este Anexo.

DISCO COMPACTO QUE CONTIENE EL PROCEDIMIENTO Y MUESTRA

Anexo 4. Notas de prensa

Anexo 5.

Calendario de Visitas.

DISCO COMPACTO QUE CONTIENE EL CALENDARIO DE VISITAS

Anexo 6.

Memoria Fotográfica.

DISCO COMPACTO QUE CONTIENE LA MEMORIA FOTOGRAFICA

Anexo 7.

Bases de datos.

DISCO COMPACTO QUE CONTIENE LAS BASES DE DATOS

Anexo 8.

Instrumentos definitivos usados en los levantamientos.