



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

Facultad de Contaduría y Administración

LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS Y EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

SEMINARIO DE INVESTIGACION ADMINISTRATIVA

QUE EN OPCION AL GRADO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACION

P R E S E N T A N:

ADRIAN SANCHEZ GOMEZ

LAURA ENEDINA MENDOZA RAMOS

NARCISO ELIAS CARRILLO

Director del Seminario

LIC. JOSE MIGUEL VIDAL ALVAREZ



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 está 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.

LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS

Y EL

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

I N D I C E	Pág.
INTRODUCCION	1
CAPITULO 1	
ANTECEDENTES DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	
1.1. Orígenes del Impuesto en México	4
1.1.1. Principios Constitucionales del Impuesto.	5
1.1.2. Definición de Impuesto	9
1.2. Impuesto General sobre las ventas.	11
1.2.1. Impuesto Monofase	11
1.2.2. Impuesto Plurifase	13
1.3. Antecedentes Internacionales del IVA	15
1.4. Antecedentes del IVA en México	21
1.4.1. Características del IVA	26
CAPITULO 2	
ORGANISMOS GUBERNAMENTALES QUE INTERVIENEN EN LA CREACION, MANEJO Y CONTROL DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	
2.1. Creación	29
2.1.1. Poder Ejecutivo	29
2.1.2. Secretaría de Gobernación	31
2.1.3. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.	33

	Pág.
2.2. Manejo	34
2.2.1. Secretaría de Hacienda y Crédito Público	34
2.2.2. Tesorería de la Federación	36
2.2.3. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.	36
2.2.4. Instituto Nacional del Consumidor	39
2.3. Control	40
2.3.1. Secretaría de Hacienda y Crédito-Público.	40
2.3.2. Secretaría de Comercio y Fomento-Industrial	42
2.3.3. Procuraduría Federal del Consumi-dor.	42

CAPITULO 3

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

3.1. Definición del Problema	46
3.2. Fijación de objetivos	47
3.3. Información Básica Requerida	48
3.4. Guía de Información Secundaria	53
3.5. Determinación del Universo	54
3.6. Determinación de la muestra	55
3.7. Cuestionario piloto	58
3.8. Cuestionario Definitivo	68
3.9. Labor de campo	78
3.10. Tabulación	82
3.10.1. Planeación de la tabulación	82
3.11. Análisis	86
3.12. Informe Escrito	86

CAPITULO 4

ANALISIS E INTERPRETACION DE LA INFORMACION

- | | |
|--------------------------------------|-----|
| 1. Cuadros resúmenes de información. | 88 |
| 2. Análisis de la Información | 134 |

CAPITULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- | | |
|--------------------|-----|
| 1. Conclusiones | 147 |
| 2.-Recomendaciones | 151 |

ANEXOS

Anexo I

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Exposición de Motivos de la Iniciativa de la Ley del Impuesto al Valor Agregado. | 155 |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|

Anexo II

- | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Exposición de Motivos de la Iniciativa de Ley que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones en materia fiscal para 1980. Ley del Impuesto al Valor Agregado. | 164 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

Anexo III

- | | |
|-----------------------------------------------|-----|
| ¿Qué es el Programa Nacional de Alimentación? | 168 |
|-----------------------------------------------|-----|

- | | |
|--------------|-----|
| Bibliografía | 177 |
|--------------|-----|

I N T R O D U C C I O N

Es importante mencionar que la administración es una ciencia social, que contiene un conjunto sistematizado de teorías, conceptos, principios y procedimientos a partir de los cuales se puede analizar y modificar las formas que asume el trabajo colectivo dentro de una organización; y mediante esta investigación se pretende comprobar que el Licenciado en administración es capaz de abordar cualquier problema desde un punto de vista social gracias a su preparación multidisciplinaria y a su inquietud constante por brindar a la comunidad la solución de problemas a través de métodos de fácil comprensión. Así, el sistema de impuestos, que ha sido analizado más frecuentemente desde un punto de vista fiscal y contable, ahora es analizado desde un punto de vista administrativo y de repercusión social.

El presente trabajo trata de mostrar de una forma general los efectos que causa la implantación del IVA y las modificaciones hechas a esta Ley en el año de 1983, y aunque se enfoca principalmente a los alimentos, también se han considerado los demás artículos de primera necesidad que son causantes de este impuesto.

El impacto de tales modificaciones se refleja a través de las reacciones del consumidor y las acciones de aquellos, a quienes incumbe tomar decisiones para llevar a cabo ciertos programas de acción y pugnar por las estrategias que favorecen los intereses económicos de la sociedad.

Como el tema a tratar es un impuesto es posible pensar que la investigación se enfocará al aspecto contable o fiscal, pero lo que se pretende, es tomar en consideración, la opinión de los consumidores, que en última instancia son los más --

afectados, ya que en la comercialización de un pro
ducto son ellos los que pagan finalmente el impues
to.

Y por considerar que puede ser útil para -
todo tipo de persona que desee información acerca-
del IVA, ya sea en sus orígenes, en su manejo o en
su repercusión social; se ha tratado de abordar el
problema de una manera sencilla y sistemática que-
facilitará su estudio y comprensión.

Para lograr el objetivo, que es determinar-
si el I.V.A. repercute en el presupuesto familiar de
las clases media baja y baja, se dividió el traba-
jo en cinco partes:

- El Capítulo 1 presenta un panorama de los
antecedentes del I.V.A., como y dónde surgió, así-
como los efectos que tuvo en varios países.

- En el Capítulo 2 se presenta atención a -
los organismos gubernamentales que intervienen en -
la introducción, manejo y control del I.V.A. So--
bre este punto, se hace una presentación equilibra-
da de cada institución, haciendo un esfuerzo por -
evitar demasiados detalles que excedan al objetivo
de la investigación.

- En los Capítulos 3 y 4 se presenta la in-
vestigación de campo propiamente dicha, para lo -
cual se utilizó una metodología adecuada que permi
tiera trabajar de un modo ordenado, científico y -
objetivo; en virtud de que se trata de una inves--
tigación combinada (teórica y práctica), la metodo
logía puede ser semejante a la de cualquier otra -
investigación en que se aplique el método cientí
fico, por lo cual se agregan definiciones en cada-
título de estos capítulos.

- En el Capítulo 5 se presentan las conclu-

siones; esto es, después de haber hecho el análisis e interpretación de toda la información recabada; vamos a comparar los resultados con el problema planteado para ver de que forma se comprobó, así como los objetivos. En base a esto, se sugieren posibles soluciones a los problemas causados por las modificaciones del I.V.A. en 1983 y mejoras a los sistemas de manejo y control utilizados por las instituciones gubernamentales en relación a los productos de primera necesidad.

-Al término del trabajo se encuentran los anexos que servirán como complemento de la investigación.

CAPITULO 1

ANTECEDENTES DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Es considerable la cantidad de personas que conocen el Impuesto al Valor Agregado, porque en todas las operaciones comerciales que realizan tienen que pagarlo, pero son muy pocas las que tienen conocimiento de las causas que motivaron la implantación de este impuesto así como los orígenes y perspectivas a nivel mundial.

Pensando en esto y considerando que las personas que tengan acceso a la lectura de este documento necesitan una guía que los oriente e introduzca en ella, para una mejor comprensión de los objetivos y contenido general se presenta un panorama de los antecedentes generales del I.V.A.

1.1.- ORIGENES DEL IMPUESTO EN MEXICO

En México como en todos los países del mundo, el Estado funge como creador de bienes y servicios para la población; pero para poder llevarlos a cabo, es necesario, que cuente con recursos propios.

Los ingresos públicos del Estado se clasifican en dos grupos:

a) Ingresos ordinarios; y b) Ingresos extraordinarios.

a) Los ingresos ordinarios son aquellos que legalmente percibe el fisco en forma regular, renovándose en el presupuesto fiscal de cada año y que se destina a cubrir los gastos públicos de la Federación, de los Estados y de los Municipios.

Estos ingresos son los que normalmente se -

destinan a cubrir el presupuesto y están comprendidos en las previsiones presupuestales de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Los impuestos pertenecen a esta categoría de ingresos ordinarios, así como los derechos, productos y aprovechamientos.

- b) Los ingresos extraordinarios son aquellos - que se perciben cuando existen circunstancias anormales o irregulares que obligan al Estado a imponerlas. (1)

1.1.1.- PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES DEL IMPUESTO

Los principios constitucionales de los impuestos son aquellas normas establecidas en la Constitución general de la República y siendo esta la Ley fundamental del país, a sus principios debe sujetarse toda la actividad tributaria del Estado.

Los principios Constitucionales pueden dividirse en tres grupos principales que son:

- 1.- Principios derivados de los preceptos Constitucionales que garantizan determinados derechos fundamentales del individuo que no pueden ser violados o coartados por la actividad impositiva del Estado. (2)

- a) La actividad tributaria del Estado no debe impedir o coartar el ejercicio de los derechos individuales reconocidos por la Constitución.

(1) Serra Rojas Andres; Derecho Administrativo Novena edición; Editorial Porrúa, S.A.

(2) Flores Zavala Ernesto; Elementos de Finanzas - Públicas Mexicanas; Cuarta Edición Ed. Porrúa. S.A.

- b) A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad solo podrá vedarse por determinación judicial, cuando se ataquen los derechos de terceros o por resolución gubernamental dictada en los términos que marca la Ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo sino por resolución judicial.
- c) Las leyes tributarias no deben gravar a una o varias personas individualmente determinadas. El gravámen se debe establecer en tal forma, que cualquier persona cuya situación coincida con la señalada en la ley, como hecho generador del crédito fiscal puede ser sujeto del impuesto.
- d) Las resoluciones en materia fiscal, se deben dictar por escrito, por autoridad competente y con expresión de los fundamentos de hecho y derecho en que se basen, los que se harán del conocimiento de los interesados.
- e) No se considerará como confiscación de bienes, la aplicación total o parcial de los bienes de una persona hecha por la autoridad judicial para el pago de impuestos o multas, ni el decomiso de los bienes en caso de enriquecimiento ilícito.
- f) Quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas y las excenciones de impuestos en los términos que fijan las leyes.

- g) La ley castigará severamente y las autoridades castigarán con eficiencia toda concentración de artículos de consumo necesario y que tengan por objeto obtener el alza de los precios en perjuicio del consumidor.
- h) Son obligaciones de los mexicanos, contribuir para los gastos públicos, así de la Federación como del Estado y municipio en que residan, de la manera proporcional y equitativa que dispongan las leyes. (3)

2.- Principios derivados de la organización política de los Estados Unidos Mexicanos. (4)

- a) Todas las personas que tienen capacidad contributiva no se exige que paguen todos los impuestos establecidos por el Estado, sino únicamente que pague cada quién algún impuesto de acuerdo a sus percepciones.
- b) La determinación del crédito fiscal es simplemente un proceso de Ejecución de la Ley que corresponde al poder Ejecutivo.
- c) Si bien, las Leyes Fiscales por ser de interés público pueden retraerse, y es legítima facultad del Estado cambiar las bases de la Constitución, la justicia de tal retroactividad solo pueden entenderse en el sentido de que los contribuyentes no pueden alegar que han adquirido

(3) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Arts. 5,13,14,16. Año 1983.

(4) Ibid.

el derecho de pagar el mismo impuesto - que afecta su patrimonio.

- d) Son facultades del congreso imponer las contribuciones necesarias a cubrir el presupuesto.
 - e) Son facultades de la Cámara de Diputados discutir las contribuciones que, a su juicio, deben decretarse para cubrir el presupuesto de egresos de la Federación.
- (5)

3.- Principios de política económica que por haberse considerado fundamentales fueron establecidos en la Constitución. (6)

- a) Los impuestos gravan generalmente el resultado de las actividades, profesionales, comerciales, industriales o de simple trabajo de los individuos, pero es la propia Constitución la que impone la obligación de pagar impuestos de manera que su cobro, en tanto se haga dentro de los lineamientos que la Constitución ha señalado no significará violación alguna a este precepto.
- b) En materia tributaria se calculará un impuesto, sobre un producto elaborado exclusivamente por determinada persona o por determinado grupo de personas; además que se establece un gravámen sobre la super rentas o exceso de capitales.

(5) Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Arts. 31 y 74. Año 1983.

(6) Ibid.

- c) Son facultades del Congreso establecer - las contribuciones para cubrir el presupuesto de la Federación.
- d) Es facultad privativa de la Federación - gravar las mercancías que se importen o exporten, o que pasen de tránsito por el territorio nacional. (7)

De acuerdo a estos principios podemos decir que la Constitución faculta al Estado para fijar - los impuestos a la población, siempre y cuando no viole los derechos individuales, teniendo la facultad de castigar, ya sea imponiendo multas y aún - con la cárcel a aquellos sujetos que no cumplan - con el pago de los impuestos determinados.

1.1.2.- DEFINICION DEL IMPUESTO

"Son impuestos las prestaciones en dinero - o en especie, que el Estado fija unilateralmente y con carácter obligatorio a todos aquellos indivi-- duos cuya situación coincida con la que la ley se-- ñala como hecho del crédito fiscal". (8)

1.1.3.- CLASIFICACION DE LOS IMPUESTOS

Existen dos criterios para clasificar los- impuestos: a) el que se basa en la repercusión y - el llamado. b) Administrativo.

a) Conforme al criterio de la repercusión, - los impuestos directos son aquellos, donde quien - paga verdaderamente el impuesto es el contribuyen- te, confundién dose las calidades del sujeto pasivo y el pagador; su ejemplo lo tenemos en el impuesto

(7) Constitución Política de los Estados Unidos Me- xicanos. Art. 131. Año 1983.

(8) Código Fiscal de la Federación. Artículo 2o. - Año 1983.

sobre la renta y el impuesto predial.

Los impuestos directos pueden clasificarse a su vez en personales y reales.

Los impuestos personales toman en consideración a las personas que tienen el carácter de sujetos pasivos; por ejemplo, el impuesto sobre herencias y legados.

Los impuestos reales, son los que recaen sobre la cosa que es objeto de gravamen, sin considerar al propietario de ella, el cual es sujeto del impuesto; tal es el caso del impuesto predial.

De acuerdo con el criterio de repercusión, el impuesto indirecto no grava al verdadero contribuyente, sino que lo grava por repercusión, las calidades de sujeto y pagador son distintas.

b) El criterio administrativo, considera que los impuestos directos, son aquellos en los que la carga fiscal recae sobre las personas, la posición o el disfrute de la riqueza; estos impuestos gravan situaciones normales y permanentes y se consideran más o menos estables, pudiéndose percibir mediante listados nominativos de causantes.

En este criterio, los impuestos indirectos se perciben con motivo de un hecho, de un acto; no pueden formarse listas nominativas de contribuyentes.

Los impuestos indirectos, se clasifican en dos categorías:

a) Los impuestos sobre los actos, como los impuestos de importación y de exportación; b) los impuestos sobre los consumos, los que gravan la producción o las transferencias.

1.2.- IMPUESTO GENERAL SOBRE LAS VENTAS

Al hablar de impuesto general sobre las ventas nos referimos a aquel que grava a cada una de las fases del proceso productivo, distributivo de los bienes y servicios, y dentro del marco de la anterior clasificación de los impuestos, podemos encuadrarlo como un impuesto indirecto al consumo.

El impuesto general sobre las ventas o impuestos al consumo puede asumir diversas modalidades, que pueden apreciarse en el siguiente cuadro:

IMPUESTO GENERAL SOBRE LAS VENTAS	IMPUESTO MONO- FASE	a) Impuesto a nivel Pro <u>ductor</u>
		b) Impuesto a nivel Ma <u>yorista</u> .
		c) Impuesto a nivel Menu <u>deo</u>
IMPUESTO PLURI FASE	a) Impuesto Plurifásico Acumulativo.	
	b) Impuesto Plurifásico No Acumulativo.	

1.2.1.- IMPUESTO MONOFASE

Consiste en tasar uniformemente todos los productos en una determinada fase del ciclo productivo y distributivo.

Entre las ventajas de este sistema se encuentran la posibilidad de conceder una exención total a las exportaciones, gravar todos los productos con una tasa uniforme; ofrecer una cierta transparencia de la carga fiscal para el contribuyente; mayor posibilidad de control de parte de la administración pública, ya que reduce el número de contribuyentes y limita a una sola la fase impositiva.

La aplicación de este tipo de impuestos presenta un gran problema; el de la selección de la fase a gravar dentro del proceso productivo-distributivo; y dentro de cada fase las siguientes ventajas y desventajas:

a) Impuesto a Nivel Productor

La ventaja que puede desprenderse de un impuesto aplicado a nivel productor es una facilidad de control, ya que realmente serían pocos los causantes; sin embargo, parece que sus desventajas son mayores. En primer lugar, la base gravable es bastante vulnerable, ya que el productor o importador puede manipular fácilmente los productos que elabora.

El valor agregado es bajo, sobre todo si consideramos que en nuestro país el mayor valor agregado tiene lugar en la etapa de comercialización y no en la producción. Por lo tanto, si se establece un impuesto al consumo en esta etapa, la recaudación sería baja, a no ser que se establecieran tasas altas, lo cual induciría a la evasión.

b) Impuesto a Nivel Mayorista

Esta imposición sería en la etapa intermedia, pero resulta difícil la identificación de la etapa en que se pretende gravar, ya que si bien en gran parte de los productos se da una etapa de mayoreo, en otros simplemente no existe o es difícil su determinación.

c) Impuesto a Nivel Menudeo

La tercera posibilidad de gravar el consumo

sería en la etapa final, que es la correspondiente a las ventas del comerciante minorista al consumidor final. Esta forma de aplicación facilita la identificación de la etapa que se desea gravar, la base de imposición sería el precio total del bien y el valor generado en el máximo que se puede lograr el proceso económico, y el costo financiero que representa para el causante el pago del impuesto prácticamente no existe, ya que se traslada al comprador de los bienes; todas estas circunstancias aún con tasas bajas. Sin embargo tiene por inconveniente que habría un alto número de causantes lo que dificulta las labores de control.

1.2.2.- IMPUESTO PLURIFASE

Es el que se aplica en todas las etapas del proceso económico y ofrece mayores ventajas que los gravámenes de una sola etapa, pues no presentan dificultades para determinar la base gravable del impuesto, ya que estaría representada por el valor del bien en cada etapa. De evadirse el pago del impuesto, la pérdida fiscal no sería muy grande, ya que sólo sería el correspondiente a esa etapa; el costo financiero para el causante no existe dado que lo que paga se traslada en el mismo período.

Los impuestos de etapa múltiple, pueden tener dos modalidades diferentes: una es la aplicación con acumulación de la carga conocidos como impuestos en cascada (ISIM) y la otra de aplicación sin acumulación o impuestos tipo valor agregado (I.V.A.)

a) Impuesto Plurifásico Acumulativo

En principio, este tipo de impuesto permite un alto rendimiento fiscal, no obstante que

la tasa sea baja, esto se explica por el - universo de causantes que es muy amplio y - los conceptos de imposición también, máxime que se causa en cada una de las operaciones sobre el valor total del bien y en un país - como el nuestro en que el proceso de comer - cialización es muy amplio, la recaudación - es comparación con otros gravámenes es impor - tante.

En cuanto a la administración de este tipo - de impuesto se dice que es relativamente - fácil y desde el punto de vista histórico, -- son los que surgieron inmediatamente después de los impuestos de etapa única.

Cabe señalar que casi todos los países que - ahora tienen un impuesto tipo valor agregado, aplicaron por varios años gravámenes de tipo acumulativo. Sin embargo, el hecho de que - el impuesto en una etapa forma parte de la - base gravable en el siguiente, origina los - siguientes efectos:

- a) Incrementos en los precios.
- b) Falta de neutralidad
- c) Dificultades para desgravar los productos que se exportan.
- d) Dificultades administrativas.

b) Impuesto Plurifásico No Acumulativo

El impuesto que grava las etapas del proceso económico sin tener efectos acumulativos, es el impuesto plurifásico no acumulativo; se - aplica en cada etapa del proceso de produc - ción y comercialización de los bienes sobre - la parte del valor que se les agrega. No - tiene efectos acumulativos porque incide só - lo sobre el valor añadido en cada etapa, y - el impuesto causado en la etapa anterior no -

forma parte de la base imponible del impuesto.

Al no darse efecto acumulativo y al incidir el impuesto sólo sobre el valor generado, - se le da racionalidad al sistema, facilita el control de los causantes y permite a su vez el cálculo del impuesto a devolver tratándose de la exención a las exportaciones.

1.3.- ANTECEDENTES INTERNACIONALES DEL I.V.A.

El impuesto al valor agregado surge en 1919, cuando Frederik Von Siemens, crea la premisa de - que el pago de un impuesto puede estar fraccionado en tantas partes como el número de etapas por las que tiene que pasar el bien, hasta su llegada al - consumidor final.

En diferentes países como Alemania, Francia, Bélgica e Italia, la recaudación obtenida por el - I.V.A. es el renglón más importante de su tributación; mientras que en Suiza, Noruega, Gran Bretaña y Suecia, han encaminado sus impuestos al volumen del negocio, gravando principalmente los artículos de lujo, ya que su objetivo fiscal es lograr - que tributen más los que perciben mayores rentas.

El auge del impuesto al valor agregado se - debió fundamentalmente a que en el tratado de Roma, por el cual se creó la Comunidad Económica Europea (CEE), previó la adopción por los primeros seis - países integrantes (Bélgica, Francia, Alemania, - Italia, Luxemburgo, y Holanda), de un sistema común de impuestos indirectos particularmente en los

(9) Cesar y Cosciani. El Impuesto al Valor Agregado. Ediciones de Palma Buenos Aires.

intercambios comerciales.

La C.E.E. decidió que el Impuesto al Valor Agregado ofrecía el mayor número de soluciones satisfactorias al desarrollo del intercambio comercial.

A continuación se mencionan sucesos ocurridos en la implantación de este impuesto en tres de los países miembros de la C.E.E.

a) FRANCIA

El impuesto a la cifra de los negocios nace en Francia en 1919, el cual es reemplazado por una serie de impuestos específicos a la producción y al consumo, como el denominado "Impuesto a la producción" o "Suspensión -- del Impuesto", el cual liberaba del pago de éste a las operaciones realizadas intercompañías; siempre y cuando la materia prima fuera incorporada en el proceso de producción siguiente.

En 1948 fué sustituido por el sistema de Pagos Fraccionados, hoy conocido como impuesto al valor agregado, con el cual se aceleró el ingreso a las cajas del tesoro y tenía como característica principal que permitía las deducciones con separación de un mes cuando menos. En 1954-55 aparece en Francia y por primera ocasión en Europa el I.V.A., hasta la etapa del mayorista, aplicándose al comercio al menudeo la "Taxe Locale" y la "Taxe Seir les Prestations de Services" con la alternativa de optar por uno y otro gravámen; conjuntamente nace la deducción financiera, o sea, se autorizó a las empresas a deducir de sus obligaciones fiscales el impuesto pagado por sus oferentes, afectando a materia prima, bienes de --

capital y bienes considerados como gastos - fijos; poco después se permitió introducir a este régimen el precio de los servicios.

Debido a los resultados sorprendentes de este sistema, el cual llegó a significar el 10% del producto nacional bruto, se estudiaron varios proyectos en los que se trataba de introducir este impuesto hasta la etapa del comercio al menudeo, cuidando los márgenes de utilidad existentes.

El 1° de febrero de 1968, después de haber sido rechazado por el Senado en dos ocasiones y después de abrogar 13 diversas legislaciones, inicia su vigencia el Impuesto al Valor Agregado hasta la etapa del consumidor final.

b) INGLATERRA

En 1940 es creado el "Purchase Tax", el cual tiene como característica ser monofásico, siendo sujetos de este impuesto el industrial y el comerciante mayorista, donde se definía a la actividad industrial como toda aquella relacionada con la fabricación, transformación o extracción de un producto, y comerciante como toda persona que tenga un negocio de compraventa de mercancías, las cuales a su vez vende o las utiliza como materia prima para la fabricación de otras mercancías.

Siempre que se comprara para revender se tenía establecida la obligación del vendedor de señalar en la factura el monto del impuesto causado, cuando el comerciante mayorista enajenaba la mercancía al consumidor o a los comerciantes minoristas, se tenía la libertad de elegir quién pagaría el im-

puesto, esta elección se definía al trasladar en forma expresa el impuesto causado con motivo de la operación.

Dentro de este gravámen se encuentran exentos artículos de primera necesidad y culturales (medicinas, alimentos, estufas, libros, revistas, etc.).

La Dirección de Aduanas y de Impuestos Especiales en Inglaterra, es quien lleva el control de registros de industriales y comerciantes mayoristas, así como de sus transacciones comerciales.

Inglaterra al ser miembro de la Comunidad Económica Europea adopta el sistema de valor agregado conocido como Value Addet Tax en 1973.

c) ALEMANIA

Tradicionalmente se aplicaba el "Impuesto Sobre Ventas" al total del ingreso bruto en cada transacción comercial, la recaudación que en esa época alcanzaba el impuesto en cascada era de un 33% de la recaudación total, por lo que para poder implantar el Impuesto al Valor Agregado fué necesario un estudio profundo para que no disminuyera la recaudación. Para este estudio fué indispensable una larga discusión sobre el tema con más de 80 organizaciones del sector privado y se procedió a realizar un ensayo con las 40 empresas más importantes del país, antes de enviarse al parlamento. El 1o. de enero de 1968 entra en vigor el nuevo sistema impositivo sobre las ventas y servicios.

A partir de 1954, cuando aparece por primera

vez en el mundo el I.V.A.; con el propósito de mejorar su estructura y dar mayor impulso a la recaudación, un grán número de países de Europa, Asia, Africa y América, han adoptado bajo distintas denominaciones, el Impuesto al Valor Agregado.

Algunos de estos países son los especificados en la tabla 1.

PAISES QUE HAN ADOPTADO EL I.V.A.

<u>PAIS</u>	<u>AÑO</u>	<u>TASA</u>
Francia	1954	17.6 %
Costa de Marfil	1960	15 %
Marruecos	1962	15 %
Senegal	1966	9 %
Brasil	1967	20 %
Dinamarca	1967	15 %
Costa Rica	1967	8 %
Suecia	1968	17.1 %
Alemania	1968	12 %
Rep. Malgache	1969	12 %
Holanda	1969	18 %
Noruega	1969	20 %
Ecuador	1970	5 %
Luxemburgo	1970	10 %
Bélgica	1971	18 %
Bolivia	1972	5 %
Austria	1973	18 %
Irlanda	1973	20 %
Italia	1973	14 %
Reino Unido	1973	8 %
Honúras	1973	3 %
Colombia	1974	15 %
Chile	1975	10 %
Argentina	1976	16 %
Perú	1976	10 %
España	1979	10 %

TABLA 1

1.4.- ANTECEDENTES DEL I.V.A. EN MEXICO

Desde 1925 se ha tratado de solucionar el problema de la múltiple acumulación impositiva en nuestro país, creándose así la primera Convención Nacional Fiscal; siete años después en 1932 se nombró una Segunda Convención en la cual se llegaron a conclusiones que por diferentes motivos no pudieron ponerse en práctica.

En 1931, surge el Impuesto a la Compraventa Civil y Mercantil el cual está incorporado a la Ley General del Timbre; este nuevo impuesto acarrea dificultades, como es el pago que tenían que efectuar los comerciantes mediante la adhesión y cancelación de estampillas en los documentos de cada operación efectuada, ya que debido a la organización del país en donde la Federación, Entidades Federativas y Municipios, están facultados para gravar el comercio y a la industria, existía una duplicidad de gravámenes. Este impuesto en su aspecto mercantil fué derogado en 1947.

La Tercera Convención Nacional Fiscal fué convocada por la Confederación Nacional de Cámaras de Comercio en el año de 1947; se tenía la idea fundamental de implantar un Impuesto General sobre las Ventas de consumo, éste consistía en un impuesto de una o varias etapas en el que el intercambio de mercancías entre comerciantes e industriales fuera desgravado, recayendo en el consumidor final la carga fiscal.

Cabe mencionar que en esa época en Francia se estaba llevando a cabo un estudio para la implantación de un impuesto con las características del impuesto General sobre Ventas de Consumo y que finalmente fué implantado dándose a conocer como Impuesto al Valor agregado (1954).

El Gobierno Federal de nuestro país llegó a la conclusión de que la etapa por la que pasaba -

México no permitía la implantación de un sistema con estas características, por lo que surgió un impuesto basado sobre ingresos en función de las ventas comerciales al que se le llamó Impuesto Federal Sobre Ingresos Mercantiles, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 31 de diciembre de 1947. Con dicho impuesto se trató de gravar a un grupo más amplio de actividades económicas; gravaba todas las enajenaciones de bienes y prestación de servicios sin descontar lo previamente gravado, produciendo un efecto acumulativo y ocasionalmente un desequilibrio, ya que los artículos de mayor número de fases productivas son los que resienten una carga fiscal más alta.

La ley ha sufrido innumerables reformas entre las que se destaca la de 1971, en que se estableció la tasa especial del 10%, con el propósito de igualar la carga fiscal de productos de consumo necesario con la de ciertos productos suntuarios, que por sus pocas etapas de comercialización resultaban menos gravados que aquellos que tienen un proceso de comercialización más largo. La tasa especial del 10% se considera equivalente a la tasa general del 3% que en esa época fungía; en 1973 nace la tasa del 4% en 1974 nacen las tasas especiales del 5%, 15%, y 30%, y finalmente, en el año de 1978, nace la tasa especial del 7%.

En 1968 la Secretaría de Hacienda y Crédito Público expresó la necesidad de cambiar este impuesto en cascada por lo que se estudiaron diversas alternativas para la imposición de un impuesto adecuado al desarrollo económico, desechándose los impuestos en una sola etapa, ya que implicaba un aumento de tasa respecto al impuesto en cascada y se le consideraba desfavorable para el consumidor; por lo que se decidió que el método a adoptar era el anteproyecto de Ley del Impuesto Federal Sobre Ingresos, Tributo semejante al del Impuesto al Valor Agregado.

Dentro del texto del mismo se establecen - gravámenes con características diferentes como es el 1% sobre remuneraciones pagadas y parte del Impuesto del Timbre que resultaron una desviación - del objetivo principal. En 1969 aparece un nuevo proyecto, el cual dadas las situaciones que prevalecían en la coordinación entre la Federación y los Estados, no fué posible implantar. (10)

A partir de entonces se han superado las - circunstancias adversas que impedían la implanta- ción de un impuesto con estas características, has ta darse a conocer en el período presidencial de - 1976-1982; siendo Presidente de la República el - Lic. José López Portillo, la exposición de motivos del I.V.A. en donde se explicaba detalladamente el funcionamiento del I.V.A. (Texto íntegro en el ane- xo I). Este documento fué aprobado y el 29 de di- ciembre de 1978 se publicó la Ley del I.V.A. en el Diario Oficial de la Federación.

A partir de entonces el I.V.A. ha venido - adoptando cambios anuales siendo los más importan- tes los siguientes:

En 1979, el Presidente López Portillo da a- conocer la "Exposición de motivos de la iniciativa de la ley que reforma, adiciona y deroga diversas disposiciones en materia fiscal para 1980 Ley del I.V.A.". En donde se realizan cambios para evitar abusos ó evasiones por parte de los comerciantes. (Texto íntegro en el Anexo II).

El 1o. de enero de 1980 entra en vigor la - Ley del I.V.A. en donde su recaudación alcanzó los \$115,000 millones, superando la cifra esperada de \$85,000 millones y en \$23,000 millones lo captado-

(10) Halgraves Cerda Arturo. El Impuesto al Valor Agregado. U.N.A.M. 1980.

por el ISIM en 1979 que fuera de \$62,000 millones. En el primer año de regir este nuevo impuesto en México, tuvo una tasa general del 10%, una para franjas fronterizas del 6% y productos exentos de su pago, sin embargo la población en general estaba inconforme, ya que pagaba el impuesto en alimentos enlatados o empaquetados, en medicinas, ropa y calzado.

Como respuestas a las inquietudes populares, el martes 30 de diciembre de 1980, la Ley del I.V.A. se modifica, desgravando de su pago a todos los artículos comestibles, a excepción de los que se consumen en el lugar donde se elaboran, esta entraría en vigor a partir del 1o. de Enero de 1981, los ingresos del Estado por concepto del I.V.A. fué de \$157,000 millones. Tal decisión fué acogida con júbilo por la opinión pública y por la población en general como se observa a continuación:

"Una de las sorpresas de año nuevo ha sido sin duda la supresión del I.V.A. a los alimentos, que como ahora se maneja, no es sacrificio fiscal sino justicia social..." (11)

Así llegamos al año 1982, en donde el ingreso captado fué de \$389,213 millones de pesos, pero donde las peticiones de exención también aumentaban, como lo expresa uno de los principales diarios de México:

"Trascendió ayer en medios oficiales y sindicales que el Gobierno Federal y el Congreso del Trabajo está a punto de llegar a un acuerdo para que no se aplique el I.V.A. a los productos básicos comercializados en tiendas o centros de consumo popular" (12)

(11) El Sol de México. 16 Enero 1981

(12) El Sol de México. 12 Agosto 1982.

Para el primero de Diciembre de 1982 y de acuerdo a lo establecido por la Constitución, el Presidente electo Miguel de la Madrid, toma posesión como Presidente Constitucional y da a conocer, que una de sus políticas, será que pague más el que mayores ingresos tenga. (13)

En base a esto, el 31 de Diciembre de 1982, se modifica la Ley del I.V.A. en su tasa general aumentando del 10% al 15%, disminuyendo la tasa de las medicinas al 6% y volviendo a gravarse en un 6% a los alimentos enlatados o empaquetados, además de una tarifa máxima del 20% para gravar a productos considerados como suntuosos. (14)

La Ley de Ingresos de la Federación para el ejercicio fiscal de 1983, en su artículo primero establece, que la Federación percibirá por concepto de impuesto 2,012,804 millones de pesos, y se advierte que el ingreso mayor lo origina el I.V.A. con 813,456 millones de pesos, seguido por el Impuesto Sobre la Renta con 580,907 millones de pesos.

Las modificaciones hechas en el presente año han causado desconcierto y con ello ha traído una disminución en la captación esperada, que la podemos resumir en el siguiente comentario de prensa.

"Como las expresiones de las teogonías son más fáciles en el plano material, pensamos que la vía fiscal, la exacción unilateral grita su significado. El gobierno del país hizo cuentas alegres, vió los incrementos de impuestos, el I.V.A. concretamente, como panacea indiscutible para sortear los días negros y encomendó a las clases -

(13) El Sol de México. 16-Enero-1981

(14) Diario Oficial de la Federación. 31-Diciembre 1982.

medias el indecible sacrificio.

Pero un sector empobrecido, tiende a dejar de gastar, y por lo tanto, a desplomar su base fiscal. Resultado: Menos impuestos - menos ingresos. La ambición rompe cualquier saco... incluso el saco fiscal" (15)

1.4.1. CARACTERISTICAS DEL I.V.A.

Por valor agregado de la producción de un dado sector económico, se entiende el valor que tal sector añade a la producción precedente empleada en el proceso productivo.

Desde el punto de vista económico, el Impuesto al Valor Agregado que es el gravámen que corresponde al valor que se genera o agrega en el acto o actividad realizada por una persona en cada etapa de la actividad económica.

Podemos decir que el Impuesto al Valor Agregado, es un impuesto indirecto al consumo, Plurifásico No Acumulativo. En cuatro años que tiene de regir el I.V.A. en México (1980-1983), se ha nutrido de sugerencias y experiencias, tanto de gente especializada como de la opinión popular, pero aún conserva en esencia sus características que son: - (16)

- a) Impuestos a las Ventas: Grava el ingreso total que se genera por la enajenación, arrendamiento e importación de bienes o por la prestación de servicios.
- b) Es indirecto: Por que no afecta el patrimonio de quien lo paga, esto es, los sujetos del impuesto no absorben éste -

(15) Excelsior. 4-Febrero-1983

(16) Guía del Exportador Mexicano. J.M.C.E.

"El I.V.A. en las operaciones de Comercio Exterior"

como un gasto, sino que el impuesto causado lo repercuten en forma expresa a los consumidores de los bienes o servicios. El consumidor siempre está en posibilidad de conocer y cuantificar el importe exacto del impuesto que se le traslada.

- c) De carácter general: Grava todos los bienes o servicios, menos los que están expresamente incluidos en alguna exención.
- d) Plurifásico: Porque grava todas las fases del proceso económico, o sea la producción y comercialización de bienes y servicios.
- e) No Acumulativo: Por la posibilidad de deducir el impuesto causado en la etapa anterior, sólo grava el valor que se agrega en cada fase sin incluir el propio impuesto, con lo que se evita el efecto acumulativo o en cascada.
- f) Neutral: Iguala a la carga fiscal de bienes o productos similares, independientemente del número de etapas por las que haya pasado en su proceso de producción-distribución.
- g) Preciso en el monto de los impuestos indirectos a devolver en exportación: Por que permite que se cuantifique con toda exactitud el monto del impuesto incorporado a los bienes o servicios en cualquier etapa que se desee.
- h) Desalienta y dificulta la evasión: Por el encadenamiento de la documentación,

comprobatorias de las operaciones realizadas en las diversas etapas del proceso producción distribución, lo que se traduce, en autocontrol entre contribuyentes.

CAPITULO 2

ORGANISMOS GUBERNAMENTALES QUE INTERVIENEN
EN LA CREACION. MANEJO Y CONTROL DEL - - - -
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.

Es importante mencionar y aclarar que el -
I.V.A. ha tenido tres etapas y en cada una de ellas
intervienen diversos organismos gubernamentales -
con el fin de hacerlo del conocimiento y uso de -
toda la población, puesto que es un impuesto fede-
ral.

2.1.- CREACION

Es cuando en México después de varios estu-
dios se decidió establecer un impuesto indirecto -
al consumo, plurifase no acumulativo (cap. 1), y -
si bien es cierto que en varios países ya había si-
do implantado, habría que adaptarlo a las necesida-
des de nuestro país. De tal forma que para esta -
etapa intervinieron los siguientes organismos gu-
bernamentales.

2.1.1. Poder Ejecutivo

"Nuestra Constitución expresa en su artícu-
lo 31, fracción IV, que es obligación de los mexi-
canos contribuir al gasto público de la Federación,
como de los Estados y Municipios en que residen, -
de la manera proporcional y equitativa que dispon-
gan las leyes. En los artículos 65, fracción II,-
y 73, fracción VII, la misma Constitución estable-
ce que durante el período ordinario de sesiones, -
el Congreso de la Unión deberá discutir y aprobar
las contribuciones que basten para cubrir el presu-
puesto.

De acuerdo con nuestra Constitución artícu-
lo 71, el derecho de iniciar leyes o decretos en -

materia federal compete:

- I Al Presidente de la República:
- II A los Diputados y Senadores, al Congreso de la Unión; y
- III A las Legislaturas de los Estados.

En el artículo 89, fracción I de la Constitución se precisa como facultades del Presidente - de la República, las de promulgar y ejecutar las leyes que expida el Congreso de la Unión.

De acuerdo con el artículo 72 de la Constitución, todo proyecto sobre contribuciones deberá presentarse, en primer término, ante la Cámara de Diputados; si ésta lo aprueba, pasará para su discusión a la Cámara de Senadores; para conocer en - segundo término, aprobado por dicha Cámara, se remitirá al Ejecutivo para que, si no tuviera obser- vaciones que hacer, lo publique de inmediato, para que entre en vigor.

Si el proyecto de Ley o Decreto es desecha- do en todo o en parte por el ejecutivo, en uso del derecho denominado veto, será devuelto con sus ob- servaciones a la Cámara de Diputados. Si el Decre- to fuese nuevamente aprobado por una mayoría repre- sentada por las dos terceras partes de los votos - totales, pasará a la Cámara de Senadores, y si ésta lo aprueba también por idéntico margen de votos, - se enviará al Ejecutivo para que lo promulgue. En este caso, aún cuando el Ejecutivo no estuviere de acuerdo con el proyecto, ya no puede oponerse a su promulgación". (1)

La promulgación es el acto del Ejecutivo - por el que declara que el proceso legislativo quedó formalmente realizado. Sólo será ejecutable la-

(1) Margain M. Emilio. Introducción al Derecho. Tributario Mexicano. Ed. Universitaria Potosi- na 3a. ed. pp. 48

Ley que ha sido debidamente promulgada y publicada.

Por las mencionadas facultades que le otorgó la Constitución, el Lic. José López Portillo, Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos en el sexenio 1976-1982, expuso los motivos de la iniciativa de la Ley del Impuesto al Valor Agregado. (texto íntegro en el anexo I).

Así mismo el 31 de diciembre de 1982, siendo Presidente el Lic. Miguel de la Madrid Hurtado y en uso de las facultades que le confiere su cargo, expide un decreto que modifica algunos artículos de la Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Dichas modificaciones fueron publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 1982, para su observancia en el año de 1983, correspondiente al capítulo de la Secretaría Hacienda y Crédito Público.

Artículo Septimo.- Se reforman los artículos 1o. en su segundo párrafo, 2o en su último párrafo de la propia fracción primera inciso b) y último párrafo de la propia fracción primera inciso b), y último párrafo de la propia fracción I, 3o. según párrafo, 4o. primer párrafo, 9o. fracción VIII, 12o. segundo y tercer párrafos, fracción XII, inciso e), y XIV y 35 fracción II de la Ley del Impuesto al Valor Agregado; se DEROGAN las fracciones I, II y XV, del artículo 15 de la citada Ley, y se adicionan los artículos 2o. B., 2o. C, 32 con un último párrafo y 35 A, de y a la propia Ley.

2.1.2. Secretaría de Gobernación.

Una vez que el Presidente de la República ha aprobado el proyecto, ordena su publicación en el órgano oficial denominado "Diario Oficial de la Federación", para el efecto de que sea conocido y entre en vigor.

Con respecto a la publicación, se ha hecho la siguiente observación: "El artículo 80. del Código Fiscal de la Federación expresa en su primer párrafo que: "Las leyes y demás disposiciones, de orden hacendario, previamente a su publicación, deberán someterse al refrendo del secretario de Hacienda y Crédito Público. Sin este requisito la publicación no tendrá eficacia", o sea, que todo lo que puede verse sobre materia fiscal debe ir sancionado por el Secretario de Hacienda.

La Secretaría de Gobernación además de ser el órgano de relación entre el poder ejecutivo y los otros dos poderes federales, tiene como facultades principales, la iniciativa y publicación de las Leyes y Decretos que expidan el Congreso de la Unión, algunas de las Cámaras o el Presidente de la República.

La Constitución establece en el artículo 65, fracción II, que el congreso durante su periodo ordinario de sesiones examinará, discutirá y aprobará el presupuesto del año fiscal siguiente y decretará los impuestos necesarios para cubrirlo. De esta norma se puede concluir que la vigencia constitucional de la Ley Fiscal es de un año.

El artículo 70. del Código fiscal de la Federación establece: las leyes y demás disposiciones fiscales de carácter general, entrarán en vigor en toda la República el décimo quinto día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial, salvo en ellas se establezca una vigencia distinta con tal de que la publicación haya sido anterior. En los plazos sobre vigencia de leyes y demás disposiciones a que este artículo se refiere se computarán los días inhábiles." (2)

La Ley del Impuesto al Valor Agregado fué -

(2) Margain M. Emilio. ob. cit. cap. IV pp. 49

aprobada por el Poder Legislativo y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 29 de diciembre de 1978.

2.1.3. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

La Secretaría de Hacienda podrá proponer al Ejecutivo Federal los proyectos de leyes y reglamentos, decretos, acuerdos y órdenes relativos a los asuntos de la competencia de la Secretaría y del sector paraestatal coordinado con la propia Secretaría. (3)

Posteriormente de que le sean turnadas al Ejecutivo Federal, este turnará la iniciativa de ley correspondiente a la Cámara de Diputados para su aprobación.

Las atribuciones de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público le son designados a través de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal en su artículo 31.

En base a estas funciones la Secretaría efectuó estudios con el fin de encontrar nuevos sistemas y procedimientos que agilicen y actualicen el sistema tributario mexicano, y se sometió al Congreso de la Unión el proyecto de Ley relativo al I.V.A. mismo que fué aprobado y que entró en vigor a partir del 1o. de enero de 1980.

Este nuevo impuesto pretendía corregir las deficiencias del Impuesto Federal Sobre Ingresos Mercantiles, siendo la principal de ellas, las que se generaban al ir sumando éste al costo de los bienes o servicios en cada una de las etapas

(3) Ley Orgánica de la Administración Pública Federal art. 31 año 1983.

de producción y comercialización en las que se causaba, con lo que se producía el efecto en cascada, y por consecuencia perjudicaba a los consumidores finales.

2.2. MANEJO

Durante esta fase se da orientación e información, tanto al consumidor como al comerciante. Se les guía sobre los diferentes aspectos de la Ley y Reglamento del I.V.A., es también donde se lleva a cabo la captación de dicho impuesto.

Las instituciones que intervienen en dicha etapa son:

2.2.1. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

A la Secretaría de Hacienda corresponde proyectar y calcular los ingresos de la Federación y de las entidades de la Administración Pública Federal que prevee la Secretaría de Programación y Presupuesto, considerando la utilización razonable del crédito público y la sanidad financiera.

Cobra los impuestos, derechos, productos y aprovechamientos en los términos de las leyes correspondientes. Por lo cual en el caso del I.V.A., se tiene que basar en lo que se encuentra estipulado en la Ley correspondiente, en ella se explica el procedimiento de pago, que podemos resumir como sigue:

La tasa general es del 15%, a excepción de las fajas fronterizas que pagarán el 6%, lo mismo que los alimentos, aunque siguen los productos naturales con tasa del 0 % y los suntuarios con el 20 %.

A las personas físicas que son contribuyentes menores, las autoridades fiscales les estimarán el valor de los actos o actividades por los que están sujetos a pagar el impuesto. Es decir, que en la llamada cuota fija llevará expresado el monto por el impuesto sobre renta y por separado el Impuesto al Valor Agregado.

Están obligados al pago del I.V.A. las personas físicas y las morales que, en territorio nacional realicen los actos o actividades siguientes:

- I.- Enajenen bienes
- II.- Presten servicios independientes.
- III. Otorguen el uso o goce temporal de bienes
- IV.- Importen bienes o servicios.

El contribuyente trasladará dicho impuesto, en forma expresa y por separado, a las personas que adquieran los bienes, los usen, gocen temporalmente o reciban los servicios.

El impuesto se calculará por ejercicios fiscales.

Los contribuyentes efectuarán pagos provisionales a más tardar el primer día de cada uno de los meses del ejercicio, mediante declaración que presentarán en las oficinas autorizadas.

El impuesto del ejercicio, deducidos los pagos provisionales mensuales se pagará mediante declaración que se presentará ante las oficinas autorizadas, dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio". (4)

(4) Diario Oficial de la Federación
29 de diciembre de 1982.

Con la finalidad de que los contribuyentes presenten su declaración de los impuestos, la Secretaría de Hacienda cuenta con oficinas denominadas de "Información al Contribuyente", en donde se les asesora de manera gratuita en la presentación de sus declaraciones.

2.2.2. Tesorería de la Federación.

Cuando se trata de un impuesto federal este, debe presentarse en las oficinas de la Tesorería de la Federación, que en el Area Metropolitana del Distrito Federal se localiza en cada una de las 16 Delegaciones Políticas o en el Municipio correspondiente.

Compete a la Tesorería recaudar, concentrar, custodiar, vigilar y situar los fondos provenientes de la aplicación de la Ley de Ingresos de la Federación y otros conceptos que deba percibir el gobierno federal por cuenta propia o ajena, depositándolos diariamente en el Banco de México, S.A., así como establecer los sistemas y procedimientos de recaudación de los ingresos federales, como implantó el sistema computarizado de procesamiento de la información que ha agilizado en gran medida el cálculo y control de la captación de impuestos.

Es la propia Tesorería quien autoriza por concepto de devolución de cantidades pagadas indebidamente al fisco y aprobadas por autoridad competente y expedir certificados de estímulos fiscales de acuerdo con las resoluciones de las autoridades competentes.

2.2.3. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

A esta Secretaría le corresponde formular y conducir las políticas generales de comercio en el

país, de tal forma que es lógico, que intervenga - en el impuesto al consumo de tipo federal.

Las atribuciones que le corresponden se encuentran en el artículo 34 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y en la Ley Federal de Protección al Consumidor. Estas leyes le facultan para que en beneficio del comercio nacional estudie, proyecte y determine los aranceles - con el fin de fomentar el comercio exterior; así - como proyectar y determinar las restricciones para los artículos de importación y exportación, escuchando la opinión de la Secretaría de Hacienda y - Crédito Público.

Establece la política de la distribución y el consumo de los productos agrícolas, ganaderos, forestales y pesqueros. Debiendo vigilar sus precios y estricto cumplimiento.

Además establece y vigila las normas de -- calidad, pesas y medidas necesarias para la actividad comercial.

Obliga, respecto de aquellos productos que estime pertinentes se indique verazmente en lugar visible y en términos comprensibles su constitución, así como su peso, propiedades o características, - las instrucciones para el uso normal y conservación del producto. (art. 6o. de la Ley Federal de Protección al Consumidor).

Vigila y modifica los sistemas de venta de cualquier tipo de bienes o a los arrendamientos de bienes o a los arrendamientos de bienes muebles - para evitar prácticas engañosas o trato inequitativo al consumidor.

Dicta las resoluciones, acuerdos o medidas administrativas pertinentes para hacer cumplir las normas de protección y orientación al consumidor.

Fomenta la organización de sociedades cooperativas cuyo objeto sea la distribución o el consumo y uno de sus mayores logros en este aspecto ha sido la que se expresa en el capítulo VIII de la Ley del I.V.A. a los que sin propósito de lucro enajenen bienes en beneficio de sus agremiados, miembros o trabajadores, según sea el caso, las tiendas que establezcan los sindicatos obreros, las organizaciones ejidales y comunales que operen en los términos de la Ley de la Reforma Agraria así como las dependencias y organismos públicos que señale la Secretaría de Hacienda. El beneficio previsto no es aplicable en la enajenación de bienes-afectos a la tasa del 20%.

Establecerá los términos en que deban expresarse las garantías indicando su alcance, duración y condiciones, así como los establecimientos y la forma en que puedan hacerse efectivos. Y para efectuar promoción de productos deberá dar previa-
autorización.

La Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), está autorizada para fijar las tareas máximas adicionales que pueden hacerse al consumidor en relación a cualquier acto o contrato en que se le conceda crédito. Tomando las medidas para que los cargos adicionales y los intereses autorizados no repercutan en el precio de los bienes o servicios. Tal es el caso que en la Ley del I.V.A. el impuesto se calculará aplicando a los valores que señala la tasa general del 15%, y en ningún caso se considerará que forma parte de dichos valores. El impuesto debe calcularse antes de los intereses y los cargos adicionales, ya que no forman parte de el producto, donde el contribuyente trasladará dicho impuesto en forma expresa y por separado.

2.2.4. Instituto Nacional del Consumidor

En 1976 se crea el Instituto, como organismo descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio. Al cual le fueron asignadas las funciones y finalidades que se observan en los artículos 68 y 69 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, que lo facultan para informar y capacitar al consumidor en el conocimiento y ejercicio de sus derechos.

Orienta al consumidor para que utilice racionalmente su capacidad de compra, mediante la divulgación objetiva que facilite al consumidor un mejor conocimiento de los bienes o servicios que se ofrecen en el mercado para que los obtenga en las mejores condiciones para él.

Debe orientarlo en el conocimiento de prácticas comerciales, publicitarias lesivas a sus intereses, formular y realizar programas de difusión de los derechos del consumidor, además de apoyar investigaciones en el área de consumo.

Auspicia hábitos de consumo que protegen el presupuesto familiar y promuevan un sano desarrollo y una más adecuada asignación de los recursos productivos del país. Promueve y realiza programas educativos en materia de orientación al consumidor. Orienta a la industria y al comercio respecto a las necesidades del mercado.

Por tal motivo el Instituto Nacional del Consumidor y la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial se encargaron de difundir a través de los medios masivos de información (radio, prensa, T.V., impresos y telefono) listas de los artículos sobre todo de primera necesidad, con las diferentes tarifas señaladas en los artículos 2o., 2o. A, 2 B., 2o. C de la Ley del I.V.A. (Ver Tabla 2).

2.3. CONTROL

Se refiere fundamentalmente a tomar las medidas necesarias en caso de que el contribuyente no haga una declaración correcta de sus operaciones comerciales; y atender las quejas de los consumidores cuando se han violado sus derechos. Los organismos que atienden estos problemas son:

2.3.1. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

A esta Secretaría corresponde verificar que las declaraciones que se realizan sean correctas y en caso de que exista diferencia, pueden presentarse diferentes situaciones. Cuando en la declaración de pago provisional mensual, resulte saldo a favor, el contribuyente podrá acreditarlo contra el impuesto a su cargo que le corresponda en los meses siguientes hasta agotarlo o solicitar su devolución. Los saldos que resulten a favor del contribuyente en la última declaración mensual de su ejercicio no se podrán acreditar en declaraciones posteriores.

Si en la declaración del ejercicio, el contribuyente tuviera cantidades a su favor, podrá acreditarlas en declaraciones mensuales posteriores o solicitar su devolución total.

Los saldos cuya devolución se solicite no podrán acreditarse en declaraciones posteriores.

El contribuyente que reciba la devolución de bienes enajenados u otorgue descuentos o bonificaciones con motivo de la realización de actos gravados por la Ley del I.V.A., deducirá en la siguiente o siguientes declaraciones mensuales el monto de dichos conceptos, el valor de los actos o actividades por los que debe pagar el impuesto, -

siempre que expresamente haga constar que el impuesto al valor agregado que se hubiera trasladado se cancela o se restituye, según sea el caso. (artículos 6o. y 7o. de la Ley del I.V.A.)

El artículo 32 de la Ley del I.V.A., establece que la Secretaría de Hacienda mediante reglas de carácter general, podrá establecer que se incluya en el valor de la contraprestación pactada el monto del impuesto al valor agregado, cuando se trate de actos o actividades que por su monto o por tratarse de determinadas ramas de actividades, considere otorgar estas facilidades.

Los contribuyentes menores deberán expedir documentos que reúnan requisitos fiscales, cuando se los solicite el adquirente de los bienes o el usuario del servicio, conservando copia de los mismos. En los documentos que expidan trasladarán el impuesto en forma expresa y por separado del precio, el que formará parte del monto del impuesto estimado. (art. 36 Ley del I.V.A.)

En el artículo 37 de la misma Ley se dice que las autoridades fiscales podrán incrementar la estimación del valor o de los actos o actividades por los que el contribuyente está obligado a pagar impuesto, aplicando a la estimación efectuada en el año de calendario anterior, el factor que en su caso, señale el Congreso de la Unión.

Las estimaciones que realicen las autoridades fiscales, se harán por ejercicios y se dividirán entre seis para efectos del pago bimestral.

La estimación del impuesto acreditable, se hará conforme a los porcentos de acreditamiento que en cada caso señale la Secretaría de Hacienda y Crédito Público mediante disposiciones de carácter general.

2.3.2. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial

Aunque en el punto 2.2.3. ya se han mencionado las atribuciones de esta Secretaría, es -- durante esta fase que se conjugan las funciones de orientar y estimular los mecanismos de protección -- al consumidor; actualmente la SECOFI, junto con la Procuraduría Federal del Consumidor se encarga de -- vigilar el buen funcionamiento de las relaciones -- entre los consumidores y comerciantes.

2.3.3. Procuraduría Federal del Consumidor.

La Procuraduría se creó como organismos -- descentralizado de servicio social, con funciones de autoridad, con personalidad jurídica y patrimonio propio, para promover y proteger los derechos e intereses de la población consumidora.

Proporciona asesoría gratuita a los consumidores, denuncia ante las autoridades competentes -- los casos de violación de precios, normas de calidad, peso, medida y otras características de los -- productos o servicios, que lleguen a su conocimiento.

Concilia las diferencias entre consumidores y proveedores, fungiendo como amigable componedor y, en caso de reclamación contra comerciantes, industriales, prestadores de servicios, empresas de participación estatal, organismos descentralizados y demás órganos del Estado. Para tal efecto, el -- reclamante deberá acudir ante la Procuraduría Federal del Consumidor, la que pedirá un informe a -- la persona física o moral contra la que hubiera -- presentado reclamación. La Procuraduría del Consumidor citará a las partes a una junta en las que las exhortará a conciliar sus intereses y si esto -- no fuere posible, para que voluntariamente la de--

ARTICULOS DE PRIMERA NECESIDAD GRAVADOS CON EL
I.V.A.

<u>PRODUCTO</u>	<u>TASA</u>
Animales y vegetales no industrializados	0 %
Carne en estado natural	0 %
Leche y sus derivados en cualquier presentación.	0 %
Huevo en cualquier presentación	0 %
Harina de maíz, de trigo y nixtamal	0 %
Pan y tortillas de maíz y de trigo	0 %
Aceite vegetal comestible, manteca vegetal y animal	0 %
Pastas alimenticias para sopa (no enlatadas)	0 %
Café, sal común, azúcar, mascabado y piloncillo	0 %
Agua no gaseosa ni compuesta y hielo	0 %
Todos los productos alimenticios a excepción de aquellos que les sea aplicable la tasas del 0 % y 20 %	
Medicinas de patente	6 %
Concentrados, polvos, jarabes, esencias o extractos de sabores.	15 %
Todas las bebidas distintas de la leche	15 %
Ropa y calzado	15 %
Consumo de alimentos en lugares o establecimientos donde se enajenen.	15 %
Caviar.	20 %
Salmón ahumado	20 %
Angulas	20 %
Champana	20 %

TABLA 2

signen arbitro. (5)

Excita a las autoridades competentes a que tomen las medidas adecuadas para combatir, detener, modificar o evitar todo género de prácticas que lesionen los intereses de los consumidores o de la economía popular.

La Procuraduría toma sus funciones de lo establecido en el capítulo VIII de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Las sanciones que se imponen a aquellos que violen los derechos del consumidor son:

- Multa de cien a cien mil pesos. En caso de que persista la infracción, podrán imponerse multas, por cada día que transcurra sin que se obedezca el mandato respectivo.
- Clausura temporal hasta por 60 días.
- Arresto administrativo hasta por 36 horas.

La Procuraduría Federal del Consumidor no solo actúa como intermediario sino que también trata de ayudar a estos directamente, mediante la creación de la Dirección General de Organización Colectiva que presta servicio de ayuda alimenticia a los ciudadanos que se organicen colectivamente para realizar la compra de alimentos a precio económico.

(5) Ley Federal de Protección al Consumidor. Cap. III. año 1983.

CAPITULO 3

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

" Cabe recordar que metodología es un proceso sistemático, lógico y objetivo que permite adquirir conocimientos verdaderos y comprobables.

Método es el medio o procedimiento que se lleva a cabo para realizar un estudio, para hallar la verdad y trasmitirla.

Investigación es un proceso por medio del cual se aplican los métodos para obtener conocimientos verídicos". (1)

Dentro de las Ciencias Sociales, el investigador puede utilizar diversos caminos metodológicos, por lo que es necesario diferenciarlos:

- a).- La investigación directa.- Consiste en obtener la información del fenómeno a investigar a través de ciertas técnicas como son la observación, encuesta, entrevista, etc.
- b).- La investigación documental.- En esta se acude a fuentes históricas, información estadística y diversos documentos que son útiles para estudiar y analizar el problema.
- c).- La investigación combinada.- Se conjugan las formas de la investigación directa y la investigación documental.

El estudio que se expone se basa en una metodología acorde a una investigación combinada. En los dos primeros capítulos se han expuesto los resultados obtenidos de una investigación documen-

tal, y compone la parte teórica de la investigación, mientras que en este tercer capítulo se exponen los pasos que componen el "Proceso de Investigación", que son:

- 1.- Definición del Problema
- 2.- Fijación de Objetivos
- 3.- Información Básica Requerida
- 4.- Guía de Información Secundaria
- 5.- Determinación del Universo
- 6.- Determinación de la Muestra
- 7.- Cuestionario Piloto
- 8.- Cuestionario Definitivo
- 9.- Labor de Campo
- 10.- Tabulación
- 11.- Análisis
- 12.- Informe Escrito

La metodología que se sigue es acorde al método científico y nos permite obtener resultados más confiables y realistas.

3.1. DEFINICION DEL PROBLEMA

Definir el problema equivale a determinar el tipo de trabajo que va a exigir la investigación que se ha impuesto; se va a establecer la dirección del estudio para lograr ciertos objetivos, de manera que los datos pertinentes se recolecten teniendo en mente esos objetivos (2) La definición del problema ayuda al control de los errores, puesto que un análisis del mismo ayuda a establecer sus diferentes ramificaciones y sus lagunas, así como las posibilidades de introducción de factores personales por parte del

(1) Rodríguez Arregui Arturo y Varios, La Banca en México: Organización, Funcionamiento y Perspectivas. UNAM. 1983 pp. 1

(2) Anderson Jonathan y Varios, Redacción de Tesis y Trabajos Escolares, Ed. Diana 80. reimpresión México 1981. pp. 22.

investigador. (3)

El problema se estableció después de haber efectuado la investigación documental que permite tener conocimiento del tema a tratar. Se analizaron los documentos legales, así como diversos libros que hablan sobre el tema "IVA".

Para definir el problema hay que tomar en consideración las opiniones e inquietudes de todas aquellas personas que forman parte de la investigación: en este caso siendo tres coautores, y después de discernir sobre el fenómeno de estudio se planteó el problema, quedando establecido como sigue:

Ante la actual problemática por la que atraviesa el país ha sido necesario modificar las tarifas del IVA aplicadas a los productos alimenticios por lo cual, el consumidor ha sido afectado en su poder adquisitivo, lo que acarrea que su alimentación pueda ser deficiente o bien recurra a productos de más baja calidad o menor poder nutritivo, pero de menor precio.

La intención que se persigue es determinar en que magnitud afecta a la clase media baja y baja del Area Metropolitana del D.F.; el nuevo gravamen del IVA en los productos alimenticios y conocer las diferentes reacciones y opiniones de las personas.

3.2. FIJACION DE OBJETIVOS

Un objetivo es el fin o intento a que se dirige una acción, es todo lo que puede ser materia de conocimiento; es el término o fin de los actos a

(3) Arias Galicia Fernando, Introducción a la Técnica de Investigación en Ciencias de la Administración. y del Comportamiento. Ed. Trillas 3o. Edición, México 1975.

que se encamina una investigación. (4)

Al conocer la meta que se desea alcanzar, - es decir estudiar a fondo el Problema Planteado, - se procede a determinar los objetivos; se establecen los fines que se persiguen.

Los objetivos fueron planteados en base a - la problemática establecida, con el propósito de - orientar el estudio hacia el conocimiento de aspectos significativos para comprobar lo establecido - en el problema.

Los objetivos establecidos se encuentran en la "Lista de Información Básica Requerida".

3.3. INFORMACION BASICA REQUERIDA

El término información significa datos organizados en forma ordenada y útil. (5)

La información es necesaria para conocer - algo a fondo, con el fin de lograr objetivos específicos y aumentar el entendimiento.

La información básica requerida son los datos que es necesario conocer para poder establecer juicios sobre bases sólidas, o tomar una decisión adecuada. Esta información puede ser de dos tipos:

- a).- Información Primaria.- Se refiere a - los datos que se desconocen y que son-

(4) Garza Mercado Ario, Manual de Técnicas de Investigación, Ed. Colegio de México. Segunda reimpresión. México 1972. pp. 318.

(5) Sanders Donald H. Computación en las Ciencias Administrativas. Ed. Mc Graw Hill. Segunda Impresión. México 1980 pp. 7 y 8.

originados por el investigador en el estudio que realiza.

Es esta información la que se obtendrá a través de la aplicación de un cuestionario a la muestra.

- b).- Información Secundaria.- Es la información que ya existe y se dispone de ella con facilidad. Los datos secundarios utilizados en la presente investigación fueron documentos legales y diversos libros.

Los lugares en donde se encuentra la información secundaria son llamadas "Fuentes de Información", que pueden ser: (6)

- a).- Fuentes Internas.- Son aquellas que pertenecen a la organización, en este caso podemos establecer como fuente interna los libros propiedad de los autores y los proporcionados por la Biblioteca de la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM.
- b).- Fuentes Externas.- Llamadas También ambientales, son los generadores y distribuidores de los datos localizados fuera de la organización.

Podemos establecer los organismos gubernamentales que se mencionan en el Capítulo II.

(6) Sanders Donald H. Computación en las Ciencias Administrativas. Ed. Mc. Graw Hill. Segunda Impresión. México 1980 pp. 7 y 8.

" LISTA DE INFORMACION BASICA REQUERIDA "

OBJETIVO	CONCEPTO	DATOS	TIPO DE INFORMACION	FUENTE DE INFORMACION
1. Determinar el perfil de la persona entrevistada que se apegue a la muestra escogida.	1,a Generalidades	1,a,1 Sexo 1,a,2 Nivel de la vivienda.	Primaria Primaria	Muestra Muestra
2. Establecer el presupuesto familiar de las clases socioeconómicas.	2,a Nivel de presupuesto 2,b Prestaciones	1,a,3 Estado civil 1,a,4 Agrupación familiar. 1,a,5 Lugar de trabajo	Primaria Primaria	Muestra Muestra
3. Detectar en qué medida afecta en el presupuesto familiar el incremento de los productos alimenticios a causa del I.V.A.	3,a Cantidad destinada a compra de alimentos.	2,a,1 Personal 2,a,2 Familiar	Primaria Primaria	Muestra Muestra
4. Conocer los lugares donde adquieren con mayor frecuencia sus productos y por qué motivos.	3,a,1 Cantidad 3,a,2 Periodicidad de compra. 3,a,3 Motivos	4,a,1 Lugares 4,a,2 Motivos 4,a,3 Productos	Primaria Primaria Primaria	Muestra Muestra Muestra
5. Determinar qué tipo de productos alimenticios se dejaron de consumir ante las nuevas modificaciones del I.V.A.	4,a Establecimientos donde se adquieren.	5,a,1 Productos	Primaria	Muestra
6. Conocer el grado de aceptación o rechazo por parte de los entrevistados a las modificaciones del I.V.A.	5,a ¿Cuáles?	6,a,1 Aceptación 6,a,2 Rechazo	Primaria Primaria	Muestra Muestra
7. Establecer a través de qué medios de comunicación el público conoce las nuevas disposiciones federales del impuesto mencionado.	6,a Porcentaje	7,a,1 Prensa 7,a,2 T.V. 7,a,3 Radio 7,a,4 Otros	Primaria Primaria Primaria Primaria	Muestra Muestra Muestra Muestra
	7,a Medios de comunicación			

" LISTA DE INFORMACION BASICA REQUERIDA "

OBJETIVO	CONCEPTO	DATOS	TIPO DE INFORMACION	FUENTE DE INFORMACION
8. Analizar si la clase media baja y baja sabe aplicar la ley del I.V.A.	8.a Grado de conocimiento		Primaria	Muestra
9. Determinar si el público consumidor conoce los organismos gubernamentales a los cuales puede acudir en caso de alguna violación del I.V.A.	9.a ¿Cuáles?		Primaria	Muestra
10. Analizar si se han creado nuevos hábitos de consumo que protejan el presupuesto familiar.	10.a Hábitos	10.a.1 Economía 10.a.2 Nutrición	Primaria Primaria	Muestra Muestra
11. Considerar las posibles sugerencias de la población para mejorar la Ley del I.V.A. y otras medidas para proteger sus ingresos.	11.a Cambios a la Ley del I.V.A. 11.b Otras medidas	11.a.1 ¿Cuáles? 11.b.a ¿Cuáles?	Primaria Primaria	Muestra Muestra
12. Conocer Ley y Reglamento del I.V.A.	12.a Contenido		Secundaria	Diario Ofic.
13. Modificaciones de que ha sido objeto el I.V.A. en 1983.	13.a Modificaciones	13.a.1 Artículos 13.a.2 Tarifas	Secundaria Secundaria	Diario Ofic. Diario Ofic.
14. Determinar los organismos gubernamentales que intervienen en su creación, manejo y control.	14.a Creación 14.b Manejo 14.c Control		Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria Secundaria	Ejecutivo S. de Gob. SECP SECP SECOFI INC SECP SECOFI FFC

3.4. GUIA DE INFORMACION SECUNDARIA

Toda la información secundaria es aquella - con la cual contamos para llevar a cabo la inves-- tiguación, o sea de la que en un momento dado podemos disponer, puesto que ya existe.

Para poder abarcar todos los objetivos establecidos en la "Lista de Información Básica Requerida", se acudió a diferentes organismos gubernamentales, puesto que por tratarse de un impuesto - federal, es aquí donde se encuentra la información mencionada. Estos organismos son:

1. Secretaría de Gobernación.- Aquí se - encuentran los documentos y Diarios Oficiales que contienen:

a) Exposición de Motivos de la Iniciativa - de Ley del I.V.A.

b) Reformas que ha sufrido la Ley del I.V.A. durante el tiempo que tiene de establecido en nuestro país.

e) Reglamento del I.V.A.

d) Dentro de la Ley del I.V.A. se especifican las diferentes tasas para los diferentes pro- ductos, entre ellos los alimentos, y los estableci mientos comerciales exentos del pago del I.V.A.

2. Ejecutivo Federal.- Atiende sus asuntos- de información la Secretaría de la Presidencia.

a) Su intervención en la creación del I.V.A. para México.

3. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

a) Introducción del I.V.A. en México.

b) Manejo del I.V.A.

e) Control del I.V.A. respecto a los contribuyentes.

4. Secretaría de Comercio y Fomento Industrial.

a) Manejo del I.V.A. y forma de difundirlo.

b) Control del I.V.A. en las relaciones comerciales.

5. Procuraduría Federal del Consumidor.

a) Control en las violaciones del I.V.A. en perjuicio del consumidor.

6. Instituto Nacional del Consumidor.

a) Como interviene en el manejo del IVA

b) Como Interviene en el control del IVA

7. Tesorería.

a) Como efectúa el cobro del I.V.A.

8. Secretaría de Programación y Presupuesto.

a) Obtendremos información estadística que nos permite determinar el Universo.

3.5. DETERMINACION DEL UNIVERSO

Para cubrir esta actividad de la investigación se acudió al Departamento de Estadística de la Secretaría de Programación y Presupuesto con el fin de obtener la cantidad de personas que habitan en el Area Metropolitana del D.F. pertenecientes -

a la clase media baja y baja.

Se trató de consultar el décimo censo general de población y vivienda, pero se obtuvieron únicamente sus resultados preliminares. Por tal motivo se decidió tomar como base el IX Censo Nacional de Población y Vivienda a partir del año 1970, en el cuadro referente a la población dividida por ingresos. Se aumentó el porcentaje de crecimiento de la población desde 1970 hasta 1983. --
(7)

Recordemos que el "Universo" es el grupo entero de particulares que el investigador desea estudiar y respecto a los cuales desea generalizar. (8)

Para facilidad en la aplicación del estudio se ha determinado que el Universo estará formado por los hombres y mujeres que trabajan como asalariados o de manera independiente, que habitan en el D.F. Area Metropolitana y que sus ingresos se encuentran comprendidos entre una y cinco veces el salario mínimo.

Los cálculos necesarios para llegar a determinar el universo de 2 738 985 personas, se especifican en la tabla 3.

3.6. DETERMINACION DE LA MUESTRA

La Muestra "se define como un grupo reducido de personas o artículos seleccionados, representativos del Universo". (9)

- (7) Secretaría de Programación y Presupuesto Depto. de Estadística, Geografía e Informática, IX Censo Nacional de Población. México 1970.
- (8) Lic. Hernández Arnaiz Consuelo, Apuntes de la Materia "Administración de la Distribución" -- UNAM. Junio 1980
- (9) Lic. Hernández Aranz Consuelo Apuntes de la Materia "Administración de la Distribución" -- UNAM. Junio 1980

CRECIMIENTO ANUAL DE LA POBLACION

AÑO	POBLACION DEL SECTOR ESTUDIADO	% CRECIMIENTO DE LA POBLACION
1970	1,904,470	3.4
1971	1,969,222	3.4
1972	2,036,176	3.4
1973	2,105,406	3.4
1974	2,176,990	3.4
1975	2,248,831	3.3
1976	2,320,794	3.2
1977	2,392,739	3.1
1978	2,464,521	3.0
1979	2,535,992	2.9
1980	2,604,464	2.7
1981	2,672,180	2.6
1982	2,738,985	2.5

Tabla 3

En la investigación directa se pueden emplear dos clases de muestras: (10)

a).- Con probabilidad. Es aquella en que cada persona tiene la misma posibilidad de ser escogido.

b).- Sin probabilidad.- Es cuando el entrevistador hace la selección de los encuestados por conveniencia dentro de los estratos que son establecidos.

Debido a la necesidad de obtener un número reducido de personas representativas, se ha escogido la fórmula de proporciones.

La fórmula de proporciones utiliza dos fórmulas:

1.- Muestra antes de ser corregida:

$$no = \frac{t^2 p q}{d^2}$$

En donde:

no	Muestra antes de ser corregida	x
t ²	Nivel de confianza	95 %
p	Probabilidad de éxito	90 %
q	Probabilidad de fracaso	10 %
d ²	Veracidad	5 %

$$no = \frac{(1.96)^2 (.90) (.10)}{(.05)^2}$$

(10) Ibid.

$$no = \frac{(3.0416) (.9) (.1)}{(.0025)} = 138.2976$$

2.- Muestra después de ser corregida:

$$n = \frac{no}{1 + \frac{no}{N}}$$

en donde:

n Muestra después de ser corregida

no Muestra antes de ser corregida (138.2976 personas)

N Universo (2 738 985 personas)

$$n = \frac{138.2976}{1 + \frac{138.2976}{2,738,985}}$$

$$n = \frac{138.2976}{1.0000504}$$

n = 138.29063 aproximadamente 140 personas

La Prueba Piloto se llevó a cabo tomando en consideración una muestra de 20 cuestionarios.

3.7. CUESTIONARIO PILOTO

Para recabar información existen varias técnicas de las cuales se decidió utilizar el cuestionario, ya que permite el exámen de un mayor número de casos en corto tiempo y a un menor costo, además de que las respuestas son más fáciles de catalogar y existe menor riesgo de desvirtuar los resultados por la interacción personal entre el investigador y los sujetos de estudio, así mismo facilita la cuantificación de los resultados. (11)

(11) Lic. Hernández Arnaiz Consuelo, Apuntes de la Materia "Investigación de Mercados". UNAM Diciembre 1980.

En el cuestionario están contenidos los datos que se desean conocer en la investigación, y son planteados a través de preguntas.

Componentes del cuestionario.

1. Solicitud de cooperación.- Pequeño prólogo, introducción, entrevistador, objetivos.

2. Información obtenida o datos recopilados. Son las preguntas que componen el cuestionario, y que cada una de ellas nos dará un dato que nos servirá para sostener y comprobar los objetivos establecidos.

3. Clasificación del cuestionario.- Son datos de control tal como fecha, lugar de la entrevista, etc.

Para la elaboración del cuestionario, se han utilizado tres tipos de preguntas:

a).- Abiertas.- Son preguntas en donde el interrogado queda libre de contestar en sus propias palabras y expresar cualquier idea que sea pertinente.

b).- Cerradas:

Dicotómicas. Son preguntas en donde se ofrecen dos opciones, generalmente sí o no.

Opción Múltiple. Este tipo de preguntas -- ofrece al entrevistado cierto número de respuestas en las que se le indicará si puede contestar una o más.

c).- Combinadas.- Son preguntas que parte de ellas son cerradas (dicotómicas o de opción múltiple) y abiertas.

Es necesario establecer que el cuestionario - piloto sirve para detectar las posibles fallas de un Cuestionario, su mala estructuración o el uso - indebido de palabras no entendibles para los entre - vistados.

Antes de que un cuestionario sea aplicado sobre el terreno, es necesario aplicarlo previamente en condiciones de campo para corregir las fallas y errores que le sean detectados.

En la elaboración del mismo se decidió poner una introducción con el objeto de informar a las - personas entrevistadas el objetivo principal que - se trata de alcanzar en la investigación.

Se aplicaron 20 cuestionarios compuestos cada uno por 32 preguntas, que representan el 14% de la muestra obtenida, las entrevistas fueron personales, dirigidas a las personas que trabajan, tanto - hombres como mujeres.

A continuación se encuentra un modelo de dicho cuestionario:

MODELO DE CUESTIONARIO PILOTO

Somos estudiantes de la U.N.A.M. (Facultad de Contaduría y Administración). El objetivo de este cuestionario es recabar información acerca del -- I.V.A. y las repercusiones que le puede ocasionar en su poder de compra. Por lo cual requerimos de su valiosa colaboración con el objeto de que toda información que usted nos proporcione sea lo más -- veráz posible, para así alcanzar los objetivos de nuestra investigación.

- 1.- Nombre _____
- 2.- Dirección o teléfono _____
- 3.- Estado Civil _____
- 4.- ¿Cuántas personas habitan en su casa? _____
- 5.- ¿En que lugar trabaja? _____

OBJETIVO: Mediante estas preguntas vamos a determinar si la persona entrevistada está dentro de nuestra muestra representativa -- elegida en esta investigación.

- 6.- ¿Recibe despensas de su trabajo o de alguna -- otra institución? _____

OBJETIVO: Deseamos conocer si la empresa en la -- cual labora u otra institución le ayuda a economizar en su presupuesto familiar.

- 7.- ¿Tiene derecho a adquirir productos en alguna -- tienda de gobierno o de sindicato? (si) (no) -- ¿Cuál? _____

MODELO DE CUESTIONARIO PILOTO

Somos estudiantes de la U.N.A.M. (Facultad de Contaduría y Administración). El objetivo de este cuestionario es recabar información acerca del I.V.A. y las repercusiones que le puede ocasionar en su poder de compra. Por lo cual requerimos de su valiosa colaboración con el objeto de que toda información que usted nos proporcione sea lo más veráz posible, para así alcanzar los objetivos de nuestra investigación.

- 1.- Nombre _____
- 2.- Dirección o teléfono _____
- 3.- Estado Civil _____
- 4.- ¿Cuántas personas habitan en su casa? _____
- 5.- ¿En que lugar trabaja? _____

OBJETIVO: Mediante estas preguntas vamos a determinar si la persona entrevistada está dentro de nuestra muestra representativa elegida en esta investigación.

- 6.- ¿Recibe despensas de su trabajo o de alguna otra institución? _____

OBJETIVO: Deseamos conocer si la empresa en la cual labora u otra institución le ayuda a economizar en su presupuesto familiar.

- 7.- ¿Tiene derecho a adquirir productos en alguna tienda de gobierno o de sindicato? (si) (no)-
¿Cuál? _____

OBJETIVO: Determinar si las personas entrevistadas tienen derecho a realizar sus compras en tiendas excentas del pago del I.V.A.

8.- ¿Dónde come? _____

OBJETIVO: Establecer en que lugares efectúa sus comidas.

9.- ¿Cuanto gasta en comida? _____

OBJETIVO: Determinar la cantidad que gasta cada persona en su alimentación, si es que realiza la comida fuera de su casa.

10.- ¿Cuántas personas comen en su casa? _____

OBJETIVO: Conocer el número de personas que comen en su casa para calcular que cantidad se destina a cada persona para su alimentación.

11.- ¿Cuánto gana? _____

OBJETIVO: Determinar cual es el nivel de ingresos de cada persona.

12.- ¿A cuanto asciende el ingreso mensual de su familia? _____

OBJETIVO: Conocer la cantidad que en conjunto cuenta cada familia para hacer frente a sus diferentes gastos mensualmente.

13.- Del ingreso mensual familiar ¿Cuánto destina a la compra de alimentos? _____

OBJETIVO: Deseamos determinar que cantidad se destina a la compra de alimentos y establecer un porcentaje.

14.- ¿Cada cuándo efectúa sus compras? _____

OBJETIVO: Conocer de que forma compra.

15.- ¿Por qué compra de esa forma?

- Por comodidad ()
 Por falta de tiempo ()
 Por economía ()
 Por disponibilidad económica ()

OBJETIVO: Establecer los motivos por los que compra de esa forma.

16.- ¿Generalmente donde compra sus alimentos?

- Mercados ()
 Tiendas de autoservicio ()
 Tiendas de gobierno ()

OBJETIVO: Conocer que lugares son más frecuentes para realizar sus compras.

17.- Indique las razones por las que compra en ese lugar. _____

OBJETIVO: Conocer las causas de dicha tendencia.

18.- ¿Que productos alimenticios enlatados o empaquetados compra habitualmente? _____

OBJETIVO: Saber si adquiere productos que esten gravados con el I.V.A. a causa de las modificaciones del presente año.

19.- ¿Dejó de comprar algún producto enlatado o -
empaquetado a causa del incremento del I.V.A.?

OBJETIVO: Determinar si de acuerdo al incremento de la tasa del I.V.A. se ha dejado de adquirir productos que puedan parecer prohibitivos para las personas entrevistadas.

20.- ¿Que opina del I.V.A.?

OBJETIVO: Conocer que opinión tienen las personas sobre el I.V.A. y desde que punto de vista lo interpretan.

21.- ¿Conoce las modificaciones del I.V.A. en este año?

Si ()

No ()

OBJETIVO: Saber si tienen conocimiento de las modificaciones sufridas por el I.V.A. en este año.

22.- ¿Que opina de dichas modificaciones?

Son: Buenas () Malas ()

¿Por qué?

OBJETIVO: Conocer que opinión se tiene acerca de las modificaciones y bajo que criterio.

23.- ¿Qué efecto causaron las modificaciones del I.V.A. en su presupuesto familiar?

OBJETIVO: Conocer el efecto causado en el presupuesto familiar por las modificaciones del I.V.A.

24.- ¿Conoce el manejo del I.V.A. al realizar sus compras?

Si ()

No ()

OBJETIVO: Establecer si tiene conocimientos en cuanto al cobro del I.V.A. en sus compras.

25.- ¿De que forma conoció estas modificaciones?

OBJETIVO : Saber que medio de comunicación ha sido más efectivo para difundir el manejo de este impuesto.

26.- ¿Conoce a que lugar puede acudir en caso de alguna violación en la aplicación del I.V.A.?

Si ()

No ()

¿Cuáles son:

OBJETIVO: Determinar si las personas entrevistadas conocen las instituciones en que pueden encontrar ayuda y orientación en caso de que no sean respetados los artículos de la Ley del I.V.A.

27.- ¿De qué manera le afecta el incremento de la tasa del I.V.A. en la compra de sus productos alimenticios?

OBJETIVO: Conocer el efecto causado por el incremento del I.V.A. en la compra de sus alimentos.

28.- La cantidad destinada a la compra de alimentos se redujo por el incremento del I.V.A. - ¿Por qué? _____

OBJETIVO: Se desea conocer si han cambiado los hábitos de compra a fin de proteger el presupuesto familiar a causa de las nuevas modificaciones del mencionado impuesto.

29.- Tomando en consideración las nuevas tasas del I.V.A. en los productos alimenticios ¿ha cambiado sus hábitos de compra de manera que protejan su presupuesto familiar?

Si ()

No ()

¿En qué forma? _____

OBJETIVO: Se desea conocer medidas tomadas con el fin de proteger el presupuesto familiar ante modificaciones del I.V.A.

30.- Al haber cambiado sus hábitos de consumo alimenticio ¿ha tenido que recurrir a productos de más baja calidad o menor poder nutritivo?

Si ()

No ()

OBJETIVO: Mediante esta pregunta queremos determinar si se han tenido que tomar medidas que puedan limitar la nutrición.

31.- Considera que se les deberían hacer algunas -
modificaciones al I.V.A. con respecto a los -
productos alimenticios? _____

OBJETIVO: Saber si las personas entrevistadas de--
sean que se haga alguna modificación al-
I.V.A. no solo en lo que a alimentos se-
refiere; sino en cualquiera de sus artí-
culos.

32.- ¿Qué sugerencia tiene usted para proteger el-
presupuesto familiar de las clases populares?

OBJETIVO: Conocer que soluciones se dan para prote-
ger el presupuesto familiar de acuerdo a
las necesidades de cada persona.

FECHA _____

ENTREVISTO _____

LUGAR DE LA ENTREVISTA _____

3.8. CUESTIONARIO DEFINITIVO

El cuestionario definitivo fué elaborado después de haber analizado las fallas encontradas en el cuestionario piloto, de acuerdo a estas fué necesario realizar ciertas modificaciones, que fueron las siguientes:

En la pregunta número 5 se decidió eliminar la dirección de la empresa, pues lo que interesaba era el giro al cuál se dedicaba, ya sea Sector Público o Privado.

En la pregunta número 6 se modificó de pregunta abierta a combinada (Cerrada - Abierta) para establecer únicamente si recibía o no despensas y que especificara en que consistían las mismas.

Por otra parte en la pregunta número 8 se anexó una pregunta más con el objetivo de conocer las causas por las que come en determinado lugar y así establecer los motivos.

En la pregunta número 9 se amplió el plazo a un mes con el fin de obtener un parámetro un poco más amplio y conocer el poder de compra de la clase estudiada.

Dentro de la pregunta número 14, al establecer cada cuando efectúa sus compras, se modificó ya que esta era abierta y se dispuso establecerla de opción múltiple especificando intervalos de tiempo con el fin de facilitar la tabulación.

En la pregunta número 16 que se refería a los lugares a los cuales acude a comprar sus alimentos y que tenía cuatro opciones se redujo y quedó en tres opciones pues éstas englobaban la totalidad de establecimientos en los que pueden realizar la compra de alimentos.

En la pregunta número 19 hubo también modificaciones, en el sentido de especificar que la pregunta va dirigida a la compra de productos "alimentos".

Por otro lado hubo también el cambio de pregunta de opción libre a pregunta combinada. (Cerrada y abierta) con el fin de establecer si dejaron de comprar o no algún producto alimenticio enlatado o empaquetado y especificarlos.

Otra pregunta que fue necesario modificar fue la número 20 que se refiere a la opinión del entrevistado acerca del I.V.A.. Para que diera sus puntos de vista para determinar si acepta o no dicho impuesto y la forma en que le afecta.

La pregunta número 22 fue eliminada ya que la posible información que proporcionaba era la misma que se obtenía en la pregunta número 20, esto hizo necesario recorrer la numeración de las preguntas - la que inicialmente tenía la número 25 fué recorrida hacia abajo y convertida en 22 puesto que tenía más relación con la pregunta número 21.

Otra pregunta que fué eliminada es la pregunta número 23 es así como la pregunta que tenía el número 24 pasó a ocupar su lugar.

La pregunta número 28 fué cambiada ya que estaba mal planteada y causaba confusión al entrevistado así que se estructuró de una manera combinada (cerrada y abierta) para que especificara si consideraban necesario cambiar sus hábitos de consumo - de manera que protegiera su presupuesto familiar y en que forma, además quedó con el número 26.

Fué eliminada también la pregunta número 29 - puesto que estaba mal estructurada y no se obtenía información precisa por lo cual se decidió estruc

turarla de manera que el entrevistado no tuviera - confusión alguna y se diera cuenta de la informa-- ción que se le requería, para esto se plantearon - varias opciones a esta pregunta y se le asignó el - número 27.

La pregunta número 31 era de tipo abierta pe- ro se decidió hacerla combinada (cerrada dicotómi- ca y abierta) para que en caso de que el entrevis- tado tuviera una idea concreta acerca de si consi- deraba necesario hacerle algunas modificaciones al I.V.A. con respecto a los productos alimenticios-- o en cualquier otro aspecto lo expresara, esta pa- so a ser la número 28.

Finalmente a la pregunta número 32 no se le - hizo modificación alguna ya que se entendía bastan- te bien y no hubo problema con los entrevistados - puesto que se refería a las posibles sugerencias - que se tenían para proteger el presupuesto fami- - liar de las clases populares, solo se le cambió - el número inicial y quedó con el número 29. Por - todos los cambios expresados anteriormente el cues- tionario definitivo quedó de la manera que a conti- nuación se establece.

MODELO DE CUESTIONARIO DEFINITIVO

Somos estudiantes de la U.N.A.M. (Facultad de Contaduría y Administración). El objetivo de este cuestionario es recabar información acerca del -- I.V.A. y las repercusiones que le pueden ocasionar en su poder de compra.

1.- Nombre _____

OBJETIVO: Deseamos establecer el porcentaje de ambos sexos.

2.- Dirección o teléfono _____

OBJETIVO: Determinar de acuerdo a la colonia el nivel socioeconómico de la persona.

3.- Estado Civil 3. 1) Casado 3.2) Soltero 3.3) Otro

OBJETIVO: Establecer el grado de responsabilidad que tiene en su hogar el entrevistado.

4.- ¿Cuántas personas habitan en su casa? _____

OBJETIVO: Conocer el número de personas que conforman la familia del entrevistado.

5.- ¿En qué lugar trabaja? Dirección o empresa _____

OBJETIVO: Determinar de acuerdo a la empresa la remuneración económica y las prestaciones que recibe la persona.

6.- ¿Recibe despensas en su trabajo? 6.1) Si 6.2) No

¿En qué consiste? _____

OBJETIVO: Deseamos conocer si la empresa en la --
cual labora u otra institución le ayuda-
a economizar en su presupuesto familiar.

7.- ¿Tiene derecho a adquirir productos en alguna-
tienda de gobierno o de sindicato? 7.1) Si -
7.2) No

¿Cuál? _____

OBJETIVO: Determinar si las personas entrevistadas
tienen derecho a realizar sus compras en
tiendas exentas del pago del I.V.A.

8.- ¿Dónde come? _____

¿Por qué come ahí? _____

OBJETIVO: Establecer en que lugares come y cuales-
son las razones que hacen que efectué su
comida en ese lugar.

9.- ¿Cuánto gasta en comida mensualmente? _____

OBJETIVO: Determinar la cantidad que gasta cada -
persona en su alimentación, si es que -
realiza la comida fuera de casa.

10.- ¿Cuántas personas comen en su casa? _____

OBJETIVO: Conocer el número de personas que comen-
en su casa para calcular qué cantidad se
destina a cada persona para su alimenta-
ción.

11.- ¿Cuánto gana? _____

OBJETIVO: Determinar cual es el nivel de ingresos-
de cada persona.

12.- ¿A cuánto asciende el ingreso mensual de su familia?

OBJETIVO: Conocer la cantidad que en conjunto cuenta cada familia para hacer frente a sus diferentes gastos mensuales.

13.- Del ingreso mensual familiar ¿Cuánto destina a la compra de alimentos? _____

OBJETIVO: Deseamos determinar qué cantidad se destina a la compra de alimentos y establecer un porcentaje.

14.- ¿Cada cuando efectúa sus compras?

- | | |
|----------------------|--------------------|
| 14.1) Diariamente | 14.2) Semanalmente |
| 14.3) Quincenalmente | 14.4) Mensualmente |

OBJETIVO: Conocer de que forma compra.

15.- ¿Por qué compra de esa manera?

- | | |
|---------------------|----------------------------|
| 15.1) Por comodidad | 15.2) Por falta de tiempo |
| 15.3) Por economía | 15.4) Disponible de dinero |

OBJETIVO: Establecer los motivos por los que compra de esa forma.

16.- Generalmente ¿Dónde compra sus alimentos?

- | | |
|---------------------------|---------------------------|
| 16.1) Mercados | 16.2) Tienda de autoserv. |
| 16.3) Tiendas de Gobierno | 16.4) Otro |

17.- ¿Indique las razones por las que compra en ese lugar? _____

OBJETIVO: Conocer que lugares son más frecuentes - para realizar sus compras, así como las causas de dicha tendencia.

18.- ¿Qué productos alimenticios enlatados o empaquetados compra habitualmente? _____

OBJETIVO: Saber si adquieren productos que están - gravados con el I.V.A. a causa de las - modificaciones del presente año.

19.- ¿Dejó de comprar algún producto alimenticio - enlatado o empaquetado a causa del aumento - del I.V.A.

19.1) Si

19.2) No

¿Cuáles? _____

OBJETIVO: Determinar si de acuerdo al incremento - en la tasa del I.V.A. se han dejado de - adquirir productos que pueden parecer - prohibitivos para las personas entrevistadas.

20.- ¿Qué opina del I.V.A.?

20.1) Es positivo ¿Por qué? _____

20.2) Es negativo ¿Por qué? _____

OBJETIVO: Conocer que opinión tienen las personas - sobre el I.V.A. y desde que punto de vista lo interpretan.

21.- ¿Conoce las modificaciones del I.V.A. en este año?

21.1) Si

21.2) No

¿Cuáles? _____

OBJETIVO: Saber si tienen conocimiento de las modificaciones sufridas por el I.V.A. en este año.

22.- ¿De qué forma conoció estas modificaciones?

OBJETIVO: Saber que medio de comunicación ha sido más efectivo para difundir el manejo de este impuesto.

23.- ¿Conoce el manejo del I.V.A. al realizar sus compras?

23.1) Si

23.2) No

OBJETIVO: Establecer si tiene conocimientos en cuanto al cobro del I.V.A. en sus compras.

24.- ¿Conoce a qué lugar acudir en caso de alguna violación en la aplicación del I.V.A.?

14.1) Si

24.2) No

¿Cuáles son? _____

OBJETIVO: Determinar si las personas entrevistadas conocen las instituciones en que pueden encontrar ayuda y orientación en caso de que no sean respetados los artículos de la ley del I.V.A.

28.1) SI

28.2) No

¿Cuálés? _____

OBJETIVO: Saber si las personas entrevistadas desean que se haga alguna modificación a la Ley del I.V.A. no solo en lo que a alimentos se refiere; sino en cualquiera de sus artículos.

29.- ¿Que sugerencias tiene usted para proteger el presupuesto familiar de las clases populares?

OBJETIVO: Conocer que soluciones se dan para proteger el presupuesto familiar de acuerdo a las necesidades de cada persona.

FECHA _____

ENTREVISTO _____

LUGAR DE LA ENTREVISTA _____

3.9. LABOR DE CAMPO

La labor de Campo comprende la selección, -- adiestramiento, supervisión y evaluación de los - individuos que recogen la información en el terreno destinado a la investigación. Este terreno es el Área Metropolitana del D.F. que comprende las - delegaciones del D.F.

Alvaro Obregón
 Azcapotzalco
 Benito Juárez
 Coyoacán
 Cuajimalpa de Morelos
 Cuauhtémoc
 Gustavo A. Madero
 Iztacalco
 Iztapalapa
 Magdalena Contreras
 Miguel Hidalgo
 Milpa Alta
 Tláhuac
 Tlalpan
 Venustiano Carranza
 Xochimilco
 y los siguientes Municipios del Estado de México:
 Atizapán de Zaragoza
 Coacalco
 Cuautitlán
 Ecatepec
 Naucalpan de Juárez
 Tlanepantla
 Cuautitlán Izcalli

En este estudio los tres integrantes del equipo realizaron la labor de entrevistar, nombrando a un coordinador encargado de controlar y supervisar. Luego se procedió a dividir el total de cuestionarios en forma equitativa, quedando integrados en tres grupos.

Grupo	I	del cuestionario	1 al 47
Grupo	II	del cuestionario	48 al 92
Grupo	III	del cuestionario	93 al 140

Una vez dividido el trabajo, cada uno de los integrantes del equipo hizo la elección de las colonias al azar, tomando en cuenta que se deberían de aplicar entre los días 10. de Mayo al 17 de Junio de 1983.

El mapa 1 (adjunto), señala el área representada por la muestra y consta de las siguientes colonias:

DELEGACION	COLONIA
Alvaro Obregón Benito Juárez	Acacias
	Doctores
	Narvarte
	Del Valle
	Roma
	Obrera
	Xoco
	Santa Ursula
	Los cedros
	Xotepingo
Coyoacán	Insurgentes Cuiculco
	Guerrero
	Tabacalera
	Centro
	Exhipodromo de Peral-- villo.
Gustavo A. Madero	Pensil
	Prado Vallejo
	Progreso Nacional
	Panamericana
	Ramos Millán
Iztacalco	Magdalena Mixhuca
	Agrícola Oriental
	San Miguel Iztacalco
Iztapalapa	La Era Iztapalapa
	Unidad Vicente Guerrero

DELEGACION

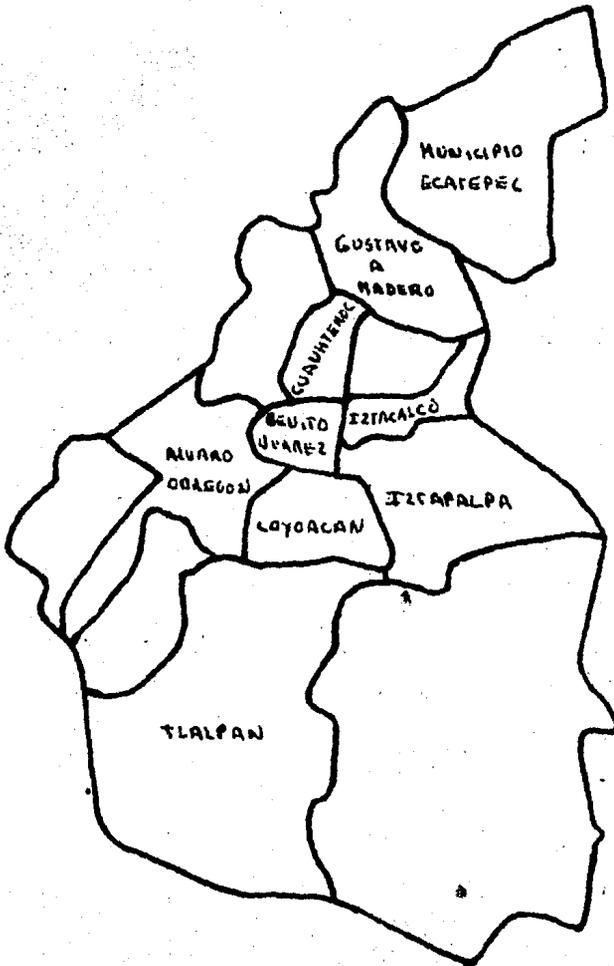
Tlalpan
Municipio de Ecatepec

COLONIA

Jacarandas
La Joya
Fuentes de Ecatepec

MAPA 1

DELEGACIONES Y MUNICIPIOS EN DONDE SE EFECTUO
LA LABOR DE CAMPO



3.10. TABULACION

Consiste en totalizar el número de aspectos - que caen dentro de las categorías establecidas.- - (12) .

La tabulación se planeó de la siguiente forma:

3.10.1 PLANEACION DE LA TABULACION

Especifica exactamente como han de hacerse las tabulaciones. .

Son pasos que servirán para facilitar la tabulación obteniendo datos verídicos y confiables. - El método que se empleó fué el siguiente:

a) .- De los ciento cuarenta cuestionarios se dividieron en tres grupos de la misma forma que en la labor de campo, es decir:

Grupo	I	del cuestionario	1 al	47
Grupo	II	del cuestionario	48 al	92
Grupo	III	del cuestionario	93 al	140

Todo esto con el fin de facilitar la tabulación.

b) .- Una vez formados los grupos, se procedió a determinar que preguntas abiertas se le iban a fijar intervalos o las opciones que se expresarían en el concepto de los cuadros resúmenes de información.

c) .- Posteriormente se vaciaron los datos en formatos que tienen cupo para 50 cuestionarios, en donde se irían anotando los datos.

d) .- Al finalizar la tabulación se sumó el total de cada uno de los datos por grupo, y des- - (12) Ibid.

pués se sumaron las cantidades de todos los grupos obteniéndose un global, con esta cantidad se procederá a elaborar los cuadros resúmenes de información, que contienen los porcentajes representativos de la muestra.

A continuación se mencionan las partes de que se componen los cuadros resúmenes de información.

TITULO. Se especifica como "Cuadro Resumen de Información" Se haya colocado en el extremo superior izquierdo.

NUMERO.- El número se ubica en el extremo superior derecho. Todas las tablas se han enumerado para poderlas identificar fácilmente y lograr localizar las si llegarán a mencionarse posteriormente.

FECHA.- A todos los cuadros se les especifica la fecha en que fueron imprimidos.

PREGUNTA.- Establece la pregunta en sí y el número que le corresponde de acuerdo al cuestionario definitivo. Se escribe inmediatamente después del título y del número de la tabla, ocupando todo el ancho de la hoja.

OBJETIVO: Se menciona que fin persigue la pregunta, el dato que se desea conocer. Abajo de la pregunta.

Inmediatamente después del objetivo vienen - columnas que varía en número de acuerdo al tipo de pregunta que sea; en todos los cuadros se estipulan tres columnas que son:

CONCEPTO.- Son las diferentes respuestas que han dado los entrevistados en los cuestionarios. Es la primera columna.

I.R.- Se encuentra en la segunda columna y es el índice de repetición, es decir, las veces que se repite cada concepto. Los datos obtenidos en la tabulación y que serán codificados para obtener información, esto se logra a través del cálculo. - El cálculo es el manejo aritmético de los datos.

% I.R.- Es el porcentaje del índice de repetición. Se escribe en la tercera columna, y se calcula dividiendo el I.R./TOTAL DE I.R.

Además de estas tres columnas se calcula otra que puede ser el promedio o el porcentaje sobre la muestra.

PROMEDIO.- Se establece en las preguntas en donde se hayan fijado intervalos, el promedio es igual a: Sumatoria de Punto Medio del Intervalo por I.R. /Muestra - Los que no contestaron a esta pregunta.

El resultado es una cantidad representativa para toda la muestra.

En este tipo de preguntas el entrevistado solamente puede dar una respuesta por lo que el total de I.R. debe ser igual a la Muestra.

Porcentaje Sobre la Muestra.-

Se calcula cuando el total del I.R. es mayor que la muestra debido a que se le ha dado libertad al entrevistado de escoger más de una opción en preguntas de tipo abierta en donde se expresan las -

ideas libremente, en preguntas de opción múltiple o combinadas. Se Calcula dividiendo I.R. / Muestra.

TOTAL.- Se haya al pie de cada una de las columnas y es la suma de las cantidades establecidas.

OBSERVACIONES.- Especifica que tipo de pregunta es, su relación con cuadros anteriores o posteriores, y si existió algún problema para contestar la pregunta.

Los datos deben ser fraccionados todo lo posible.

Para ordenar los datos y clasificarlos en formas que les den significados se procedió de la forma en que se ha estipulado en la planeación de la Tabulación.

La Tabulación puede ser de tipo manual, mecánica o electromecánica, dependiendo del número de datos y la rapidez con que tengan que ser procesados.

La Tabulación realizada es de tipo manual, aplicada a un número relativamente pequeño que puede ser contado fácilmente.

Los datos totalizados y divididos en la forma estipulados en la Planeación de la Tabulación, serán la base del capítulo IV que se refiere al análisis e Interpretación de la Información.

3.11. ANALISIS

Para llevar a cabo el análisis, se tomó como base la "Lista de Información Básica Requerida", - que contiene la información primaria y secundaria; formando grupos con cierta relación entre sí. Cada grupo se integró con la información más representativa de la investigación.

Posteriormente se extrajo la información obtenida de los cuadros resúmenes de información que se presentan en el siguiente Capítulo.

3.12 INFORME ESCRITO

"El Proceso de la Investigación concluye normalmente con la redacción de un escrito que tiene por objeto comunicar los resultados obtenidos en el acopio y valoración de las pruebas". (15). Dichas pruebas en esta investigación son las fichas bibliográficas obtenidas de la investigación documental; y los datos proporcionados por las personas entrevistadas.

El documento escrito se acomodó colocando primero los datos que se obtuvieron de documentos, esta información se encuentra en los dos primeros Capítulos. Enseguida se especifica la Metodología de la investigación, que contiene las definiciones de cada etapa, enseguida se colocaron los datos - codificados; mismos que se recopilaron en la labor de campo y por último se especifican los resultados finales que solventan y comprueban el Problema Establecido.

(15) Garza Mercado Ario, Manual de técnicas de Investigación, Ed. Colegio de México, Segunda - reimpresión. México 1972. pp. 118

CAPITULO 4

ANALISIS E INTERPRETACION DE LA INFORMACION

La etapa de análisis e interpretación de la información, es también conocida como procesamiento de datos.

"La palabra dato, viene del vocablo latín datum, que significa hecho. Los datos, pues son -- hechos, mensajes sin evaluar, o la materia prima de la información.

El procesamiento de los datos tiene por objeto evaluarlos, ponerlos en orden y colocarlos en una perspectiva o contexto en que se pueda producir información significativa". (1)

La clasificación generalmente se hace mediante un método de abreviación corto y predeterminado que recibe el nombre de "Codificación". En este caso se ha hecho a través de "Cuadros Resúmenes de Información".

El análisis de la información se llevó a cabo tomando como base la lista de información primaria, pues es dicha información la que se conoció a través de la muestra.

Para efectuar el análisis se han tomado los conceptos y de ahí se han obtenido los datos; mismos que relacionados entre sí han cumplido los objetivos estipulados para esta investigación.

Los datos se tomaron de los cuadros resúmenes de información, reuniendo todos aquellos que se -

(1) Sanders Donald H. Computación en las Ciencias-Administrativas. p.p. 7 y 8

relacionaran con cada uno de los conceptos establecidos.

4.1. CUADROS RESUMENES DE INFORMACION

Estos cuadros contienen un compendio y análisis de las respuestas tabuladas. Se han efectuado cálculos en cada uno de los cuadros para obtener información útil para el análisis.

A pesar de que el cuestionario definitivo estuvo compuesto de 29 preguntas, el número de cuadros resúmenes de información fué de 45 debido a que de las preguntas combinadas se obtuvieron datos adicionales.

Los cuadros contienen los datos establecidos en el formato descrito en la Metodología. A continuación se encuentran dichos cuadros.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 0

FREGUNTA 2.- DIRECCION O TELEFONO

OBJETIVO : DETERMINAR DE ACUERDO A LA COLONIA EL NIVEL
SOCIOECONOMICO DE LA PERSONA.

CONCEPTO	I. R.	% I. R.
B	103	74 %
C	32	23 %
NO CONTESTARON	5	3 %
TOTAL ...	140	100 %

OBSERVACIONES. ESTA PREGUNTA ES ABIERTA PUES SE REFIEREN A-
UN DATO QUE SOLO LA PERSONA PUEDE PROPORCIONAR. EN DONDE LA B CORRESPONDE A VIVIENDA -
PARTICULAR (CONDOMINIO, CASA PROPIA) Y LA C-
A VIVIENDAS RENTADAS.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 0

PREGUNTA 1.- NOMBRE O SEXO

OBJETIVO: CONOCER LA PROPORCION DE PERSONAS DE CADA -
SEXO EN LA ENCUESTA.

CONCEPTO	I. R.	% I. R.
H O M B R E	77	55 %
M U J E R	63	45 %
T O T A L . . .	140	100 %

OBSERVACIONES: ESTA PREGUNTA ES DE OPCION UNICA.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:

NUMERO:

ABRIL 1984

3 0

PREGUNTA 3.- ESTADO CIVIL

OBJETIVO: ESTABLECER EL ESTADO CIVIL DEL ENTREVISTADO.

CONCEPTO	I. R.	% I. R.
CASADO	65	46 %
SOLTERO	75	54 %
TOTAL ...	140	100 %

OBSERVACIONES: PREGUNTA DE OPCION UNICA, PUES LA PERSONA -
SOLO PUEDE PERTENECER O ESTAR EN UNA DE LAS-
SITUACIONES.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
4 0

PREGUNTA 4.- ¿ CUANTAS PERSONAS HABITAN EN SU CASA ?

OBJETIVO: CONOCER EL NUMERO DE PERSONAS QUE CONFORMAN
LA FAMILIA DEL ENTREVISTADO.

C O N C E P T O	I. R.	% I. R.	PROMEDIO (MIEMBROS)
DE 1 A 3 MIEMBROS	33	24 %	2
DE 4 A 6 MIEMBROS	63	45 %	5
DE 7 A 9 MIEMBROS	31	22 %	8
DE 9 A 13 MIEMBROS	10	7 %	11
NO CONTESTARON	3	2 %	
T O T A L ...	140	100 %	5.39

OBSERVACIONES: LA PREGUNTA ES ABIERTA, SE HAN FIJADO INTER-
VALOS CON EL FIN DE FACILITAR EL CALCULO.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
5 0

PREGUNTA 5.- ¿ EN QUE LUGAR TRABAJA ?

OBJETIVO: DETERMINAR EN QUE TIPO DE EMPRESA LABORA EL
ENCUESTADO.

CONCEPTO	I. R.	% I. R.
DE GOBIERNO	63	45 %
PARTICULAR	67	48 %
NEGOCIO PROPIO	10	7 %
TOTAL ...	140	100 %

OBSERVACIONES: ESTA PREGUNTA ES DE OPCION UNICA.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
6 0

PREGUNTA 6.- ¿ RECIBE DESPENSAS EN SU TRABAJO ?

OBJETIVO: DESEAMOS CONOCER SI LA EMPRESA EN LA CUAL --
LABORA LE AYUDA CON PRESTACIONES EN ALIMENTOS.

C O N C E P T O	I . R .	% I . R .
SI	46	33 %
NO	93	66.4 %
NO CONTESTARON	1	.6 %
T O T A L . . .	140	100 %

OBSERVACIONES: PREGUNTA COMBINADA (DICOTOMICA Y ABIERTA) EN
DONDE SE ESCOGE UNA OPCION Y SI ES POSITIVA
SE PRESENTA EN EL SIGUIENTE CUADRO.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
6 1

PREGUNTA 6.- ¿ EN QUE CONSISTE ?

OBJETIVO: CONOCER LAS FORMAS MAS COMUNES DE AYUDA QUE
RECIBE COMO DESPENSA.

CONCEPTO	I. R.	% I. R.
PRODUCTOS	3	7 %
VALES	43	93 %
TOTAL ...	46	100 %

OBSERVACIONES: PREGUNTA ABIERTA EN DONDE LA MUESTRA BASE ES
DE 46.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
7 0

PREGUNTA 7.- ¿ TIENE DERECHO A ADQUIRIR PRODUCTOS EN ALGUNA TIENDA DE GOBIERNO O DE SINDICATO ?

OBJETIVO: DETERMINAR SI LAS PERSONAS ENTREVISTADAS TIENEN DERECHO A REALIZAR SUS COMPRAS EN TIENDAS EXENTAS DEL PAGO DEL I.V.A.

C O N C E P T O	I . R .	% I . R .
SI	58	41 %
NO	80	57 %
NO CONTESTARON	2	1 %
T O T A L ...	140	100 %

OBSERVACIONES: LA PREGUNTA ES COMBINADA EN DONDE SE ESCOGE UNA OPCION Y DE SER POSITIVA SE CONTESTA LA SIGUIENTE PARTE REPRESENTADA EN EL CUADRO - SUBSECUENTE.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
7 1

PREGUNTA 7.- ¿ CUAL ?

OBJETIVO: CONOCER A QUE TIENDAS DE GOBIERNO O DE SINDI
CATO ACUDEN CON MAYOR FRECUENCIA.

CONCEPTO	I. R.	% I.R.	% S/MUESTRA.
SH Y CP	11	16 %	19 %
ISSSTE	41	61 %	71 %
SAHOP	9	14 %	16 %
IMSS	6	9 %	10 %
TOTAL ...	67	100 %	

OBSERVACIONES: LA MUESTRA ES EN ESTE CASO DE 58 Y PUEDE COM
PLEMENTAR LIBREMENTE ESCOGIENDO UNA O MAS OP
CIONES.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
8 0

PREGUNTA 8.- ¿ DONDE COME ?

OBJETIVO: ESTABLECER EN QUE LUGARES COME Y CUALES SON LAS RAZONES QUE HACEN QUE EFECTUE SU COMIDA EN ESE LUGAR.

CONCEPTO	I. R.	% I. R.
EN CASA	58	41.4%
FUERA DE CASA	61	44%
EN EL COMEDOR DE LA EMPRESA	16	11%
NO CONTESTARON	5	3.6%
TOTAL ...	140	100%

OBSERVACIONES: ES UNA PREGUNTA ABIERTA, EN DONDE SOLO PUEDE DAR UNA RESPUESTA.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
8 1

PREGUNTA 8.- ¿ PORQUE COME AHI ?

OBJETIVO: CONOCER RAZONES POR LAS CUALES COME EN SU
CASA.

C O N C E P T O	I. R.	% I. R.	% S/MUESTRA
POR ECONOMIA	30	48 %	83 %
POR COMODIDAD	25	40 %	43 %
POR COSTUMBRE	8	12 %	14 %
T O T A L ...	63	100 %	

OBSERVACIONES: DEPENDIENDO DEL LUGAR DONDE COME SE ESTABLE-
CEN LOS CUADROS 11, 12 Y 13. EN ESTE CASO-
LA MUESTRA ES DE 58.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:

NUMERO:

ABRIL 1984

8 2

PERGUNTA 8.- ¿ POR QUE COME AHI ?

OBJETIVO: CONOCER LAS RAZONES POR LAS CUALES COME FUERA DE CASA.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
BAJO RENDIMIENTO	46	70%	75.4%
COMODIDAD	20	30%	32.7%
TOTAL ...	66	100%	

OBSERVACIONES: LA MUESTRA ES DE 61.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:

NUMERO:

ABRIL 1984

8 3

PREGUNTA 8.- ¿ PORQUE COME AHI ?

OBJETIVO: CONOCER LOS MOTIVOS POR LOS CUALES COME EN
EL COMEDOR DE LA EMPRESA.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
FALTA DE TIEMPO	16	80%	100%
ECONOMIA	4	20%	25%
TOTAL ...	20	100 %	

OBSERVACIONES: MUESTRA IGUAL A 16.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
90

PREGUNTA 9.- ¿ CUANTO GASTA USTED EN COMIDA MENSUALMENTE ?

OBJETIVO: DETERMINAR LA CANTIDAD QUE GASTA CADA PERSONA
EN SU ALIMENTACION MENSUALMENTE.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.	PROMEDIO (\$)
DE \$ 0 A 600	10	7%	300
DE \$ 601 A 1,200	4	2.4%	900
DE \$ 1,201 A 1,700	10	7%	1,450
DE \$ 1,701 A 2,300	7	5.6%	2,000
DE \$ 2,301 A 3,000	16	11.4%	2,650
DE \$ 3,001 A 6,000	63	45%	4,500
NO CONTESTARON	30	21.6%	- - -
T O T A L ...	140	100%	2,776.92

OBSERVACIONES: PREGUNTA ABIERTA, QUE EN LA TABULACION SE --
DIVIDIO.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 0 0

PREGUNTA 10.- ¿ CUANTAS PERSONAS COMEN EN SU CASA ?

OBJETIVO: CONOCER EL NUMERO DE PERSONAS QUE COMEN EN SU CASA PARA CALCULAR QUE CANTIDAD SE DESTINA A CADA PERSONA PARA SU ALIMENTACION.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	PROMEDIO (PERSONA)
DE 0 A 3	44	31.4%	1.5
DE 4 A 6	53	37.8%	5
DE 7 A 9	28	20%	8
DE 9 A 16	9	6%	12.5
NO CONTESTARON	6	4.8%	
TOTAL ...	140	100%	4.98

OBSERVACIONES: EN ESTA PREGUNTA SE INCLUYO UN ESTRATO QUE VA DESDE CERO A TRES PUESTO QUE EXISTE LA POSIBILIDAD QUE NINGUNA PERSONA HAGA SUS COMIDAS EN CASA. LA PREGUNTA ES DE TIPO ABIERTA CON -- UNA SOLA RESPUESTA.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:

NUMERO:

ABRIL 1984

1 1 0

PREGUNTA 11.- ¿ CUANTO GANA ?

OBJETIVO: DETERMINAR CUAL ES EL NIVEL DE INGRESOS DE
CADA PERSONA.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.	PROMEDIO (\$)
DE \$ 12,700 A 25,400	60	45%	19,050
DE \$ 25,401 A 38,200	59	42%	31,751
DE \$ 38,201 A 50,890	8	6%	44,551
DE \$ 58,891 A 63,600	5	3.9%	57,241
DE \$ 66,601 A 76,300	4	3.8%	69,951
NO CONTESTARON	4	3.8%	- - -
T O T A L ...	140	100%	28,961

OBSERVACIONES: ESTA PREGUNTA ES ABIERTA CON UNA UNICA RES-
PUESTA, EN DONDE EL ENTREVISTADO ESPECIFICA
CUAL ES EL INGRESO DE CADA UNO DE ELLOS.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 2 0

PREGUNTA 12.- ¿ A CUANTO ASCIENDE EL INGRESO MENSUAL FAMILIAR ?

OBJETIVO: CONOCER LA CANTIDAD QUE EN CONJUNTO CUENTA CADA FAMILIA PARA HACER FRENTE A SUS GASTOS MENSUALMENTE.

C O N C E P T O	I. R.	% I. R.	PROMEDIO (\$)
DE \$ 10,000 A 30,000 MENSUAL	39	28%	20,000
DE \$ 30,001 A 50,000 MENSUAL	45	32%	40,000
DE \$ 50,001 A 70,000 MENSUAL	17	12%	60,000
DE \$ 70,001 A 90,000 MENSUAL	14	10%	80,000
DE \$ 90,001 A 120,000 MENSUAL	6	4%	105,000
NO CONTESTARON	19	14%	- - -
T O T A L ...	140	100%	44,214.87

OBSERVACIONES: ESTA PREGUNTA ES ABIERTA CON UNA RESPUESTA Y SE RELACIONA CON LA PREGUNTA ANTERIOR EN LA MEDIDA DEL INGRESO MENSUAL FAMILIAR DE LA PERSONA ENTREVISTADA.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 3 0

PREGUNTA 13.- DEL INGRESO MENSUAL FAMILIAR ¿CUANTO DESTINA
A LA COMPRA DE ALIMENTOS?

OBJETIVO: DESEAMOS DETERMINAR QUE CANTIDAD SE DESTINA
A LA COMPRA DE ALIMENTOS Y ESTABLECER UN PRO
MEDIO.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.	PROMEDIO (\$)
DE \$ 4,000 A 10,000 MENSUAL	43	31%	7,000
DE \$ 10,001 A 16,000 MENSUAL	41	29%	13,000
DE \$ 16,001 A 22,000 MENSUAL	21	15%	19,000
DE \$ 22,001 A 28,000 MENSUAL	7	5%	25,000
DE \$ 28,001 A 35,000 MENSUAL	21	15%	31,500
NO CONTESTARON	7	5%	- - -
T O T A L ...	140	100%	15,560,15

OBSERVACIONES: ES UNA PREGUNTA DE OPCION MULTIPLE Y SE RELACIONA CON LAS PREGUNTAS 11 Y 12, YA QUE DE -- ACUERDO AL NIVEL DE INGRESO NOS PODRA PROPORCIONAR CUANTO DESTINA DE ESTE A LA COMPRA DE ALIMENTOS.

**CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION**

**FECHA:
ABRIL 1984**

**NUMERO:
1 4 0**

PREGUNTA 14.- ¿ CADA CUANDO EFECTUA SUS COMPRAS ?

OBJETIVO: CONOCER LA PERIODICIDAD CON QUE EFECTUA SUS COMPRAS.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.
DIARIAMENTE	30	21.4%
SEMANALMENTE	49	35%
QUINCENALMENTE	43	31%
MENSUALMENTE	13	9%
NO CONTESTARON	5	3.6%
T O T A L ...	140	100%

OBSERVACIONES: ESTA PREGUNTA ES DE OPCION UNICA Y NOS PROPORCIONA LA INFORMACION DE LA PERIODICIDAD CON QUE REALIZAN SUS COMPRAS.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 5 0

PREGUNTA 15.- ¿ POR QUE COMPRA DE ESA MANERA ?

OBJETIVO: ESTABLECER LOS MOTIVOS POR LOS QUE COMPRA
DIARIAMENTE.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
COMODIDAD	18	5.8%	60%
ECONOMIA	13	42%	43%
TOTAL ...	31	100%	

OBSERVACIONES: SE RELACIONA CON LA PREGUNTA 14, BASE DE --
MUESTRA 30.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 5 1

PREGUNTA 15.- ¿ POR QUE COMPRA DE ESA MANERA ?

OBJETIVO: ESTABLECER LOS MOTIVOS POR LOS QUE COMPRA --
SEMANALMENTE.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
COMODIDAD	11	20.3%	22.4%
FALTA DE TIEMPO	17	31.4%	34.6%
ECONOMIA	16	29.6%	32.6%
DISPONIBILIDAD DE DINERO	10	18.7%	20.4%
TOTAL ...	54	100 %	

OBSERVACIONES: SE RELACIONA CON LA PREGUNTA 14, BASE DE --
MUESTRA 49.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 5 2

PREGUNTA 15.- ¿ POR QUE COMPRA DE ESA MANERA ?

OBJETIVO: ESTABLECER LOS MOTIVOS POR LOS QUE COMPRA --
QUINCENALMENTE.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
COMODIDAD	13	25.4%	30.2%
FALTA DE TIEMPO	11	21.5%	25.5%
ECONOMIA	5	10%	11.6%
DISPONIBILIDAD DE DINERO	22	43.1%	51%
T O T A L ...	51	100%	

OBSERVACIONES: BASE DE MUESTRA 43.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 5 3

PREGUNTA 15.- ¿ POR QUE COMPRA DE ESA MANERA ?

OBJETIVO: ESTABLECER LOS MOTIVOS POR LOS QUE COMPRA --
MENSUALMENTE.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
COMODIDAD	13	52%	100%
FALTA DE TIEMPO	5	20%	38.4%
ECONOMIA	6	24%	46%
DISPONIBILIDAD DE DINERO	1	4%	7%
TOTAL ...	25	100%	

OBSERVACIONES: BASE DE MUESTRA 13.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 6 0

PREGUNTA 16.- GENERALMENTE ¿ DONDE COMPRA SUS ALIMENTOS ?

OBJETIVO: ESTABLECER LOS LUGARES A LOS QUE ACUDEN CON
MAYOR FRECUENCIA A REALIZAR LAS COMPRAS.

CONCEPTO	I R.	% I.R.	% S/MUESTRA
MERCADOS	97	52%	69%
TIENDAS DE AUTO-SERVICIO	53	29%	38%
TIENDAS DE GOBIERNO	35	19%	25%
TOTAL ...	185	100%	

OBSERVACIONES: ES UNA PREGUNTA DE OPCION MULTIPLE EN DONDE-
EL ENTREVISTADO PUEDE ELEGIR UNA O MAS OPCIO-
NES, SE RELACIONA CON LA PREGUNTA 17.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NÚMERO:
1 7 0

PREGUNTA 17.- INDIQUE LAS RAZONES POR LAS QUE COMPRA EN ESE LUGAR.

OBJETIVO: DESEAMOS ESTABLECER LAS CAUSAS QUE ORIGINAN LA TENDENCIA A COMPRAR EN LOS MERCADOS.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.
CERCANIA	28	29%
COMODIDAD	14	14%
ECONOMIA	32	33%
FRESCURA	23	24%
TOTAL...	97	100%

OBSERVACIONES: ES UNA PREGUNTA DE OPCION MULTIPLE EN DONDE LA PERSONA ENTREVISTADA ESPECIFICARA LOS MOTIVOS POR LOS QUE COMPRA EN DETERMINADO LUGAR. BASE DE MUESTRA 97.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 7 1

PREGUNTA 17.- INDIQUE LAS RAZONES POR LAS QUE COMPRA EN ESE LUGAR.

OBJETIVO: DESEAMOS ESTABLECER LAS CAUSAS QUE ORIGINAN LA TENDENCIA A COMPRAR EN LAS TIENDAS DE AUTOSERVICIO.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
CERCANIA	20	37%	38%
COMODIDAD	34	63%	64%
TOTAL ...	54	100%	

OBSERVACIONES: BASE DE MUESTRA 53.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:

NUMERO:

ABRIL 1984

1 7 2

PREGUNTA 17.- INDIQUE LAS RAZONES POR LAS QUE COMPRA EN ESE LUGAR.

OBJETIVO: DESEAMOS ESTABLECER LAS CAUSAS QUE ORIGINAN LA TENDENCIA A COMPRAR EN LAS TIENDAS DE GOBIERNO.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
ECONOMIA	35	80%	100%
COMODIDAD	9	20%	
TOTAL ...	44	100%	

OBSERVACIONES: BASE DE MUESTRA 35.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 8 0 .

PREGUNTA 18.- ¿ QUE PRODUCTOS ALIMENTICIOS ENLATADOS O EM-
PAQUETADOS COMPRA HABITUALMENTE ?

OBJETIVO: SABER QUE PRODUCTOS ADQUIEREN QUE ESTEN GRA-
VADOS CON EL IVA A CAUSA DE LAS MODIFICACIO-
NES DEL PRESENTE AÑO.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
EMBUTIDOS Y CARNES	18	9%	13%
FRUTAS, VERDURAS Y JUGOS	41	22%	29%
PRODUCTOS DEL MAR	42	22%	30%
LATERIA EN GENERAL	89	47%	34%
T O T A L ...	190	100%	

OBSERVACIONES: PREGUNTA DE TIPO ABIERTA EN DONDE EL ENTRE-
VISTADO PUEDE MENCIONAR TODOS LOS PRODUCTOS-
QUE DESEE.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 9 0

PREGUNTA 19.- ¿ DEJO DE COMPRAR ALGUN PRODUCTO ALIMENTICIO ENLATADO O EMPAQUETADO A CAUSA DEL AUMENTO - DEL I.V.A. ?

OBJETIVO: DETERMINAR SI DE ACUERDO AL INCREMENTO EN LA TASA DEL I.V.A. SE HA DEJADO DE ADQUIRIR PRODUCTOS QUE PUEDAN PARECER PROHIBITIVOS PARA LAS PERSONAS ENTREVISTADAS.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.
SI	37	27%
NO	90	64%
NO CONTESTARON	13	9%
TOTAL ...	140	100%

OBSERVACIONES: ESTA PREGUNTA ES DICOTOMICA.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
1 9 1

PREGUNTA 19.- ¿ CUALES ?

OBJETIVO: EN CASO DE CONTESTAR QUE SI HAN DEJADO DE ADQUIRIR PRODUCTOS ALIMENTICIOS GRAVADOS CON EL I.V.A. DESEAMOS CONOCER A QUE TIPO DE PRODUCTOS SE REFIERE.

C O N C E P T O	I. R.	% I. R.	% S/MUESTRA
EMBUTIDOS Y CARNES	6	13%	16%
FRUTAS, VERDURAS Y JUGOS	17	36%	50%
ANGULAS	14	30%	38%
LATERIA EN GENERAL	10	21%	27%
T O T A L ...	47	100%	

OBSERVACIONES: BASE DE MUESTRA 37.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 0 0

PREGUNTA 20.- ¿ QUE OPINA DEL I.V.A. ?

OBJETIVO: CONOCER QUE OPINION TIENEN LAS PERSONAS SOBRE EL I.V.A. Y DESDE QUE PUNTO DE VISTA LO INTERPRETA.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
ES POSITIVO	44	25%	31.4%
ES NEGATIVO	113	64%	81%
NO CONTESTARON	19	11%	14%
TOTAL ...	176	100%	

OBSERVACIONES: ESTA ES UNA PREGUNTA DE OPCION MULTIPLE EN DONDE EL ENTREVISTADO PUEDE ELEGIR LAS DOS OPCIONES, SIEMPRE Y CUANDO DE LOS MOTIVOS DE SUS RESPUESTAS.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 0 1

PREGUNTA 20.1.- ES POSITIVO ¿ POR QUE ?

OBJETIVO: DETERMINAR LOS MOTIVOS POR LOS CUALES CONSIDERA EL I.V.A. UN IMPUESTO POSITIVO.

C O N C E P T O	I . R .	% I . R .	% S / M U E S T R A
MAYOR CAPTACION DEL GOBIERNO	27	57.4%	61%
NO ES ACUMULATIVO	4	9%	9%
ENCAUZA EL GASTO	11	23.4%	25%
NO CONTESTARON	5	10.2%	11%
T O T A L . . .	47	100%	

OBSERVACIONES: PREGUNTA DE TIPO ABIERTA. BASE DE MUESTRA 44.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 0 2

PREGUNTA 20.2.- ES NEGATIVO ¿ POR QUE ?

OBJETIVO: DETERMINAR LOS PRINCIPALES MOTIVOS POR LOS -
CUALES SE PUEDE CONSIDERAR AL I.V.A. COMO UN
IMPUESTO NEGATIVO.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
MAYOR GRAVAMEN	29	25%	26%
DISMINUYE EL PODER DE COMPRA	54	47%	48%
GRAVA PRODUCTOS BASICOS	32	28%	29%
TOTAL ...	115	100%	

OBSERVACIONES: BASE DE MUESTRA 113.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:

NUMERO:

ABRIL 1984

2 1 0

PREGUNTA 21.- ¿ CONOCE LAS MODIFICACIONES DEL I.V.A. EN -
ESTE AÑO ?

OBJETIVO: SABER SI TIENEN CONOCIMIENTO DE LAS MODIFICA
CIONES SUFRIDAS POR EL I.V.A. EN ESTE AÑO .

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.
SI	81	58%
NO	35	25%
NO CONTESTARON	24	17%
T O T A L . . .	140	100%

OBSERVACIONES: ES UNA PREGUNTA (DICOTOMICA Y ABIERTA), EN -
LA CUAL DE CONTESTAR POSITIVAMENTE PODRA CON
TESTAR SIN MUCHOS PROBLEMAS LAS PREGUNTAS 21
A LA 25.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 1 1

PREGUNTA 21.- SI ¿ CUALES ?

OBJETIVO: CONOCER EN QUE GRADO ESTA ENTERADO DE LAS MODIFICACIONES HECHAS AL I.V.A. EN ESTE AÑO.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
TARIFAS ALTAS	72	77%	89%
TARIFAS BAJAS	15	16%	19%
GRAVACION DE CONCEPTOS ANTES EXENTOS	7	7%	9%
TOTAL ...!	94	100%	

OBSERVACIONES: ES UNA PREGUNTA ABIERTA QUE TIENE COMO FINALIDAD DESCUBRIR EL GRADO DE CONOCIMIENTO QUE TIENE LA PERSONA ACERCA DEL I.V.A., BASE DE MUESTRA 81.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 2 0

PREGUNTA 22.- ¿ DE QUE FORMA CONOCIO ESTAS MODIFICACIONES ?

OBJETIVO: SABER QUE MEDIO DE COMUNICACION HA SIDO MAS EFECTIVO PARA DIFUNDIR EL MANEJO DE ESTE IM PUESTO.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
PRENSA	39	27%	28%
RADIO	29	20%	21%
TELEVISION	44	32%	31%
AL REALIZAR SUS COMPRAS	14	10%	10%
DIARIO OFICIAL	9	6%	6%
POR AMIGOS O POR LA EMPRESA	7	5%	5%
T O T A L ...	142	100%	

OBSERVACIONES: PREGUNTA DE OPCION MULTIPLE.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FEHCA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 3 0

PREGUNTA: ¿ CONOCE EL MANEJO DEL I.V.A. AL REALIZAR -
SUS COMPRAS ?

OBJETIVO: ESTABLECER SI TIENEN CONOCIMIENTO EN CUANTO-
AL COBRO DEL I.V.A. EN SUS COMPRAS.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.
SI	95	58%
NO	19	14%
NO CONTESTARON	26	18%
TOTAL ...	140	100%

OBSERVACIONES: ES UNA PREGUNTA ECONOMICA PUES NO NECESITAMOS UNA RESPUESTA AMPLIA.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
240

PREGUNTA 24.- ¿ CONOCE A QUE LUGAR PUEDE ACUDIR EN CASO DE
ALGUNA VIOLACION EN LA APLICACION DEL I.V.A. ?

OBJETIVO: DETERMINAR SI LAS PERSONAS CONOCEN LAS INSTI
TUCIONES EN QUE PUEDEN ENCONTRAR AYUDA Y ---
ORIENTACION EN CASO DE QUE NO SEAN RESPETA---
DOS LOS ARTICULOS DE LA LEY DEL I.V.A.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.
SI	83	59%
NO	29	21%
NO CONTESTARON	28	20%
TOTAL ...	140	100%

OBSERVACIONES: ES UNA PREGUNTA COMBINADA (DICOTONICA Y ABIER
TA), YA QUE NECESITAMOS INFORMACION COMPLE--
MENTARIA PARA TENER UN PANORAMA AMPLIO.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 4 1

PREGUNTA 24.- ¿ CUALES SON ?

OBJETIVO: ESTABLECER QUE INSTITUCIONES SON LAS QUE CO-
NOCEN Y PUEDE ACUDIR EN BUSCA DE ORIENTACION
Y APOYO.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
PROCURADURIA FED. DEL CONSUMIDOR	79	67%	95%
INST. NAC. DEL CONSUMIDOR	6	5%	7%
SECOFI	29	25%	35%
SH Y CP	4	3%	5%
T O T A L ...	118	100%	

OBSERVACIONES: BASE DE MUESTRA 83

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 5 0

PREGUNTA 25.- ¿ DE QUE MANERA LE AFECTA EL INCREMENTO DE --
LA TASA DEL I.V.A. EN LA COMPRA DE SUS ALIMEN
TOS ?

OBJETIVO: CONOCER EL EFECTO CAUSADO POR EL INCREMENTO
DEL I.V.A. EN LOS ALIMENTOS.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.
DISMINUYE EL PODER ADQUISITIVO	92	66%
NO AFECTA	20	14%
NO CONTESTARON	28	20%
T O T A L ...	140	100%

OBSERVACIONES: ESTA ES UNA PREGUNTA ABIERTA, PUES NO SE DE-
SEA PRESIONAR AL ENTREVISTADO HACIA UNA RES
PUESTA EN COMUN, SINO DE QUE RESPONDA DE --
UNA MANERA ESPONTANEA Y LIBRE SUS OBSERVACIO
NES Y PERJUICIOS.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:

NUMERO:

ABRIL 1984

2 6 0

PREGUNTA 26.- TOMANDO EN CONSIDERACION LAS NUEVAS TASAS -- DEL I.V.A. EN LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS ¿HA CONSIDERADO SUS HABITOS DE COMPRA DE MANERA- QUE PROTEJAN SU PRESUPUESTO FAMILIAR?

OBJETIVO: SE DESEA CONOCER SI HAN CAMBIADO LOS HABITOS DE COMPRA A FIN DE PROTEGER EL PRESUPUESTO - FAMILIAR A CAUSA DE LAS NUEVAS MODIFICACIO-- NES DEL MENCIONADO IMPUESTO.

C O N C E P T O	I . R .	% I . R .
SI	78	56%
NO	36	26%
NO CONTESTARON	26	18%
T O T A L . . .	140	100%

OBSERVACIONES: ESTA ES UNA PREGUNTA DICOTOMICA EN LA QUE SO LO REQUERIMOS UNA CONTESTACION Y DE SER ES- TA POSITIVA PODRA RESPONDER LA PREGUNTA 27.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACIÓN

FECHA:

NUMERO:

ABRIL 1984

2 7 0

PREGUNTA 27.- AL HABER CAMBIADO SUS HABITOS DE CONSUMO ---
ALIMENTICIO HA TENIDO QUE RECURRIR A ADQUI--
RIR:

OBJETIVO: MEDIANTE ESTA PREGUNTA QUEREMOS DETERMINAR SI
SE HAN TENIDO QUE TOMAR MEDIDAS QUE PUEDAN LI
MITAR SU NUTRICION.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
PRODUCTOS DE MAS BAJA CALIDAD	24	27%	31%
PRODUCTOS DE MENOR PODER NUTRITIVO	5	6%	6.4%
MENOR CANTIDAD DE ALIMENTOS	61	67%	78%
T O T A L ...	90	100%	

OBSERVACIONES: ESTA ES UNA PREGUNTA DE OPCION MULTIPLE PUES
LA PERSONA PUEDE HACER UNA O MAS ELECCIONES.
BASE DE MUESTRA 90.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 8 0

PREGUNTA 28.- ¿ CONSIDERA QUE SE LE DEBERIAN DE HACER ALGUNAS MODIFICACIONES AL I.V.A. CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS O EN CUALQUIER OTRO ASPECTO ?

OBJETIVO: SABER SI LAS PERSONAS ENTREVISTADAS DESEAN QUE SE HAGA ALGUNA MODIFICACION A LA LEY DEL I.V.A., NO SOLO EN LO QUE A ALIMENTOS SE REFIERE; SINO EN CUALQUIERA DE SUS ARTICULOS,

C O N C E P T O	I. R.	% I. R.
SI	102	73%
NO	4	3%
NO CONTESTARON	34	24%
T O T A L ...	140	100%

OBSERVACIONES: ESTA ES UNA PREGUNTA CERRADA DICOTOMICA QUE TIENE RELACION CON LA SIGUIENTE PREGUNTA.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 8 1

PREGUNTA 28.- ¿ CUALES ?

OBJETIVO: ESTABLECER QUE CAMBIOS DEBERIA OBSERVAR LA -
LEY DEL I.V.A.

CONCEPTO	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
EXENCION EN ALIMENTOS	80	58%	78.4%
EXENCION EN MEDICINAS	15	10%	15%
EXENCION EN CALZADO Y VESTIDO	18	13%	18%
NO COBRARLO	18	13%	18%
AUMENTARLO EN VINOS Y PRODUCTOS SUNTUARIOS	9	6%	9%
T O T A L ...	140	100%	

OBSERVACIONES: ES UNA PREGUNTA DE TIPO ABIERTA, QUE DA LI-
BERTAD DE EXPRESION AL ENTREVISTADO.

CUADRO RESUMEN
DE
INFORMACION

FECHA:
ABRIL 1984

NUMERO:
2 9 0

PREGUNTA 29.- ¿ QUE SUGERENCIAS TIENE USTED PARA PROTEGER-
EL PRESUPUESTO FAMILIAR DE LAS CLASES POPULA
RES ?

OBJETIVO: CONOCER QUE SOLUCIONES SE DAN PARA CUIDAR DE
LA ECONOMIA FAMILIAR DE ACUERDO A LAS NECESI
DADES DE CADA PERSONA.

C O N C E P T O	I.R.	% I.R.	% S/MUESTRA
CONTROL DE PRECIO Y PESO	27	18%	19%
REALIZAR EST. SOCIO.	34	23%	24%
CREACION DE TIENDAS EXENTAS	17	11.2%	12%
LIMITAR PUBLICIDAD DE PRODUCTOS SUNTUARIOS	13	9%	9%
FOMENTAR DESPENSAS	7	5%	5%
EXENTAR A LA CONASUPO	5	3.4%	4%
NO CONTESTARON	45	30.4%	32%
T O T A L ...	148	100%	

OBSERVACIONES: ESTA PREGUNTA ES ABIERTA Y TIENE COMO FINALI
DAD QUE LA PERSONA EXPRESE LIBREMENTE TODAS
LAS IDEAS QUE QUIERA EXPONER Y NO SE LIMITE
A UNA CONTESTACION CORTA.

4.2. ANALISIS DE LA INFORMACION

Una vez efectuada la tabulación, y obtenido - sus totales, se procedió a efectuar los cuadros - resúmenes, mismos que posteriormente se integraron en grupos de información que permitan obtener relación entre los diferentes datos, hasta llegar a - satisfacer el concepto y por lo tanto el objetivo.

Como es lógico suponer los resultados son las respuestas que se han obtenido a lo largo de la labor de campo, la tabulación y la codificación de - los cuadros resúmenes de información.

Los grupos de información fueron:

- a).- Generalidades.- Nos servirán para determinar el perfil de los entrevistados que se encuentran contenidos en el sector - socioeconómico que se estudia.

Del total de los entrevistados, el 55% fueron hombres y el 45% mujeres. Podemos determinar que en la clase media baja y baja del Área Metropolitana del D.F. tanto el hombre como la mujer participan activamente en la economía familiar, puesto - que la mujer se ha integrado a la masa trabajadora y el hombre ayuda a administrar el presupuesto familiar.

Su casa habitación corresponde en un 74% a - vivienda de tipo particular (condominio o casa propia), y en un 23% a niveles más bajos como viviendas, rentadas en departamentos o vecindades. El - resto habita en zonas residenciales.

Las personas solteras resultaron como mayoría en un 54% mientras que el 46% restante lo componen personas casadas. El ser soltero no implica una -

menor responsabilidad hacia el presupuesto familiar ni tampoco el desconocimiento del IVA, ya que, también consume diversos productos y participa activamente en la vida económica del país.

Las familias se componen en promedio de 5.29-miembros, en donde: 2.20 son personas de 18 años - en adelante (generalmente los padres de familia) y 3.09 son miembros menores de 18 años.

El desembolso mensual de la familia en el aspecto alimenticio es de 2,941.42 pesos por cada miembro, excepto en uno de ellos que generalmente come fuera de su casa, aumentando su gasto a 5,718.34 pesos.

En cuanto al lugar en donde laboran se encuentra que el 48% lo hacen en empresas de la iniciativa privada y el 45% en empresas gubernamentales, ya que son las principales fuentes de trabajo. Unicamente el 7% tienen un negocio propio, por lo cual interpretamos que es difícil realizar cualquier actividad económica independiente que les permita obtener ingresos sin prestar sus servicios en forma subordinada.

b).- Nivel de Ingresos y Prestaciones.- Consiste en establecer si los entrevistados entran de acuerdo a sus ingresos dentro del Universo y Muestra establecidos que comprende ingresos de una a cinco veces el salario mínimo.

Tomando en consideración que la encuesta se llevó a cabo del día 10. de mayo al 17 de junio de 1983, y el salario mínimo fué hasta el 13 de junio de 1983 de 13,650 pesos mensuales (3), se

(3) Salarios Mínimos 1983 Boletín emitido por la Comisión Nacional de los Salarios Mínimos 29 de Diciembre de 1982.

establecieron intervalos que contuvieron ingresos de una hasta seis veces el salario mínimo.

Los trabajadores que actualmente prestan sus servicios perciben un salario promedio de 28, 961-pesos representando 2.12 veces el salario mínimo.

Por otra parte el ingreso mensual familiar es en promedio de 44,214.87 pesos, que representa -- 3.23 veces el salario mínimo, podemos notar que -- una persona aporta únicamente el equivalente a -- 1.11 veces el salario mínimo (14,151.50 pesos), -- que es una cantidad muy baja.

En cuanto a las prestaciones que reciben de -- forma adicional por parte de la empresa, únicamente el 33% recibe ayuda que consiste en vales can-- jeables por la cantidad de 3,500 pesos que aumen-- tan en un 7.9% el ingreso promedio de la familia; -- estos vales no son exclusivos para adquirir alimen-- tos, sino que se pueden canjear por los productos -- que se deseen en tiendas tales como GIGANTE, ISSSTE o CONASUPO.

Otra prestación que se limita a personas que -- trabajan en organismos gubernamentales, es el acce-- so a tiendas exentas del pago del IVA y que posee-- el 41% de los entrevistados, dichas tiendas son -- las del ISSSTE, Secretaría de Hacienda y Crédito -- Público e IMSS. De efectuar sus compras en estas -- tiendas se ahorrarían la cantidad de 1,557.89 pe-- sos, es decir, el 3.52% del ingreso mensual de la -- familia.

c).- Hábitos de Compra.- Nos muestra que -- alimentos se compran, con que periodicidad, los motivos por los que compra, en -- que lugares y cuales son las modificacio -- nes que hizo al respecto en este año.

De los entrevistados el 41.4% tienen la facilidad de consumir todos sus alimentos en el hogar, el 55% consumen la comida fuera de su casa realizando un gasto promedio de 2,776.92 pesos, las razones principales es que no tienen tiempo de trasladarse a sus hogares por la lejanía y el corto tiempo del que disponen para comer. De acuerdo al estudio realizado podemos afirmar que por lo menos un miembro de cada familia come fuera de su casa.

Del presupuesto familiar se destina para la adquisición de víveres la cifra de 15,560.15 pesos, que sumados a lo que se gasta en comer fuera de casa (2,776.92 pesos) nos dá un total de 18,337.07 pesos, de los cuales 3,500 pesos son los vales canjeables que el trabajador recibe como prestación por parte de la empresa. El desembolso real de las familias es de 14,837.07 pesos que representa el 33.56% del presupuesto familiar.

La periodicidad y motivos de compra varían; en el sentido de que algunas personas realizan sus compras semanalmente, lo cual nos representa un 35% y otras las efectúan quincenalmente con un porcentaje del 31%, estas compras las llevan a cabo de una u otra forma, por la falta de tiempo para efectuarlas diariamente, por la comodidad así como por la disponibilidad económica de cada una de las familias.

Hay por otra parte quién efectúa sus compras diariamente por parecerles cómodo, económico y más que nada por la frescura de los alimentos. Estos entrevistados son el 21.4% de la muestra.

Una minoría realiza sus compras mensualmente por falta de tiempo representando el 9% sobre el total de la muestra.

El 52% de los entrevistados prefieren realizar

sus compras en los mercados populares tales como:

- Mercados sobre ruedas
- La Merced
- Central de Abastos
- Martínez de la Torre
- Hidalgo
- Portales
- Lagunilla
- Tepito, etc.

Los motivos por los cuales compran en estos mercados es por la cercanía a sus hogares, la frescura de los alimentos y la economía que ahí encuentran.

El 29% adquiere sus productos en las tiendas de autoservicio, siendo las de mayor prestigio:

- AURRERA
- GIGANTE
- COMERCIAL MEXICANA
- BLANCO Y
- SUMESA

Las razones por las cuales prefieren estos locales son la cercanía a sus casas, el surtido tan amplio que poseen, puesto que pueden comprar todos sus productos en un mismo lugar y la comodidad que ofrecen las instalaciones de estos lugares.

A pesar de que el 41% de los entrevistados tienen derecho a adquirir sus productos en tiendas de gobierno exentas del pago del IVA no sólo en alimentos, sino en cualquier producto que ahí se adquiera, únicamente el 19% compra en estas tiendas, siendo las más frecuentes:

- Tiendas del ISSSTE (están a disposición de todos los trabajadores del Estado, pidiendo

para su acceso la credencial correspondiente).

- Tiendas de la SHCP (Sirve a los trabajadores de la Secretaría de Hacienda, pueden entrar personas ajenas mediante pases otorgados por la propia Secretaría).
- Tiendas del IMSS (pertenece al Instituto Mexicano del Seguro Social, funciona de igual forma que las dos anteriores).

La razón principal de adquirir sus productos en las tiendas de gobierno es por la economía que encuentran ahí y canjear los vales que les dá la empresa.

d).- Conocimiento General del IVA.- Muestra el grado de manejo que el entrevistado tiene cuando efectúa sus compras con respecto al IVA.

Los productos alimenticios que causan IVA y que los entrevistados consumen son:

ALIMENTOS	% de IVA
Atún, Sardinias y camarones	6
Legumbres	20
Fritas en conservas	6
Verduras enlatadas	6
Salsas y aderezos	6
Jugos, néctares y refrescos	15
Sopas empaquetadas y enlatadas	6
Embutidos y carnes frías	6
Vinos de mesa y licores	15

El 27% de los entrevistados ha dejado de adquirir productos alimenticios procesados por el aumento de precio cargado con el IVA, prefiriendo comprarlos en estado natural. Los productos que

han dejado de adquirir son:

ALIMENTOS	% de IVA
Frutas en conservas	6
Verduras enlatadas	6
Jugos y néctares	15
Angulas	20

El 81% sobre el total de la muestra establece que las modificaciones del IVA son negativas puesto que tuvo una elevación en su tasa general del 5%, - es decir, que si antes era el 10% ahora se cobra el 15%, además de que se han vuelto a gravar los alimentos con tasas que varían del 6% al 20%, y aunque los productos de tasa 20% no son consumidos habitualmente por la clase económica estudiada, si creen que los alimentos gravados con el 6% y el 15% afectan su presupuesto familiar, disminuyendo su poder de compra.

Unicamente el 31.4% sobre el total de la muestra opina que el IVA es un impuesto positivo porque en la época de crisis que afronta el país se justifica que desee captar una mayor cantidad de dinero a través de los impuestos. Además el IVA encauza el gasto y tiene como característica que no es acumulativo.

El 14% sobre el total de la muestra no emitieron opinión del IVA, debido a que no lo conocen, ni tampoco conocen las modificaciones que tuvo en el año de 1983.

El 25% no conoce las modificaciones que tuvo el IVA y únicamente el 58% admite conocerlas, siendo las más significativas aquellas que marcan el aumento de las tarifas.

e).- Organismos gubernamentales que intervienen en el IVA. En este punto se observa si los entrevistados conocen los organismos que manejan el IVA y que pueden auxiliarse en un momento determinado.

Los medios de comunicación que dieron a conocer las modificaciones del IVA en éste año fueron diversos, tratando de explicar en forma detallada y sencilla el proceso y manejo del IVA, pero los entrevistados mencionan como más efectivos: la televisión a través de mensajes tanto de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, del Instituto Nacional del Consumidor y de la Procuraduría Federal del Consumidor; dió a conocerlo en el 32% del 58% del total de la muestra. La prensa a través de los diarios de mayor circulación (Excelsior, Herald, Prensa, Sol de México, etc), lograron captar la atención del 27% de los entrevistados. El radio dió a conocer los cambios al 20%, el 10% de los entrevistados conoció las modificaciones en el momento de efectuar sus compras. Y el 6% a través del Diario Oficial de la Federación.

Los organismos que el consumidor conoce como defensores de sus derechos de compra y que nos representa el 59% de los entrevistados son:

- Procuraduría Federal del Consumidor
- Instituto Nacional del Consumidor
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Secretaría de Comercio y Fomento Industrial

Mientras que el 21% no conoce a que organismos puede acudir y el 20% no contestaron a la pregunta, debido al desconocimiento del tema en general.

f).- Efecto del IVA.- Señala de que manera repercutieron las modificaciones del IVA en su presupuesto familiar.

El 18% de la muestra no respondió si conoce - el manejo del IVA en el momento de efectuar sus - compras, el 14% respondió que no sabe manejarlo y - el 68% conoce y maneja el IVA.

El 66% de los entrevistados respondió que el IVA sí perjudica su presupuesto pues disminuye su presupuesto pues disminuye su poder adquisitivo. - El 14% de las respuestas fueron que el aumento de - la tasa del IVA no afectó sus gastos, y el 20% no - respondieron a la pregunta.

De los entrevistados el 56% al ver afectado - su presupuesto familiar han tomado medidas de pro - tección, tales como:

-Adquirir menor cantidad de alimentos.- Los - salarios no han sido aumentados, al contrario de - los productos de uso popular, que han sufrido una - escalada de precios que en ocasiones supera el -- 100% de su precio. Entonces con la misma cantidad de dinero compran menor cantidad de alimentos.

-Adquirir productos de más baja calidad pero - de menor precio.- En lugar de adquirir productos - de marcas renombradas adquieren productos de los - llamados "Marca Libre" en los almacenes AURRERA, - y Alianza" de la CONASUPO, pues son mucho más bara - tos y satisfacen sus necesidades.

-Adquirir productos de menor poder nutritivo.- Sustituyendo productos nutritivos por otros que no lo son, debido a la escasez y alto precio de algu - nos de ellos, tal como el aceite de oliva, por acei - te de otro tipo, o los jugos por el refresco.

g).- Sugerencias de parte de los entrevista - dos.- Son todos los posibles cambios que a juicio de los entrevistados se podrían hacer tanto a la - Ley del IVA como en otros aspectos socioeconómicos, que irían a beneficiar a las clases populares.

Cabe mencionar que los entrevistados mencionan que consideran como artículos de primera necesidad los alimentos, las medicinas, la ropa y el calzado. Por lo tanto sus sugerencias en lo que respecta a cambios en la Ley del IVA son:

-Excención en Alimentos.- La alimentación es vital y siempre ha jugado un papel importante, pero el haber vuelto a gravar los alimentos con el 6%, el 15% y algunos con el 20% ha sido un paso atrás en lo que se había conseguido en el sexenio pasado.

-Excención en Medicinas.- Aunque existe agrado por la decisión de disminuir la tasa del 10% al 6%, siguen considerando la posibilidad de exentar de todo impuesto a las medicinas, ya que la salud es otro aspecto importante.

-Excención en calzado y vestido.- Consideran que el vestirse no es un lujo y no deben pagar además del alto costo de las prendas un impuesto que es del 15%.

-Aumentarlo en vinos, licores y cigarros.- Creen que una forma de nivelar la excención en los productos antes mencionados se puede compensar aumentando los artículos que causan vicio.

En cuanto a las sugerencias de otros aspectos socioeconómicos mencionan algunos que presentan cierta dificultad para su aplicación, sin embargo los más interesantes son:

-Exentar a las Tiendas CONASUPO del pago del IVA.- Esta petición se ha hecho desde la aparición del IVA en México y lo han pedido a través de la prensa nacional; sin embargo no se ha tomado en cuenta y las tiendas siguen cobrando el impuesto en todos los productos que ahí se venden.

-Realizar estudios socioeconómicos en cada sector.- Para que en base a los resultados se fijen los precios de los distintos productos inclusive las rentas de casa habitación.

-Fomentar las despensas en todas las empresas. Con el fin de beneficiar a los empleados económica y nutricionalmente, pues se les darían artículos nutritivos a un menor precio.

-Limitar la publicidad de productos suntuarios e innecesario.- Esta publicidad fomenta el consumo innecesario, perjudicando al consumidor en el aspecto económico.

-Mayor control sobre los precios y el peso de los alimentos básicos.- Si bien existen precios fijados por la SECOFIN, no existe la vigilancia debida en los comerciantes y se da el ocultamiento y la violación de precios.

Resumiendo: De acuerdo a los resultados obtenidos podemos determinar que en la clase media baja y baja del Area Metropolitana del Distrito Federal, las familias están formadas de cinco integrantes de los cuales dos o más trabajan en empresas particulares o de gobierno.

Tanto el hombre como la mujer participan activamente en la economía familiar como del país, puesto que la mujer se ha integrado a la masa trabajadora y el hombre ayuda a administrar el presupuesto familiar. De tal manera que al tener posibilidad de mayores ingresos, la oportunidad de aumentar su nivel de bienestar se refleja en la vivienda siendo esta particular -ya sea condominio o casa propia-.

El ser soltero no implica una menor responsabilidad económica hacia el presupuesto familiar.

El que las personas tengan que laborar en -- empresas que se encuentran lejos de su hogar, evita que puedan trasladarse hasta su casa a tomar -- sus alimentos, teniendo que hacerlo generalmente -- en restaurantes o fondas, gastando un promedio de -- \$2,776.92 mensuales. Por lo que en la mayoría de las familias en lugar de preparar comida para los -- cinco integrantes de que está formada sólo prepara para cuatro.

Siendo el ingreso personal de \$28,961.00 y el ingreso familiar de \$44,214.87, cada familia destina \$15,560.15 al abastecimiento de víveres, efectuando sus compras con una periodicidad que varía de una semana a quince días puesto que no cuentan con tiempo ni dinero para efectuarlas diariamente. Realizan estas compras en mercados por parecerles -- económicos, cercanos a su domicilio y encontrar -- los alimentos frescos; estos motivos hacen desaprovechar el derecho de acudir a las tiendas de gobierno que están exentas del I.V.A.

Los productos alimenticios enlatados o empaquetados que con mayor frecuencia adquieren son -- productos del mar (atún, camarones y sardinas) y -- latería en general (mayonesa, verduras, salsas y -- sopas).

La mayoría de los entrevistados conoce las -- modificaciones que en 1983 se le hicieron a la Ley del I.V.A. y aunque opinan que es positivo por ser una de las mayores fuentes de captación para el -- gobierno, afecta en gran medida su poder de compra por el mayor gravamen en los productos alimenticios. Dichas modificaciones fueron conocidas a -- través de la televisión, prensa y radio. El conocer las modificaciones y el manejo de I.V.A. les ayuda a realizar sus compras, para que en caso de existir alguna violación en los precios, peso y -- cobro del impuesto, recurra a la SECOFI, Procuraduría Federal del Consumidor o al Instituto Nacio-

nal del Consumidor.

Los alimentos al volver a ser objeto del pago del I.V.A. ha disminuido el poder adquisitivo y - para proteger su presupuesto ha tenido que adquirir menor cantidad de alimentos evitando aquellos enlatados que pagan el 20% o comprar productos de más baja calidad.

Al ser alterados algunos artículos de la Ley del I.V.A el público consumidor sugiere diversos cambios, siendo el más importante la exención en alimentos además de otras medidas que protejan su economía, tal como realizar estudios socioeconómicos en cada sector para fijar determinados precios y un adecuado control sobre estos; creación de más tiendas exentas de impuesto y de acceso popular.

CAPITULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES.

Recordemos que "Comercialización" es una técnica que consiste en analizar las necesidades del consumidor; es decir, satisfacer al cliente. Por otra parte la alimentación es un factor prioritario en toda Nación, es por esta razón que siendo el IVA un impuesto que grava el consumo de todos los productos incluyendo los alimentos, sea un tema controversial y de actualidad.

Los impuestos son recursos monetarios que el Estado capta y canaliza en bienes y servicios para el País; los impuestos se modifican con el fin de estar actualizados en cuanto a las necesidades económicas de cada gobierno y de cada época; es así como surgió en varios países la necesidad de cambiar su sistema tributario actualizando el impuesto sobre las operaciones de producción y comercialización, siendo en Francia donde aparece un impuesto Indirecto (porque se percibe por un acto), al consumo (porque grava todas las actividades de producción, enajenación o transferencia), plurifase (porque se aplica en todas las etapas del proceso económico), no acumulativo (porque incide sobre el valor añadido en cada etapa, y el impuesto causado en la etapa anterior no forma parte de la baseponible del impuesto). A este impuesto se le denominó Impuesto al Valor Agregado I.V.A., que posteriormente se introdujo en varios países.

En México fue introducido en el año de 1980, con una tarifa única del 10% suplantando al Impues

to Sobre Ingresos Mercantiles ISIM, que tenía un efecto en cascada. Como es de esperarse, la implantación de un nuevo impuesto no trae consigo la solución de todos los problemas que se esperaban resolver, pues siempre intervienen factores inesperados que hacen necesario realizar algunos ajustes que permitan aumentar los ingresos por el concepto de impuestos de una forma equitativa, dañando lo menos posible la economía familiar de las clases populares.

Ante la crisis que enfrenta el país en este año (1983), el Estado tomó la decisión de aumentar las tasas del IVA, volviendo a gravar algunos productos alimenticios, que en el régimen anterior se consideraban exentos. Esta modificación ocasionó diversas opiniones por parte de la población en general, tomando medidas que ayudan a solventar sus gastos ahora aumentados por el IVA.

La opinión generalizada en cuanto a las modificaciones que tuvo el Impuesto al Valor Agregado en el año de 1983, es que son negativas; pues al aumentar la tarifa general del 10% al 15% carga aún más el índice de inflación por el que atraviesa el país. Además de que en los alimentos se ha dado un paso hacia atrás, ya que los beneficios que había otorgado el Presidente José López Portillo consistentes en exentar de todo impuesto a los alimentos, desaparece con la llegada del actual Presidente Miguel de la Madrid, él grava los alimentos de una forma variada dependiendo de la clase social a la que estén destinados. Tal es el caso de los productos suntuarios con tasa del 20%, que considerando que las clases media baja y baja no consumen habitualmente estos productos no le afectan de forma directa en sus ingresos. Sin embargo existen otro tipo de alimentos gravados con el 15% por que son consumidos en establecimientos donde se elaboran y que si afectan de manera más directa sus intereses, pues de cada familia estudiada, por lo menos una come en estos lugares.

Las personas de la clase económica media baja y baja del Area Metropolitana del D.F., que perciben ingresos de una a cinco veces el salario mínimo, tanto hombres como mujeres, solteros o casados, consideran que las imposiciones del IVA han perjudicado su presupuesto familiar, disminuyendo su poder adquisitivo, por lo cual han tenido que tomar medidas que protegan su presupuesto familiar.

Las medidas de protección que han tomado son:

- Adquirir menor cantidad de alimentos.- Los precios suben en desequilibrio con los salarios, por lo cual el consumidor debe de comprar menor cantidad de productos, con la misma cantidad de dinero.

- Adquirir productos de más baja calidad.- Sin embargo estos productos tienen un menor precio en el mercado, y por lo tanto están más cerca de sus posibilidades económicas.

- Adquirir productos de menor poder nutritivo. Debido al alto costo de los productos con valores nutritivos (carne, leche, jugos, etc.), generalmente consumen productos llamados "chatarra alimenticia" (refrescos, dulces, frituras, etc.

- Por última medida se han dejado de comprar productos que tengan que pagar el IVA, estos productos alimenticios son principalmente:

Angulas que pagan el 20%, único alimento considerado como lujoso, pero que ahora consideran los de su alcance.

Jugos y Néctares con tasa del 15%, pues extraídos en su hogar resulta muy económico, o en su defecto prefieren consumir refrescos, ya que si bien es cierto que están gravados con el 15% del -

IVA, son más baratos.

Frutas y Verduras enlatadas con tarifa del 6%, pues en estado natural resultan más económicos y nutritivas.

Existen otros medios de auxilio a las clases populares que algunos utilizan aún sin saberlo, y son:

- Comprar en mercados populares, aquí los productos son frescos, todos los productos se encuentran en un solo lugar, y no cobran IVA, ya que estos locales pagan cuota fija, y no tienen necesidad de expresar estos ingresos mediante nota.

- Adquirir productos populares como lo son "Alianza" en CONASUPCO o "Marca Libre" en AURPEFA, estos productos no son únicamente alimenticios, existen también ropa y calzado, artículos de limpieza y artículos escolares, y aunque su calidad no es tan buena como las marcas de mayor prestigio, si satisfacen las necesidades de los consumidores.

- Destinar los 3,500 pesos de vales canjeables únicamente en alimentos, así destinarían una menor cantidad de dinero en efectivo.

- Realizar sus compras en tiendas de gobierno, es imperdonable que los que tienen acceso a dichas tiendas prefiera comprar en otros lugares en donde tenga que pagar el IVA.

También es importante mencionar que las personas que no conocen el I.V.A. ni saben como se maneja, esto debió en parte al poco interés que ponen en los aspectos legales que fija el Estado, a su poca cultura y a la difusión confusa que los organismos respectivos hacen del tema.

Los medios de comunicación que el Estado uti-

liza son los que tienen más audiencia, sin embargo sus mensajes son complicados para algunas personas utilizando ejemplos fuera de lo común, estas organizaciones deben tomar en cuenta la cultura general de la población y ser más constantes.

Al finalizar el presente seminario de investigación nos damos cuenta de la importancia que tiene el efectuar un estudio dirigido a desarrollar los conocimientos teóricos adquiridos en las aulas, con el fin de tener mayor contacto con las necesidades que presenta la población.

Así queda demostrado que el Licenciado en Administración a través de su formación profesional, está capacitado para efectuar el estudio de problemas sociales, canalizando sus inquietudes personales y profesionales, proponiendo sugerencias y cambios factibles de llevarse a cabo.

5.2. RECOMENDACIONES.

A través de la investigación documental y de las entrevistas efectuadas en la labor de campo, nos percatamos de las necesidades que tiene el consumidor de la clase media baja y baja del Area Metropolitana del D.F., en lo referente al gasto que realiza en víveres, sin embargo consideramos que el tema es bastante amplio, complejo e interesante. Queremos dejar la pauta para aquellas personas que deseen estudiar el Impuesto al Valor Agregado (IVA) desde otro enfoque, ya sea contable, legal, social, etc.

Hay que señalar que la población mexicana a todos los niveles sociales es una población de consumo, que México se encuentra en desarrollo, y que la crisis económica por la que se atraviesa en estos momentos no es solo Nacional, sino que a nivel mundial existen problemas similares al mexicano.

No creemos que el I.V.A. sea un impuesto negativo-- es solo que tiene poco tiempo de estar en vigor -- (4 años), y deberá de adoptar medidas correctivas-- y de servicio.

Sin duda alguna la primera medida o cambio en la Ley del IVA, es la de exentar a las Tiendas CONASUPO del pago de este impuesto, esta sugerencia se ha hecho a través de la prensa como un eco de la población, y lo hemos confirmado mediante las entrevistas. Si el fin con el que fueron creadas las Tiendas CONASUPO fué el de ayudar a las clases necesitadas, entonces es justo que esten exentas del pago del IVA, además de que en estos comercios no se venden artículos suntuarios, ni aquellos gravados con la tasa máxima del 20%. El fundamento legal de esta petición se encuentra en el artículo 9o. fracción VIII de la Ley del IVA, que establece que no pagarán el impuesto quienes enajenen bienes sin propósito de lucro, en beneficio exclusivo de sus agremiados, tiendas que establezcan los sindicatos obreros, las organizaciones ejidales y comunales, y las dependencias y organismos públicos.

En promedio las familias destinan el 3.52% -- de sus ingresos mensuales al pago del IVA. Si bien es cierto que el porcentaje no es alto, si ha sido una decisión negativa que afecta a toda la población. Por tal razón sugerimos que los alimentos -- que tienen tasas del 6% y 15% queden nuevamente -- exentos del pago de este impuesto. Tal cambio ocasionaría una disminución en el ingreso fiscal, y para compensarlo se proponen diversas acciones tales como:

a) Aumentar las tasas en los artículos suntuarios que en la actualidad pagan el 20%, recordemos que el Impuestos Sobre Ingresos Mercantiles tenía tasas hasta del 30%, lo que acentuaría la decisión del actual Presidente Miguel de la Madrid, que --

consiste en que pague más el que más tenga.

b) Únicamente las publicaciones con validez literaria, los libros de texto y consulta, y las ediciones informativas sean exentos del IVA, ya que en la actualidad y de acuerdo con el artículo 9o. fracción XI, los libros, periódicos y revistas así como el derecho para usar o explotar una obra, que realice su autor se encuentra exentas del pago del IVA. Es decir, que todas las publicaciones no importando su calidad no paguen el IVA, sin embargo los cuentos, tiras cómicas, revistas para adultos, etc. deben ser gravadas con el IVA aunque sea en su tasa menor del 6% ya que estas publicaciones no tienen un valor cultural.

c) Por último, y con el fin de que los ingresos del Estado no decaigan, gravar los artículos de acuerdo a los lugares en los que son vendidos, los locales comerciales exclusivos pueden ser gravados con la tasa máxima del 20%.

Eliminar el I.V.A. en ropa y calzado, cobrándolo únicamente en boutiques o en almacenes y tiendas en las cuales se vendan artículos de calidad, ya que a los lugares señalados acuden personas con cierto poder económico y tienen con que pagarlo.

Llevar a cabo un proyecto por parte del Gobierno Federal, para que todas las dependencias gubernamentales abran nuevas tiendas exentas del pago del I.V.A. además de las ya existentes (Tienda de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Tienda del Departamento del Distrito Federal, etc.) Que tanto la Procuraduría Federal del Consumidor como el Instituto Nacional del Consumidor fomenten la creación de despensas familiares que incluyan todos los productos de primera necesidad, y que sean distribuidas por las tiendas de los organismos gubernamentales.

Se debe de dar educación fiscal a la población, indicarle que los impuestos no son negativos, recordemos que al introducirse el IVA en México, la campaña para darlo a conocer fué intensiva, sin embargo las modificaciones de que ha sido objeto el IVA, no han tenido la difusión adecuada. Además de que los mensajes que emite no son sencillos, sino que utilizan ejemplos poco comunes y no son continuos. Una solución es que en el tiempo en que los organismos que protegen el consumo pueden utilizar en los medios masivos de comunicación den mensajes que den a conocer los cambios más importantes que afecten sus intereses. Tal es el caso del Programa Nacional de Alimentación, que hasta la fecha no ha tenido gran difusión, y que sin embargo es un tema de interés general para todos los mexicanos. (Consultar anexo III).

Finalmente promover en los almacenes de mayor prestigio, la línea de productos económicos, de igual forma en que lo hace la CONASUFO y AUPREPA, con sus productos "Alianza" y "Marca Libre" respectivamente. Pues como ya se ha mencionado anteriormente, estos productos son más económicos, y aunque su calidad no es óptima si logra satisfacer las necesidades del consumidor.

ANEXO I

EXPOSICION DE MOTIVOS DE LA INICIATIVA DE
LA LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

El ejecutivo a mi cargo ha expuesto ante ese H. Congreso de la Unión en la iniciativa de Ley de Ingresos de la Federación para el ejercicio de - - 1979, la necesidad, trascendencia y oportunidad de los cambios a la estructura del sistema fiscal federal que se propone a Vuestra Soberanía.

SUBSTITUCION DEL IMPUESTO
INGRESOS MERCANTILES.

Un elemento importante en las modificaciones-propuestas lo constituye el mecanismo del impuesto al valor agregado que se contiene en esta Iniciativa y que de aprobarse vendrá a sustituir el impuesto federal sobre ingresos mercantiles.

El impuesto federal sobre ingresos mercantiles tiene una antigüedad de 30 años y, en su origen, permitió abandonar gravámenes obsoletos, como lo eran el impuesto federal del timbre sobre facturas que debían de expedir los comerciantes y los impuestos estatales de patente o sobre giros comerciales que además de incrementar desordenadamente la carga fiscal, daban lugar a numerosas obligaciones secundarias que elevaban los costos de los causantes y afectaban los niveles de precios. No obstante, con el desarrollo económico y la complejidad en los procesos de producción y distribución, en la estructura del impuesto federal sobre ingresos mercantiles surgen deficiencias que es necesario corregir.

Es normal que el sistema fiscal esté sometido a un proceso de revisión constante, pues instrumen

tos que en un tiempo fueron adecuados, pueden dejar de serlo si no se procede a su reestructuración para adaptarlos a las necesidades cambiantes del desarrollo social y económico.

EFLCCTO ACTUAL DEL IMPULSTO SOBRE INGRESOS MERCANTILES.

La principal deficiencia que hoy muestra el impuesto federal sobre ingresos mercantiles deriva de que se causa en "cascada", es decir, que debe pagarse en cada una de las etapas de producción y comercialización y que, en todas ellas, aumentan los costos y los precios, produciendo efectos acumulativos muy desiguales que, en definitiva, afectan a los consumidores finales.

Existe la conciencia en el público de que paga el impuesto federal sobre ingresos mercantiles sólo con la tasa general de 4%, sobre el precio de los bienes y servicios que adquiere; pero, en general, no puede percatarse de las numerosas ocasiones en las que un bien, al pasar de una mano a otra, volvió a causar el mismo 4%, ya que el efecto repetitivo del gravamen queda totalmente oculto en el precio de los bienes y servicios.

Los estudios económicos y el análisis de las estadísticas determinan que en promedio los consumidores pagan más del 10% por los bienes e servicios que adquieren, como consecuencia de la carga oculta que provoca el efecto repetitivo del actual impuesto sobre ingresos mercantiles.

Una consecuencia grave de este efecto acumulativo es que afecta más severamente a bienes que consume la mayoría de la población y que son producidos y distribuidos por empresas medianas o pequeñas que, al no disponer de capital suficiente, sólo pueden hacerse cargo de alguna de las etapas

del proceso económico, teniendo que acudir a otros productores e intermediarios para que realicen las restantes. En esta forma, es el consumo más generalizado de la población y en particular, el de los habitantes de las regiones más modestas o apartadas, el que soporta la mayor carga fiscal.

En cambio, el consumo de la población de mayores recursos suele estar atendido por grandes empresas, cuyas disponibilidades de capitales permite eliminar intermediarios y, consecuentemente, disminuir la carga fiscal sobre los bienes o servicios que proporcionan.

Por la circunstancia apuntada fue necesario crear, en el impuesto federal sobre ingresos mercantiles, tasas especiales más altas que la general para restablecer el equilibrio entre los bienes poco gravados y consumidos por la población de mayor capacidad económica, en relación con aquellos que llegan a la población de menores recursos, cuyo consumo resulta excesivamente gravado. Sin embargo, las tasas especiales tienen defectos en su aplicación y frecuentemente han afectado a pequeños productores o han favorecido la importación o el contrabando de mercancías extranjeras.

EFFECTO QUE PRODUCE EL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO.

Para eliminar los resultados nocivos del impuesto en cascada, la generalidad de los países han abandonado, sus impuestos tradicionales a las ventas, similares a nuestro impuesto sobre ingresos mercantiles y, en su lugar han adoptado el impuesto al valor agregado que destruye el efecto acumulativo del gravamen en cascada y la influencia que la misma ejerce en los niveles generales de precios, elimina la desigualdad en la carga fiscal y favorece a los artículos de consumo suntuario en relación con los bienes que adquiere la generalidad --

de la población, hace desaparecer la ventaja competitiva de las mayores empresas frente a las medianas y pequeñas y favorece la exportación.

El impuesto al valor agregado que se propone en esta iniciativa, se debe pagar también en cada una de las etapas entre la producción y el consumo; pero el impuesto deja de ser en cascada, ya que de cada industrial o comerciante al recibir el pago del impuesto que traslada a sus clientes, recupera el que a él le hubieran repercutido sus proveedores y entrega al Estado sólo la diferencia. En esta forma, el sistema no permite que el impuesto pagado en cada etapa influya en el costo de los bienes y servicios y al llegar éstos al consumidor final no llevan disimulada u oculta en el precio, carga fiscal alguna.

Con el impuesto que se propone resultará la misma carga fiscal para los bienes por los que deba pagarse, independientemente del número de productores e intermediarios que intervengan en el proceso económico, lo que permite suprimir numerosos impuestos especiales que gravan la producción o venta de primera mano.

VIGENCIA DE IMPUESTOS ESPECIALES.

En los bienes cuyo consumo tenga características que permitan o hagan aconsejable mantener una mayor carga fiscal, el gravamen al valor agregado quedará complementado con los impuestos especiales existentes como el de producción y consumo de tabaco, de envasamiento de bebidas alcohólicas y otros, cuyas tasas se propone reducir a fin de que en su conjunto, no se modifique dicha carga.

IMPUESTO APLICABLE A LA ENAJENACION DE AUTOMOVILES DE LUJO

Conviene destacar que no es el propósito aumentar ni disminuir el gravamen sobre enajenación de automóviles nuevos que hoy llega hasta 30%. Para el logro de este propósito en su oportunidad presentaré a la consideración de Vuestra Soberanía la iniciativa de un impuesto que, junto con el de valor agregado mantendrá, a partir de 1980, niveles de carga fiscal semejantes a los actuales.

TASA DE IMPUESTO AL VALOR AGREGADO QUE SE PROFONE.

Para lograr una recaudación equivalente a la actual del impuesto sobre ingresos mercantiles, el nivel de la tasa tendría que ser superior a 10% -- sobre el valor agregado de los bienes y servicios considerados.

Sin embargo, la iniciativa propone que la tasa del impuesto sea de 10%, a efecto de evitar presiones injustificadas a los niveles de precios y -- atendiendo a la dificultad, al entrar en vigor la ley, de reconocer el monto del impuesto sobre ingresos mercantiles que ya tendrán incorporado en -- sus precios los inventarios de la industria y del comercio.

Por otra parte, no debe desconocerse la si -- tuación particular de la franja fronteriza norte -- de las Zonas Libres de Baja California y Norte de Sonora y Baja California Sur, para las que se propone una tasa de 6%.

INGRESOS QUE SE GRAVAN.

Como características generales del impuesto -- que se propone, debe mencionarse que gravará la enaje --

nación de bienes, la prestación de servicios independientes, el otorgamiento del uso o goce temporal de bienes tangibles y las importaciones.

A pesar de la generalidad de estos hechos, se establecen excepciones importantes en relación con las cuales no se pagará el impuesto.

INGRESOS EXENTOS DE PAGO DEL IMPUESTO

En efecto, se liberan de pago todos los productos agrícolas y ganaderos, mientras no sufran transformación industrial; así como la carne, la leche, la masa, las tortillas y el pan. Debe destacarse -- que la nueva ley no gravará los terrenos ni las -- construcciones destinadas a casa habitación, tanto -- cuando se enajenen como cuando sean motivo de arren -- damiento.

Con el propósito de desgravar la actividad -- agrícola y ganadera, se exime la maquinaria destina -- da a estos fines, los fertilizantes, así como los -- servicios que a estas actividades se proporcionen. -- El conjunto de exenciones representa más del 40 -- del consumo final y tienden a proteger el poder ad -- quisitivo de la mayor parte de la población.

TRASLACION EXPRESA DEL IMPUESTO.

En el nuevo sistema es indispensable, para evi -- tar el efecto acumulativo del impuesto, que éste -- sea trasladado expresamente y no se oculte en el -- precio. En esta forma los consumidores conocerán a -- ciencia cierta el impuesto que se les traslade.

COMPUTO DEL IMPUESTO A CARGO DEL CAUSANTE.

Los comerciantes e industriales calcularán el -- impuesto sobre el valor total de las actividades -- que realicen y por las que se deba pagar este im --

puesto y podrán acreditar el que previamente les - hubiese sido trasladado, siempre que corresponda a bienes o servicios destinados exclusivamente a la realización de las actividades por las que se deba pagar el impuesto y éste conste expresamente y por separado en documentación que reúna requisitos legales.

PAGO DEL IMPUESTO.

El pago se efectuará en las oficinas autorizadas, correspondientes al domicilio del contribuyente. Si éste tuviese varios establecimientos, el pago se efectuará en las oficinas autorizadas que -- corresponda al establecimiento principal. Tratándose de importaciones, el pago se realizará en la oficina aduanera respectiva.

PAGOS PROVISIONALES Y DEFINITIVO.

El impuesto se declara mensualmente y se efectúa un cálculo anual por ejercicios fiscales coincidentes con los del impuesto sobre la renta. En el supuesto de que hayan saldos pendientes de -- acreditar al término del ejercicio fiscal, éstos son susceptibles de devolución. Sin embargo, éstos se podrá solicitar mensualmente en los casos de exportaciones, enajenaciones de maquinaria y equipo agrícola, planes de inversión comprobados y en la franja fronteriza norte y en las Zonas Libre.

ESTIMACION A CAUSANTES MENORES.

Con el propósito de no afectar a los pequeños comerciantes e industriales, se mantiene un procedimiento de estimación del monto de las ventas. Del importe de dicha estimación los causantes menores -- podrán acreditar el impuesto que les hubiesen trasladado sus proveedores. El régimen transitorio per-

mite que estos contribuyentes gradualmente se incorporen al sistema, ya que durante 1980 tendrán obligaciones fiscales prácticamente iguales a las actuales.

OBLIGACIONES DE CAUSANTES MAYORES.

Los demás comerciantes e industriales quedan obligados a llevar libros de contabilidad y registros, a hacer en sus registros las separaciones correspondientes, a expedir documentos en los que trasladen expresamente el impuesto y a presentar declaraciones. Estas obligaciones son algo más complejas que las que establece el impuesto sobre ingresos mercantiles, pero en la medida en que todos ellos son causantes mayores del impuesto sobre la renta, utilizarán su misma contabilidad para desahogarlas con facilidad.

PARTICIPACION A ENTIDADES FEDERATIVAS.

Las características del impuesto al valor agregado obligan a variar sustancialmente el procedimiento para hacer la distribución de participaciones a las entidades federativas; pues al contrario de lo que ocurre en el impuesto federal sobre ingresos mercantiles, el lugar en el que en definitiva se realiza el consumo final. Consecuentemente las participaciones no se otorgarán en función de las recaudaciones que se obtengan en cada entidad, sino que se llevarán a un Fondo General de Participaciones, con cargo a todos los impuestos federales, el cual se distribuirá entre las entidades, en los términos de una nueva Ley de Coordinación Fiscal y de los convenios que las entidades que así lo deseen, celebren con la Federación. En dichos convenios se señalarán también las facultades para administrar el impuesto, que ejercerán las entidades federativas.

INICIACION DE LA VIGENCIA

La nueva Ley requiere un amplio período entre el momento en que sea aprobada por Vuestra Soberanía y el día en que entrará en vigor, el cual se propone que sea el 1.º de enero de 1980. Este plazo es indispensable para informar y difundir las nuevas disposiciones entre el público consumidor y los comerciantes e industriales, a fin de que sean comprendidas y evitar que el desconocimiento del sistema dé lugar a una elevación injustificada de los precios. El plazo citado es también necesario para capacitar ampliamente al personal de la Federación y de las entidades que se encargará de la recaudación, comprobación y demás tareas de administración del impuesto.

DEROGACION DE DIVERSOS IMPUESTOS FEDERALES

Se propone la derogación de un conjunto de impuestos que ya no son necesarios, porque las actividades que gravan quedarían adecuadamente tratadas con el valor agregado. Así se logra, adicionalmente, realizar una importante simplificación del sistema, al desaparecer 19 impuestos federales.

Por las razones anteriores y con fundamento en los artículos 71, fracción I, y 72, inciso f) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, me permito someter a la consideración de esa H. Cámara de Diputados por el digno conducto de ustedes, la siguiente Ley del Impuesto al Valor Agregado.

Tomado de: Enrique Domínguez Mota, Arturo Lomelín y Luis Domínguez Mota. Ley y Reglamento Comentados del Impuesto al Valor Agregado 1980. sin página.

ANEXO II

EXPOSICION DE MOTIVOS DE LA INICIATIVA DE LEY QUE REFORMA, ADICIONA Y DEROGA DIVERSAS DISPOSICIONES EN MATERIA FISCAL PARA-1980. LEY DEL IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Desde que fue aprobada por Vuestra Soberanía la Ley del Impuesto al Valor Agregado, el Ejecutivo a mi cargo ha examinado diversos aspectos de la Ley, consultando a todos los sectores sociales, -recogiéndose al efecto sus sugerencias, llegándose a la conclusión de que es necesario antes de que -la misma inicie su vigencia, precisar algunos preceptos para su mejor interpretación, clarificar el contenido y alcance de diversas obligaciones de -los contribuyentes y para crear seguridad jurídica y facilitar su cumplimiento.

CREDITO EN INVENTARIOS

Por otra parte y para prevenir que las ventas y la reposición de inventarios al entrar en vigor esta Ley, pudiera causar perjuicio económico a los comerciantes y proteger a los consumidores y evitar que se tome la reforma fiscal para elevar los precios en su perjuicio, en su oportunidad se otorgará un crédito de 4% en favor de los industriales y de 6% a los comerciantes.

FRANJAS FRONTERIZAS

Así, puede apreciarse que en el artículo 2o., se extiende el beneficio de la aplicación de la -tasa de 6% a la franja fronteriza en el Estado de Quintana Roo colindante con Belice,

IMPORTACION DE BIENES EN ZONAS FRONTERIZAS

Así como la importación de bienes tangibles a

las zonas libres y franjas fronterizas, estableciéndose las diversas excepciones al tratamiento preferencial, para facilitar el cumplimiento de las obligaciones fiscales de los contribuyentes residentes en dichas franjas o zonas; y se aprovecha dicha modificación para precisar que la entrega de bienes a que dicho precepto se refiere, es la material.

Asimismo, en párrafo subsecuente, se prevee el caso de importación de bienes tangibles que sean utilizados o enajenados en dichas franjas o zonas, para la cual se aplicará la tasa del 6%, pero se dispone también que en los casos en que la prestación de servicios independientes se preste sólo en parte en dichos lugares, o cuando se trate de servicios telefónicos o de energía eléctrica, se aplicará la tasa del 10%.

CONCEPTO DE IMPUESTO ACREDITABLE

Por otra parte, se mejora la redacción del artículo 4o. para dejar en claro que el impuesto acreditable es una cantidad equivalente al impuesto trasladado y no el impuesto mismo.

Adicionalmente a la modificación que se propone al artículo 2o., en este precepto se establece como requisito para el acreditamiento del impuesto pagado en la importación de bienes tangibles, que el contribuyente compruebe que los bienes internados a las zonas libres o franjas fronterizas fueron enajenadas o utilizados en las mismas.

DEVOLUCION DE SALDOS PENDIENTES EN LA DECLARACION ANUAL

Por lo que se refiere a los saldos pendientes de acreditar que resulten de la declaración del

ejercicio, se condiciona su devolución a que el saldo pendiente de acreditar en la declaración mensual correspondiente al último mes del ejercicio, no hubiera sido acreditado, total o parcialmente, en la declaración correspondiente al mes siguiente.

DEDUCCION DE DEVOLUCIONES EFECTUADAS Y DESCUENTOS OTORGADOS.

Para ser congruente con las demás disposiciones legales, se establece que el monto de las devoluciones, descuentos o bonificaciones se deducirá, en las declaraciones mensuales, del valor de los actos o actividades por los que se deba pagar el impuesto y no el monto del impuesto que corresponda.

CONCEPTO DE VALOR EN LA ENAJENACION

Por lo que hace el valor en la enajenación, prestación de servicios y otorgamiento del uso o goce temporal de bienes, se da claridad a la definición de dicho concepto. Asimismo, en el valor de las enajenaciones se incluye el impuesto sobre enajenación de automóviles nuevos, para estar en concordancia con las propuestas para dicho impuesto.

IMPUESTO ACREDITABLE POR ENAJENACION DE FERTILIZANTES Y DE MAQUINARIA Y EQUIPO PARA PRODUCTOS AGROPECUARIOS NO INDUSTRIALIZADOS

A fin de estar en la posibilidad de acreditar la totalidad del impuesto trasladado o pagado en las importaciones, en los casos de exportación y de primera enajenación de bienes a que se refiere la fracción XII del artículo 9o. de la Ley, se propone eliminar el límite del 10% que se establece -

para esos efectos.

INTERES

Se precisa el régimen fiscal de los intereses y se señalan las excepciones al pago del impuesto por dichos conceptos.

PRIMAS POR SEGUROS E IMPORTACION DE BIENES TANGIBLES.

Tratándose de primas por seguros e importación de bienes tangibles, se difiere el pago del impuesto; en el primero, al momento en que se cubran y en el segundo, hasta que se pague el impuesto general de importación.

PRESENTACION DE DECLARACIONES

Por último, como medidas de control de presentación de declaraciones periódicas, se condiciona la suspensión de la misma a que se den los avisos correspondientes conforme al Reglamento del Registro Federal de Causantes.

Tomado de: Enrique Domínguez Mota, Arturo Lomelín Martínez y Luis Domínguez Mota Ley y - Reglamento Comentados del Impuesto al Valor Agregado 1980.

ANEXO III

¿QUE ES EL PROGRAMA

NACIONAL DE ALIMENTACION?

"Reafirmo en esta importante ocasión el compromiso de mi gobierno de atender, con la más alta prioridad, la solución de las necesidades alimentarias del pueblo. Así lo expresé a lo largo de mi campaña; así se ofreció en el Plan Nacional de Desarrollo y así lo ratifiqué en mi Primer Informe de Gobierno al anunciar la próxima puesta en marcha del Programa Nacional de Alimentación.

Miguel de la Madrid Hurtado.

17 de Octubre de 1983.

Con base en este compromiso del Presidente de la República, el Programa Nacional de Alimentación 1983-1988, constituye un esfuerzo conjunto de las diversas entidades de la Administración Pública Federal, que intervienen en todo el proceso de alimentación, desde la producción hasta el consumo. El Programa Nacional de Alimentación (PRONAL) aprovecha las ya largas experiencias del país en materia de alimentos básicos para avanzar en lo positivo probado y aprovechar mejor los recursos disponibles.

El PRONAL, define claramente prioridades, metas y acciones que responden a los planteamientos emanados de la Consulta Popular y a los objetivos y políticas del PRONAL 1983-1988.

OBJETIVOS DEL PRONAL

El Programa Nacional de Alimentación se propone los siguientes objetivos generales:

- Procurar la Soberanía Alimentaria.

- Alcanzar condiciones de alimentación y nutrición que permitan el pleno desarrollo de las capacidades y de las potencialidades de cada mexicano.

La soberanía alimentaria como postulado fundamental del programa, se inscribe en la tradición revolucionaria de preservar y salvaguardar para la nación las decisiones en todos los aspectos sustantivos del bienestar, la libertad y la seguridad de los mexicanos.

La autodeterminación alimentaria, aspecto fundamental dentro del concepto de soberanía nacional, debe ejercerse tanto en las normas de consumo, como en las de producción y en las de distribución.

La soberanía involucra asegurar el acceso de toda la población a los alimentos que le permitan un desarrollo pleno tanto físico como mental. No basta sólo producir suficientes alimentos básicos, sino que es necesario incidir en los procesos de manejo y distribución, modificando las desviaciones y desperdicios existentes.

El PRONAL se basa en el fomento de la producción interna de alimentos, en especial en las zonas de temporal, sin descuidar las de riego, así como en el aumento de la productividad de la industria alimentaria y en una mayor eficiencia de la comercialización.

Un elemento de capital importancia en el concepto de Soberanía alimentaria consiste en la posibilidad de decidir en que se quiere y se debe ser autosuficiente.

En este contexto, se requiere que los sectores público, social y privado, en un esfuerzo participativo, avancen en la producción y oferta alimentaria.

Los objetivos específicos del PRONAL, reflejan los compromisos que en materia de alimentación asume la actual administración en sus distintas competencias.

METAS DEL PRONAL

El programa se dirige, preferentemente, a mejorar los niveles nutricionales de las familias de bajos ingresos, que representan el 40% de la población nacional, es decir, 30 millones de personas para 1984 y que se estima alcanzará 33 millones en 1988.

Dentro de esta población se otorgará atención preferente a los grupos más vulnerables como son los niños preescolares, mujeres embarazadas y en periodo de lactancia, que sumaran 6.7 millones de personas en 1984.

El PRONAL concentrará sus esfuerzos en las zonas sur y suresta del país, sin descuidar al resto.

El Programa centra su atención en un número reducido de alimentos prioritarios, que representan en cantidad y calidad los requerimientos básicos del consumo humano. Estos productos y sus correspondientes derivados son: maíz, trigo, frijol, arroz, azúcar, aceites y grasas vegetales, carne de aves, huevo, leche y pescado.

Algunos productos necesarios como otros tipos de carne, hortalizas, tubérculos y fruta recibirán también apoyo, vigilando su abasto presente y futuro. Las cantidades requeridas de todos ellos, para 1984-1988, han quedado definidas con precisión en el propio documento y servirán de orientación a la política productiva.

En este sentido, se fortalecerán sistemas productivos regionales de alimentos, procurando la autosuficiencia local en productos básicos y una distribución especial y social más equitativa de los-

bienes alimenticios.

ACCIONES DE PRONAL

La llamada cadena alimentaria, es un proceso complejo y difícil que abarca desde la producción primaria, la transformación y la comercialización hasta el consumo y la nutrición. Influyen en esa cadena otros múltiples factores tales como la organización de los productores, la capacitación, la inversión, el financiamiento y la tecnología; así como la situación internacional en materia de precios y disponibilidad de alimentos.

El proceso de alimentación está condicionado, además, por los patrones de consumo, el nivel de empleo y la distribución del ingreso.

Ante esta complejidad, el PRONAL establece acciones con criterios selectivos, específicos y adecuados a las características y necesidades de la población.

Entre ellas, destacan de manera prioritaria:

- El fortalecimiento de la producción primaria, mediante la reversión de los términos de intercambio, hasta ahora desfavorables para el sector agropecuario. Ello, a través de la aplicación de una política equitativa de precios entre el sector rural y urbano.

- La racionalización del gasto público, identificando claramente programas y recursos destinados al proceso alimentario y sujetándolos a estrictas prioridades.

La promoción de pequeñas y medianas unidades productivas que intervienen en el proceso en sus distintas fases, que tendrá en cuenta el binomio productor-consumidor que caracteriza a los parti-

cipantes en la cadena alimentaria.

- El apoyo a la desconcentración territorial del aparato productivo agroalimentario y especialmente del industrial y comercial, en un proceso de integración local más eficiente de las capacidades productivas para satisfacer necesidades regionales.

- La conservación y el uso adecuado de los recursos naturales, evitando la obtención de resultados amplios y rápidos a costa de su agotamiento.

- La elaboración e instrumentación de programas por cada uno de los productos prioritarios, toma una importancia fundamental dentro de las acciones del PRONAL.

El programa mismo prevé acciones de vigilancia, seguimiento y evaluación de los compromisos adquiridos en materia de alimentación y nutrición en todas las fase del proceso.

El documento presenta también una serie de acciones que ya se están realizando este año por cada una de las instituciones responsables y que por su amplitud no pueden ser transcritas en una publicación como la presente.

Por ello invitamos a los interesados a consultarlo.

LA COMISION NACIONAL DE ALIMENTACION

La acción institucional más importante que respalda el PRONAL la constituye la formación de la Comisión Nacional de Alimentación, que fué instalada por el C. Presidente de la República el pasado 17 de octubre.

La comisión está presidida por el Titular - del Ejecutivo Federal y cuenta con la participación permanente de los secretarios de Hacienda y Crédito Público; Programación y Presupuesto; Comercio y Fomento Industrial; Agricultura y Recursos Hidráulicos; Salubridad y Asistencia; Reforma Agraria; Pesca y por el Jefe del Departamento del Distrito Federal; así como por los Directores Generales de la Compañía Nacional de Subsistencias Populares; del Instituto Nacional de la Nutrición y del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia.

El Ejecutivo Federal invitará a los Gobiernos de los Estados a participar en la Comisión a fin de proponer la coordinación de acciones entre ambos órdenes de gobierno.

En el marco del Sistema Nacional de Planeación Democrática, la Comisión promoverá con los gobiernos de los Estados, el establecimiento de instancias estatales y municipales de alimentación en el seno de los Comités de Planeación para el Desarrollo de los Estados.

Dentro del propósito de planeación democrática y de la Consulta Popular, la Comisión contará con un Consejo Consultivo, integrado por representantes de la propia Comisión y de las organizaciones de los sectores social y privado, a efecto de escuchar sus opiniones y propuestas y de definir bases para la concertación de acciones en el marco de la programación alimentaria.

Las funciones principales de la Comisión -- son, entre otras:

- Definir y acordar las estrategias, políticas y acciones que en los campos de la alimentación y nutrición deben observar las diversas -- instituciones del Sector Público.

- Establecer los mecanismos que garanticen la adecuada coordinación de las acciones que sean - - responsabilidad de las dependencias y entidades en materia alimentaria, para alcanzar los objetivos y prioridades que señala el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988.

- Establecer los criterios y lineamientos - - para la integración del Programa Nacional de Alimentación y los Programas Anuales respectivos, que especificarán las acciones obligatorias para el -- sector público, así como las que serán objeto de -- coordinación con los gobiernos de los Estados, de inducción y de concertación con las representacio-- nes de los grupos sociales y privados o con los - particulares interesados en todas las fases del -- proceso alimentario: producción, transformación, - distribución, comercialización, consumo y nutri-- ción.

Esta Comisión no implica la creación de una-- estructura administrativa distinta, sino el concur-- so de las instancias gubernamentales ya existentes, por lo cual propiciará una mejor utilización de -- los recursos que se destinan a la atención de los-- aspectos de la alimentación y nutrición.

El mecanismo de coordinación no sustituirá -- la responsabilidad ejecutiva de los titulares y no admitirá que se invoque al Programa para obtener - recursos adicionales no justificados. La presencia de un Coordinador, nombrado por el titular del Eje-- cutivo Federal, propiciará una permanente comunicac-- ión y complementación de las acciones que se den-- en los distintos ámbitos administrativos, en mate-- ria de alimentación y nutrición.

PARTICIPACION DE LA SOCIEDAD

El cumplimiento del Programa constituye un -- gran reto y requiere de la participación comprome--

tida de toda la sociedad: campesinos, obreros, industriales, transportistas, comerciantes, amas-- de casa y consumidores en general.

Es un compromiso obligado para el Sector Pú-- blico Federal.

Alcanzar el objetivo nacional de lograr una - alimentación suficiente y justamente distribuida - para todos los mexicanos, exige de la unidad nacional y de la participación organizada de todos los- sectores.

JORGE DE LA VEGA DOMINGUEZ

COORDINADOR DE LA COMISION NACIONAL DE ALI
MENTACION.

Tomado de: Excelsior 23 de Octubre de 1983.

BIBLIOGRAFIA

1. Anderson Jonathan
"Redacción de Tesis y Trabajos Escolares"
Editorial Diana
México, 1981.
2. Arias Galicia Fernando
"Introducción a la Técnica de Investigación-
en las Ciencias de la Administración y del -
Comportamiento".
Editorial Trillas.
Tercera Edición.
3. Barrios Torreblanca Rosa María.
"Impuesto al Valor Agregado"
U.N.A.M. 1980.
4. Cesare Cosciani
"El Impuesto al Valor Agregado"
Ediciones de Palma
Buenos Aires, 1969.
5. Dominguez Mota Enrique y Varios
"Ley y Reglamento Comentado del I.V.A."
Dofiscal Editores, 1980.
6. Flores Zavala Ernesto
"Elementos de Finanzas Públicas Mexicanas"
Editorial Porrúa
Cuarta Edición
7. Garza Mercado Ario
"Manual de Técnicas de Investigación para Es-
tudiantes de Ciencias Sociales".
Editorial Colegio de México
2da. Reimpresión, 1972.

8. Halgraves Cerda Arturo y Varios
"El Impuesto al Valor Agregado"
U.N.A.M., 1979.
9. Harper W. Boyd Ralf Nestfall.
"Investigación de Mercados".
Editorial U.T.E.H.A., 1969.
10. Hernández Arnaiz Consuelo
Apuntes de las Materias "Administración de la
Distribución e Investigación de Mercados".
U.N.A.M., 1981.
11. Sanders Donald H.
"Computación en las Ciencias Administrativas"
Editorial Mc Graw Hill.
México, 1980.
12. Serra Rojas Andrés
"Derecho Administrativo"
Editorial Porrúa
Novena Edición
Segundo Tomo.
13. "Código Fiscal de la Federación"
Editorial Porrúa
México, 1983.
14. "Constitución Política de los Estados Unidos
Mexicanos"
Editorial Porrúa.
México, 1983.
15. "Ley y Reglamento del Impuesto al Valor Agre
gado"
Diario Oficial de la Federación
29 de Diciembre de 1978.

16. "Ley del Impuesto al Valor Agregado"
(Modificaciones para 1983) :
Diario Oficial de la Federación.
30 de Diciembre de 1982.
17. "Ley de Ingresos de la Federación para el -
Ejercicio Fiscal 1983".
Diario Oficial de la Federación
30 de diciembre de 1982.
18. "Ley Orgánica de la Administración Pública -
Federal"
Editorial Porrúa.
México, 1983.
19. "Sexto Informe de Gobierno"
Lic. López Portillo
Secretaría de la Presidencia,
México, 1982.
20. IX Censo General de Población y Vivienda.
Secretaria de Programación y Presupuesto.
México, 1970.
21. X Censo General de Población y Vivienda (re-
sultados preliminares) Secretaría de Progra-
mación y Presupuesto, México, 1980.
22. "El Impuesto al Valor Agregado en las Expor-
taciones de Comercio Exterior".
Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
México, 1980.
23. "Salarios Mínimos 1983".
Comisión Nacional de los Salarios Mínimos.
México, 1983.