

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Economía

**METODOLOGIA PARA EL MUESTREO DE PRECIOS
DE LOS PRODUCTOS DE LA CANASTA BÁSICA QUE OFRECE DICONSA**

**Trabajo Tesina sobre Informe de Experiencia Profesional
para obtener el grado de Licenciado en Economía**

**Vicente Deméneghi Valdés
No. de Cuenta 7747215-1**

Asesor:

Maestro Rafael Buendía García

Noviembre 2006.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

I N D I C E

	Introducción.....	3
I	Diconsa como instrumento de política social.....	5
II	La necesidad de contar con un sistema de información de precios rurales.....	13
III	Metodología para el muestreo de precios de los productos de la canasta básica que ofrece Diconsa en el medio rural.....	17
IV	Procedimiento para la agregación de la información del muestreo de precios y determinación del margen de ahorro al consumidor.....	35
V	Conclusiones.....	49
	Bibliografía.....	50

Introducción

Para poder garantizar uno de sus objetivos, DICONSA tenía la necesidad de desarrollar un mecanismo que le permitiera conocer el nivel de precios de los productos básicos en el mercado rural. Para ello se hizo la revisión de la información de precios disponible y se encontró que los sistemas de información de precios existentes únicamente se referían al medio urbano, en particular, en una muestra de grandes y medianas ciudades, como es el caso de la información de precios que periódicamente publica el Banco de México, tanto en el Índice Nacional de Precios al Consumidor, como en el Índice de Precios de la Canasta Básica.

Habiendo reconocido lo anterior, el primer paso fue definir los productos que integrarían la Canasta Básica que DICONSA garantiza a los habitantes del medio rural. De esa forma, se definieron los veintiún productos que la integran en función de sus ventas, pues esos veintiún productos, cuando se definió la integración de la Canasta Básica DICONSA, representaban el 80% de las ventas totales de DICONSA, y por lo tanto tenía representatividad en todas las regiones del país.

Para entonces, yo formaba parte de la plantilla de personal de la Dirección de Operaciones de DICONSA, y habiendo coordinado la definición de la integración de la Canasta Básica DICONSA, vi la necesidad de continuar con el tema y desarrollar un sistema que permitiera conocer periódicamente, de manera confiable, cual es el comportamiento de los precios de esos productos en las tiendas de la iniciativa privada del medio rural, para poderlos comparar con los precios que ofrece DICONSA, y a partir de ello, determinar el margen de ahorro al consumidor y contar con elementos confiables para que DICONSA pueda estar actualizando sus niveles de precios, de tal forma que cumpla con otro de sus objetivos de ofrecer los precios más bajos del mercado rural.

Ya con el proyecto en marcha, se tuvo que definir quienes aplicarían las encuestas de precios en las tiendas privadas del medio rural, y analizando la estructura de personal en Sucursales y Almacenes, se tuvo el consenso de que esta actividad debería ser realizada por los Supervisores Operativos, quienes son aproximadamente mil, están asignados a los Almacenes Rurales y son ellos quienes realizan la supervisión a tiendas DICONSA. En promedio, cada Supervisor Operativo supervisa 22 tiendas.

Posteriormente, se diseñaron los formatos donde los supervisores recabarían la información de precios, y los formatos electrónicos donde personal del Almacén Rural, capturaría la información del muestreo de precios así como los precios de venta de esos mismos productos en la poligonal de servicio del Almacén y el importe total de las ventas mensuales de los mismos.

De igual forma, se diseñaron los formatos 3 y 4 donde se agrega tanto la información de precios privados como los precios de DICONSA, sus ventas y el margen de ahorro al consumidor de cada Almacén, para así conocer el margen de

ahorro al consumidor tanto de Unidades Operativas como de Sucursales Estatales y Regionales. El paso siguiente fue un desarrollo informático para sistematizar la información, que fuera sencillo, de una sola captura y que en automático, fuera proporcionando la información en los niveles de agregación sucesivos. Para ello se definió utilizar hojas activas de excel, dado que es un software de fácil manejo y que está instalado en los equipos de cómputo de todos los Almacenes.

Ya ubicados en uno de los Almacenes Rurales, y analizado con los Jefes de cada uno de ellos, se analizó y definió el área o poligonal de influencia de los almacenes. De igual manera, para tener información de precios representativa de esos polígonos, tomando en consideración el conocimiento de la orografía y vías de comunicación que tienen los Jefes de Almacén y los Supervisores Operativos, se definieron las localidades cercanas, a distancia intermedia y lejana, con relación a la ubicación del Almacén Rural. Esta clasificación sirvió para definir el número de encuestas a aplicar quincenalmente, así como en qué localidades serían aplicadas.

Finalmente, se hizo una prueba piloto la cual resultó exitosa y entonces se tomó la decisión de difundir esta metodología, instalar el desarrollo informático en los equipos de cómputo de los Almacenes y capacitar tanto a Supervisores Operativos como a Jefes de Almacén sobre la aplicación del mismo.

De esa forma, se tiene mensualmente información de precios en el mercado rural, la medición del margen de ahorro al consumidor que DICONSA transfiere, así como una herramienta que permite corregir los niveles de precios para estar siempre en una posición competitiva. También se consolidó a DICONSA como la única institución que cuenta con información de precios rurales periódicamente y con alto grado de confiabilidad.

Esta metodología, una vez implementada en todos los almacenes, contribuyó a eliminar información subjetiva de los niveles de precios en el medio rural por parte de supervisores operativos y funcionarios de DICONSA, tanto de Almacenes como de Sucursales y a una aceptación por parte de los beneficiarios al contar con un método homogéneo a nivel nacional.

Los niveles de precios muestreados sirven de base a DICONSA para establecer sus precios de venta en un rango competitivo que le permita transferir un margen de ahorro al consumidor de acuerdo a lo que establecen las Reglas de Operación del Programa. Asimismo, el margen de ahorro que se determina por esta metodología sirve de base para los indicadores de Resultados contenidos en las Reglas de Operación y que se reportan tanto al Consejo de Administración de la empresa, como a la Cámara de Diputados a través de la SEDESOL. También se utiliza para alimentar los indicadores de segundo nivel del sistema de metas presidenciales.

I. **DICONSA como instrumento de política social.**

DICONSA, S. A. DE C. V., (DICONSA) es una empresa de participación estatal mayoritaria con veintisiete años de experiencia desde su creación, a partir de 1994 sectorizada en la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), integrada bajo la figura de sociedad anónima de capital variable, constituyéndose como uno de los instrumentos de política social del gobierno federal con mayor impacto derivado de su objetivo y de su amplia cobertura geográfica.

Para ello, la empresa pública ha desarrollado su Misión sobre la base del abastecimiento y distribución de productos que contribuyan al desarrollo humano tal como se expresa en sus documentos oficiales:

“DICONSA es la entidad del gobierno federal encargada de abastecer de manera oportuna y suficiente, a través de una red nacional de abasto, alimentación y nutrición, los productos y servicios demandados por los habitantes en condiciones de marginación o aislamiento, al menor costo posible, promoviendo el mercado local y la participación social corresponsable para contribuir al desarrollo humano integral.”

Por otra parte, para consolidar la Misión de la empresa, ésta desarrolló la Visión que se fundamenta con el de obtener una organización eficiente sin ninguna vinculación político-partidista tal como lo expresa las siguientes líneas:

“Entidad sana, sólida, moderna, cohesionada, eficiente, eficaz y apartidista, integrada por personas comprometidas y capaces, apegada a la legalidad, la transparencia y la rendición de cuentas, que abastece los productos y servicios demandados por la población objetivo, para coadyuvar al desarrollo humano integral.”

Así entonces, DICONSA tiene bajo su responsabilidad la operación de los siguientes programas de desarrollo social:

- 1) Programa de Abasto Rural,
- 2) Programa de Apoyo Alimentario, y
- 3) Programas especiales

El Programa de Abasto Rural tiene el propósito de contribuir a la superación de la pobreza alimentaria, mediante el abasto de productos básicos y complementarios a localidades rurales de alta y muy alta marginación, con base

en la organización y la participación comunitaria. Asimismo, el Programa de Abasto Rural fomenta el desarrollo económico a través del fortalecimiento de los mercados locales. El siguiente cuadro nos da una idea en dónde se orienta dicho programa:

Cuadro No. 1
México: Las 10 entidades federativas de mayor marginación del país, 2000.

Entidad federativa	Índice de marginación	Grado de marginación	Número de Tiendas
Chiapas	2.2507	Muy alto	
Guerrero	2.1178	Muy alto	
Oaxaca	2.0787	Muy alto	
Veracruz	1.2776	Muy alto	
Hidalgo	0.8770	Alto	
San Luis Potosí	0.7211	Alto	
Puebla	0.7211	Alto	
Campeche	0.7017	Alto	
Tabasco	0.6554	Alto	
Michoacán	0.4491	Alto	

Fuente: Cabrera Adame, Carlos Javier, et. Al., **Introducción a los indicadores económicos y sociales de México**, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Economía, 2005, p.222 e información de Diconsa.

Con base a los índices de marginación desarrollado por el Consejo Nacional de Población (CONAPO), se observan 386 municipios con un grado de marginación muy alto, 906 municipios con alto grado de marginación, 486 con grado de marginación medio , 417 de bajo y 247 de muy bajo grado de marginación. (Cabrera Adame, et. Al. 2005).

Los intervalos de los índices de marginación clasificados como muy alto y alto son 1.05438 a 3.38964 para el primero y de -0.11325 a 1.05438 para el segundo.

El objetivo general del programa es: garantizar el abasto de productos básicos y complementarios, de calidad, de forma eficiente, oportuna y suficiente; a precios que transfieran un margen de ahorro con respecto a los precios vigentes en el mercado local; mejorar el abasto a través del apoyo comercial a productores del sector social y del impulso a circuitos regionales de producción-consumo; y, coadyuvar a la incorporación de servicios adicionales al abasto convirtiendo gradualmente las tiendas en Unidades de Servicio a la Comunidad. Lo anterior en beneficio de la población ubicada en zonas rurales de alta y muy alta marginación, o en situación de pobreza alimentaria, o que no cuente con fuentes de abasto suficientes y adecuadas, a través de la promoción de la participación social corresponsable.

Dicho objetivo general del programa de abasto rural, es integrado por los siguientes objetivos específicos:

- a) Contribuir a la superación de la pobreza alimentaría, a través de la garantía de abasto y del ahorro generado por el diferencial de precios;
- b) Promover la existencia de tiendas comunitarias en las localidades y puntos de venta que requieran de la atención del programa, para satisfacer las necesidades de abasto de su población;
- c) Convertir gradualmente, a las tiendas del programa de Abasto Rural en Unidades de Servicio a la Comunidad mediante la incorporación de servicios adicionales al abasto;
- d) Apoyar la distribución, almacenamiento, venta y entrega, de los productos elaborados por LICONSA;
- e) Impulsar el desarrollo de proveedores del sector social, locales y regionales, a través de la comercialización de sus productos;
- f) Orientar el patrón de consumo de los beneficiarios y beneficiarias hacia una mejor nutrición;
- g) Atender las necesidades de consumo de las comunidades a través de la adquisición preferencial de los productos primarios y transformados de productores rurales y organizaciones de productores, cuando éstos representen una mejor alternativa en calidad y precio; y,
- h) Contribuir a la estrategia integral de superación de la pobreza alimentaría mediante el impulso de sinergias con otras instituciones.

Además, la población objetivo del programa son los hogares que se encuentran en localidades rurales con asentamientos de entre 200 y hasta 2,500 habitantes, definidas como de alta y muy alta marginación, o en situación de pobreza alimentaría.

En el cuadro no. 2 que aparece a continuación, se presenta la determinación de la población objetivo de DICONSA, de acuerdo a sus dos condicionantes: 1) que habita en localidades rurales de alta o muy alta marginación, con un rango de población entre 200 y 2,500 habitantes; y 2) que se encuentre en situación de pobreza alimentaría, de acuerdo a los criterios emitidos por el Consejo Nacional de Evaluación de los Programas Sociales a cargo de la SEDESOL en la Norma para la Asignación de los Niveles de Pobreza de los Hogares Beneficiarios de los Programas de esa Secretaría.

Cuadro No. 2

**DICONSA
POBLACIÓN OBJETIVO**

	Estado	Localidades objetivo con población entre 200 y 2,500 habitantes y marginación alta o muy alta	Localidades objetivo con población entre 200 y 2,500 habitantes y con población en condiciones de pobreza alimentaria	Población Objetivo Total
1	AGUASCALIENTES	10,727	142,121	152,848
2	BAJA CALIFORNIA	14,783	133,362	148,145
3	BAJA CALIFORNIA SUR	6,107	41,510	47,617
4	CAMPECHE	140,586	20,066	160,652
5	COAHUILA DE ZARAGOZA	16,264	149,828	166,092
6	COLIMA	17,039	43,753	60,792
7	CHIAPAS	1,512,198	53,381	1,565,579
8	CHIHUAHUA	33,058	210,600	243,658
9	DISTRITO FEDERAL	1,068	4,519	5,587
10	DURANGO	60,117	290,323	350,440
11	GUANAJUATO	806,015	453,346	1,259,361
12	GUERRERO	1,063,996	58,809	1,122,805
13	HIDALGO	568,591	358,473	927,064
14	JALISCO	160,377	471,418	631,795
15	MEXICO	943,722	667,769	1,611,491
16	MICHOACAN DE OCAMPO	687,016	392,465	1,079,481
17	MORELOS	91,702	91,396	183,098
18	NAYARIT	85,930	182,785	268,715
19	NUEVO LEON	34,080	84,952	119,032
20	OAXACA	1,352,831	80,609	1,433,440
21	PUEBLA	1,217,244	145,673	1,362,917
22	QUERETARO DE ARTEAGA	207,491	164,839	372,330
23	QUINTANA ROO	108,770	18,771	127,541
24	SAN LUIS POTOSI	583,897	121,003	704,900
25	SINALOA	250,558	402,230	652,788
26	SONORA	86,881	147,086	233,967
27	TABASCO	474,164	330,585	804,749
28	TAMAULIPAS	118,621	135,439	254,060
29	TLAXCALA	48,579	116,127	164,706
30	VERACRUZ-LLAVE	1,919,793	317,347	2,237,140
31	YUCATAN	241,525	17,074	258,599
32	ZACATECAS	203,542	278,373	481,915
	Total	13,067,272	6,126,032	19,193,304

Nota: Estimada de Acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2000.

Los apoyos que el Programa proporciona a sus beneficiarios son el servicio de abasto de productos básicos y complementarios de calidad a través de tiendas y puntos de venta y acciones para promover la conversión gradual de tiendas en Unidades de Servicio a la Comunidad mediante la incorporación de servicios adicionales al abasto.

Actualmente, DICONSA cuenta con una organización territorial que consta de 15 Sucursales, 21 Unidades Operativas, 28 Almacenes Centrales, 272 Almacenes Rurales y 22,422 tiendas.

Cuenta con una flota vehicular propia para la distribución de mercancías compuesta de 3,254 vehículos, de los cuales 1,784 son de carga y 1,470 de supervisión y apoyo administrativo.

Su plantilla de personal está integrada por 7,590 personas, de las cuales 4,283 es personal propio de la empresa y 3,307 son personal comunitario.

El personal comunitario es quien realiza las tareas operativas en los almacenes rurales de DICONSA. Estas tareas consisten en la carga y descarga de mercancías de los vehículos de carga (de los que llegan al almacén y de los que salen hacia las tiendas), labores de loteo de productos para las tiendas, acomodo de las mercancías en los racks de los almacenes y la operación de los vehículos de carga. Estos trabajadores formalmente dependen de los Consejos Comunitarios de Abasto, pero trabajan en los almacenes rurales en donde DICONSA funge como patrón sustituto.

La participación social es fundamental en la operación del Programa de Abasto Rural a cargo de DICONSA, pues este programa se basa en la corresponsabilidad social. Esta corresponsabilidad o participación se expresa de las siguientes maneras: las tiendas rurales son operadas por los propios beneficiarios, quienes organizados bajo la forma de Comités Rurales de Abasto, reciben los bienes de la tienda que proporciona DICONSA, designan al encargado de la tienda y vigilan que su operación se realice de acuerdo a la normatividad que para el efecto emite DICONSA. Además de su organización y participación, las comunidades beneficiarias aportan, en la mayoría de los casos, los locales donde funcionan las tiendas así como parte del capital de trabajo de las mismas. A nivel de agregación de un almacén rural, los Comités Rurales de Abasto de las tiendas que dependen de ese almacén integran los Consejos Comunitarios de Abasto donde cada uno de los Comités tiene el papel de asociado. Estos Consejos están formalizados bajo la figura jurídica de Asociaciones Civiles y entre sus funciones tienen la de vigilar la correcta operación del programa en el almacén rural. Estos Consejos además, son los patrones formales de los trabajadores comunitarios que trabajan en los almacenes rurales.

Los Comités Rurales de Abasto de cada una de las tiendas son designados por las comunidades y están integrados por un Presidente y su suplente, un Secretario y su Suplente, un Tesorero y un Vocal de Contraloría Social.

Por su parte, los Consejos Comunitarios están integrados por los Presidentes de cada uno de los Comités Rurales de Abasto de las tiendas del área de influencia de un almacén rural, quienes tienen el carácter de asociados. A su vez, los Consejos Comunitarios de Abasto están representados por una Mesa Directiva integrada por un Presidente y su suplente, un Secretario y su suplente, un Tesorero y un Vocal de Contraloría Social.

El Programa de Apoyo Alimentario tiene como principal objetivo, impulsar y fortalecer las capacidades básicas de las familias de los hogares rurales en situación de pobreza alimentaria y de capacidades, de acuerdo a los criterios establecidos por el *Consejo Nacional de Evaluación de los Programas Sociales de la SEDESOL*, en la Norma para la Asignación de los Niveles de Pobreza de los Hogares Beneficiarios de los Programas de esa Secretaría.

El Programa es parte de la estrategia del Ejecutivo Federal que promueve, en el marco de una política social integral, acciones para mejorar la alimentación y nutrición de los hogares que viven en situación de pobreza alimentaria y de capacidades y que habitan en las localidades rurales marginadas del país, de manera complementaria a los programas de Desarrollo Humano Oportunidades y de Abasto Social de Leche a cargo de LICONSA, S.A. de C.V.

Su objetivo general es:

- a) Mejorar las condiciones de alimentación y nutrición de los hogares en condiciones de pobreza alimentaria y de capacidades de acuerdo a los criterios establecidos por la SEDESOL (que se pueden consultar en www.sedesol.gob.mx), ubicados en localidades rurales de alta y muy alta marginación, que no estén siendo atendidos por otros programas alimentarios del Gobierno Federal.
- b) Promover acciones que sean sinérgicas o complementarias con el objetivo anterior, con otros programas para el desarrollo social del Gobierno Federal, con otras dependencias de los distintos órdenes de gobierno, así como con organizaciones sociales y privadas.

Sus objetivos específicos son:

- Contribuir a la superación de la pobreza en localidades cuyos habitantes no disponen de apoyos de programas alimentarios del Gobierno Federal.
- Incrementar la ingesta diaria de alimentos de los hogares beneficiados
- Incrementar el nivel nutricional de los hogares beneficiados.
- Mejorar los hábitos de alimentación e higiene de los hogares beneficiados, a través de la capacitación.

El Programa operará en localidades rurales, de acuerdo al catálogo de integración territorial del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, de alta y muy alta marginación de hasta 2500 habitantes, ubicadas en los 31 estados de la República Mexicana.

Su Población Objetivo son los hogares en condiciones de pobreza alimentaria o de capacidades, de acuerdo a los criterios establecidos por la SEDESOL y por el Consejo Nacional de Evaluación, que se encuentren en las localidades a que se refiere el párrafo anterior.

Los criterios de elegibilidad de las localidades serán seleccionadas por la SEDESOL con base a criterios de marginación, accesibilidad a centros de distribución y al análisis de presencia de los programas sociales a cargo de la Secretaría de Desarrollo Social.

Para que los hogares puedan ser incorporados al padrón de beneficiarios y recibir los apoyos del Programa deberán cumplir con los siguientes criterios de elegibilidad:

- Tener hasta 2,500 habitantes.
- Ser de alta y muy alta marginación de acuerdo a los criterios de CONAPO; excepcionalmente se podrán cubrir familias pobres que resulten elegibles en localidades de marginación media.
- No contar con la presencia de otros programas de apoyo alimentario del Gobierno Federal, a excepción del Programa de Abasto Rural a cargo de DICONSA.
- Preferentemente estar registradas y georreferenciadas en el Catálogo de Integración Territorial del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.
- No ser beneficiario de otros programas de apoyo alimentario del Gobierno Federal, a excepción del Programa de Abasto Rural a cargo de DICONSA.
- Encontrarse en situación de pobreza alimentaria y de capacidades de acuerdo a los criterios establecidos por la SEDESOL en la Norma para la Asignación de los Niveles de Pobreza de los Hogares Beneficiarios de los Programas de la Secretaría de Desarrollo Social, la cual se puede consultar en la página www.sedesol.gob.mx
- Que las familias de los hogares tengan disposición de coordinar acciones con DICONSA en forma organizada y asuman el compromiso de corresponsabilidad.

El apoyo alimentario podrá darse en cualquiera de las siguientes modalidades:

a) Apoyo en especie: bajo esta modalidad el hogar beneficiario recibirá bimestralmente, dos paquetes alimentarios que cubrirán los requerimientos de alimentación de una familia promedio.

El paquete alimentario se integrará con productos cuyo contenido contribuya a la satisfacción de los requerimientos nutricionales recomendados por el Instituto Nacional de Salud Pública y el Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición Salvador Zubirán y cuyo costo no excederá los 150 pesos mensuales.

b) Apoyo en efectivo: bajo esta modalidad, el hogar beneficiario recibirá bimestralmente un apoyo monetario por un monto equivalente a 300 pesos. El beneficiario se hará responsable de utilizarlo para la adquisición de alimentos.

Los beneficiarios del Programa tendrán las obligaciones siguientes:

- Designar a un titular, preferentemente la madre del hogar o jefa de familia, quien será la persona que recibirá directamente los apoyos. Cuando en un hogar no exista la madre o jefa de familia, o ésta se encuentre imposibilitada para recibir el apoyo, se designará como titular a la persona mayor de edad responsable del cuidado de los niños, en caso de haberlos o responsable del sostenimiento económico del hogar, en caso de no haberlos.
- Acudir al punto de entrega, en los días y horarios determinados previa y conjuntamente por los beneficiarios y el personal de DICONSA, para recoger el apoyo alimentario que le corresponda y firmar o poner la huella digital como comprobante de recibido.
- Cumplir con el requisito de corresponsabilidad que consistirá en asistir a las pláticas para mejorar la alimentación, nutrición y salud.
- Constituir Comités de Beneficiarios en las localidades de más de 10 hogares beneficiarios, integrados por un presidente, un secretario y un vocal.

Los Programas Especiales que opera DICONSA lo hace mediante convenios que celebra con otras instituciones. Se trata de Programas de otras instituciones que a falta de infraestructura y/o de cobertura, lo hacen a través de DICONSA apoyándose en su infraestructura de almacenamiento y distribución.

En este apartado también se incluye la Atención de Emergencias derivadas de fenómenos naturales. Éste programa opera a solicitud de Protección Civil.

Como observamos DICONSA es un instrumento de la política social que opera tres programas de suma importancia para la superación de la pobreza y ha desarrollado una infraestructura a lo largo de más de tres décadas para atender a la población marginada, por lo que es necesario contar con un sistema de información específico de margen de ahorro y que se sume a los diferentes sistemas de información de la propia organización para dar apoyo al proceso de toma de decisión de la misma y permita desde otro enfoque la evaluación de los programas y en particular, el de abasto.

II. La necesidad de contar con un sistema de información de precios rurales.

DICONSA, S.A. de C. V., empresa de participación estatal mayoritaria, y forma parte de los instrumentos de política social del gobierno federal, particularmente coadyuvando en el abatimiento de la pobreza alimentaria de los habitantes de las comunidades rurales marginadas.

Así entonces, la función social de DICONSA consiste en contribuir al mejoramiento del bienestar de la población que vive en condiciones de pobreza alimentaria y de capacidades, particularmente la que habita en localidades rurales marginadas, mediante la garantía del abasto de los productos de una canasta básica, en las mejores condiciones de oportunidad, variedad, calidad, cantidad y a precios competitivos.

A través de su red de tiendas, almacenes y flota vehicular que tiene distribuidos en todo el país, surge la necesidad de conocer periódica y oportunamente cual es el comportamiento de los precios de estos productos.

Para ello, se desarrolló un sistema de información de precios por medio de la aplicación de encuestas con el propósito de identificar el comportamiento de los precios en establecimientos comerciales privados de tamaño similar a las tiendas comunitarias de DICONSA, que también se encuentren ubicados en localidades rurales. Asimismo, se pretende aplicar la encuesta de precios en localidades rurales donde no existe tienda DICONSA, con el fin de conocer el comportamiento de los precios y cuantificar la función reguladora de la DICONSA.

DICONSA, regula el mercado de los productos básicos con la presencia real que ejerce en 22,400 tiendas rurales ubicadas preferentemente en localidades cuyo tamaño de población se encuentre en un rango de entre 200 y 2,500 habitantes, y por lo tanto, el beneficio directo que obtiene la población beneficiaria se mide en términos de lo que ésta ahorra comprando sus productos en las tiendas de DICONSA, a lo que llamamos margen de ahorro al consumidor.

Con base en el estudio Medición del Desarrollo en México 2003 de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), tenemos que para el año 2002, el 51.7% del total de la población es pobre, siendo en el ámbito rural que el 28.5% de los hogares tiene pobreza alimentaria, el 36.5% pobreza de capacidades y 59.4% pobreza patrimonial. En términos de población tenemos que para la primera clasificación llegó a representar el 34.8% del total; para el segundo 43.8% y para el tercero de 67.5% del total de pobres.

De esta manera los esfuerzos de DICONSA están orientados a atender al 28.5% de los hogares y al 34.8% de la población rural. Esto representa la imposibilidad de los hogares y de sus integrantes de obtener una canasta alimentaria aún haciendo uso de todos los recursos disponibles, por lo que el abasto oportuno y a precios accesibles y competitivos es primordial para coadyuvar al abatimiento de la pobreza alimentaria.

Con base en los aspectos metodológicos de las principales canastas alimentarias en México, por ejemplo en ese mismo estudio, se determinó que la canasta alimentaria en 1982, tenía un costo mensual por persona de \$522.15 a precios de agosto de 2000 mientras que en 1992, el costo mensual por persona en el medio rural era de \$485.71 valuadas a los mismos precios. Bajo esta dimensión, es necesario identificar el costo de la canasta básica proporcionada por DICONSA en la sociedad rural y también, el margen de ahorro que provee dicha oferta con respecto a otros agentes económicos.

DICONSA tiene presencia en todas las entidades federativas del país, inclusive en el área rural del Distrito Federal. En todos los estados cuenta con una sucursal y/o unidad operativa en función de la extensión territorial y de la densidad de población, así como de un almacén central. Adicionalmente, cuenta con una red de 272 almacenes rurales a partir de los cuales se realiza el surtimiento de productos básicos a cada una de las más de 22,400 tiendas que tiene ubicadas en las localidades rurales del país.

El surtimiento se realiza con una flota vehicular propia que consiste en más de 3,800 unidades de transporte de carga, de los cuales, poco más de 1,000 vehículos son de supervisión e igual número de personas realiza actividades de supervisión tanto a tiendas como a los almacenes rurales.

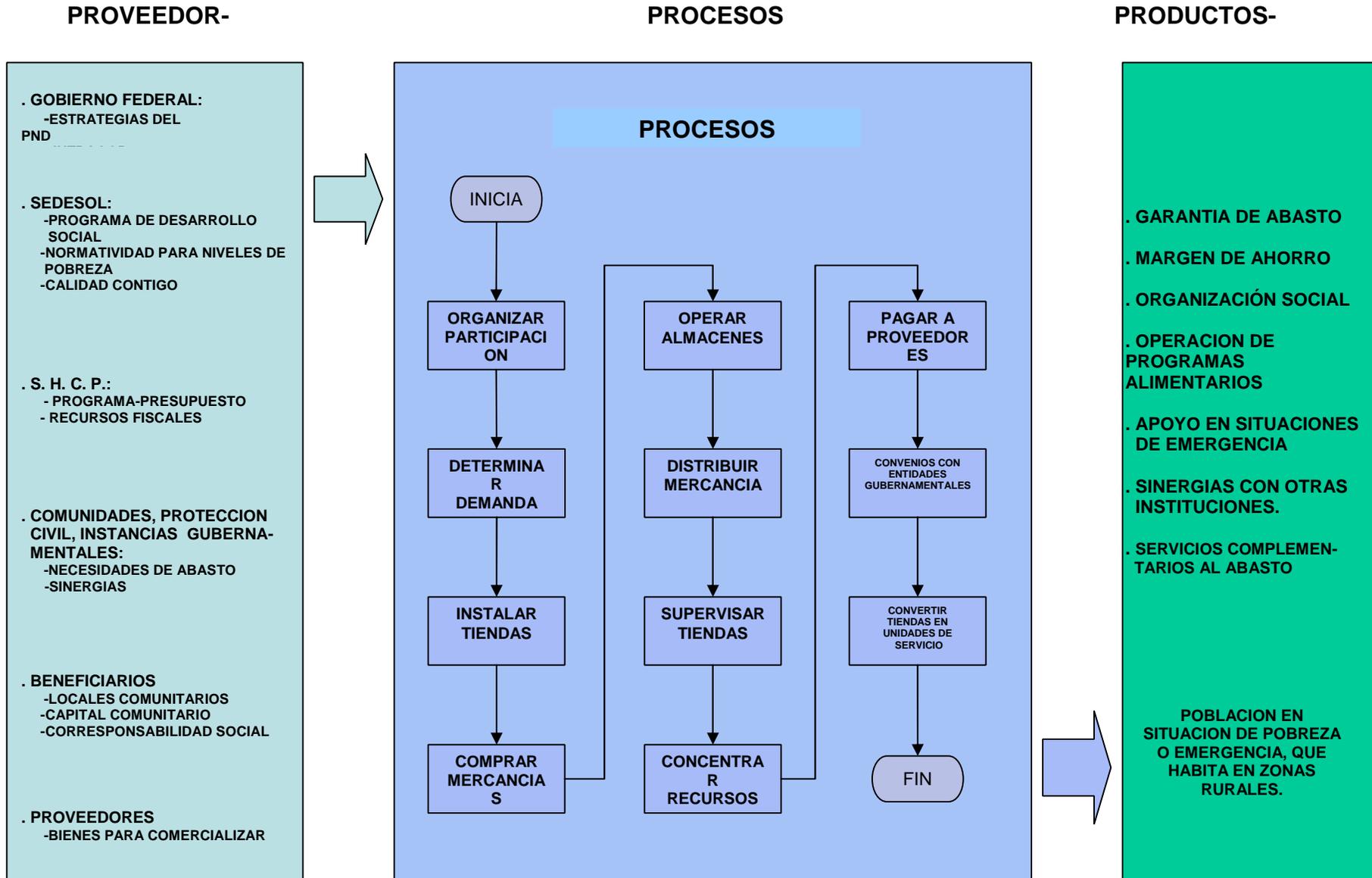
La empresa opera bajo un esquema de corresponsabilidad social. Esto es, en oficinas centrales, sucursales, unidades operativas y almacenes centrales, el personal es de DICONSA, en tanto que en los almacenes rurales se opera de manera combinada: el personal de mando es de DICONSA y el personal operativo; auxiliar, choferes y loteadores son personal de las comunidades.

Los habitantes de las localidades con tienda DICONSA, se organizan en torno a ésta bajo la forma de Comités Rurales de Abasto (uno por cada tienda). Los Comités del área de influencia de un almacén rural, que en promedio son 90, conforman los Consejos Comunitarios de Abasto, los cuales adoptaron la figura jurídica de Asociaciones Civiles.

El Consejo Comunitario de Abasto, A. C., de cada almacén rural, es el patrón formal de los trabajadores comunitarios que laboran en los almacenes rurales realizando tareas operativas. DICONSA tiene firmados Convenios de Concertación con los Consejos de todos los almacenes rurales, bajo el cual éstos le proporcionan a DICONSA servicios en los almacenes proporcionándoles personal para tareas operativas. Por su parte DICONSA se convierte en patrón sustituto de los trabajadores comunitarios.

Así entonces, para conocer el beneficio social que DICONSA genera a los habitantes de las comunidades rurales, es necesario establecer mecanismos precisos, sencillos y homogéneos a nivel nacional, para realizar encuestas donde se comparen los precios de venta al consumidor final de los veintinueve productos de la canasta básica de DICONSA en el medio rural, contra los precios de los mismos productos en el comercio privado.

Cuadro No. 3
Diagrama de la Operación Básica de DICONSA



Por otra parte, es necesario señalar que el Banco de México, para determinar periódicamente el nivel de precios al consumidor, Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) definió una canasta básica y que ésta fue actualizada en 2002. En esa canasta podemos identificar 315 conceptos mientras que la canasta básica de DICONSA sólo tiene 21 productos, la mayoría de ellos corresponden a tres categorías o conceptos: alimentos, higiene personal e higiene del hogar. Más adelante se detalla la lista de esos 21 productos y la presentación de los mismos.

El sistema de información de precios propuesto, tiene como objetivo fundamental la determinación del margen de ahorro que proporciona la oferta de DICONSA, dado que estimar un costo de la canasta alimentaria del ámbito rural o establecer un índice de precios para el medio rural requiere de un método y una metodología distinta que en una primera instancia, requiere de una definición más amplia de la canasta tanto en sus conceptos como de sus productos y de un estudio preliminar de hábitos y perfiles de gasto de las familias y de los hogares de ese segmento de la población.

En la segunda parte de este trabajo se presenta un procedimiento para la determinación del margen de ahorro al consumidor para cada uno de los niveles de agregación en que está organizada la gestión comercial y administrativa de DICONSA de acuerdo a lo siguiente: por almacén, por sucursal y a nivel nacional. Lo anterior, apoyado en un desarrollo informático que permite sencillez, rapidez y precisión en el manejo de la información de precios de la muestra en las áreas de influencia de cada uno de los Almacenes Rurales.

Finalmente, los resultados del muestreo de precios permitirá ubicar a DICONSA como la única institución pública que obtenga con una periodicidad quincenal información de precios de una canasta de productos de consumo básico en el medio rural a nivel nacional, para que en función de esta información, defina una política de precios de venta competitivos que le permita cumplir su función social, ubicándose en el mercado rural como la mejor opción de compra para la población de menores ingresos.

Para este propósito el muestreo de precios se deberá realizarse quincenalmente; la determinación del margen de ahorro al consumidor será mensual; y sus resultados deberán ser difundidos para que la población beneficiaria conozca los esfuerzos que realiza DICONSA en favor de la población rural marginada.

Por último, cabe mencionar que en las Reglas de Operación del Programa de Abasto Rural, se establece para DICONSA la obligación de “transferir un margen de ahorro al consumidor con respecto a los precios vigentes en el mercado local, buscando que la transferencia de ahorro ascienda a entre 3% y 7% con respecto al precio base de los productos que integran la Canasta Básica DICONSA. El Programa de Abasto Rural realizará la transferencia de ahorro a los beneficiarios vía precios y no como subsidio directo”.

III. Metodología para el Muestreo de Precios de los Productos de la Canasta Básica que ofrece DICONSA en el medio rural.

Los veintiún productos genéricos que integran la canasta básica que ofrece DICONSA en el medio rural, son representativos de su oferta a nivel nacional y en conjunto representan el ochenta por ciento del importe de sus ventas. El siguiente listado de productos, son los que se muestrean quincenalmente:

Cuadro No. 4
Productos que integran la Canasta Básica DICONSA

	Producto	Presentación
1	Maíz	1 kg.
2	Frijol	1 kg.
3	Arroz	1 kg.
4	Azúcar Estándar	1 kg.
5	Harina de Maíz	1 kg.
6	Aceite Vegetal Comestible	1 lt.
7	Detergente en Polvo	500 grs.
8	Sardina	425 grs.
9	Leche en Polvo	360 grs.
10	Papel Higiénico	4 pzas.
11	Café Soluble	100 grs.
12	Sal de Mesa	1 kg.
13	Jabón de Lavandería	400 grs.
14	Pasta para Sopa	200 grs.
15	Harina de Trigo	1 kg.
16	Jabón de Tocador	150 grs.
17	Galletas Básicas (Marías y Animalitos)	1 kg.
18	Manteca Vegetal	1 kg.
19	Chocolate en Polvo	400 grs.
20	Chiles Enlatados	220 grs.
21	Atún	174 grs.

Los veintiún productos genéricos que integran la canasta básica de DICONSA deberán ser revisados por lo menos una vez al año, para verificar que continúen formando parte del ochenta por ciento del valor de las ventas; en caso de que se presenten variaciones en la composición de las ventas derivados de cambios en las preferencias del consumidor rural, deberá modificarse la integración de la canasta básica de DICONSA.

Cada Sucursal y/o Almacén definirá la marca o marcas del artículo a encuestar, debiendo ser igual a la marca y presentación que distribuye DICONSA para que la

comparación de precios se pueda realizar de manera correcta, pudiendo variar la marca cuando lo consideren necesario.

La encuesta de precios se aplicará exclusivamente en el medio rural, en tiendas privadas de tamaño similar a las de DICONSA. Se pretende que con los resultados que arroje y la periodicidad de los mismos, se conviertan en una referencia del comportamiento de los precios en el medio rural, ya que actualmente ninguna institución con cobertura nacional genera información de precios rurales, dado que la población considerada en el INPC se han incluido los municipios que cuentan por lo menos a una localidad de 20,000 habitantes.

Las áreas de influencia de los almacenes rurales tienen restricciones. Estas están determinadas por los accesos, la orografía y la distribución de los asentamientos o la dispersión de las localidades. Para determinar y definir las áreas de influencia se establece el concepto de poligonales, las cuales parten de ubicar la localización del almacén rural y las tiendas en las que distribuye sus productos, así como las distancias entre el Almacén y sus tiendas.

Partiendo de las poligonales del área de influencia de cada Almacén rural, quincenalmente se levantarán doce encuestas de precios en los formatos A, B, y C que corresponden a la siguiente clasificación:

- En el formato A se levantarán cuatro encuestas de precios en localidades diferentes (una por cada localidad), que se encuentren geográficamente cercanas al Almacén Rural y que cuenten con tienda DICONSA.
- En el formato B se levantarán cuatro encuestas de precios en localidades diferentes (una por cada localidad) con tienda DICONSA, que se encuentren a distancia intermedia del Almacén Rural.
- En el formato C se levantarán cuatro encuestas de precios en localidades diferentes (una por cada localidad) con tienda DICONSA, que se encuentren geográficamente lejanas al Almacén Rural.

En el muestreo correspondiente a la segunda quincena de cada mes, se aplicará en cada una de las tres radiales del área de influencia de cada Almacén Rural, y adicionalmente se aplicará el muestreo de precios en una localidad rural donde no exista presencia de DICONSA.

Esto nos permitirá conocer la función reguladora de DICONSA y constatar la hipótesis del actual desarrollo registrado por el comercio privado en el medio rural, el cual podríamos decir que no tiene barreras económicas, ni tecnológicas ni reguladoras a la entrada, condiciones éstas que descartan situaciones de escasez y especulación.

La razón de clasificar las tiendas de un Almacén Rural en distancias cercana, intermedia y lejana respecto al propio Almacén Rural que las atiende, no es arbitraria, pues al tratarse del medio rural se deben considerar las vías de acceso a las tiendas, el tipo de caminos y la orografía de la región, siendo el Jefe del Almacén en coordinación con los Supervisores Operativos quienes deben realizar esta tarea, pues son ellos los que tienen conocimiento de las dificultades de acceso a las tiendas en función tanto de las rutas de supervisión como de las rutas de surtimiento. De esta forma, se evitará que el muestreo de precios de aplique únicamente en localidades cercanas o lejanas al Almacén Rural, teniéndose así un mejor equilibrio y una mayor representatividad de los niveles de precios de las localidades que se encuentran dentro de la poligonal de servicio del propio Almacén.

Por otra parte, se tomo el criterio de cuotas para construir la muestra de cada área de influencia, derivado de que el propósito de información es la determinación de los márgenes de ahorro y se definió el mismo valor a los almacenes rurales independiente del número de tiendas operadas, el número de habitantes de las localidades atendidas y porque, los precios ofrecidos en las tiendas rurales de DICONSA son los mismos sin importar la distancia o región.

ENCUESTA DE PRECIOS EN TIENDAS PRIVADAS

EMPRESA : DICONSA
SUCURSAL O UNIDAD OPERATIVA:

CONCENTRADO

ALMACÉN:

MES:

FORMATO No.1 1ª QUINCENA

PRODUCTO	MARCA	CONTE NIDO	VENTAS PESOS	PRECIOS EN TIENDAS PRIVADAS												PRECIO		
				A				B				C				PROMEDIO PRIVADO C/T	CATALOGO DICONSA	
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
MAIZ	BLANCO	1KILO																
FRIJOL	FLOR MAYO	1KILO																
ARROZ	ENVASADO	1KILO																
AZUCAR ESTANDAR	GRANEL	1KILO																
HARINA DE MAIZ	MASECA	1KILO																
ACEITE V.COMESTIBLE	CRISTAL	1 LITRO																
DETERGENTE EN POLVO	ARIEL	500 GRS.																
SARDINA	GUAYMEX	425 GRS.																
LECHE EN POLVO	NIDO	340 GRS.																
PAPEL HIGIENICO	LOVLY	4 ROLLOS																
CAFE SOLUBLE	CLÁSICO	100 GRS.																
SAL DE MESA	FINA	1 KILO																
JABON DE LAVANDERIA	ZOTE	400 GRS.																
PASTA PARA SOPA	YEMINA	200 GRS.																
HARINA DE TRIGO	LA REYNA	1 KILO																
JABON DE TOCADOR	ZEST	150 GRS.																
GALLETAS BASICAS	GAMESA	1 KILO																
MANTECA VEGETAL	INCA	1 KILO																
CHOCOLATE EN POLVO	CHOCO CHO	400 GRS.																
CHILES ENLATADOS	LA COSTEÑA	200 GRS.																
ATUN	TUNY	174 GRS.																
TOTAL																		
TIENDA	NOMBRE	UBICACION	CLV.EDO	ESTADO	CLV.MPIR	MUNICIP	CLV.LOC	LOCALIDAD										OBSERVACIONES
A1																		
A2																		
A3																		
A4																		
B1																		
B2																		
B3																		
B4																		
C1																		
C2																		
C3																		
C4																		

ELABORÓ

VALIDÓ

SUPERVISOR

JEFE DE ALMACÉN

DICONSA

ENCUESTA DE PRECIOS EN TIENDAS PRIVADAS

EMPRESA : DICONSA

CONCENTRADO

ALMACÉN:

SUCURSAL O UNIDAD OPERATIVA:

MES:

FORMATO No.1 2ª QUINCENA

PRODUCTO	MARCA	CON TE NIDO	VENTAS PESOS	PRECIOS EN TIENDAS PRIVADAS																PRECIO								
				A					B					C						PROMEDIO PRIVADO C/T	PROMEDIO PRIVADO S/T	CATALOC DICONSA						
				1	2	3	4	P	1	2	3	4	P	1	2	3	4											
MAÍZ	BLANCO	1KILO																										
FRIJOL	FLOR MAYC	1KILO																										
ARROZ	ENVASADO	1KILO																										
AZÚCAR ESTÁNDAR	GRANEL	1KILO																										
HARINA DE MAÍZ	MASECA	1KILO																										
ACEITE V. COMESTIBLE	CRISTAL	1 LITRO																										
DETERGENTE EN POLVO	ARIEL	500 GRs.																										
SARDINA	GUAYMEX	425 GRs.																										
LECHE EN POLVO	NIDO	340 GRs.																										
PAPEL HIGIENICO	LOVLY	4 ROLLOS																										
CAFE SOLUBLE	CLÁSICO	100 GRs.																										
SAL DE MESA	FINA	1 KILO																										
JABON DE LAVANDERIA	ZOTE	400 GRs.																										
PASTA PARA SOPA	YEMINA	200 GRs.																										
HARINA DE TRIGO	LA REYNA	1 KILO																										
JABON DE TOCADOR	ZEST	150 GRs.																										
GALLETAS BÁSICAS	GAMESA	1 KILO																										
MANTECA VEGETAL	INCA	1 KILO																										
CHOCOLATE EN POLVO	CHOCO CHG	400 GRs.																										
CHILES ENLATADOS	LA COSTEÑ	200 GRs.																										
ATUN	TUNY	174 GRs.																										
TOTAL																												
TIENDA	NOMBRE	UBICACIÓN	CLV.EDC ESTADO	CLV.MPIK MUNICIPAL	CLV.LOC LOCALIDAD																							
A1																												
A2																												
A3																												
A4																												
PA																												
B1																												
B2																												
B3																												
B4																												
PB																												
C1																												
C2																												
C3																												
C4																												
PC																												

ELABORÓ

VALIDÓ

SUPERVISOR

JEFE DE ALMACÉN

DICONSA

PRECIOS DE MERCADO Y MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR POR ALMACÉN EN LOCALIDADES CON TIENDA DICONSA

EMPRESA : DICONSA

ALMACEN:

SUCURSAL O UNIDAD OPERATIVA:

MES:

FORMATO No.2

PRODUCTO	MARCA	CONTENIDO	PRECIO		MARGEN DE AHORRO SIMPLE %	VENTAS (PESOS)	AHORRO GENERADO (PESOS)	% DE PARTICIPACION EN VENTAS TOTALES
			CATALOGO DICONSA	PROMEDIO PRIVADO 2 QUINCENAS				
MAIZ	BLANCO	1KILO						
FRIJOL	FLOR MAYO	1KILO						
ARROZ	ENVASADO	1KILO						
AZÚCAR ESTÁNDAR	GRANEL	1KILO						
HARINA DE MAÍZ	MASECA	1KILO						
ACEITE V.COMESTIBLE	CRISTAL	1 LITRO						
DETERGENTE EN POLVO	ARIEL	500 GRS.						
SARDINA	GUAYMEX	425 GRS.						
LECHE EN POLVO	NIDO	340 GRS.						
PAPEL HIGIENICO	LOVLY	4 ROLLOS						
CAFE SOLUBLE	CLÁSICO	100 GRS.						
SAL DE MESA	FINA	1 KILO						
JABON DE LAVANDERIA	ZOTE	400 GRS.						
PASTA PARA SOPA	YEMINA	200 GRS.						
HARINA DE TRIGO	LA REYNA	1 KILO						
JABON DE TOCADOR	ZEST	150 GRS.						
GALLETAS BASICAS	GAMESA	1 KILO						
MANTECA VEGETAL	INCA	1 KILO						
CHOCOLATE EN POLVO	CHOCO CHO	400 GRS.						
CHILES ENLATADOS	LA COSTEÑA	200 GRS.						
ATÚN	TUNY	174 GRS.						
SUBTOTAL MUESTRA								
TOTAL ALMACEN								

VENTAS	MARGEN DE AHORRO
ALMACEN	POR ALMACÉN
L.SUBSIDIADA	
NETO	

ELABORÓ

JEFE DE ALMACÉN

DICONSA

PRECIOS DE MERCADO Y MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR POR ALMACÉN EN LOCALIDADES SIN TIENDA DICONSA

EMPRESA : DICONSA

SUCURSAL O UNIDAD OPERATIVA:

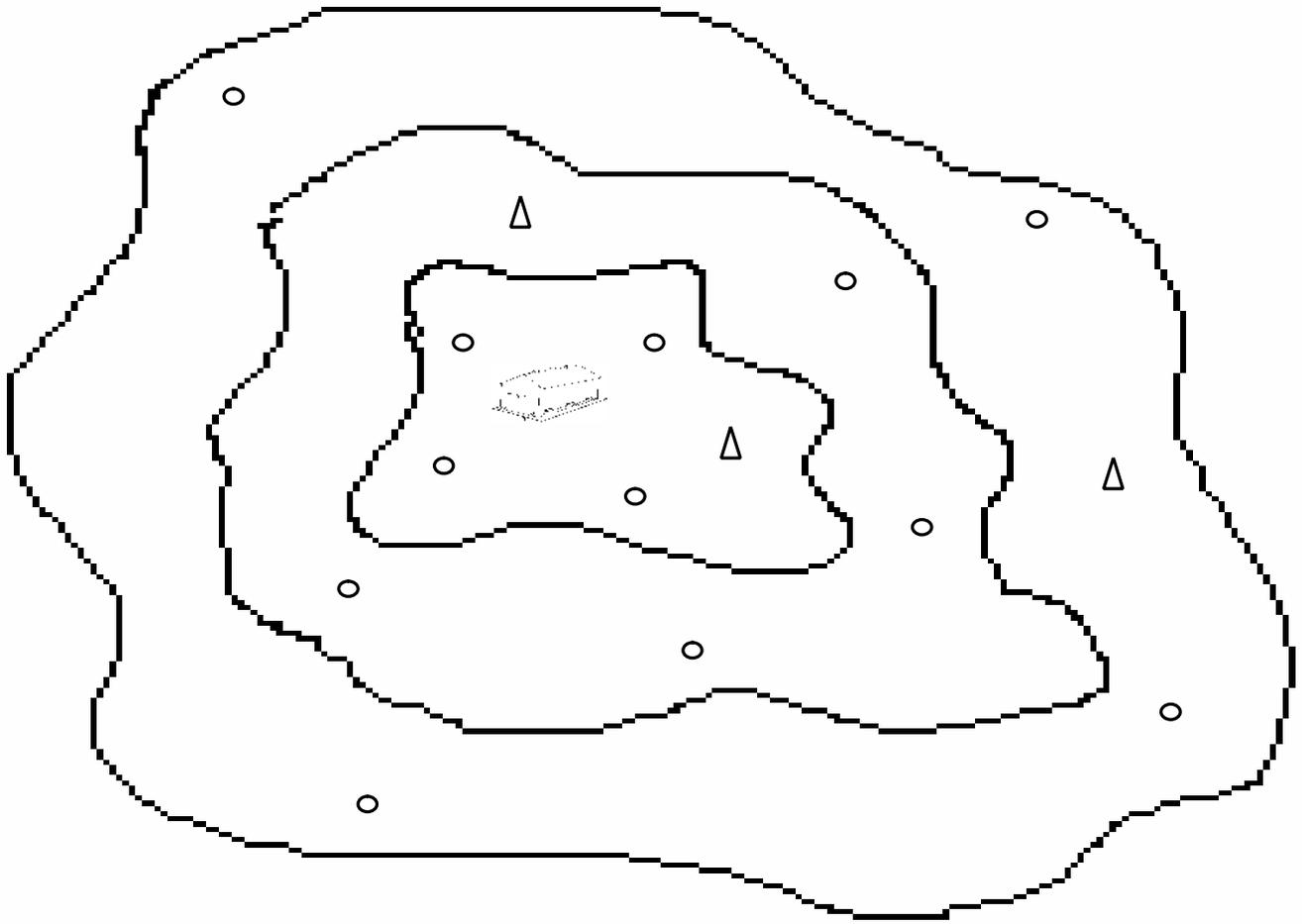
MES:

ALMACEN:

FORMATO No.2A

PRODUCTO	MARCA	CONTENIDO	PRECIO		MARGEN DE AHORRO SIMPLE %
			CATALOGO DICONSA	PROMEDIO PRIVADO SIN TIENDA	
MAIZ	BLANCO	1KILO			
FRIJOL	FLOR MAYO	1KILO			
ARROZ	ENVASADO	1KILO			
AZÚCAR ESTÁNDAR	GRANEL	1KILO			
HARINA DE MAÍZ	MASECA	1KILO			
ACEITE V.COMESTIBLE	CRISTAL	1 LITRO			
DETERGENTE EN POLVO	ARIEL	500 GRS.			
SARDINA	GUAYMEX	425 GRS.			
LECHE EN POLVO	NIDO	340 GRS.			
PAPEL HIGIENICO	LOVLY	4 ROLLOS			
CAFE SOLUBLE	CLÁSICO	100 GRS.			
SAL DE MESA	FINA	1 KILO			
JABON DE LAVANDERIA	ZOTE	400 GRS.			
PASTA PARA SOPA	YEMINA	200 GRS.			
HARINA DE TRIGO	LA REYNA	1 KILO			
JABON DE TOCADOR	ZEST	150 GRS.			
GALLETAS BASICAS	GAMESA	1 KILO			
MANTECA VEGETAL	INCA	1 KILO			
CHOCOLATE EN POLVO	CHOCO CHO	400 GRS.			
CHILES ENLATADOS	LA COSTENA	200 GRS.			
ATÚN	TUNY	174 GRS.			

Poligonal del Área de Influencia de un Almacén Rural



Almacén Rural



Localidad con tienda DICONSA.



Localidad sin tienda DICONSA.

Para ambos tipos de localidades rurales (con y sin tienda DICONSA), también es válida la hipótesis de que con su presencia a través de su red de tiendas, DICONSA es un marcador de precios, ya que los precios del comercio privado rural, gira en torno a los definidos por DICONSA. Este hecho tiene gran importancia, ya que si por alguna causa que puede ir desde malas negociaciones comerciales con sus proveedores, hasta la intención de recuperar la totalidad de sus gastos de distribución DICONSA fijara precios de venta relativamente altos, todos los precios del medio rural tenderían a subir, causándole un daño económico a la población rural en lugar del beneficio para el cual fue creada esta empresa.

Cuadro No. 5
Estructura Operativa Territorial de Sucursales, Unidades Operativas y
Almacenes de DICONSA,
y número de encuestas que se aplican mensualmente:

Bajío				270
	Querétaro			108
		Amealco	27	
		Cadareyta	27	
		Landa de Matamoros	27	
		Pinal de Amoles	27	
	Guanajuato			162
		Estación Corralejo	27	
		La Luisiada	27	
		Nueva Gavia de Rionda	27	
		San Felipe	27	
		San Juan Jaripeo	27	
		San Luis de la Paz	27	
Centro				783
	Aguascalientes			27
		Aguascalientes	27	
	Colima			
		Colima	27	54
		Maruata	27	
	Nayarit			216
		Acaponeta	27	
		Acahuatlán	27	
		Coamiles	27	
		Jesús María	27	
		Puente de Camotlán	27	
		Santiago Ixcuintla	27	
		Tepic-Sierra	27	
		Zacualpan	27	
	Jalisco			216
		Cocula	27	
		El Tuito	27	
		Huescalapa	27	
		La Concepción	27	
		Lo de Teresa	27	
		San Clemente	27	
		Valle de Guadalupe	27	
		Zapotlán del Rey	27	
	Zacatecas			270
		Estación Camacho	27	
		Estación Gutiérrez	27	
		Guadalupe	27	
		Huejúcar	27	

		Lobatos	27	
		Pinos	27	
		San Tiburcio	27	
		Sombrerete	27	
		Tepechitlán	27	
		Tabasco	27	
Hidalgo				270
		Amaxac	27	
		Atlapexco	27	
		Atotonilco	27	
		Huichapan	27	
		Jacala	27	
		La Vega	27	
		Metepc	27	
		Molango	27	
		San Felipe Orizatlán	27	
		Santiago Tezontlale	27	
Metropolitana				216
		Almoleya de Alquisiras	27	
		Jolitepec	27	
		Salitre de Palmarillos	27	
		San Felipe del Progreso	27	
		Temascaltepec	27	
		Tenango del Valle	27	
		Villa victoria	27	
		Zumpango	27	
Michoacán				270
		Angamacutiro	27	
		Aranza	27	
		Arteaga	27	
		Buenavista	27	
		El Limón de Papatzingán	27	
		Irimbo	27	
		Morelia	27	
		Tzintzuntzán	27	
		Villa Madero	27	
		Zicuirán	27	
Noroeste				189
	Baja California			54
		Oviedo Mota	27	
		San Quintín	27	
	Sonora			135
		Alamos	27	
		Bacabachi	27	
		Moctezuma	27	
		Zahuaripa	27	
		Santa Ana		

Norte				756
	Coahuila			216
		Baján	27	
		Estación Hermanas	27	
		Gatas Mochas	27	
		Matamoros	27	
		Morelos	27	
		Sacramento	27	
		San Lorenzo	27	
		Virginias	27	
	Nuevo León			270
		Cadereyta	27	
		Doctor Arroyo	27	
		Galeana	27	
		Iturbide	27	
		Los Llanos	27	
		Melchor Ocampo	27	
		Montemorelos	27	
		Sabinas Hidalgo	27	
		Saltillo	27	
		Santa Ana	27	
	San Luis Potosí			270
		Aquismón	27	
		Álvaro Obregón	27	
		Cedral	27	
		Ciudad Valles	27	
		Coxcatlán	27	
		Matlapa	27	
		Mexquitic	27	
		Presa de Guadalupe	27	
		Rayón	27	
		Villa de Reyes	27	
Norte-Centro				486
	Durango			270
		Abasolo	27	
		Cuencamé	27	
		Francisco Javier Mina	27	
		La Guajolota	27	
		La Joya	27	
		La Peña	27	
		Los Altares	27	
		Puerta de Cabrera	27	
		Río Miravalles	27	
		Tomás Urbina	27	
	Chihuahua			216
		Bahuichivo	27	
		Buenaventura	27	
		Carichi	27	
		Guachochi	27	

		Madera	27	
		Tomochi	27	
		Valle de Allende	27	
		El Vergel	27	
Oaxaca				810
		Valles Centrales	27	
		Ayutla Mixe	27	
		Chalcatongo	27	
		Coixtlahuaca	27	
		Constancia del Rosario	27	
		El Tomatal	27	
		Huajolotitlán	27	
		Ixtlán de Juárez	27	
		La Reforma Yautepec	27	
		Los Ideales	27	
		Magdalena Ocotlán	27	
		Morro Mazatán	27	
		Palomares	27	
		Pueblo Nuevo	27	
		San Andrés Hidalgo	27	
		San Andrés Huaxpaltepec	27	
		San Antonio Cuajimoloyas	27	
		San José del Chilar	27	
		San Pedro Juchatengo	27	
		Santa María Huatulco	27	
		Santa María Laxchixio	27	
		Santiago Laollaga	27	
		Santiago Matatlán	27	
		Santiago Niltepec	27	
		Santo Tomás Tamazulapan	27	
		Tacahe de Minas	27	
		Tecomaxtlahuaca	27	
		Teotitlán de Flores Magón	27	
		Tlaxiaco	27	
		Yanhuitlán	27	
Pacífico				270
	Baja California Sur			54
		Constitución	27	
		San Lucas	27	
	Sinaloa			216
		Conitaca	27	
		El Burrión	27	
		Higueras	27	
		La Florida	27	
		Laguna Colorada	27	

		Mazatlán	27	
		Pericos	27	
		Tehueco	27	
Peninsular				324
	Campeche			81
		Lerma	27	
		Candelaria	27	
		Xbacab	27	
	Quintana Roo			54
		Lázaro Cárdenas	27	
		Cancún	27	
	Yucatán			189
		Izamal	27	
		Maxcanú	27	
		Sotuta	27	
		Temozón	27	
		Ticul	27	
		Tixkokob	27	
		Tzucacab	27	
Sur				999
	Morelos			81
		Alpuyeca	27	
		Atlatlahucan	27	
		Tepalcingo	27	
	Guerrero			405
		Alcholoa	27	
		Atlixac	27	
		Ayutla	27	
		Chilapa	27	
		El Ocotito	27	
		Huitzucó	27	
		La Unión	27	
		Olinalá	27	
		Ometepec	27	
		San Joronimito	27	
		San Luis Acatlán	27	
		Teloloapan	27	
		Tlapa	27	
		Tlapehuala	27	
		Xochipala	27	
	Puebla			432
		Beristain	27	
		Chapulco	27	
		Chignahuapan	27	
		Coxcatlán	27	
		Cuetzalan	27	
		González Ortega	27	
		Huehuetlán	27	
		Hueyapan	27	

		Heytamalco	27	
		San Bernardo Acatlán	27	
		San Juan Ixcaquixtla	27	
		Santa Ana Coatepec	27	
		Tecali de Herrera	27	
		Tecomatlán	27	
		Tetela de Ocampo	27	
		Zacapoaxtla	27	
	Tlaxcala			81
		Acuamanala	27	
		Hueyotlipan	27	
		Tlacotepec	27	
Sureste				945
	Chiapas			648
		Tuxtla Chico	27	
		Acacoyagua	27	
		Mazapa de Madero	27	
		Tuzantán	27	
		Pijijiapan	27	
		Paredón	27	
		Frontera Comalapa	27	
		Tapachula	27	
		Yajalón	27	
		Oxchuc	27	
		Espíritu Santo	27	
		Ocosingo	27	
		Copainalá	27	
		Tenejapa	27	
		Jiquipilas	27	
		San Juan Chamula	27	
		Bochil	27	
		Concordia	27	
		Villacorzo	27	
		Pichucalco	27	
		Las Joyas	27	
		Chancalá	27	
		Benemérito	27	
		Miguel Hidalgo	27	
	Tabasco			297
		Tenosique	27	
		Santa Cruz	27	
		Macuspana	27	
		Jalpa	27	
		Tulipan	27	
		Tacotalpa	27	
		Chontalpa	27	
		Chable	27	
		Villa Aldama	27	
		Cárdenas	27	

		Centro	27	
Tamaulipas				135
		Chapultepec	27	
		Francisco Villa	27	
		Soto La Marina	27	
		Tula	27	
		Victoria	27	
Veracruz				648
		Campo Nuevo	27	
		El Chichón	27	
		Los Mangos	27	
		Oteapan	27	
		Playa Vicente	27	
		Tapalpa	27	
		Uxpanapa	27	
		Coacoatzintla	27	
		Cosautlán	27	
		Puente Nacional	27	
		Tecamalucan	27	
		Tezonapa	27	
		Tomatlán	27	
		Villa Aldama	27	
		Zongolica	27	
		Ahuateno	27	
		Coyutla	27	
		El Chote	27	
		Huayacocotla	27	
		Naranjos	27	
		Ojite	27	
		Ozuluama	27	
		Rancho Alegre	27	
		Zanjas de Arena	27	
TOTAL DE ENCUESTAS POR MES:				7,344

Como se puede ver, cada mes se realiza el levantamiento de 7, 344 encuestas de precios en comercio privados de localidades rurales donde se tiene presencia de una tienda DICONSA, 3,264 en la primera quincena y 4,080 en la segunda. En la segunda quincena crece el número de encuestas, porque también se aplican 3 encuestas más en el ámbito de influencia de cada Almacén en tiendas privadas de localidades rurales, donde no se tiene la presencia de tiendas DICONSA.

En el caso de que en la localidad seleccionada para aplicar la encuesta de precios no haya tiendas privadas y sólo exista tienda DICONSA, se podrá encuestar una tienda de la iniciativa privada de la localidad más cercana. De igual manera, si la tienda de la iniciativa privada seleccionada para aplicar el muestreo de precios no cuenta con los veintiún productos de la canasta básica, se recurrirá

a otra tienda de la localidad para completar la encuesta y no dejar celdas el cuestionario sin la información correspondiente.

Las encuestas de precios deberán ser aplicadas por el Supervisor Operativo, que es quien conoce la distribución de las tiendas por ruta de surtimiento, recomendando se incorpore en esta tarea a miembros de las Mesas Directivas de los Consejos Comunitarios de Abasto, para que la encuesta sea aplicada conjuntamente; de esa forma se evitarán dudas sobre la veracidad de la información de precios y se conserva el equilibrio en la participación, evitándose posibles sesgos en la información recabada.

Las tiendas de la iniciativa privada seleccionadas para realizar encuestas de precios podrán consultarse durante tres meses consecutivamente, al término de este periodo se seleccionarán otras, de tal forma que el muestreo sea representativo al ir cubriendo todas las localidades de la poligonal de servicio de un almacén rural donde tiene presencia DICONSA. Una vez que se haya iniciado el muestreo de precios en las localidades seleccionadas, se programarán las comunidades a encuestar para el siguiente trimestre.

Una vez que las encuestas de precios (formatos A, B, C) hayan sido realizadas quincenalmente, se concentrarán en el Almacén Rural y se capturarán en el formato No.1 (PRIMERA Y SEGUNDA QUINCENA) mismo que ya contará con el precio de venta de DICONSA en ese Almacén, para que una vez que haya sido capturada la información de precios recabada durante el muestreo, determinar el precio de venta promedio de cada uno de los veintiún productos en la iniciativa privada.

Concluida esta parte, se conocerá el precio promedio del pequeño comercio privado rural para los artículos muestreados. En caso de detectarse que en uno o más productos el precio de venta de DICONSA es mayor al del comercio privado, se procederá a enviar la información a la Sucursal correspondiente, para que con base en el análisis del costo de adquisición, margen de utilidad y costo de distribución de cada artículo, volúmenes desplazados, así como del margen de ahorro al consumidor que se debe de garantizar a los beneficiarios, se tome la decisión de ajustar el precio de venta, de tal forma que los productos de DICONSA continúen siendo la mejor opción de compra para la población objetivo.

La razón de realizar quincenalmente el muestreo de precios, responde a la necesidad de actualizar los precios de venta en tiendas DICONSA con oportunidad, pues en materia de precios, un mes se considera un período demasiado largo y se correría el riesgo de estar fuera de mercado y de no cumplir con la función social encomendada.

Si bien el muestreo de precios de los productos de la canasta básica se realizará quincenalmente, la determinación del margen de ahorro al consumidor (Formato No. 2) se hará mensualmente, tomando como insumo los precios muestreados de las dos quincenas de cada mes.

Esta determinación del margen de ahorro al consumidor se realizará para cada uno de los Almacenes Rurales, para todas las Sucursales, así como para toda DICONSA a nivel nacional.

IV. Procedimiento para la Agregación de la Información del Muestreo de Precios y Determinación del Margen de Ahorro al Consumidor.

De definió utilizar el programa Excel, por ser la hoja de cálculo cuyo software se encuentra instalado en todos los equipos de cómputo de los Almacenes Rurales, además de ser de fácil manejo.

Para el caso del formato No. 1 tanto de la primera como de la segunda quincena, el formato No. 2ª correspondiente a margen de ahorro simple por producto en localidades sin tienda DICONSA, y el formato No. 2 en el que se determina el margen de ahorro al consumidor fueron homogéneos para todos los Almacenes.

El formato No. 3 fue diseñado de acuerdo al número de almacenes de cada Unidad Operativa o Sucursal Estatal, pues el número de columnas donde se concentra la información de precios de los Almacenes varía de una Unidad Operativa a otra; por ejemplo, la Unidad Operativa Morelos tiene solo tres almacenes, y la Sucursal Estatal Oaxaca tiene 30 Almacenes. Ello, para construir las fórmulas específicas para cada Unidad Operativa en función de su número de Almacenes.

Para el formato No. 4 sucedió prácticamente lo mismo que con el formato No. 3, solo que en este caso, el número de columnas de ajustó al número de Unidades Operativas que las Sucursales Regionales tienen. Por ejemplo, Sucursal Norte cuenta con tres Unidades Operativas que son Coahuila, Nuevo León y San Luis Potosí, en tanto que la Sucursal Centro cuenta con cinco Unidades Operativas que son Aguascalientes, Colima, Jalisco, Nayarit y Zacatecas. Para este caso, también se construyeron de manera específica para cada Sucursal Regional para que sus formulas correspondieran con el número de Unidades Operativas.

El desarrollo específico del software para este propósito, está hecho con hojas activas de excel, las cuales solo se realiza la captura de la información por única vez, y posteriormente, en la medida en que la información se va concentrando en sus distintos niveles de agregación, las celadas se van vinculando, de tal forma que se evita en gran medida el margen de error que existe cuando se captura la información más de una vez.

Otro dato importante, es que en las carpetas de cada hoja de excel, existe una denominada "precios no tocar", la cual funciona como si fuera una pequeña base de datos en la que se almacena toda la información y que nos evita realizar cálculos erróneos como pueden ser calcular promedios de promedios. A continuación se describe el contenido desarrollado para cada uno de los formatos:

a) Almacén.

Una vez concluida la captura en el Formato No.1 de la hoja de cálculo Excel que acompaña esta propuesta metodológica, tanto de la primera como de la segunda quincena, pasar a la hoja donde se encuentra el Formato No. 2 en la que se realizan automáticamente las operaciones del procedimiento para la determinación del precio

promedio mensual en el comercio privado de los veintiún productos de la canasta básica de DICONSA en el medio rural y del margen de ahorro para cada producto muestreado. Este último es la diferencia entre el precio promedio de venta por artículo de la iniciativa privada y el precio de venta de DICONSA, expresado en porcentaje. Esto es, para cada almacén.

En la siguiente columna (venta mensual en pesos) se deberá capturar el importe de la venta total de ese producto en el mes que se reporta, obteniendo esta información del Reporte "Estadísticas de Ventas" que emite el Sistema Integral de Almacenes Comunitarios (SIAC) del Almacén, que es uno de los sistemas institucionales de información de Diconsa. El subtotal de las ventas de la muestra lo genera automáticamente. Para el importe de la venta total del Almacén Rural, en el recuadro que se le denomina ventas netas, se captura la venta total del mes del almacén, y el importe de la venta de la línea de producto "leche el polvo subsidiada", de esa manera el modelo nos da la venta neta. (El margen de ahorro de la leche en polvo subsidiada lo reporta LICONSA). Con la captura de estos datos de ventas, el modelo determina automáticamente el ahorro generado en cada uno de los productos de la muestra, así como el margen de ahorro total del Almacén Rural.

En seguida, el modelo informático nos da el ahorro generado expresado en pesos, y es el resultado del cálculo que realiza el modelo multiplicando el margen de ahorro simple, por el importe de las ventas de ese producto. La siguiente columna (Participación de las ventas del artículo en las ventas totales) el modelo lo calcula de forma automática y nos indica el porcentaje de participación de las ventas del artículo en el total de las ventas.

De igual forma, el modelo desarrollado toma el importe total del ahorro generado de cada uno de los veintiún productos de la canasta básica y lo compara con el importe total de las ventas de estos mismos productos; el resultado expresado en porcentaje, es el margen de ahorro al consumidor promedio del Almacén Rural correspondiente al mes de esa información.

b) Sucursal Estatal

Para la determinación del precio promedio privado para cada uno de los veintiún productos de la canasta básica rural de DICONSA para cada Sucursal, éstas reciben vía Internet o en archivo magnético por cada uno de los almacenes que dependen de ella, con los archivos del formato No. 1 y 2 que contiene el concentrado de encuestas de precios de la primera y segunda quincenas y de márgenes de ahorro de los almacenes.

El modelo que se presenta, a nivel de Unidad Operativa y/o Sucursal Estatal contiene un archivo con el formato No.3, en el que se vincula y se transfieren de forma automática los resultados del formato No.2 de cada almacén.

Con los resultados de los Almacenes Rurales, el formato No.3 agrega automáticamente a nivel de Unidad Operativa y/o Sucursal Estatal, el precio promedio privado de los productos de la canasta básica de DICONSA manteniendo la información de precios de cada almacén, el margen de ahorro expresado en porcentaje, las ventas netas totales, (excluyendo las ventas de leche en polvo subsidiada), y el importe total del ahorro generado en cada Almacén Rural y la suma automática de la Unidad Operativa y/o Sucursal.

Todos estos procesos los genera el modelo de manera automática en el momento de vincular y sustraer los resultados por Almacén Rural, teniendo como resultado el margen de ahorro al consumidor generado en al área de influencia de la Sucursal Estatal.

c) Sucursal Regional

Al igual que en el Almacén y la Unidad Operativa y/o Sucursal Estatal, en las Sucursales Regionales, (Sucursal Regional es aquella que coordina administrativa y operativamente, más de un Estado) se recibe de las Sucursales Estatales y/o Unidades Operativas la información del muestreo de precios vía Internet o mediante archivos magnéticos que contienen la información de precios promedio privados de los veintiún productos de la canasta básica de DICONSA en el medio rural y del margen de ahorro al consumidor de las Sucursales Estatales y/o Unidades Operativas; de manera automática, en el momento de vincular y sustraer los resultados, el modelo genera los

DICONSA

PRECIOS DE MERCADO Y MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR POR SUCURSAL EN LOCALIDADES CON TIENDA DICONSA

SUCURSAL:

UNIDAD OPERATIVA:

MES:

FORMATO No.3

PRODUCTO	MARCA	CON TE NIDO	ALMACENES								PRECIO		MARGEN DE AHORRO SIMPLE %	VENTAS (PESOS)	AHORRO GENERADO (PESOS)	% DE PARTICIP. EN VENTAS TOTALES
			1	2	3	4	5	6	7	8	CATALOGO DICONSA	PROM.PRIVADO 2 QUINCENAS				
MAÍZ	BLANCO	1KILO														
FRIJOL	FLOR DE MAYO	1KILO														
ARROZ	ENVASADO	1KILO														
AZÚCAR ESTÁNDAR	GRANEL	1KILO														
HARINA DE MAÍZ	MASECA	1KILO														
ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	CRISTAL	1 LITRO														
DETERGENTE EN POLVO	ARIEL	500 GRs.														
SARDINA	GUAYMEX	425 GRs.														
LECHE EN POLVO	NIDO	340 GRs.														
PAPEL HIGIENICO	REAL	4 ROLLOS														
CAFE SOLUBLE	CLASICO	100 GRs.														
SAL DE MESA	FINA	1 KILO														
JABON DE LAVANDERIA	ZOTE	400 GRs.														
PASTA PARA SOPA	MODERNA	200 GRs.														
HARINA DE TRIGO	MAYRAN	1 KILO														
JABON DE TOCADOR	ZEST	150 GRs.														
GALLETAS BASICAS	GAMESA	1 KILO														
MANTECA VEGETAL	INCA	1 KILO														
CHOCOLATE EN POLVO	CHOCO CHOCO	400 GRs.														
CHILES ENLATADOS	LA COSTEÑA	200 GRs.														
ATUN	TUNY	174 GRs.														
COSTO PRIV. DE CADA ALMACEN													SUBTOTAL MUESTRAS>>			
MARGEN DE CADA ALMACEN													TOTAL SUCURSAL>>			

VENTAS	MARGEN DE AHORRO
SUCURSAL	POR SUCURSAL
L.SUBSIDIADA	
NETO	

GERENTE
UNIDAD OPERATIVA

COORDINADOR DE OPERACIONES

DICONSA

PRECIOS DE MERCADO Y MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR POR SUCURSAL EN LOCALIDADES CON TIENDA DICONSA

SUCURSAL:

MES:

FORMATO No.4

PRODUCTO	MARCA	CON TE NIDO	SUCURSAL OES O U. OPERATIVAS				PRECIO		MARGEN DE AHORRO SIMPLE %	VENTAS (PESOS)	AHORRO GENERADO (PESOS)	% DE PARTICIP. EN VENTAS TOTALES
			1	2	3	4	CATALOGO DICONSA	PROM. PRIVADO 2 QUINCENAS				
MAÍZ	BLANCO	1KILO										
FRIJOL	FLOR DE MAYO	1KILO										
ARROZ	G.L. 5% ENV.	1KILO										
AZÚCAR ESTÁNDAR	GRANEL	1KILO										
HARINA DE MAÍZ	MASECA	1KILO										
ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	CRISTAL	1 LITRO										
DETERGENTE EN POLVO	FOCA	500 GRs.										
SARDINA	GUAYMEX	425 GRs.										
LECHE EN POLVO	NIDO	340 GRs.										
PAPEL HIGIENICO	REAL	4 ROLLOS										
CAFE SOLUBLE	NESCAFE	100 GRs.										
SAL DE MESA	PEGASO	1 KILO										
JABON DE LAVANDERIA	LIRIO	400 GRs.										
PASTA PARA SOPA	YEMINA	200 GRs.										
HARINA DE TRIGO	LA REYNA	1 KILO										
JABON DE TOCADOR	ZEST	150 GRs.										
GALLETAS (Ma. Y ANIMA.) BASICAS	ANIM. GAMESA	1 KILO										
MANTECA VEGETAL	INCA	1 KILO										
CHOCOLATE EN POLVO	CHOCO CHOCO	400 GRs.										
CHILES ENLATADOS	LA COSTEÑA	200 GRs.										
ATUN	TUNY	174 GRs.										
COSTO PRIV. DE CADA ALMACEN										SUBTOTAL MUESTRA>>		
MARGEN DE CADA ALMACEN										TOTAL SUCURSAL>>		

VENTAS	
SUCURSAL	
...SUBSIDIADA	
NETO	

MARGEN DE AHORRO
POR SUCURSAL

GERENTE DE SUCURSAL

SUBGERENTE DE
OPERACIONES

resultados de precios promedio de venta en el comercio privado en el medio rural para cada uno de los productos muestreados, el margen de ahorro al consumidor para cada uno de ellos a nivel de regional, así como las ventas por producto.

Este proceso se genera de manera automática y el resultado se reporta en el formato No. 4 que se encuentra en la hoja de cálculo Excel vinculada que se anexa.

d) Nacional

Para obtener los precios promedio privados en el medio rural a nivel nacional, conservando la información de cada Sucursal Estatal y/o Regional de DICONSA, así como el margen de ahorro al consumidor, las Sucursales Estatales y/o Regionales enviarán mensualmente a las oficinas centrales de DICONSA los archivos de respaldo con la información de los formatos No. 3 y 4, con los cuales se hará la vinculación y sustracción de datos y generar el formato No.5 que contiene la información requerida de precios, márgenes de ahorro y ventas netas totales a nivel nacional.

En caso de que se cuente con marcas y/o presentaciones distintas de algún o alguno de los productos entre las Sucursales, se realiza un análisis de frecuencias, y se tomará la marca y/o presentación que se repita el mayor número de veces para la determinación del margen de ahorro al consumidor.

e) Ponderación.

Una vez que se ha realizado el muestreo de precios en comercios privados de los productos de la canasta básica que ofrece DICONSA en el medio rural, y obtenidos tanto el margen de ahorro de cada uno de ellos como el margen de esa canasta de bienes, se ve la necesidad de realizar una ponderación de acuerdo al peso que tiene cada uno de ellos en el consumo de las familias.

Para ello, recientemente se aplicaron 1,400 encuestas de opinión en quinientas veinticinco localidades de veintiún Estados, en localidades rurales con tienda DICONSA, preguntando a los consumidores, la proporción en que participan estos veintiún productos en la estructura del gasto familiar dedicado al consumo de alimentos.

La información que nos arroja esta encuesta, nos dice que las familias gastan mensualmente 1,324.35 pesos mensuales en promedio en adquirir en tiendas privadas los productos que integran la canasta DICONSA.

A continuación se presenta cuadro donde se puede ver de manera resumida la distribución de la muestra donde se aplicaron las encuestas a consumidores para conocer la estructura de su gasto.

Cuadro No. 6

**ESTRUCTURA DE LA MUESTRA PARA
LA APLICACIÓN DE ENCUESTAS AL CONSUMIDOR
PARA CONOCER EL GASTO FAMILIAR EN LA CANASTA BÁSICA**

Estado	No. de Localidades	Número de Encuestas
Baja California sur	8	20
Chiapas	25	70
Chihuahua	8	23
Coahuila	9	20
Durango	8	24
Guanajuato	36	105
Guerrero	28	82
Hidalgo	28	82
Jalisco	22	59
Estado de México	54	152
Michoacán	18	49
Nayarit	9	27
Nuevo León	6	24
Oaxaca	38	110
Puebla	42	120
San Luis Potosí	19	50
Sinaloa	23	61
Tabasco	26	70
Veracruz	64	183
Yucatán	9	26
Zacatecas	45	43
	525	1400

De esta forma obtenemos el margen de ahorro al consumidor considerando el muestreo de precios de la canasta básica DICONSA, comparándola con los precios de esos mismos productos en el medio rural, ponderándolo de acuerdo a la estructura del gasto de los hogares.

Cuadro No. 7
Resumen Nacional del Muestreo de Precios
Y Margen de Ahorro al Consumidor

PRECIOS DE VENTA DICONSA Y MERCADO
(PESOS POR UNIDAD DE MEDIDA)

	GRAMAJE Y UNIDAD DE MEDIDA	Ene-05		Feb-05		Mar-05	
		PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO	PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO	PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO
ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	1 LITRO	11.64	12.22	11.68	12.20	11.64	12.06
ARROZ	1 KILO	6.82	7.19	6.07	6.92	6.18	7.00
ATÚN ENLATADO	174 GRAMOS	7.32	7.38	7.27	7.44	7.64	7.82
AZÚCAR	1 KILO	7.31	7.54	7.46	7.67	7.32	7.64
CAFÉ SOLUBLE	100 GRAMOS	21.57	22.14	21.58	22.12	22.16	22.69
CHILES ENLATADOS	220 GRAMOS	3.96	4.35	3.95	4.33	4.00	4.36
CHOCOLATE EN POLVO	400 GRAMOS	10.01	10.53	10.20	10.69	10.21	10.77
DETERGENTE EN POLVO	500 GRAMOS	7.23	7.73	7.41	7.85	7.61	7.96
FRIJOL	1 KILO	7.52	8.37	8.11	8.89	6.95	7.30
GALLETAS BÁSICAS	1 KILO	10.71	11.28	10.99	11.34	11.07	11.93
HARINA DE MAÍZ	1 KILO	4.79	5.23	4.81	5.21	4.83	5.28
HARINA DE TRIGO	1 KILO	4.79	4.85	4.14	4.69	4.63	4.88
JABÓN DE LAVANDERÍA	400 GRAMOS	5.64	5.94	5.75	5.98	5.74	6.00
JABONES DE TOCADOR	150 GRAMOS	6.42	6.83	6.50	6.82	6.43	6.83
LECHE EN POLVO (NO SUBS.)	360 GRAMOS	27.32	27.82	27.47	27.48	27.61	28.04
MAÍZ	1 KILO	2.38	2.46	2.43	2.47	2.43	2.53
MANTECA VEGETAL	1 KILO	16.23	16.67	16.15	16.49	16.06	16.61
PAPEL HIGIÉNICO	4 ROLLOS	5.65	5.99	5.77	6.31	5.83	6.05
PASTAS PARA SOPA	200 GRAMOS	1.87	2.49	2.37	2.87	1.87	2.47
SAL	1 KILO	2.61	3.23	2.71	3.21	2.90	3.23
SARDINA ENLATADA	425 GRAMOS	8.50	8.58	8.90	8.87	8.78	8.88
COSTO TOTAL DE LA CANASTA BÁSICA		180.28	188.82	181.71	189.85	181.90	190.32
MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR (%)		4.74%		4.48%		4.63%	

Cuadro No. 7
Continuación.....

PRECIOS DE VENTA DICONSA Y MERCADO
(PESOS POR UNIDAD DE MEDIDA)

	GRAMAJE Y UNIDAD DE MEDIDA	Abr-05		May-05		Jun-05	
		PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO	PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO	PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO
ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	1 LITRO	11.62	12.28	11.66	12.06	11.34	12.22
ARROZ	1 KILO	5.64	6.69	5.88	7.03	5.81	6.99
ATÚN ENLATADO	174 GRAMOS	7.52	7.83	7.35	7.87	6.78	7.59
AZÚCAR	1 KILO	7.15	7.58	7.16	7.69	7.00	7.90
CAFÉ SOLUBLE	100 GRAMOS	22.79	22.78	24.57	23.97	24.31	24.20
CHILES ENLATADOS	220 GRAMOS	4.08	4.43	4.10	4.43	4.07	4.48
CHOCOLATE EN POLVO	400 GRAMOS	9.70	10.16	10.06	10.57	10.15	10.56
DETERGENTE EN POLVO	500 GRAMOS	7.33	7.88	7.32	7.85	8.95	9.00
FRIJOL	1 KILO	8.36	9.16	8.04	8.96	8.11	8.22
GALLETAS BÁSICAS	1 KILO	11.21	11.59	11.76	12.77	10.97	12.02
HARINA DE MAÍZ	1 KILO	4.86	5.40	4.87	5.40	4.85	5.29
HARINA DE TRIGO	1 KILO	4.84	5.00	4.85	5.21	4.81	5.20
JABÓN DE LAVANDERÍA	400 GRAMOS	5.89	6.03	6.08	6.16	6.03	6.13
JABONES DE TOCADOR	150 GRAMOS	6.46	6.85	6.51	6.86	6.61	6.91
LECHE EN POLVO (NO SUBS.)	360 GRAMOS	28.48	28.47	28.87	29.18	28.80	29.29
MAÍZ	1 KILO	2.42	2.52	2.43	2.53	2.42	2.48
MANTECA VEGETAL	1 KILO	15.95	16.41	15.89	16.70	16.05	16.79
PAPEL HIGIÉNICO	4 ROLLOS	12.20	12.83	5.71	6.30	5.92	6.43
PASTAS PARA SOPA	200 GRAMOS	1.86	2.49	1.89	2.54	2.51	3.06
SAL	1 KILO	2.93	3.42	2.99	3.51	3.06	3.44
SARDINA ENLATADA	425 GRAMOS	8.87	9.07	8.88	9.16	9.01	9.26
COSTO TOTAL DE LA CANASTA BÁSICA		190.16	198.87	186.84	196.76	187.57	197.47
MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR (%)		4.58%		5.31%		5.28%	

Cuadro No. 7
Continuación.....

PRECIOS DE VENTA DICONSA Y MERCADO
(PESOS POR UNIDAD DE MEDIDA)

	GRAMAJE Y UNIDAD DE MEDIDA	Jul-05		Ago-05		Sep-05	
		PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO	PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO	PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO
ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	1 LITRO	11.88	12.50	10.82	11.67	11.04	11.76
ARROZ	1 KILO	5.64	6.92	5.74	6.84	5.66	6.80
ATÚN ENLATADO	174 GRAMOS	7.14	7.72	7.24	7.71	7.47	7.89
AZÚCAR	1 KILO	7.01	7.63	6.97	7.60	7.06	7.74
CAFÉ SOLUBLE	100 GRAMOS	24.73	24.63	25.33	24.91	25.16	24.80
CHILES ENLATADOS	220 GRAMOS	4.04	4.47	4.13	4.50	4.19	4.54
CHOCOLATE EN POLVO	400 GRAMOS	10.46	10.59	10.37	10.50	10.06	10.61
DETERGENTE EN POLVO	500 GRAMOS	7.34	7.84	7.49	7.84	7.92	8.37
FRIJOL	1 KILO	8.49	9.06	8.49	9.07	9.14	9.46
GALLETAS BÁSICAS	1 KILO	11.47	12.54	11.46	12.28	11.71	12.88
HARINA DE MAÍZ	1 KILO	4.85	5.33	4.85	5.40	4.90	5.44
HARINA DE TRIGO	1 KILO	3.97	4.58	4.66	4.99	4.51	4.62
JABÓN DE LAVANDERÍA	400 GRAMOS	5.96	6.21	5.93	6.20	6.02	6.23
JABONES DE TOCADOR	150 GRAMOS	6.21	6.97	6.48	6.87	6.53	7.00
LECHE EN POLVO (NO SUBS.)	360 GRAMOS	28.93	29.45	28.85	29.23	29.15	29.77
MAÍZ	1 KILO	2.41	2.54	2.42	2.53	2.39	2.53
MANTECA VEGETAL	1 KILO	16.20	17.04	15.93	16.73	16.08	16.58
PAPEL HIGIÉNICO	4 ROLLOS	5.44	5.92	5.54	5.84	5.47	5.87
PASTAS PARA SOPA	200 GRAMOS	2.59	3.04	1.82	2.45	1.97	2.54
SAL	1 KILO	3.05	3.40	3.06	3.44	3.33	3.74
SARDINA ENLATADA	425 GRAMOS	8.97	9.20	8.90	9.37	9.00	9.56
COSTO TOTAL DE LA CANASTA BÁSICA		186.77	197.56	186.47	195.96	188.76	198.74
MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR (%)		5.78%		5.09%		5.29%	

Cuadro No. 7
Continuación.....

PRECIOS DE VENTA DICONSA Y MERCADO
(PESOS POR UNIDAD DE MEDIDA)

	GRAMAJE Y UNIDAD DE MEDIDA	Oct-05		Nov-05		Dic-05	
		PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO	PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO	PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO
ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	1 LITRO	12.28	12.59	10.47	11.79	10.63	11.72
ARROZ	1 KILO	5.73	6.79	5.70	6.75	5.72	6.72
ATÚN ENLATADO	174 GRAMOS	7.71	7.86	7.39	7.81	7.22	7.71
AZÚCAR	1 KILO	7.00	7.67	6.89	7.53	6.92	7.46
CAFÉ SOLUBLE	100 GRAMOS	24.78	25.05	24.99	25.21	24.48	25.27
CHILES ENLATADOS	220 GRAMOS	4.12	4.56	4.13	4.49	4.18	4.70
CHOCOLATE EN POLVO	400 GRAMOS	10.76	11.07	10.28	10.84	10.24	10.96
DETERGENTE EN POLVO	500 GRAMOS	7.81	8.34	7.68	8.10	7.75	8.23
FRIJOL	1 KILO	8.75	9.44	9.56	10.37	9.79	10.18
GALLETAS BÁSICAS	1 KILO	11.35	12.10	11.02	12.18	10.67	12.08
HARINA DE MAÍZ	1 KILO	4.84	5.40	4.86	5.38	4.89	5.42
HARINA DE TRIGO	1 KILO	4.68	5.14	4.80	5.03	4.65	4.84
JABÓN DE LAVANDERÍA	400 GRAMOS	5.86	6.31	5.84	6.25	5.78	6.18
JABONES DE TOCADOR	150 GRAMOS	6.57	7.07	6.46	6.96	6.27	6.88
LECHE EN POLVO (NO SUBS.)	360 GRAMOS	28.77	30.07	28.88	29.52	28.12	29.23
MAÍZ	1 KILO	2.41	2.54	2.39	2.54	2.40	2.56
MANTECA VEGETAL	1 KILO	16.03	16.83	16.28	16.78	16.57	17.22
PAPEL HIGIÉNICO	4 ROLLOS	5.70	6.08	5.73	6.16	5.59	5.95
PASTAS PARA SOPA	200 GRAMOS	2.66	3.16	2.85	3.15	2.83	3.14
SAL	1 KILO	3.04	3.48	3.05	3.43	3.09	3.47
SARDINA ENLATADA	425 GRAMOS	8.93	9.49	8.90	9.37	9.00	9.43
COSTO TOTAL DE LA CANASTA BÁSICA		189.78	201.04	188.14	199.64	186.78	199.37
MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR (%)		5.94%		6.11%		6.74%	

Cuadro No. 7
Continuación.....

PRECIOS DE VENTA DICONSA Y
MERCADO
(PESOS POR UNIDAD DE MEDIDA)

	GRAMAJE Y UNIDAD DE MEDIDA	Promedio Enero - Diciembre 2005	
		PROMEDIO DICONSA	PROMEDIO MERCADO
ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	1 LITRO	10.42	11.07
ARROZ	1 KILO	5.31	6.29
ATÚN ENLATADO	174 GRAMOS	6.73	7.10
AZÚCAR	1 KILO	6.49	7.01
CAFÉ SOLUBLE	100 GRAMOS	22.07	22.14
CHILES ENLATADOS	220 GRAMOS	3.75	4.11
CHOCOLATE EN POLVO	400 GRAMOS	9.37	9.78
DETERGENTE EN POLVO	500 GRAMOS	7.05	7.44
FRIJOL	1 KILO	7.82	8.34
GALLETAS BÁSICAS	1 KILO	10.31	11.14
HARINA DE MAÍZ	1 KILO	4.45	4.91
HARINA DE TRIGO	1 KILO	4.21	4.51
JABÓN DE LAVANDERÍA	400 GRAMOS	5.41	5.64
JABONES DE TOCADOR	150 GRAMOS	5.92	6.34
LECHE EN POLVO (NO SUBS.)	360 GRAMOS	26.16	26.64
MAÍZ	1 KILO	2.21	2.31
MANTECA VEGETAL	1 KILO	14.76	15.35
PAPEL HIGIÉNICO	4 ROLLOS	5.74	6.15
PASTAS PARA SOPA	200 GRAMOS	2.10	2.57
SAL	1 KILO	2.77	3.15
SARDINA ENLATADA	425 GRAMOS	8.18	8.47
COSTO TOTAL DE LA CANASTA BÁSICA		171.24	180.47
MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR (%)		5.34%	

Cuadro 8
Margen de Ahorro al Consumidor
Ponderado de Acuerdo al Gasto de las Familias

MARGEN DE AHORRO AL CONSUMIDOR PONDERADO DE ACUERDO AL GASTO MENSUAL DE LAS FAMILIAS Enero - Diciembre de 2005 Pesos				
PRODUCTO	GRAMAJE Y UNIDAD DE MEDIDA	GASTO MENSUAL DE LAS FAMILIAS	PRECIO PROMEDIO ANUAL DICONSA	GASTO EQUIVALENTE EN DICONSA
ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	1 LITRO	68.61	11.39	64.66
ARROZ	1 KILO	43.80	5.88	37.40
ATÚN ENLATADO	174 GRAMOS	53.77	7.34	51.11
AZÚCAR	1 KILO	62.59	7.10	58.22
CAFÉ SOLUBLE	100 GRAMOS	54.98	23.87	54.72
CHILES ENLATADOS	220 GRAMOS	33.21	4.08	30.30
CHOCOLATE EN POLVO	400 GRAMOS	46.21	10.21	44.27
DETERGENTE EN POLVO	500 GRAMOS	77.46	7.65	73.33
FRIJOL	1 KILO	96.00	8.44	89.66
GALLETAS BÁSICAS	1 KILO	57.64	11.20	53.43
HARINA DE MAÍZ	1 KILO	58.85	4.85	53.37
HARINA DE TRIGO	1 KILO	43.30	4.61	40.59
JABÓN DE LAVANDERÍA	400 GRAMOS	40.05	5.88	38.36
HABONES DE TOCADOR	150 GRAMOS	46.49	6.45	43.45
LECHE EN POLVO (NO SUBSIDIADA)	360 GRAMOS	124.54	28.44	122.28
MAÍZ	1 KILO	232.57	2.41	222.57
MANTECA VEGETAL	1 KILO	56.05	16.12	53.97
PAPEL HIGIÉNICO	4 ROLLOS	66.77	6.21	62.43
PASTAS PARA SOPA	200 GRAMOS	37.82	2.26	30.68
SAL	1 KILO	10.23	2.98	8.94
SARDINA ENLATADA	425 GRAMOS	43.41	8.89	41.99
COSTO TOTAL DE LA CANASTA BÁSICA		1,354.35		1,275.74
MARGEN PONDERADO DE AHORRO AL CONSUMIDOR			6.16%	
Nota: El gasto mensual de las familias es el resultado de la aplicación de 400 encuestas en una muestra representativa, aplicada en noviembre de 2005. Los precios de los productos se tomaron del muestreo de precios que realiza DICONSA.				

V. Conclusiones

Esta metodología que actualmente se aplica en el área de influencia o poligonal de cada uno de sus Almacenes Rurales, permite a DICONSA conocer mensualmente cual es el nivel de precios de las tiendas privadas en relación a sus propias tiendas y de esta manera estar corrigiendo oportunamente para no salirse del mercado y poder cumplir con uno de sus objetivos que le dictan sus Reglas de Operación y que consiste en ser la mejor alternativa de precios de una canasta básica en el medio rural.

Por otra parte, también permite conocer el margen de ahorro al consumidor que transfiere a sus beneficiarios, el cual de acuerdo a sus Reglas de Operación debe fluctuar entre el 3 y el 7 por ciento.

Adicionalmente, esta metodología vino a eliminar una serie de discusiones que se daban al interior de la empresa entre los operadores de la misma y las organizaciones sociales que representan a los beneficiarios, en el sentido de que los primeros afirmaban que los precios que ofrece la empresa son competitivos en el medio rural, en tanto que los beneficiarios argumentaban que estaban igual o mayores a los de la iniciativa privada.

Todos estos argumentos se daban ante la inexistencia de un método homogéneo a nivel nacional que permitiera demostrar la información de manera objetiva y confiable. Al conocer esta metodología las organizaciones sociales que representan a los beneficiarios, se convencieron y en muchos de los Almacenes, participan en el levantamiento de precios.

Al acudir a cada uno de los Almacenes Rurales para la instalación del software de esta metodología así como a capacitar a funcionarios de Sucursales, Unidades Operativas, Almacenes Rurales, así como al equipo de Supervisores Operativos que son quienes aplican las encuestas de precios, realizar pruebas de campo y que ellos mismos verificaron los resultados, resultó ser convincente para todos ellos, lo cual garantizaba la confiabilidad de la información recabada y daba certeza de su aplicación periódica.

Por otra parte, el importe que representa el margen de ahorro al consumidor a nivel nacional, representa casi el 30% del valor del apoyo fiscal que el gobierno federal aporta para la operación de la empresa, lo que demuestra que éste último es un gasto social rentable, ya que por una parte permite garantizar el abasto de productos básicos a los habitantes de las comunidades rurales, particularmente las de alta y muy alta marginación, y adicionalmente a esta garantía de abasto, les transfiere un margen de ahorro, para que el importe de éste pueda ser utilizado por las familias para adquirir mayor cantidad de productos para la satisfacción de sus necesidades alimentarias y de higiene.

Bibliografía

1. Microeconomía Intermedia. 4ª. Edición
Hal R. Varian
Antoni Bosch, editor, S. A.
2. Introducción a los Indicadores Económicos y Sociales de México.
Cabrera Adame, Carlos Javier, et al.
Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Economía. 2005
3. Estadística. Tercera Edición
Yamane, Taro
Harla, S.A. de C.V.
4. Indicadores de Resultados.
Reglas de Operación del Programa de Abasto Rural. Ejercicio 2006.
5. Indicadores de Segundo Nivel
Sistema de Metas Presidenciales 2006.
DICONSA, S. A. de C. V.
6. Norma para la Asignación de los Niveles de Pobreza de los Hogares
Beneficiarios de los Programas de la Secretaría de Desarrollo Social.
SEDESOL. 2004.