

REUNIÓN DE TRABAJO CON LA COMISIÓN DE DESARROLLO SOCIAL DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS


DICONSA

Presentación Institucional

Juan Manuel Valle Pereña

Director General

jm.valle@diconsa.gob.mx

 @JuanMValleP

Contenido

- 1. ¿Qué es DICONSA?**
- 2. Resultados 2015**
- 3. Estudios y evaluaciones externas**
- 4. Líneas de acción 2016-2020**
- 5. Impacto esperado**

1. ¿Qué es DICONSA?

¿Qué es DICONSA?

Es una **red de abasto social** cuya misión es contribuir a **mejorar la Seguridad Alimentaria de México**, a través del abasto social de productos a la población en situación de pobreza o carencia alimentaria, para que el Gobierno de la República cumpla con el **derecho constitucional a la alimentación** de sus habitantes.

¿Qué programas opera y qué servicios ofrece?

Programas

- 1 Programa de Abasto Rural** 
- 2 Entrega de Apoyos Esquema SINHambre-PROSPERA** 
- 3 Comedores Comunitarios** 
- 4 Programa Nacional de Sustitución de Lámparas Incandescentes (FIDE)** 
- 5 Entrega de Apoyos Prospera** 

Programas Interinstitucionales

Servicios

- 1 Servicios Financieros** 
- 2 Abasto de leche Liconsa** 
- 3 Apoyo en Contingencias** 

Servicios complementarios

- 1 Orientación al consumo** 

Programa de Abasto Rural

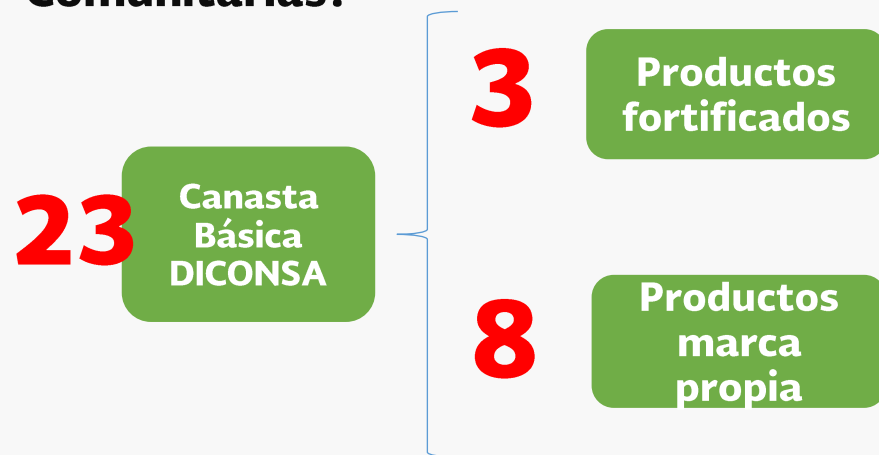
Objetivos

- Contribuir a fortalecer el cumplimiento efectivo del derecho social a la alimentación.
- 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 de 200 a 14,999 habitantes, a través de las tiendas comunitarias de abasto y de tiendas móviles.

Monto de Apoyo

- **Transferencia de ahorro a la población mediante la oferta de productos de una canasta básica a precios menores** a los que ofrecen las alternativas privadas de abasto.
- De acuerdo a las Reglas de Operación, el margen de ahorro debe ser de por lo **menos 15%**.

¿Qué se vende en las Tiendas Comunitarias?



Población Beneficiaria

Después de Prospera, el PAR Diconsa es el programa social y alimentario más importante del país, en términos de la población beneficiaria que atiende.* /

12,655,116¹
Beneficiarios de Tiendas Diconsa

¿Qué se vende en las tiendas comunitarias?

8

Productos marca propia

1. Harina de maíz
2. Chocolate en polvo
3. Pasta para sopa
4. Aceite comestible elaborado con soya
5. Sal
6. Detergente en polvo
7. Jabón de lavandería
8. Jabón de tocador

3

Productos fortificados

1. Harina de maíz
2. Chocolate en polvo
3. Pasta para sopa

23

Canasta Básica Diconsa

1. Maíz
2. Frijol
3. Arroz
4. Azúcar estándar
5. Harina de maíz
6. Aceite vegetal comestible
7. Atún enlatado
8. Sardina
9. Leche en polvo
10. Chiles enlatados
11. Café soluble

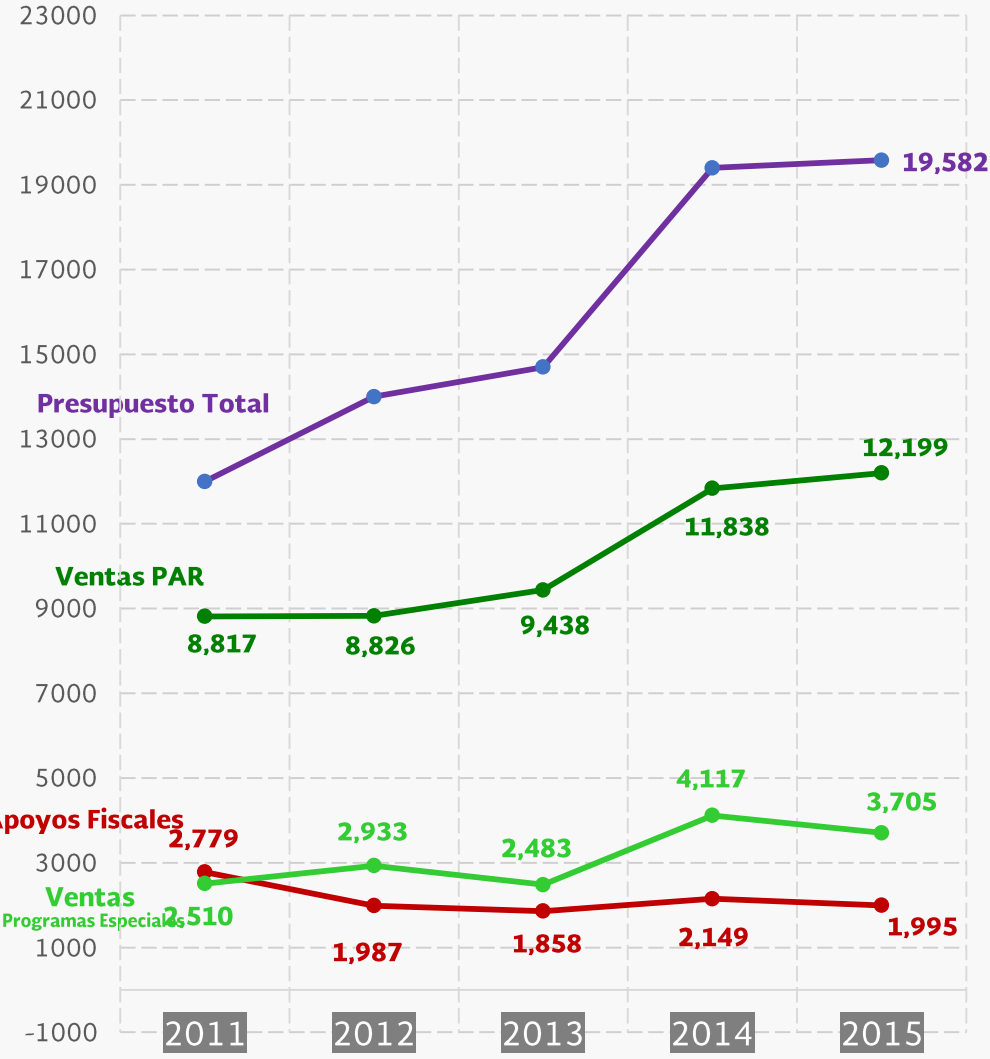


12. Sal de mesa
13. Avena
14. Pasta para sopa
15. Harina de trigo
16. Chocolate en polvo
17. Galletas marías y de animalitos
18. Jabón de lavandería
19. Jabón de tocador
20. Papel higiénico
21. Detergente en polvo
22. Crema dental
23. Lenteja

2. Resultados 2015

Evolución reciente

En los últimos 4 años, **Diconsa** ha expandido su actividad, evolucionando su oferta de productos y servicios



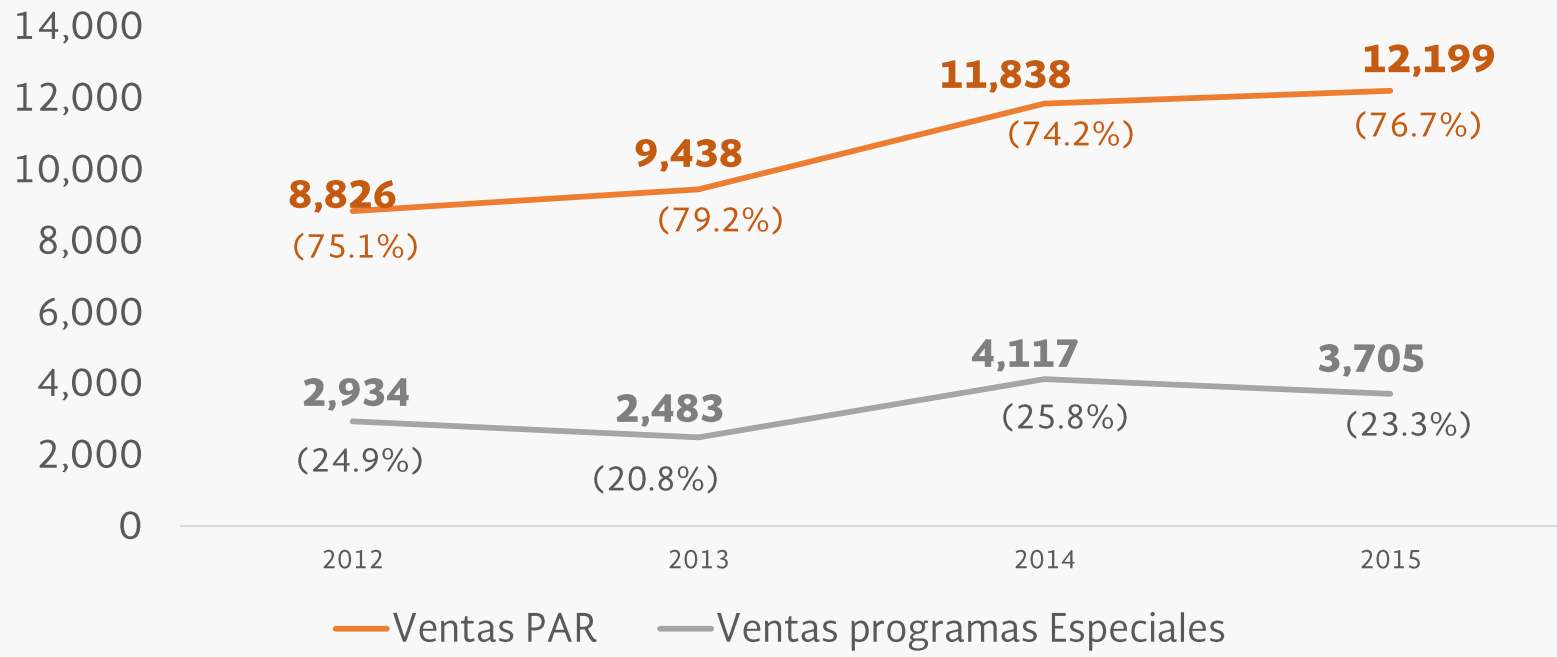
Avances Diconsa

75%	Proceso de 2000 Tiendas a Dignificar				
3.2 millones de familias	Avance entrega de Lámparas ahorradoras				
17,000 Personas	153,599 Personas	Orientación al consumo			
1	3	Almacenes graneleros			
Huevo	Limón	—	Contención de precios		
25%	40%	33.30%	Compras sociales (meta)		
37	109	153	CABE		
300	300	300	Tiendas móviles		
2.6 millones	2.5 millones	2.4 millones	Apoyos PROSPERA		
500	3,619	4,937	Abasto a comedores		
250mil	680mil	556 mil	Tarjeta Sin Hambre		
375 mdp	420 mdp	550 mdp	940 mdp	907.4 mdp	Leche Liconsa
19%	16%	23%	23%	23.16%	Margen de ahorro
318 mdp	227 mdp	0	2.4 mdp	0	Ventas FONDEN
23,806	25,121	26,245	26,899	27,259	Tiendas PAR (Único programa operado por Diconsa antes del 2013)
2011	2012	2013	2014	2015	Personal Diconsa
4,189	4,256	4,256	4,263	4,313	Personal Comunitario
3,674	3,757	3,771	4,128	4,153	

Resultados 2015: Ventas

- Las ventas totales de DICONSA en 2015, fueron de 15,904 mdp que representan una variación real de -2.4% con respecto a 2014.
- De las ventas totales el 76% corresponden a las ventas del PAR y el Esquema Sin Hambre (12,199 mdp), y el resto a los programas especiales (3,705 mdp).

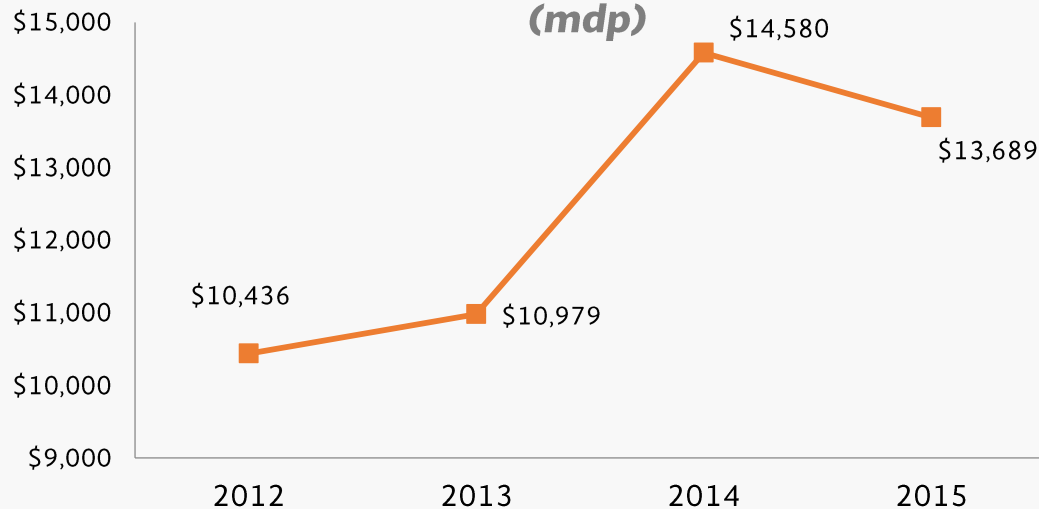
Evolución Ventas Totales, 2012- 2015
(mdp, % del total)



Resultados 2015: Compras

- DICONSA cerró 2015 con compras por 13,689 mdp para el PAR, el Esquema SinHambre y los Programas Especiales.
- El monto de compras en 2015 fue 9.3% menor en términos reales a lo observado en 2014 debido a las menores ventas a programas especiales.

Evolución Compras Totales, 2012- 2015
(mdp)



Compras a Productores sociales

214,263 toneladas de maíz	32,016 toneladas de frijol
31.1% de la compra total de maíz	61.2% de la compra total de frijol

Compras Granos



Compras de maíz

\$2,109 millones de pesos

687,262 toneladas



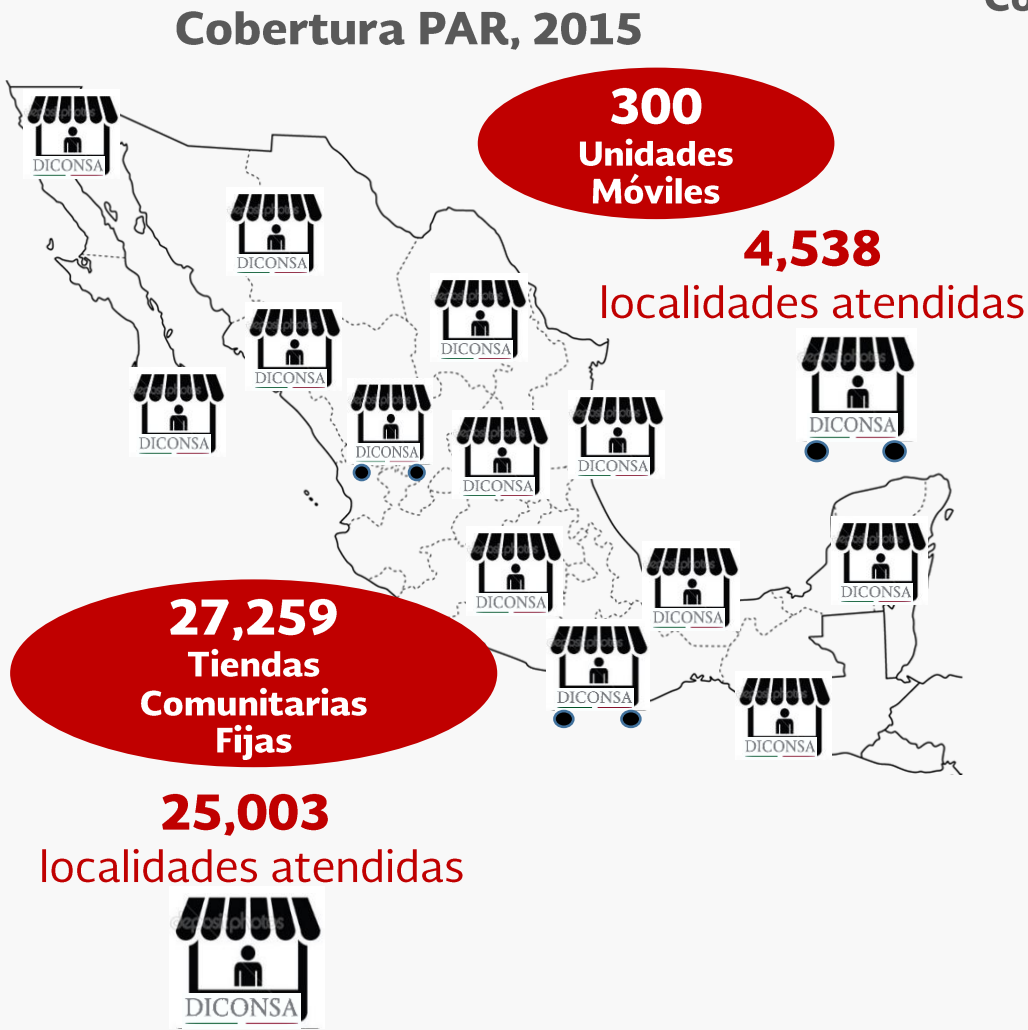
Compras de frijol

\$629.3 millones de pesos

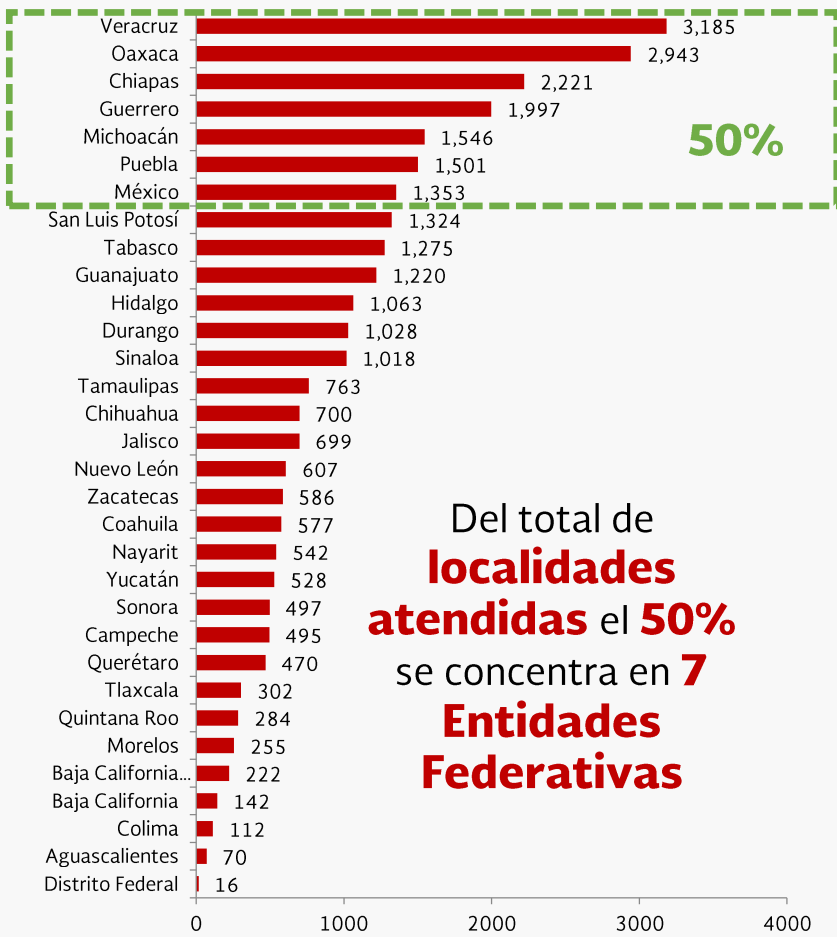
52,338 toneladas

Resultados 2015: Cobertura

El Programa de Abasto Rural (PAR) a cargo de DICONSA tiene una cobertura nacional. Al cierre de 2015, **se atienden 29,541 localidades** de las **32 Entidades Federativas**



Cobertura PAR, por entidad Federativa 2015 (Número de localidades atendidas)



Resultados 2015: Cobertura Localidades Objetivo



Del total de localidades objetivo del PAR (**26,573**), al cierre de 2015, se atendieron **17,844** localidades:

	15,919 localidades se atendieron con Tienda Fija	+		1,925 localidades se atendieron con Tienda Móvil
---	---	----------	---	---

Resultados 2015: Caracterización de las tiendas



27,259
Tiendas
Comunitarias a nivel
Nacional
300
Unidades móviles

En 2015
+727 abrieron
-367 cerraron
=360 crecimiento
neto



Caracterización y servicios



57.3%
De los
encargados
de tienda son
Mujeres



95.06%
Tienen
**Energía
Eléctrica**



13.5%
son **Opción
Única de
Abasto** en la
Localidad*/



**14,927
(54.8%)**
Tiendas en
**localidades
Indígenas**



243
**Corresponsal
ías Bancarias**



655 (2.4%)
Vende
**productos de
la comunidad**



**3135
(11.5%)**
Con Buzón
Sepomex



7,692 (28.2%)
Con
**refrigerador o
vitrina**



6,558 (24.1%)
Paquete Básico de
medicamentos

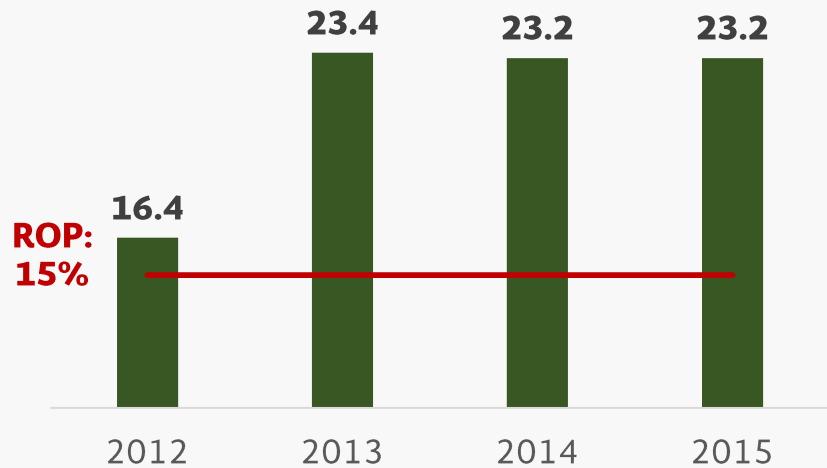
*/ INAP (2015), Estudio de Seguimiento Físico y Operativo del PAR

Resultados 2015: Margen de Ahorro

Durante 2015 en las Tiendas Comunitarias se garantizó un **margen de ahorro promedio de 23.2%** en la adquisición de los productos de la canasta básica DICONSA. Dicho margen de ahorro:

- Fue **54% superior al margen de ahorro mínimo** que debe garantizarse de acuerdo a las Reglas de Operación del PAR (15%)
- **Se mantuvo constante** respecto al **margen de ahorro promedio observado en 2014** (23.2%)

Margen de Ahorro transferido a través del PAR, 2012-2015 (%)



Margen de Ahorro transferido a través del PAR, por producto de la Canasta Básica DICONSA 2015

No.	PRODUCTO	PRESENTACIÓN	PRECIO CANASTA BÁSICA DICONSA (\$)	TIENDA PRIVADA promedio (\$)	MARGEN DE AHORRO (%)
1	ACEITE VEGETAL COMESTIBLE	1 Lt	22.1	23.4	5.7%
2	ARROZ	1 Kg	11.4	13.4	17.2%
3	ATÚN	140 gr	8.8	11.3	29.3%
4	AZÚCAR ESTÁNDAR	1 Kg	13.4	14.2	5.8%
5	CAFÉ SOLUBLE	95 gr	36.3	38.9	7.4%
6	CHILES ENLATADOS	220 gr	6.4	7.7	19.3%
7	CHOCOLATE EN POLVO BOLSA	400 gr	15.3	25.1	64.1%
8	DETERGENTE EN POLVO	1 Kg	19.1	27.2	41.9%
9	FRIJOL	1 Kg	14.5	17.0	17.1%
10	GALLETAS ANIMALITOS	1 Kg	27.2	28.9	6.5%
11	HARINA DE MAÍZ	1 Kg	8.1	11.1	36.7%
12	HARINA DE TRIGO	1 Kg	9.1	10.8	18.7%
13	JABÓN DE LAVANDERÍA	350 gr	9.6	13.6	41.7%
14	JABÓN DE TOCADOR	150 gr	6.8	10.6	55.9%
15	LECHE EN POLVO	210 gr	19.1	25.4	32.5%
16	MAÍZ	1 Kg	4.5	5.2	17.1%
17	AVENA	400 gr	8.3	11.7	41.3%
18	PAPEL HIGIÉNICO	4 rollos	12.5	16.3	30.4%
19	PASTA PARA SOPA	200 gr	4.1	5.2	26.7%
20	SAL DE MESA	1 Kg	4.7	7.4	57.5%
21	SARDINA	425 gr	21.1	22.4	6.1%
22	CREMA DENTAL	110 gr	16.7	21.3	27.8%
TOTAL			299.1	368.0	23.2%

■ Máximo ■ Mínimo

3. Estudios y evaluaciones externas

Estudios y Recomendaciones Externas

En 2015 se realizaron diversos estudios y evaluaciones externas al Programa de Abasto Rural, de los cuales destacan los siguientes:



INSTITUTO NACIONAL DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, A.C.

SECCIÓN MEXICANA DEL INSTITUTO INTERNACIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social

Estudio para estimar y caracterizar la población que se beneficia directamente por el Programa de Abasto Rural a cargo de Diconsa

(Mayo 2015)

Relevancia

1. Estimación del número de beneficiarios directos e indirectos del PAR
2. Caracterización de la población beneficiaria
3. Estimación de los radios de influencia del PAR

Estudio de Seguimiento Físico y Operativo del Programa de Abasto Rural a cargo de Diconsa

(Diciembre 2015)

Relevancia

1. Verificar que la operación de las tiendas Diconsa se efectúe según lo estipulado en sus ROP
2. Conocer el grado de satisfacción de los beneficiarios y encargados de las tiendas, y
3. Verificar las condiciones en las que se encuentran las tiendas

Programas sociales y acceso a la alimentación: análisis exploratorio en el monitoreo de indicadores de Desarrollo Social, 2013

(Febrero 2015)

Relevancia

1. Estimación del impacto del PAR en:
 - La disminución de la carencia alimentaria (inseguridad alimentaria moderada)
 - Inseguridad alimentaria severa

Estudio para estimar la población que se beneficia directamente con la compra de productos y/o servicios ofrecidos por las tiendas comunitarias atendidas por el Programa de Abasto Rural a cargo de Diconsa, S.A. de C.V.

Principales hallazgos y resultados



Caracterización de la Población Beneficiaria del PAR

Para la identificación de la población beneficiaria del PAR, la UNAM realizó el levantamiento de la **Encuesta Nacional del Programa de Abasto Rural (ENPAR)**

Después de Prospera, el **PAR es el programa social y alimentario más importante del país en términos de la población beneficiaria que atiende.**

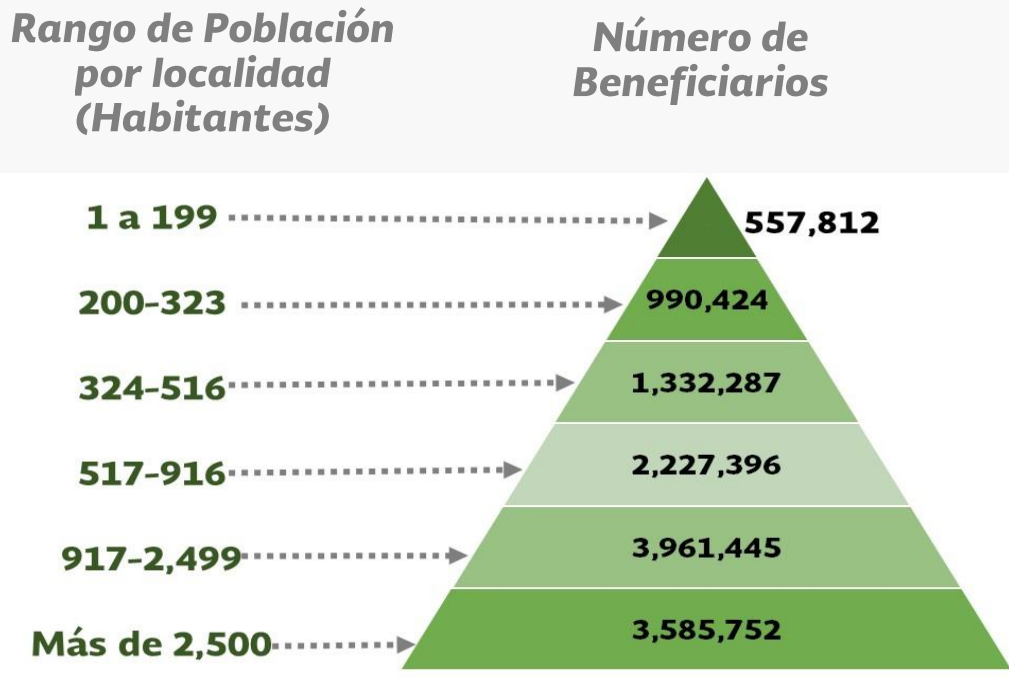
12,655,116
Beneficiarios de Tiendas Diconsa

Encuesta Nacional del Programa de Abasto Rural

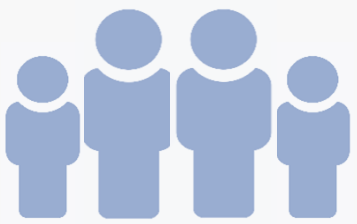
Levantamiento: 11 de enero al 28 de febrero de 2015



- 289** localidades
- 254** municipios
- 30** entidades federativas
- 5,186** hogares



Caracterización de los hogares que son clientes de las tiendas Diconsa en el ámbito **rural** (localidades con menos de 2,500 habitantes-criterio INEGI)



Hogar de 4.4 integrantes.



37% de la población presenta carencia por acceso a servicios básicos: agua, drenaje y luz.



El ingreso mensual promedio por persona es \$840



13.6% de la población presenta carencia por acceso a la alimentación

Responsable del gasto del hogar: **Mujer, dedicada al hogar, nivel educativo básico (primaria 46% y secundaria 29%), 43 años.**

Programas recibidos:
 -PROSPERA 55%
 -PROCAMPO 8.3%
 -PAM 15.2%
 -Seguro Popular 16%



Representa a 3,395 hogares similares.



Para el 68% de la población rural no es asequible una canasta alimentaria básica.

De cada 10 hogares 3 no cuentan con refrigerador y 5 con lavadora



El **68%** de los clientes elige realizar sus compras en la Tienda Diconsa **por los precios y 18% por la ubicación** de la Tienda.

Gasto promedio* / en mandado: **\$416**
 Gasto promedio* / en mandado en las Tiendas Diconsa: **\$223**

\$5.3 de cada \$10 se gastan en Tienda Diconsa

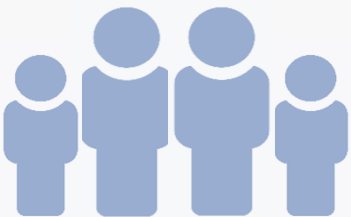
73.2% de la población acude a la Tienda Diconsa **2 o más de 2 veces por semana**



Productos de mayor consumo:
 •Azúcar
 •Arroz
 •Sal de mesa
 •Pasta para preparar sopa
 •Aceite vegetal

* / mensual por familia

Caracterización de los hogares que son clientes de las tiendas Diconsa en el ámbito **urbano** (*localidades con mas de 2,500 habitantes-criterio INEGI*)



Hogar de 4.3 integrantes.



El ingreso mensual promedio por persona es \$1,124



3 de cada 10 hogares presentan carencia en calidad y espacios de la vivienda por hacinamiento



2 de cada 3 hogares no cuentan con teléfono, computadora e internet

Responsable del gasto del hogar: Mujer, dedicada al hogar, nivel educativo básico (75%) y bachillerato (6%), 44 años.



Representa a 454 hogares similares.



El 95% de la población urbana reportó niveles de ingreso insuficientes para adquirir la canasta de necesidades alimentarias y no alimentarias.

Programas recibidos:
 -PROSPERA 42%
 -PROCAMPO 6%
 -PAM 18%
 -Seguro Popular 18%

El **65%** de los clientes elige realizar sus compras en la Tienda Diconsa **por los precios.**



77.1% de la población acude a la Tienda Diconsa **2 o más de 2 veces por semana**

\$4.7 de cada **\$10** se gastan en Tienda Diconsa



Gasto promedio*/ en mandado: **\$528**
 Gasto promedio*/ en mandado en las Tiendas Diconsa: **\$249**

Productos de mayor consumo:
 •Azúcar
 •Arroz
 •Sal de mesa
 •Papel higiénico
 •Frijol

*/ mensual por familia

Estudio de Seguimiento Físico y Operativo del Programa de Abasto Rural a cargo de Diconsa, S.A. de C.V.

Principales hallazgos y resultados

INNAP

INSTITUTO
NACIONAL DE
ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA, A.C.

SECCIÓN MEXICANA DEL
INSTITUTO INTERNACIONAL
DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Seguimiento Físico y Operativo del Programa de Abasto Rural 2015

Por primer año, el Estudio de Seguimiento Físico y Operativo del PAR mandatado en las ROP lo llevó a cabo un tercero, el Instituto Nacional de Administración Pública. Entre los principales resultados del estudio destacan:



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).



En promedio, el grado de **disponibilidad** de los 22 productos de la **canasta básica** es del **77.8%**.

Los **servicios adicionales** al abasto en los que más se interesarían las localidades son:

1. **Terminales punto de venta con opción de pagos de servicios** (agua, luz y recargas telefónicas),
2. **Papelería**, copias,
3. **Caseta Telefónica**, y
4. **Entrega de subsidios federales** (Prospera, 65 y más).
5. Venta de **medicinas**



El **93.8%** de las tiendas comunitarias tiene **disponibilidad** de productos **marca propia**.

83.5% de los **encargados de tienda** recibieron al menos **1 capacitación** durante el 2015, en temas que se han centrado en:

- Administración,
- Atención a clientes,
- Acomodo de mercancías e inventarios



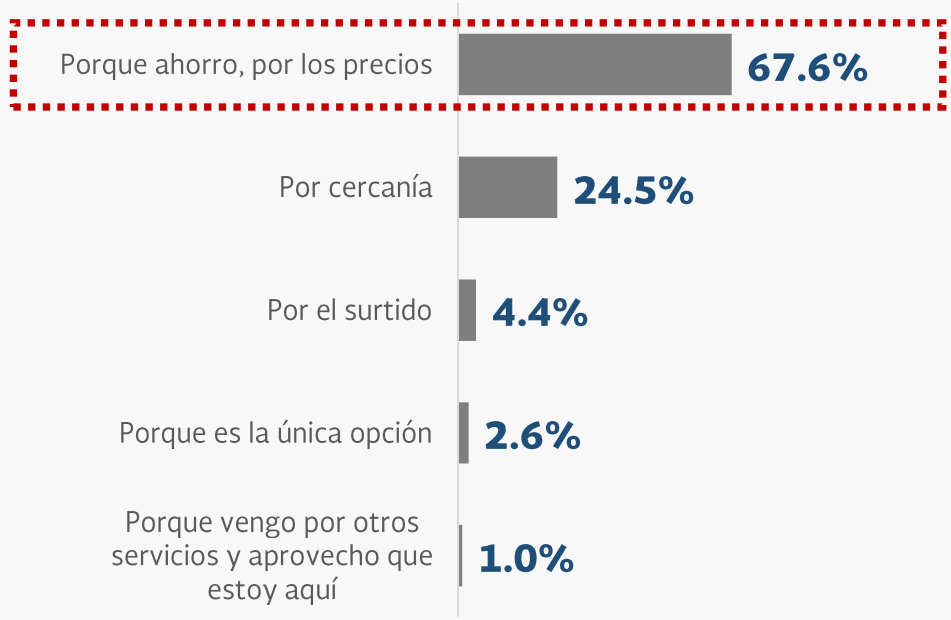
Seguimiento Físico y Operativo del Programa de Abasto Rural 2015

Satisfacción de beneficiarios

De los beneficiarios entrevistados:



¿ Por qué viene a comprar a la Tienda Diconsa?

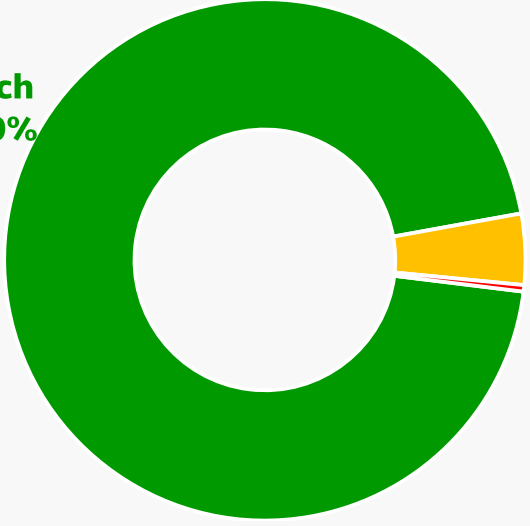


Satisfacción de encargados de Tienda

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



Satisfecho
o, 95.20%



Poco Satisfecho
o, 4.40%

Nada Satisfecho
o, 0.40%



De los Encargados de Tienda encuestados:



94.7% considera que la **tienda Diconsa es muy importante** para la población de las localidades donde está presente.



83.7% de los encargados **están satisfechos con el surtimiento** que le da Diconsa y



68.5% de los encargados **están satisfechos con los precios de los productos** que Diconsa le surte.

Programas Sociales y acceso a la alimentación:

Un análisis exploratorio con base en el Monitoreo de Indicadores de Desarrollo Social 2013

Principales resultados



Asoiación entre acceso a la alimentación y Programas Sociales

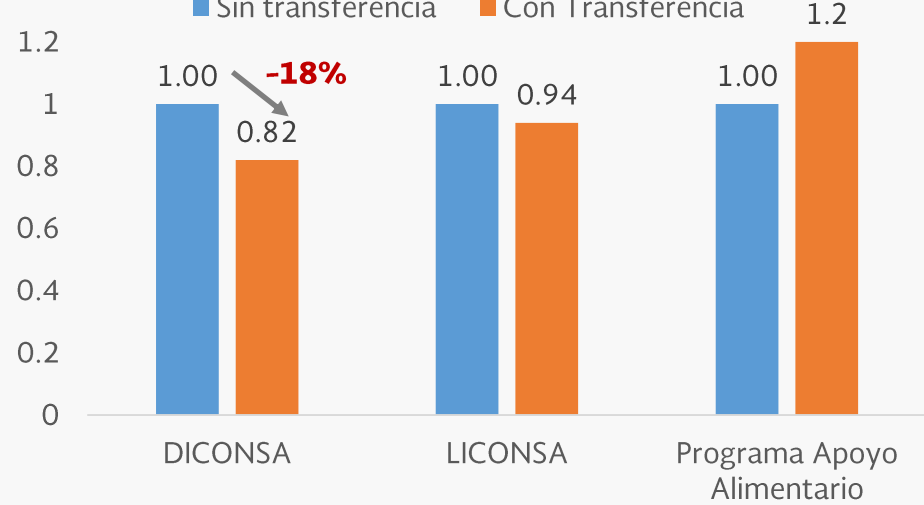
En 2015 CONEVAL realizó un análisis exploratorio para estimar el impacto que tienen los programas sociales en el acceso a la alimentación en la población que habita en Zonas de Atención Prioritaria de los 400 municipios donde inició la Cruzada Nacional contra el Hambre

Principales Hallazgos

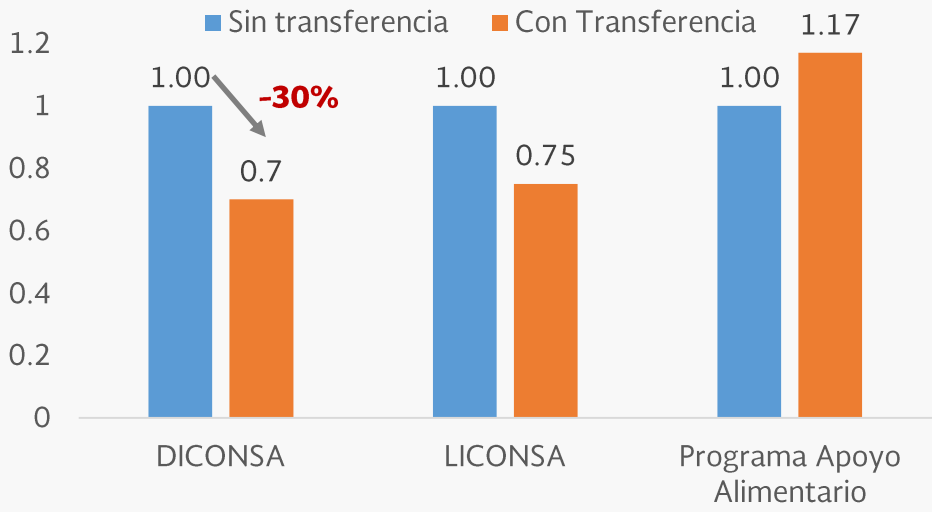
Se observa una **reducción de 18%** en la **carencia alimentaria***/asociada a la cobertura de DICONSA

Se observa una **reducción de 30%** en la **inseguridad alimentaria severa****/ asociada a la cobertura de DICONSA

Propensión a presentar carencia alimentaria asociada a la presencia de Programas Alimentarios



Propensión a presentar inseguridad alimentaria severa asociada a la presencia de Programas Alimentarios



De los programas alimentarios analizados, **la presencia de DICONSA es la que se asocia con una mayor reducción** a la probabilidad de presentar **carencia alimentaria e inseguridad alimentaria severa.**

*/ Disminución en la cantidad de alimentos, falta de comida y experiencias de hambre



/Falta de comida y experiencias de hambre **26

4. Líneas de acción 2016-2020

Líneas de Acción 2016-2020

1

Reestructura de
Procesos clave
en la operación
de DICONSA

2

Fortalecimiento
de
infraestructura
operativa

3

Estrategia de
cobertura y
focalización

4

Estrategia de
comunicación
social

5

Alianzas
Estratégicas
con sector
público,
privado y social

Medición y Evaluación

Tecnología y Sistemas

5. Impacto Esperado

Impacto Esperado

Entre el personal de DICONSA



DICONSA

- Mayor productividad y eficiencia
- Política de incentivos: crecimiento dentro de la empresa
- Construcción de Plan de carrera
- Rendición de cuentas

Entre los Consejos Comunitarios y Encargados de tiendas



- Mayores ingresos
- Instalaciones de Almacenes y Tiendas dignas
- Cero carencias sociales
- Empoderamiento de los Consejos Comunitarios a través de los proyectos de Responsabilidad Social

Entre la población beneficiaria



- Cobertura del PAR 100% en Localidades Objetivo
- Tiendas dignas
- Servicios complementarios
- Abasto oportuno de alimentos garantizado
- Mejora en sus comunidades con los proyectos socialmente responsables

Entre la población en general



- Seguridad Alimentaria
- Inclusión social
- Disminución de los niveles de pobreza y carencias sociales

REUNIÓN DE TRABAJO CON LA COMISIÓN DE DESARROLLO SOCIAL DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS

DICONSA

Presentación Institucional

Juan Manuel Valle Pereña

Director General

jm.valle@diconsa.gob.mx

 @JuanMValleP

Entrega de apoyos Esquema SINHAMBRE-Prospera

PARTICIPANTES

- DICONSA, S.A. de C.V.
- PROSPERA, *Programa de Inclusión Social*

Facilitan la adquisición de **19 productos alimenticios básicos** a los beneficiarios del Esquema SinHambre a través de puntos de distribución en Tiendas comunitarias, Tiendas Móviles y CABES (Centro de Atención a Beneficiarios).

Composición del Apoyo (mensual)

Prospera	\$470 pesos
SEDESOL	\$88 pesos
DICONSA	\$110 pesos
TOTAL	\$668 pesos

MECÁNICA DE OPERACIÓN

- El apoyo se dispersa en forma bimestral.
- Los productos que puede intercambiar el beneficiario por medio de su tarjeta son: **arroz, aceite, atún, avena, chiles en lata, chocolate en polvo, harina de maíz, harina de trigo, pasta para sopa, café, leche en polvo y líquida, sardina, frijol, lenteja, maíz, soya, amaranto, granola y huevo.**
- A las familias con niños de entre de 0 a 9 años se les entrega un apoyo monetario mensual de 120 pesos por integrante a fin de fortalecer su desarrollo.

RESULTADOS

- Entre enero y diciembre de 2015 DICONSA entregó **3.1 millones de apoyos equivalentes a 4,276 mdp.**
- En promedio **se entregaron apoyos bimestrales a 515,649 beneficiarios.**




Entrega de apoyos Esquema Prospera

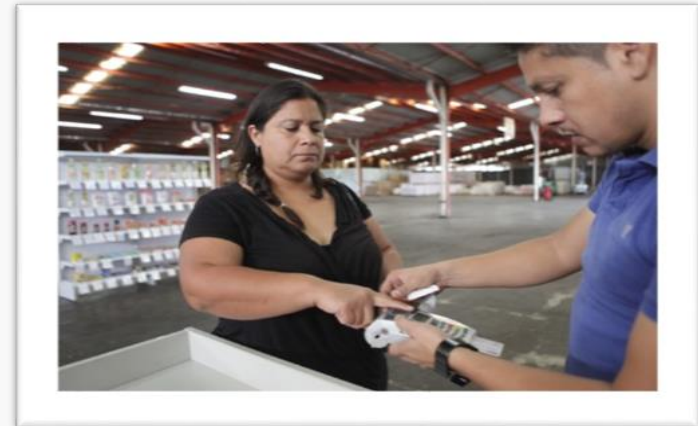


En 2015 a través de **5,432 Tiendas Comunitarias:**

- Se programó la entrega de apoyos bimestrales a **414,214 beneficiarios** en promedio
- Se entregaron apoyos por **4,430 mdp** que corresponden a **2.42 millones de apoyos**



\$900
Monto promedio pagado por beneficiario*



* El monto promedio por beneficiario es variable ya que depende de las Reglas de Operación de Prospera.

Comedores Comunitarios

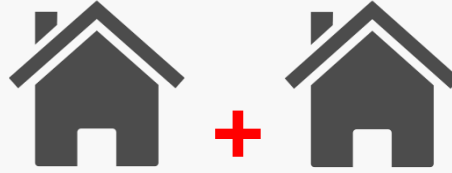
Programa **operado por SEDESOL** en coordinación con **SEDENA, CDI y Diconsa.**

- Al cierre de 2015 había **4,937 comedores abastecidos por DICONSA** ofreciendo **desayunos y comidas** de lunes a viernes.



Objetivo

Apoyar en la Entrega oportuna del equipamiento solicitado.
Abastecer en forma eficiente los alimentos no perecederos solicitados.



DICONSA

Programa Comedores Comunitarios



Mecánica de Operación

Diconsa **compra equipo y/o productos** alimenticios que solicita SEDESOL para la operación de los Comedores.
Diconsa **distribuye el equipo y/o productos alimenticios** a los Comedores.



Principales beneficiarios



Niños, adultos mayores, mujeres embarazadas y mujeres en etapa de lactancia

DICONSA

Focos Ahorradores



En el marco del programa **“Ahórrate una luz”**, coordinado por SENER, a través de la CFE, en coordinación con el FIDE, **Diconsa** :

- Tiene la meta de realizar el canje de 5 focos incandescentes a 8 millones de familias, lo cual se traduce en **40 millones de lámparas ahorradoras** en todo el país.
- Hasta el cierre del mes de febrero de 2016 ha distribuido **17,935,095 lámparas ahorradoras** a nivel nacional.
- Los beneficiarios atendidos **ascienden a 3.2 millones de familias**.

Diconsa apoya tu economía

- 1 Acude a tu tienda comunitaria Diconsa y pregunta si te encuentras en la lista de beneficiarios.
- 2 Entrega tus focos incandescentes*.
- 3 Presenta tu identificación oficial y el recibo de luz**.
- 4 Llévate 5 lámparas ahorradoras ¡gratis!

¡En Diconsa cuidamos la economía de las familias de más bajo ingreso!

DICONSA #ahorraconDiconsa

Objetivo

Apoyar en la distribución y entrega de focos ahorradores del Programa Nacional de Sustitución de Lámparas Incandescentes por fluorescentes compactas.

Participantes



Servicios



Servicios Financieros

- ✓ **Depósitos**
- ✓ **Retiro de efectivo**
- ✓ **Consulta de Saldo**
- ✓ **Pago de teléfono**

Al cierre de año 2015 DICONSA tiene 243 tiendas comunitarias que son corresponsales de BANSEFI, en donde se registraron 15,128 transacciones por 6.1 mdp



Apoyo en contingencias

Capacidad de armado de despensas

Huracán Patricia 2015

En 2015, DICONSA atendió el requerimiento de la Sedesol para la entrega de **6,474 despensas** en los estados de Jalisco, Colima y Nayarit por un monto de **1.9 mdp**.



Servicios

Abasto de leche Liconsa

- Todas las tiendas fijas y móviles DICONSA ofrecen Leche Liconsa en polvo.
- Entre 2012 y 2014 DICONSA ha incrementado las compras de los productos Liconsa en un 100%.
- En 2015 DICONSA compró 970 mdp en productos LICONSA en el 2015, lo cual representa el 15% de la ventas totales de Liconsa.

2,807 tiendas DICONSA operan como puntos de entrega de Leche Subsidiada Liconsa (alrededor del 15% de los beneficiarios de LICONSA son atendidos en tiendas DICONSA).

LICONSA
ABASTO SOCIAL DE LECHE



DICONSA



Servicios complementarios

Orientación al consumo



- Instalación del Comité de Orientación al Consumo
- Implementación de la Campaña “Colores de la Nutrición”
- Modelo y capacitación sobre orientación alimentaria

