



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN MERCADOTECNIA**



TEMA:

**“DETERMINACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO
MISCELÁNEOS SUBGRUPO ASEO PERSONAL, PRODUCTO
DESODORANTE, EN EL ÍNDICE DE INFLACIÓN EN EL GRAN
SAN SALVADOR”**

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

**YANIRA IVETTE FIGUEROA RAMÍREZ
YESENIA MARISELA ALFARO ZAVALA
JUAN PEÑA REYES**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO EN MERCADOTECNIA

NOVIEMBRE, 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCEL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. DANILO ADOLFO DÍAZ PÉREZ
DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. FIDEL ANGEL MAZARIEGO
Presidente

LIC. PEDRO AGUILAR
Primer vocal

LIC. LUIS ALBERTO MARTÍNEZ
Segundo vocal

NOVIEMBRE, 2002

San Salvador, El Salvador, Centroamérica

A DIOS: que en su grandiosa majestuosidad y omnipotencia nos da un rayito de luz, fe y esperanza en nuestras vidas.

A MI PADRE: ANGEL VITELIO FIGUEROA QUINTANILLA, Por enseñarme a tener fe en Dios.

A MI MADRE: MORENA CELIA RAMÍREZ RAMOS, Por su educación y enseñarme a luchar para lograr mis metas.

A MI TIA: SANDRA RAMÍREZ, Por apoyarme siempre que lo necesite.

A MI TIO: NOE RAMÍREZ, Por formar gran parte de mi inspiración y estar ayudándome en todo momento de mi vida.

A MIS HERMANOS. IVONNE, SANDRA ERICK, WENDY Y OSCAR, Por brindarme su ayuda y estar siempre conmigo.

A MI NOVIO: DAVID ALEJANDRO OLIVA, Por su apoyo y estar junto a mi cuando necesite energías para seguir adelante.

A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS, Por su ayuda desinteresada y su compañía en los instantes vacíos, difíciles o problemáticos de la vida.

YANIRA IVETTE FIGUEROA RAMÍREZ.

Doy gracias

A Dios Todopoderoso, por permitir la culminación de mi carrera y por brindarme la fuerza espiritual que ha permitido sobreponerme a las dificultades que la vida me ha presentado.

A mi madre, gracias por su amor incondicional, sacrificios, confianza y apoyarme en los momentos difíciles de mi vida.

A mi padre (QDDG), a quien dedico este triunfo en su memoria, por haberme dado su amor y consejos en el momento oportuno.

A mis hijos, por ser lo más grande que Dios me ha dado y la razón de mi esfuerzo por superarme.

A mi esposo, por la paciencia y amor que siempre me ha brindado.

A “Don Nico”, por su cariño apoyo y consejos cuando los necesité.

A mi hermanito, por su cariño y por ser también mi amigo.

A mis amigos, que de una u otra forma me ayudaron a cumplir una de mis metas.

Yesenia Marisela Alfaro Zavala

MI PADRE CELESTIAL: Por iluminarme y permitirme llegar a esta meta.

MIS PADRES :EULOGIA REYES Y PABLO DE LA CRUZ, Por darme la vida y por sus sabios consejos

MI ESPOSA: DORA ALICIA: CON TODO MI AMOR Por su apoyo continuo y por haberme dado su aliento, cuando mis fuerzas desfallecían.

MIS HIJOS: ANA GABRIELA, GEOVANNI ALEXANDER Y JUAN FRANCISCO, Por ayudarme con mis tareas con sus garabatos en mis cuadernos, como un ejemplo de que con paciencia y sacrificio, se llega a la meta soñada.

MIS HERMANOS :RAYMUNDO(QDDG),ANA LUZ, REYES ISRAEL Y MARIA LUISA, Por su constante apoyo, y consejos oportunos

MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS: Por su apoyo moral y asesoría ante esos temas tan difíciles.

POR ULTIMO, PERO NO POR ELLO MENOS IMPORTANTE, al grupo de los Alcohólicos Anónimos "DESPERTAR 27 DE MAYO", de Soyapango. Por su desinteresado apoyo y estímulo para mi superación personal.

Juan Peña Reyes

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	i
CONTENIDO CAPITULAR.....	ii
CAPÍTULO I	
MARCO TEORICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA	
A. Antecedentes	
1. Antecedentes históricos del desodorante.....	1
2. Situación actual del desodorante en El Salvador.....	5
B. Base teórica de la inflación	
1. Antecedentes de la inflación.....	7
2. Enfoques del origen y naturaleza de la inflación.....	9
a. Enfoque neo-cuantitativo.....	9
b. Enfoque Keynesiano.....	10
c. Enfoque estructuralista.....	11
3. Tipos de inflación.....	14
a. Inflación moderada o rampante.....	14
b. Inflación galopante.....	15
c. Hiperinflación.....	15
d. Estanflación.....	1
e. Relación de los tipos de inflación y la	

realidad salvadoreña.....	17
4. Causas de la	
inflación.....	18
a. Inflación causada por la	
guerra.....	18
b. Inflación causada por la demanda.....	19
c. Inflación causada por los	
costos.....	19
5. Principales efectos de la	
inflación.....	20
a. Efectos de la inflación sobre la distribución	
del ingreso y la riqueza.....	21
b. Efectos de la inflación sobre la actividad económica	
....	21
c. Efectos de la inflación sobre el mercado de	
crédito.....	22
d. Efectos de la inflación sobre la balanza de pagos.....	22
e. Efectos de la inflación sobre las tasas de interés.....	23
6. Generalidades de los indicadores	
macroeconómicos.....	23
a. Indicador del volumen de la actividad	
económica (IVAE).....	23
b. El Producto Interno Bruto	
(PIB).....	24
c. Tasa de	
desempleo.....	24
7. Índice de precios al consumidor (IPC).....	25
a. Definición del	

IPC.....	26
b. Importancia del IPC.....	26
c. Medición del IPC.....	26
d. Fórmula para calcular el IPC.....	27

8. Gráfico de variabilidad de precios del desodorante.....	28
---	----

C. Definición de términos básicos

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL DESODORANTE VALET EN EL ÍNDICE DE INFLACIÓN EN EL GRAN SAN SALVADOR.

A. Generalidades

1. Importancia de la investigación.....	32
2. Objetivos de la investigación (General y específicos).....	33
3. Delimitación de la investigación.....	34
a. Delimitación espacial.....	34
b. Delimitación temporal.....	35
c. Delimitación social.....	35

4. Limitantes de la investigación.....	36
5. Metodología de la investigación.....	38
a. Tipos y niveles de estudio.....	38
b. Población de estudio.....	40
c. Tamaño muestral.....	41
B. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	
1. Métodos y técnicas.....	43
2. Instrumento de captación de la información.....	45
3. Prueba piloto.....	45
4. Operación de campo.....	46
5. Consistencia y procesamiento de la información.....	47
a. Codificación.....	47
b. Entrada de datos.....	47
c. Consistencia de la información digitada.....	49
d. Indicadores a obtener para la evaluación del impacto.....	50

CAPÍTULO III

IMPORTANCIA DEL DESODORANTE EN EL ÍNDICE DE INFLACIÓN EN EL GRAN SAN SALVADOR

A. Generalidades del desodorante de uso personal	
1. Importancia del desodorante de uso personal.....	51
2. Comportamiento histórico de los precios del desodorante de uso personal.....	52
3. Determinación de la importancia del precio del desodorante de uso personal en el índice de la inflación.....	57
a. Definición de variables.....	57
b. Derivación de la fórmula.....	59
c. Determinación de la importancia del desodorante.....	61
d. Efectos sobre el poder adquisitivo.....	63
4. Propuesta metodológica.....	64
a. Objetivo de la propuesta metodológica.....	64
b. Parámetros (Representatividad y transparencia metodológica y de cálculo).....	64
c. Creación de un nuevo IPC (Antecedentes del actual IPC).....	67
d. Construcción de la canasta del IPC.....	69
e. Criterios de selección de productos para la canasta del IPC.....	71
f. Selección de lugares para toma de precios.....	72
g. Ventajas del nuevo IPC.....	74
h. Nueva canasta de bienes (Ponderaciones del IPC	

y estructura de la canasta).....	75
i. Metodología del cálculo (Cálculo del IPC).....	77
j. Programa permanente de actualización.....	78
CONCLUSIONES	
.....	81
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

La variabilidad de los precios y su incidencia en el cálculo de la inflación es un fenómeno que reviste de gran importancia, por ello un monitoreo adecuado y constante, es necesario para la oportuna puesta en marcha de medidas que minimicen su impacto negativo en la economía de los hogares salvadoreños.

El presente trabajo de investigación, en donde se estudiará este fenómeno y se monitoreará el cambio en los precios de una parte de la canasta de mercado previamente seleccionada, enriquecerá la información para un análisis profundo del indicador económico IPC y su repercusión en la inflación de la economía salvadoreña, la cual proporcionará las bases para poder brindar continuidad a

esta investigación, de tal forma que pueda ser una fuente alternativa para la toma de decisiones.

Bajo este contexto, este documento recopila en sus páginas el aporte de un grupo decidido de investigadores, el cual se presenta con una serie de capítulos enlazados de tal forma que contiene un trabajo profesional de investigación que pueda ser además una fuente de consulta para los entes que le dan dinamismo a la economía salvadoreña.

El trabajo de grado se divide en tres capítulos principales ordenados y redactados de una forma sencilla pero con un contenido técnico y preciso.

CAPÍTULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA

A. Antecedentes

1. Antecedentes históricos del desodorante

A través de la historia las esencias aromáticas han ocupado un lugar preponderante en todas las sociedades.

Durante el siglo XX una de las esferas más reveladoras del proceso de civilización fue la obsesión por suprimir los olores corporales asociados a la animalidad. En esta empresa el desodorante desempeñó un rol fundamental: fabricado por primera vez a fines del siglo XIX en los Estados Unidos con base a una mezcla de sulfato de potasio y aluminio, tras la segunda guerra mundial su uso se generalizó prácticamente en todos los países occidentales hasta abarcar una gama de variedades que parece no tener fin: desodorantes para las axilas, pies, higiene íntima, aliento, desinfectar y aromatizar el aire, ropa, cabello, borrar los efluvios del cigarrillo y del animal doméstico, etc.

El lugar otorgado a las fantasmagóricas emanaciones del cuerpo es revelador del rol esencial que desempeña el olfato en la vida social. Desde la antigüedad y hasta mediados del siglo XIX, los olores han sido investidos de extraordinarios poderes de vida y de muerte. Los mitos antiguos vinculados con los filtros de amor y los aromas afrodisíacos elaborados por los alquimistas dieron una connotación mágica a los perfumes. En las postrimerías del Imperio Romano, después de lavarse los hombres ya se colocaban en las axilas unas almohadillas con sustancias aromáticas.¹

La industria de los desodorantes en presentación de spray se mantuvo sin ninguna restricción por mucho tiempo, y fue solamente después que los científicos descubrieran su relación directa con la disminución de la capa de

ozono, que se comenzó a normar el uso de ellos en la manufactura de los desodorantes.

Durante varios años, a partir de finales de la década de 1970, los investigadores que trabajaban en la Antártida detectaron una pérdida periódica de ozono en las capas superiores.

En 1985, se manifestó la intención de eliminar gradualmente los Clorofluocarbonos (CFCs).

En 1987, 36 naciones firmaron y ratificaron un tratado para la protección de la capa de ozono.

La Comunidad Europea (hoy Unión Europea) propuso en 1989 la prohibición total del uso de CFCs durante la década de 1990.

El aerosol es un sistema de empaque moderno a presión dentro de un envase corrientemente metálico, que requiere un gas propelente para dispersar el producto que contiene.

Algunas ramas de la industria aerosolista que los empleaba en el pasado, reconvirtieron sus procesos para reemplazar los CFCs por otros gases no contaminantes de la capa de ozono, como la mezcla de propano y butano.

¹ Kreimer, Roxana. "Historia del desodorante" (documento web) 2001.

En el año 1978 en los EE.UU., se comienza a prohibir el uso de CFCs en aerosoles, entre otras razones porque los sectores que aún los utilizaban ya disponían de propelentes alternativos.

Ese criterio fue extendiéndose a todos los países del mundo. La industria aerosolista Argentina fue una de las primeras en propiciar el abandono del uso de CFCs y en llevar a la práctica esa iniciativa en un plazo muy corto.

En 1988 una Asamblea General Extraordinaria la Cámara Argentina del Aerosol aconsejó por unanimidad a las empresas asociadas que no empleen más los CFCs (la recomendación estaba dirigida al sector que aún los utilizaba).

La decisión adoptada voluntariamente por la industria aerosolista Argentina se anticipó a los plazos fijados por el Protocolo de Montreal .

En El Salvador, existen en la actualidad leyes que protegen el medio ambiente, dentro de ellas hay un artículo que regula los productos químicos, el cual se encuentra en el capítulo V de la Ley del Medio Ambiente, que literalmente dice:

Art. 57.- La introducción, tránsito, distribución y almacenamiento de sustancias peligrosas será autorizado por el Ministerio de Medio Ambiente, en

coordinación con el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, el Ministerio de Economía y el Consejo Superior de Salud Pública; un reglamento especial regulará el procedimiento para esta materia.²

Cabe destacar que la industria del desodorante en El Salvador no está muy desarrollada, y por ello, la mayoría de productos es importado de otros países. El producto que es sujeto de este estudio es producido por GILLETE en Guatemala y distribuido en forma exclusiva en El Salvador por C. IMBERTON S.A.

2. Situación actual del desodorante en El Salvador

La economía salvadoreña creció de manera apreciable después de la firma de los acuerdos de paz celebrada en el Castillo de Chapultepec el 31 de diciembre de 1991. Entre los factores que determinaron ese dinamismo en la economía nacional pueden mencionarse la demanda postergada por la situación de guerra, la erogación de fondos públicos y privados destinados a la reconstrucción y al cumplimiento de dichos acuerdos, las nuevas expectativas abiertas por la delimitación de los conflictos al interior del sistema. Sin embargo, pocos años después, ese dinamismo expresado especialmente en el crecimiento de los sectores no transables tendió a desaparecer, y los síntomas de un estancamiento de la economía no solo fueron aceptados unánimemente

² Ley del medio ambiente

por los estudiosos del tema, sino que se fue convirtiendo en el problema más sentido por los ciudadanos.³

El Salvador, en donde se tiene un cambio fijo de (¢ 8.75 por dólar) se han abierto nuevas perspectivas de estabilidad económica, si se juzgan las nuevas oportunidades, con los Tratados de Libre Comercio con otros países económicamente más desarrollados.

El país se orienta a la búsqueda de nuevas formas de alcanzar estabilidad económica, en pos de dicho objetivo, se hace imprescindible el control del nivel general de precios. Este es uno de los principales problemas que se enfrentan, ya que según los reportes de los últimos meses emitidos por la Dirección General de Estadísticas y Censos, se han registrado incrementos en los precios comparados con años anteriores. Los terremotos de los trece de los dos primeros meses del año del 2001, han venido a empeorar algo que ya existía, y así los periódicos informan sobre el aumento de la miseria en los departamentos centrales que afectó particularmente el terremoto del 13 de febrero. Los terremotos, están siendo presentados como responsables de los males ya existentes, cuando en verdad son sólo responsables de agravar lo que las políticas económicas de los gobiernos de los '90 causaron sin que

³ Magaña, Álvaro. La política económica de la década de los '90. Revista Entorno número 20, septiembre 2001.

nadie dijera nada, lo cual lo menos que se puede decir es que es triste, es un silencio vergonzoso.⁴

Por lo anterior, es de mucha importancia que el gobierno genere políticas económicas, que propicien niveles de confianza y posibiliten un adecuado control general de precios.

Los precios del producto desodorante, en el año de 1999 mantuvieron una aparente estabilidad. En el mes de enero de ese mismo año su precio fue de ¢ 31.50, finalizando en el mes de diciembre con un precio de ¢ 29.11, manteniendo un promedio anual de ¢ 30.24, esto debido a una mayor competitividad entre las empresas lo cual benefició a los consumidores con la estabilidad en los precios.⁵

Aunque la variación de los precios en los diferentes períodos no ha sufrido cambios significativos en los años subsiguientes, es de hacer notar que en el año de 2000 su promedio anual fue de ¢ 29.86, pero al año de 2001 registró una variación de precios tendiente al alza, ya que su promedio anual fue de ¢ 33.79.

⁴ Magaña, Álvaro. La política económica de la década de los '90. Revista Entorno número 20, septiembre 2001.

⁵ Dirección General de Estadística y Censos. Revista IPC, Análisis sobre Misceláneos, El Salvador, 1999-2001.

B. Base teórica

1. Antecedentes de la inflación

La inflación es un fenómeno monetario que a través de la historia se ha sostenido que tiene su origen en un aumento exagerado de la cantidad de dinero, es una de las causas de un aumento sustancial de los precios, este es un proceso en el cual el dinero pierde su poder adquisitivo, es decir que con determinada cantidad, se compra cada vez menos bienes. Centrándose en la realidad de El Salvador, se puede analizar varios períodos:

En el período de 1973 a 1978 se dio una inflación del 12.3% que era baja para otros países pero no para El Salvador, cuya magnitud había sido moderada e insignificante hasta 1972; esto, a raíz del alza de los precios del petróleo. Por otra parte cabe destacar el subperíodo de 1976-1978, en el cual se experimentó un incremento anual promedio de 10.7% del índice de precios al consumidor.

Posteriormente, en el período de 1979 a 1982 la tasa de inflación promedio anual aumentó a 14.9%; proceso inducido por factores externos y se convirtió en un problema básicamente de origen interno, ya que fue en esta década en donde comenzó a desarrollarse el conflicto armado de El Salvador, agudizando la crisis económica, social y político-militar.

De 1983 a 1990 la inflación registró un promedio anual de 20 %, ésta tiende a bajar en los años subsiguientes y para 1998 se registró una baja en la inflación entre los países centroamericanos, alcanzando un 2.5%. Hay que destacar que estos valores no obstante, están influenciados coyunturalmente por fenómenos naturales adversos, aun continúan manteniendo al país, entre los de más baja inflación en Latinoamérica.⁶

Para el año 2001, la inflación ya alcanzaba un 4.3%, esto debido al alto costo del petróleo y el incremento en el costo de la energía eléctrica y por la eliminación de los subsidios que brindaba el gobierno según datos de la DIGESTYC.⁷

2. Enfoques del origen y naturaleza de la inflación

Las diferentes escuelas del pensamiento económico han tratado de interpretar y explicar la inflación, llegando a establecer enfoques diferentes. Dentro de ellas destacan los enfoques Neo-cuantitativo, Keynesiano y Estructuralista.

a. Enfoque neo-cuantitativo

⁶ Rodríguez Ventura, María Angela, Et al. Efectos de la inflación sobre la variables monetarias en el Salvador. Universidad de El Salvador, Facultad de Ciencias Económicas (Trabajo de graduación 1992).

⁷ La Prensa Gráfica. El Salvador registra. La Prensa Gráfica (<http://www.laprensahn.com/caarc/0101/c08003.htm>).

La teoría cuantitativa del dinero es la más antigua en la interpretación de la inflación, se sustenta en la teoría de que existe una relación causal, directa y proporcional entre la masa monetaria en circulación y el nivel de precios, bajo el supuesto que la economía está en pleno empleo y que la velocidad de circulación del dinero es constante. En tal sentido, un aumento en la tasa monetaria le resta capacidad al poder adquisitivo del dinero, es decir, ocasiona el incremento del nivel general de precios.

La hipótesis que plantean los cuantitativistas es que los aumentos en la masa monetaria no ejercen ninguna influencia positiva en las variables de producción y empleo (si la economía está en pleno empleo), lo que en síntesis sería encontrar los orígenes del proceso inflacionario en el impacto que generan los mayores incrementos en los medios de pago, sobre los incrementos experimentados en la producción.

b. Enfoque Keynesiano

La crisis mundial del sistema capitalista en 1929 no pudo ser explicada ni mucho menos superada sobre la base del marco teórico clásico y neoclásico, con lo cual la teoría cuantitativa que servía de fundamento para la explicación ortodoxa de la teoría monetaria fue relativizada. Este hecho propició el surgimiento de la teoría Keynesiana.

De acuerdo a esta conceptualización: “El nivel general de precios, depende en parte de la tasa de remuneración de los factores productivos que entran en el costo marginal, parte, de la escala de producción como un todo, es decir, del volumen de ocupación de acuerdo con el principio de los rendimientos decrecientes.”⁸

Aunque se plantea que en una situación de pleno empleo los precios variarán proporcionalmente a los cambios en la cantidad de dinero, puesto que: “como el producto ya no puede aumentar, el incremento de la demanda efectiva y de la cantidad monetaria se refleja necesaria y proporcionalmente en el alza de los precios”⁹

En este sentido, por el lado de la oferta, la inflación puede originarse vía incrementos en los costos, lo cual puede atribuirse al poder que tiene en el mercado los sindicatos, las empresas, los proveedores de materias primas y a las políticas fiscales del Gobierno frente a las empresas.

c. Enfoque estructuralista

La Escuela Estructuralista considera que las raíces del fenómeno inflacionario se encuentran en los desequilibrios del sistema económico, particularmente en ciertas características de los sectores externo y agrícola, de manera que los factores básicos de la inflación son predominantemente estructurales.

⁸ Argandoña, Antonio, La Teoría Monetaria Moderna, 1972., Pág. 81.

⁹ Sacristán, Antonio. “Keynes ante la crisis mundial de los años ochenta. Edit. Siglo XXI, México. 1985 pág. 63.

En ese sentido el poco dinamismo con que cuenta la oferta colocada, para enfrentar la demanda creciente que origina el proceso de desarrollo y el aumento de la población, lo que en consecuencia trae un aumento de los precios.

Bajo estas circunstancias el problema inflacionario nace por una oferta inflexible y no por exceso de demanda como sostienen los monetaristas. Para los estructuralistas, los dos elementos que restringen la oferta son los factores estructurales y los mecanismos de propagación.

1. Teorías inflacionarias y su relación con el contexto actual

Las diferentes escuelas del pensamiento económico a través de los tiempos han tratado de dar explicación a los fenómenos económicos que se desarrollan en los diferentes países, sin embargo ninguna a podido explicar un modelo que sea el que aplique a todas las inflaciones y sus causas.

En El Salvador y bajo el supuesto que actualmente en el año 2002 la inflación que se tiene es de tipo moderada, tomando en cuenta que según Fusades, al mes de Julio se reporta un acumulado de 3.15%, se puede decir que la situación económica está en buenas condiciones y con expectativas de mejorar, ya que como se mencionó al inicio de este documento, se espera la

mejoría cuando comience a implementarse el comercio multilateral, bajo las condiciones de los Tratados de Libre Comercio con otras regiones más estables y desarrolladas económicamente.

Debe destacarse que hay varios puntos en los que se debe cuestionar este análisis, los parámetros de medición siguen siendo apegados al IPC de 1992 y 20 años después, es de suponer por simple lógica que está desactualizado, ya que el salario mínimo no esta acorde al incremento de precios que ha sufrido la canasta básica en los últimos años.

Otro factor que vale la pena mencionar, es que luego de los atentados del 11 de septiembre en los Estados Unidos, se desarrolla una recesión en la economía estadounidense, según lo publicado por diferentes rotativos locales e internacionales y El Salvador un país donde la moneda oficial es el colón salvadoreño, pero con libre circulación del dólar Americano, cabe suponer que este país es alcanzado por esta recesión, si también se toma en cuenta que la economía Salvadoreña es sostenida en un buen porcentaje por las remesas familiares que ingresan al país, por lo tanto bajarían por esta situación. Existen factores que fortalecerían estas consideraciones, por ejemplo el aumento en el desempleo, alto índice de delincuencia, aumento de los impuestos, eliminación de los subsidios gubernamentales, lo que la final podría desencadenar una ola de incrementos en los precios lo que daría paso a una espiral inflacionaria, dado que hay rubros en la economía Salvadoreña que se han quedado estancados como ejemplo el bajo ó casi nulo apoyo al sector agrícola,

especialmente los caficultores, la inmensa deuda externa y el alto índice de corrupción gubernamental que se soporta, en consecuencia la Teoría Económica que se puede aplicar en El Salvador sería la Estructuralista, ya que los problemas son de estructura y pueden ser también legado de malas decisiones tomadas en el tiempo de la guerra interna y que poco a poco seguirán repercutiendo en el desarrollo de la economía.

3. Tipos de inflación

Entre los tipos de inflación existentes en la economía, se pueden mencionar los siguientes:

a. Inflación moderada o rampante

Esta ocurre cuando existen incrementos anuales de menor proporción en el nivel general de precios y se caracteriza por una lenta subida en los mismos y las tasas anuales son de un dígito. Cuando los precios son relativamente estables, el público confía en el dinero, de esta manera lo mantiene en efectivo porque dentro de un cierto tiempo (mes, año, etc.), tendrá casi el mismo valor que tenía anteriormente. A la población no le interesa tratar de invertir su dinero en activos reales, activos monetarios o de papel ya que piensa que sus activos siempre conservarán su valor real.

b. Inflación galopante

Es cuando los precios aumentan a tasas cada vez mayores a lo largo del tiempo. Es una inflación que tiene dos o tres dígitos, oscila entre 20, 100 o el 200% al año. Cuando la inflación galopante se mantiene por mucho tiempo, se

producen graves distorsiones económicas. Generalmente, la mayoría de los contratos están vinculados a un índice de precios o a una moneda extranjera (dólar); por ello, el dinero pierde su valor y los tipos de interés pueden ser de 50 ó 100% al año. Como consecuencia, el público no tiene más que la cantidad de dinero mínima indispensable para realizar las transacciones diarias. La población recoge bienes, compra viviendas y no presta dinero a unos tipos de interés nominales bajos.

c. Hiperinflación

Se produce cuando otra moneda, normalmente el dólar o una serie de bienes, acaban por sustituir al dinero oficial como patrón de intercambio. Se dice que esta se produce cuando los precios crecen a tasas superiores al 50 % mensual¹⁰. Al ocurrir esto, los individuos tratan de desprenderse del dinero líquido de que disponen, antes de que los precios crezcan más y hagan que el dinero pierda aún más valor. Todo este fenómeno es conocido como la huída del dinero y consiste en la reducción del efectivo poseído por los individuos, ya que la inflación encarece la posesión del dinero. No se puede decir nada bueno de una economía de mercado en la que los precios suben un millón o incluso un billón % al año. Las hiperinflaciones se consideran como algo extremo y vienen asociadas como consecuencia de guerras, revoluciones, etc. Los precios son inestables y la producción está desorganizada. La población tiende

a acaparar cosas y a tratar de deshacerse del papel moneda. Con ello, llegan de nuevo los inconvenientes del trueque.

Algunos estudios han encontrado varios rasgos comunes en las hiperinflaciones: En primer lugar, la demanda real de dinero disminuye radicalmente. Se intenta deshacerse del dinero para no sufrir su pérdida de valor. En segundo lugar, los precios relativos se vuelven muy inestables. Normalmente, los salarios reales sólo varían al mes un punto porcentual o menos. Esta variación de los precios relativos y de los salarios reales muestra con claridad el elevado costo de la inflación.

d. Estancflación

Describe la situación caracterizada por un alza sostenida en el nivel de los precios acompañada por una caída de la actividad económica y un creciente desempleo. El término de estancflación viene de los conceptos de estancamiento e inflación. Debido a la crisis del sistema capitalista en el que simultáneamente se presentan índices anormales de desempleo y procesos inflacionarios, se origina el fenómeno de la estancflación, la cual se define como la combinación de estancamiento e inflación.

e. Relación de los tipos de inflación y la realidad salvadoreña

¹⁰ Cortéz, Hernán. Et al. Economía: Principios y problemas. Ediciones Universidad Católica de Chile, Año 1982. Pág. 212.

En El Salvador en los últimos meses a juzgar por los reportes emitidos por La Dirección General de Estadísticas y Censos del Ministerio del Economía, se podría afirmar que se ha mantenido un tipo de inflación moderada ya que los aumentos generales de precios se han mantenido estables y por debajo de los dos dígitos, sin embargo cabe destacar que los niveles de desempleo se han incrementado y que al no haber una política de reactivación en el área rural ha llevado a tener repercusiones en los cultivos del café y de la caña de azúcar lo que ha perjudicado a miles de campesinos del área rural lo que posteriormente podrá repercutir en los índices de inflación ya que las políticas monetarias se sostienen principalmente por las Remesas Familiares y no por la alza en la producción nacional ó por la inversión extranjera, aunque como ya se menciono anteriormente, se esperaría que los Tratados de Libre Comercio con otros países económicamente más estables abran las puertas a un despegue económico.

4. Causas de la inflación

Existen diversas situaciones económicas que generan presiones al aumento de los precios. Tales aumentos pueden iniciarse sin incrementos en la cantidad de dinero; pero si ella no aumenta, los mayores precios no iniciarán un proceso inflacionario sino contracciones en la actividad económica. Un aumento

autónomo de los salarios nominales, por ejemplo puede generar presiones al aumento de los precios, que se materializan aun sin que haya aumento de dinero. Mientras no suba la cantidad de dinero, sin embargo, la presión de los salarios nominales tenderá a elevar los precios hasta otro nivel, pero no hacerlos crecer sostenidamente durante un período largo.

a. Inflación causada por la guerra

Existen países con una economía fortalecida y al sufrir conflictos bélicos internos ó externos desvían los fondos que usualmente utilizarán para la producción, en compra de pertrechos bélicos para defender el país.

Es así como los recursos que tienen para salarios, educación, etc. lo utilizan para el conflicto armado, produciéndose de esta manera la denominada inflación de guerra.

b. Inflación causada por la demanda

Se puede producir por el uso interno de la reserva monetaria del país (cantidad de dinero que se tiene guardado en los bancos ya sea el estado o particulares), ese uso interno puede ser: por gastos de consumo, aumento de gasto de inversión o por elevación en los costos de producción: ocurre por el aumento del salario.

c. Inflación causada por los costos

Es producida por la reducción del ingreso real de la población (ingreso verdadero que ésta tiene para gastar), lo que origina a la población a presionar un aumento salarial, ocasionando el aumento en el costo de producción (al aumentar los salarios aumentan los costos de producción ya que se refleja en el establecimiento de precios).

5. Principales efectos de la inflación

La inflación aumenta el grado de incertidumbre imperante en la economía y por lo tanto, la calidad de las decisiones que toman los agentes económicos. Tanto la evolución de los precios relativos de bienes y servicios como la de los factores de producción se hacen más difíciles de prever. La inflación posee costos reales que dependen de dos factores: que la inflación sea esperada o no y que el Gobierno haya ajustado sus instituciones (incorporando la inflación a los contratos de trabajo, préstamos o arriendos de capital y revisando los efectos del sistema fiscal ante una situación inflacionaria). Cuando la inflación es esperada y las instituciones se han adaptado para compensar sus efectos, los costos de la inflación son llamados costos de transacción, esto es, los derivados de la incomodidad de tener que ir con mucha frecuencia a las instituciones financieras a sacar dinero para poder ajustar los saldos reales deseados a la pérdida del poder adquisitivo del dinero motivada por el alza de los precios.

Existen diversos efectos causados por la inflación entre ellos se pueden mencionar:

a. Efectos de la inflación sobre la distribución del ingreso y la riqueza

La reducción del poder adquisitivo de la moneda repercute más sobre todo a las personas que viven de ingresos relativamente fijos, como los asalariados y los pensionados, que tienen problemas reales para ajustar sus gastos a la misma velocidad con que aumenta el costo de la vida.

Con mucha frecuencia se lee en los periódicos locales los enfoques y las quejas de los pensionados, cuyas pensiones no son revisadas periódicamente y que por lo tanto no disponen de recursos para hacer frente al alto costo de la vida.

b. Efectos de la inflación sobre la actividad económica

La inflación tendrá también efectos distorsionantes sobre la actividad económica, ya que todo proceso inflacionario implica una alteración de la estructura de precios absolutos que aumentan por igual. Dado que los precios relativos son las señales que guían el funcionamiento del mercado.

c. Efectos de la inflación sobre el mercado de crédito

Un proceso inflacionario puede provocar distorsiones en el mercado de crédito, sobre todo cuando el alza de los precios, debido a su rigidez y aceleración, no era esperada por los prestamistas y prestatarios. En ese caso, los acreedores se perjudican y los deudores se benefician.

Cuando las tasas de interés son negativas aumentan las presiones sobre las fuentes de crédito; pero estas al contrario no dispondrán de recursos para hacerle frente a la demanda de dinero.

d. Efectos de la inflación sobre la balanza de pagos

El sector externo es alcanzado por los procesos acelerados de inflación, la expansión interna de los precios a tasas más aceleradas que las de otros países con los cuales se mantienen relaciones comerciales, en el caso de que no se evalúe el tipo de cambio, podrá fomentar las importaciones y desestimular las actividades de exportación. Los gobiernos tratan de evitar estos efectos, mediante devaluaciones de las tasas de cambio.

Con una tasa fija de cambio, el efecto puede ser una reducción de la diferencia de cuentas, exportaciones menos importaciones, cuyo resultado puede ser negativo, esto se debe a que cuando los precios internos aumentan más que los precios del exterior, las exportaciones del país se encarecen en relación con la de sus competidores, tanto en el mercado interno como externo.

e. Efectos de la inflación sobre las tasas de interés

La tasa de interés nominal es la que se recibe o se paga en virtud de un contrato o depósito de préstamo, cuando la tasa de inflación es mayor que ésta, se recibe en realidad una tasa de intereses inferior a la tasa de inflación, con lo que se desalienta el ahorro financiero y la inversión productiva, se estimula la ineficiencia empresarial, pues permite financiar actividades que no serían rentables sin tasas de interés de subsidio.

6. Generalidades de los indicadores macroeconómicos

a. Indicador del volumen de la actividad económica (IVAE)

Es el indicador del volumen de la actividad económica y como tal, no pretende medir el total de la producción sino más bien la tendencia de esta misma.

La actividad productiva registrada en el IVAE para el año 2001, demostró señales de recuperación después del efecto adverso de los terremotos, pues las actividades económicas industria, financiera, construcción y electricidad presentaron crecimiento. Caso contrario el sector agropecuario, comercio y transporte tuvieron tendencia a la baja. Las actividades económicas asociadas al sector construcción mostraron un desempeño más dinámico, lo cual está relacionado a la tarea de reconstrucción post terremotos.¹¹

b. El Producto Interno Bruto (PIB)

Es el indicador que mide el valor a precios de mercado de la producción de bienes y servicios generados en un lapso determinado dentro del territorio nacional, incluye por lo tanto solo los productos elaborados durante el período para el cual se calcula y no las transacciones de productos fabricados en períodos anteriores.

¹¹ Boletín económico. Banco Cuscatlán. Junio 2001.

c. Tasa de desempleo

Medida del volumen de desempleo de la fuerza laboral en alguna época determinada. La tasa puede tener por base datos estadísticos recopilados por medios directos, como es la información de empresas y la inversión pública y privada y usando otras definiciones tales como encuestas por muestreo, la metodología del muestreo ha sido muy útil en este campo y en la actualidad muchos países realizan encuestas para apreciar el volumen de desempleo.

Esta se obtiene dividiendo el número de desempleados entre la población activa.

$$\text{Tasa de Desempleo} = \frac{\text{Población desempleada}}{\text{Población activa}} \times 100$$

Donde la población activa se dice que son las personas que están en edad y teóricamente aptas para trabajar (de 14 a 65 años de edad) .

7. Índice de precios al consumidor (IPC)

El IPC es el índice aceptado para registrar los precios de una muestra de bienes y servicios o canasta de mercado. El organismo nacional encargado de

recopilar tales cifras es la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC), la cual es una dependencia del Ministerio de Economía.

El IPC permite el análisis de la variación de los precios, en los productos de la canasta de mercado, que está compuesta por los siguientes rubros: alimentos, vestuario, vivienda y misceláneos.

El índice de precios al consumidor se originó en 1919 por la Dirección de Estadística y Censos, para poder considerar los efectos de la inflación como consecuencia de la primera guerra mundial.

a. Definición del IPC

Medida de evolución temporal del nivel de precios de artículos destinados al consumo de los hogares residentes.

b. Importancia del IPC

Medir la evolución temporal del nivel de precios de bienes y servicios que conforman la canasta de mercado con el fin de monitorear en el corto plazo la tendencia del nivel general de precios.

c. Medición del IPC

Para el cálculo del IPC se requiere de un período base, el cual es aquel cuyos precios sirven de referencia para medir la evolución de los mismos durante el período de vigencia del sistema, es decir, la ponderación está representada por el gasto de cada artículo o servicio incluido en la canasta de mercado. El período base del actual IPC en El Salvador es el mes de diciembre de 1992.

Para medir la inflación se recurre a un indicador de precios, que mediante una cifra, expresa el crecimiento de los precios durante un período de tiempo.

Este indicador muestra las variaciones del nivel de los precios al por menor de una canasta determinada.

d. Fórmula para calcular el IPC

Dado que los índices de precios tratan de reflejar la variación de los precios de un número fijo de los artículos, de un período para otro, se usa la fórmula de Laspeyres denominada promedio o medio aritmética ponderada con base fija y cuya expresión algebraica es la siguiente:

$$I_{n,0} = \frac{\sum P_{n,i} Q_{0,i}}{\sum P_{0,i} Q_{0,i}} \times 100$$

Donde:

$I_{n,0}$ = Índice del periodo n referido al período base

$P_{n,i}$ = Precio del rubro i en el período n

$Q_{0,i}$ = Cantidad del rubro i en el período base

$P_{0,i}$ = Precio del rubro i en el período base

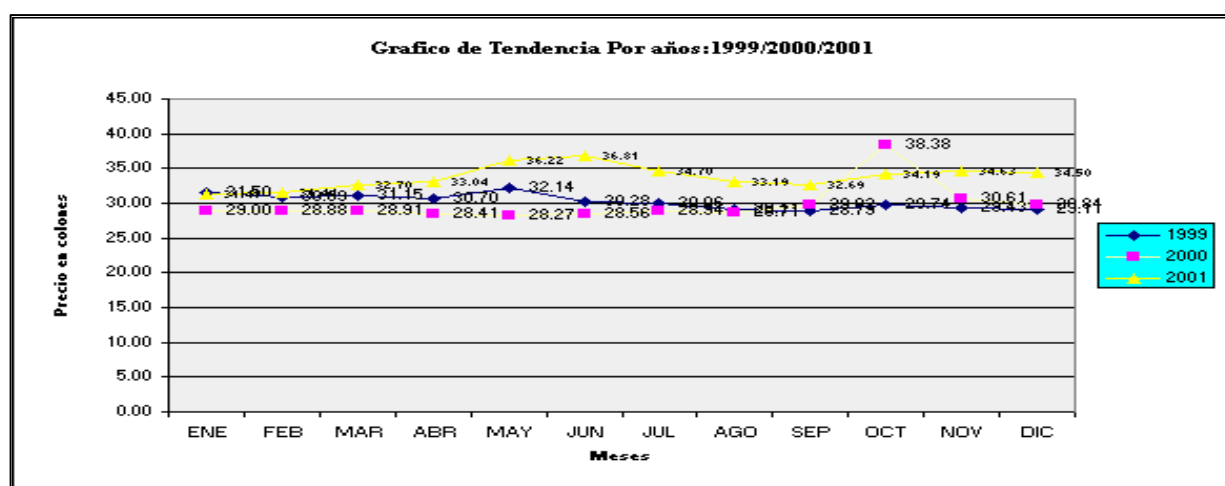
8. Gráfico de variabilidad de precios del desodorante

La siguiente grafica, muestra la variabilidad de los precios en un comparativo de los últimos tres años, ya que muestra la tendencia de sus precios. Si se compara el año 2001 con respecto al año 1999, ha tenido una tendencia al alza con un 11% de diferencia entre los dos años, lo que indica un incremento significativo.

DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

PRECIOS MEDIOS DEL ARTICULO DESODORANTE: 1999- 2001EN COLONES SALVADOREÑOS

AÑO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	PROM. ANUAL
1999	31.50	30.89	31.15	30.70	32.14	30.28	30.06	29.11	28.79	29.74	29.43	29.11	30.24
2000	29.00	28.88	28.91	28.41	28.27	28.56	28.94	28.71	29.82	38.38	30.61	29.84	29.86
2001	31.41	31.44	32.70	33.04	36.22	36.81	34.70	33.19	32.69	34.19	34.63	34.50	33.79



C. Definición y funciones de términos básicos

C. Definición de términos básicos

Canasta de Mercado: Comprende bienes y servicios que no son considerados esenciales pero sí de uso cotidiano para cada grupo familiar, los cuales son: teléfono, vehículo, bebidas alcohólicas, cigarrillos, gastos por ocasiones especiales. Comprende un total de 241 bienes y servicios que la población gasta y no tienen límites financieros.

Costo de Producción: Parte del valor de los productos elaborados que se expresa en forma monetaria y que incluye las inversiones en medios de producción consumidos y en la remuneración del trabajo.

Desempleo: Situación involuntaria en la que los recursos humanos se encuentran ociosos a causa de la escasez de fuentes de ocupación. El término puede ampliarse a otros tipos de recursos como el capital, la tierra, etc. Debido a que el desempleo constituye uno de los problemas más complejos del

sistema capitalista sus causas se han estudiado con amplitud, recayendo en la explicación general de que es ocasionado, sobre todo, por la deficiente distribución de los recursos productivos de un país.

Inflación: Fenómeno económico que se manifiesta a través de una reducción en el poder adquisitivo del dinero, a causa de una elevación de precios. En términos generales un proceso inflacionario se inicia cuando la demanda global es mayor que la cantidad de bienes y servicios disponibles al consumidor, por lo que las empresas aumentan su producción y por lo tanto el empleo de factores productivos; si la economía dispone de recursos ociosos, aumentará el nivel de empleo de factores, hasta absorber aquellos que no han sido utilizados; si no hay mayores recursos el exceso de la demanda originará un alza de precios, lo que a su vez causará un incremento en los costos del producto y estos, mayores precios.

IPC: Medida de evolución temporal del nivel de precios de artículos destinada al consumo de los hogares residentes.

PIB: Indicador que mide el valor a precios de mercado de la producción de bienes y servicios generados en un lapso determinado de tiempo dentro del territorio nacional.

Tasa de desempleo: Medida del volumen de desempleo de la fuerza laboral en alguna época determinada. La tasa puede tener por base datos estadísticos recopilados por medios directos, como es la información de empresas y la inversión pública y privada y usando otras definiciones tales como encuestas por muestreo, la metodología del muestreo ha sido muy útil en este campo y en la actualidad muchos países realizan encuestas para apreciar el volumen de desempleo.

Tasa de interés nominal: Es la que se recibe o se paga en virtud de un contrato o depósito de préstamo.

Tasa de interés real: Es la tasa nominal menos la tasa de inflación.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL DESODORANTE VALET EN EL ÍNDICE DE INFLACIÓN EN EL GRAN SAN SALVADOR.

A. Generalidades

1. Importancia

Como todo ser humano, los salvadoreños siempre han tratado de satisfacer sus necesidades más elementales como: alimentación, vivienda, educación, esparcimiento, etc.

Parte de estas necesidades básicas son satisfechas con productos que se comercializan en el mercado y es por ello, que se asigna un porcentaje del presupuesto familiar para los mismos. El aseo personal también ha llegado a ocupar un lugar importante en su diario vivir y por consiguiente, compra productos como el desodorante, ya que es utilizado para evitar el olor natural de las axilas y la transpiración.

2. Objetivos de la investigación

- **Objetivo general**

- Determinar en que medida la variabilidad de precios del desodorante marca VALET, incide en el índice inflacionario del grupo misceláneos, en el área de Santa Tecla como parte de la zona del Gran San Salvador.

- **Objetivos específicos**

- Desarrollar un marco de referencia sobre la inflación y el desodorante de uso personal marca VALET en spray de 198 ml. para hombre.
- Conocer la variación del precio del desodorante Valet, como producto asignado para desarrollar esta investigación.
- Presentar un informe sobre los resultados obtenidos de las variaciones de precios dentro de los productos o servicios que conforman la canasta de mercado, específicamente del desodorante marca VALET.

3. Delimitación de la investigación

La inflación como fenómeno macroeconómico debe ser estudiado en toda su extensión, centrándose en aquellos aspectos que tienen repercusión en el desarrollo de la economía salvadoreña. En tal sentido se ha delimitado partiendo de los siguientes aspectos:

a. Delimitación espacial

El estudio de la variación de precios del producto se realizará en la zona del Santa Tecla, como área del Gran San Salvador, ya que dicho municipio es parte del universo de estudio; complementada con datos recolectados en 10 municipios del departamento de San Salvador siendo estos: Soyapango, Ayutuxtepeque, Ciudad Delgado, Cuscatancingo, Ilopango, Mejicanos, San Marcos, San Salvador y dos municipios que geográficamente pertenecen al departamento de La Libertad, los cuales para este estudio han sido tomados como parte del área del Gran San Salvador, siendo estos: Antiguo Cuscatlán y Santa Tecla mencionado anteriormente.

b. Delimitación temporal

Esta investigación fue delimitada por la Universidad Tecnológica de El Salvador, y el tiempo de duración fue acuerdo a la siguiente calendarización:

- Primera investigación de campo: desarrollada el 16 de diciembre de 2001.
- Segunda investigación de campo: desarrollada el 19 de enero de 2002.
- Tercera investigación de campo: desarrollada el 16 de febrero de 2002.
- Cuarta investigación de campo: desarrollada el 16 de marzo de 2002.

c. Delimitación social

La investigación se realiza con la finalidad de detectar la variabilidad de precios que puedan observarse en los establecimientos comerciales como: supermercados, boutiques, farmacias, salas de belleza y otros distribuidores que previamente han sido seleccionados por La Universidad Tecnológica de El Salvador, quien ha tomado como base los mismos establecimientos que utiliza la DIGESTYC, siendo estos donde se comercializa el desodorante VALET en spray de 198 ml. para hombre, que forma parte del subgrupo misceláneos de la canasta de mercado.

4. Limitantes de la investigación

Es de suma importancia hacer mención de las limitaciones que se han tenido para el desarrollo de la investigación, ya que influyen en el grado de precisión de los resultados. Entre estas limitantes están:

- **Tiempo:** El período de tiempo establecido en cuatro meses es un factor importante, ya que haber limitado la investigación a un período tan corto de seguimiento en la variabilidad de precios, puede incidir en la tendencia real representativa que se espera.
- **Productos:** la canasta de mercado, tomada de base para esta investigación, también podría considerarse como limitante, pues la base de ésta, es utilizada por la DIGESTYC desde el año de 1992, ya que por su antigüedad contiene productos con especificaciones no actualizadas, como ejemplo: en un documento se hace referencia a la gasolina marca ESSO y la dirección corresponde a una gasolinera en donde se distribuye gasolina marca SHELL, generando confusión para el grupo investigador.

- **Ubicación geográfica:** Los establecimientos han cambiado de dirección y esto no ha sido revisado en las bases de datos que se tienen, ya que se pudo constatar que tanto direcciones como teléfonos en algunos de los casos están modificados, se debe en la mayoría de los casos a los terremotos de enero y febrero del año 2001, y no han sido actualizados, lo que provoca pérdida de tiempo para recolectar los datos.

- **Seguridad:** Es un factor muy importante en la recolección de los datos, en algunos casos los establecimientos ó direcciones especificados, no reúnen las condiciones de seguridad para el grupo investigador, ya que se pudo apreciar y vivir la experiencia, que existen lugares de seguimiento ubicados en puntos de alta peligrosidad, frecuentados por personas que pertenecientes a maras y delincuentes de alta peligrosidad, y según se pudo constatar, también es centro de distribución de drogas, por lo que se considera que en futuras investigaciones esto puede dar lugar a no realizar la investigación.

5. Metodología de la investigación

En este apartado se desarrolló la metodología a aplicar en la investigación, mediante un seguimiento a la variabilidad de precios del desodorante VALET en un lapso de cuatro meses, de diciembre/2001 a marzo/2002. Para

verificar su tendencia además se determinó el diseño de la investigación que es no experimental y longitudinal.

- **No experimental:** Debido a que se está realizando sin manipulación deliberada de las variables (precio, presentación, peso) por parte del grupo investigador.
- **Longitudinal:** Porque se revisa la tendencia, de variabilidad de precios que presente el desodorante marca VALET de 198 ml. en spray para hombre.

a. Tipos y niveles de estudio

Los tipos de estudio utilizados en la investigación son los siguientes:

- **De campo:** Ya que el grupo investigador a través de una visita de campo levanta una serie de datos de precios que servirá posteriormente para calcular el IPC. Con el resultado, se harán comparaciones de variabilidad de precios en el desodorante VALET de 198 ml. en spray para hombre.
- **Bibliográfico:** Porque la teoría ya existente sirve de base para el análisis y conclusiones finales.

Los niveles de investigación utilizados en este estudio son:

- **Exploratorio:** Debido a que se esta incursionando por primera vez en un área específica como es la determinación de tendencias e identificación relaciones entre variables.
- **Descriptivo:** porque determina la situación real de las variables y puede dar lugar a formular posible hipótesis.
- **Explicativo:** Ya que se desarrolla un estudio profundo de la variación de precios y su incidencia en la inflación así como los efectos que generan en la sociedad salvadoreña.

b. Población de estudio

Con el presente estudio se pretende investigar la variación de precios del desodorante VALET, debido a que el estudio esta delimitado al área del Gran San Salvador, el universo de estudio son los establecimientos donde se distribuya o comercialice el desodorante VALET en presentación de 198 ml. tipo spray, entre los cuales se pueden mencionar: farmacias, salas de belleza, boutiques, supermercados, mercados nacionales, etc.

- **Criterios de selección de los bienes y servicios que conforman la canasta de mercado del IPC de DIGESTYC.**

La canasta de mercado que respalda los cálculos permanentes del IPC base de 1992, esta conformada por 241 bienes y servicios seleccionados de un universo o directorio, utilizado como marco muestral que registró un total de 897. La asignación de las probabilidades se realizó en forma proporcional utilizando dos criterios principales:

- El peso del gasto específico de cada bien o servicio seleccionado con respecto al gasto total.
- El porcentaje de hogares que incurren en ese gasto.

Estos son los criterios que utiliza DIGESTYC y son los mismos que han sido retomados por la Universidad Tecnológica de El Salvador.

c. Tamaño muestral

Para el desarrollo de esta investigación es de hacer notar que la muestra fue asignada por la Universidad Tecnológica de El Salvador, quien utilizó los mismos criterios administrativos mencionados en el apartado anterior, siendo la siguiente: de un marco muestral de 62 productos de mayor incidencia de la

canasta de mercado con la que trabaja la DIGESTYC, se eligieron 11 que conforman la muestra de estudio en el presente trabajo.

LISTA DE ESTABLECIMIENTOS ASIGNADOS AL GRUPO PARA TRABAJO DE CAMPO

No	CÓDIGO DEL ARTÍCULO	ARTÍCULO	ESPECIFICACIONES	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
1	101004	Tortillas de maíz	3 a 4 tortillas saliendo del comal ó la plancha	Tortillería (Juana Argumedo)	Calle Walter Soundy No 17y14 Av. norte	229-8727
2	102001	Pre primaria	Pago mensual para preparatoria en kinder privado	Colegio Fátima	Av. Melvin Jones y 4ª calle poniente	228-1070
3	404002	Bus urbano	Pasaje que cobra un bus hasta el lugar seleccionado	Ruta 101 B (Despacho)	Col.Alpes Suizos y Av. Francia	
4	402004	Cuota Universitaria	Pago mensual del 1er. año de Admón. de Emp. en una Universidad privada	UTLA	5 calle pte-3-8 i 6ª Av. norte	229-0430
5	404001	Microbús	Pasaje que cobra un microbús hasta el área seleccionada	Microbús 101B (Despacho)	Col.Alpes Suizos No.1	
6	201001	Alquiler	Pago mensual por alquiler de vivienda	Alquiler familia Espinoza	6ª Av. norte No. 5-2 entre 7ª y 9ª calle poniente	228-4980
7	403301	Gasolina (regular)	Un galón de gasolina regular	Gasolinera Esso	7ª Av. sur y 4ª calle ote.	228-0735
8	204102	Maquina de coser (Regina)	Mecánica gabinete de madera dos gavetas	La Curacao	2ª calle Ote. 2-5 y 3ª Av. sur	221-0777
9	103001	Pescado fresco (curvina)	Una libra de lonja	Venta de mariscos	Mercado central No:126 y 127	288-3445
10	201001	Alquiler	Pago mensual de alquiler de una vivienda	Alquiler familia Ramos	Col. Quezaltepeque No.23	228-3847
11	401303	Vitamina "c"	De laboratorios Mc. Kensson	Farmacia Esmeralda	4 calle pte no_2-2 2ª y 4ª Av. sur	228-2885
12	4-06-110	Desodorante VALET	Desodorante spray para hombre de 198 ml.	Super Selectos	Centro Comercial NOVOCENTRO	

FUENTE: Universidad Tecnológica de El Salvador.

B. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

1. Métodos y técnicas

En este apartado se desarrolló la metodología a aplicarse en la investigación, mediante un conjunto de pasos sistemáticos, que buscan identificar la variabilidad o cambios de precios experimentados en diferentes períodos.

- **Definición de Método:** Es un procedimiento del conocimiento con capacidad de sistematización, que permite registrar en forma ordenada cada una de las instancias de la investigación.

En este apartado cabe destacar que se realizaron 4 investigaciones de campo que fueron hechas en un periodo de 4 meses consecutivos, desde diciembre del año 2001 hasta marzo del año 2002.

- **Definición de Técnica:** Es el conjunto de reglas y operaciones aplicadas para el manejo de los instrumentos que auxilian al individuo en la aplicación de los métodos.

La técnica utilizada consistió en pasar una encuesta, para recolectar precios y unidad de medida de los bienes o servicios, con las personas seleccionadas como unidad de análisis.

Cuando se realiza una investigación, la técnica, debe coordinarse con el método, es decir, existe una estrecha relación entre métodos y técnicas. En el desarrollo de la investigación las técnicas utilizadas son:

- **Técnica de la sistematización bibliográfica:** la información se recopila en fichas bibliográficas, mediante la consulta de libros, tesis, separatas, diccionarios, manuales, Internet, etc.
- **La encuesta:** permitió obtener la información de manera directa de los encuestados mediante formularios ó boletas diseñadas por la UTEC, los cuales están estructurados de tal forma que se pueda ordenar y tabular la información.
- **Observación directa:** con esta técnica se obtuvo la información necesaria para obtener los resultados esperados, ya que también se pretendía verificar la presentación y los precios y otros aspectos que permitieran hacer un buen análisis.
- **Entrevistas dirigidas:** Estas se llevaron a cabo con las personas que son sujeto de estudio, en donde se les preguntó aspectos sobre la investigación que el estudio requería: precios ó el monto de lo que pagaban, con el objetivo de verificar si existía variabilidad de precios en el producto desodorante Valet y para el período establecido con anterioridad.

2. Instrumento de captación de la información

Los instrumentos utilizados en la investigación son 2 formularios para recolección de precios y medida, el primer formulario, es el que utiliza DIGESTYC y el segundo modificado por la UTEC, (ver anexos 1 y 2).

3. Prueba piloto

En esta etapa del estudio, lo que se pretende es determinar si el procedimiento utilizado reúne las características necesarias para tener la seguridad de que los datos recolectados son confiables. Además verificar que en el formulario utilizado, sea claro, sencillo, entendible y que las preguntas estén bien enfocadas, de tal manera que los objetivos que se persiguen con el trabajo de investigación sean alcanzados.

También se revisaron los formularios (boletas de recolección de datos) para asegurar la buena formulación de las preguntas y no dar lugar a respuestas erróneas al momento de recolectar la información. Se adiestró a los grupos investigadores para hacer las visitas de campo, se revisó la lista de instrumentos necesarios para la obtención de la información a solicitar y además de ello, se hizo la prueba de llenado de dichos formularios.

4. Operación de campo

El proceso de la recolección y procesamiento de datos se realizó de manera manual, utilizando recursos propios que permitan ordenar y clasificar la información. En la mecánica a seguir para realizar esta investigación de campo, se cuenta con la oportuna ayuda de La Universidad Tecnológica de El Salvador, esta es la que coordinó la logística de transporte para llegar al área de investigación de cada uno de los grupos.

5. Consistencia y procesamiento de la información

a. Codificación

En este apartado, se debe mencionar que ha sido muy valioso el aporte brindado por el CIOPS (Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña), ya que la canasta de mercado de la UTEC: con cuatro grupos principales: alimentación, vivienda, vestuario y misceláneos y sus subdivisiones en subgrupos, es la misma codificación que usa la DIGESTYC, y esta la que ha servido de base para el presente estudio. Dicha codificación ha seguido los parámetros administrativos, para tener consistencia y confiabilidad, lo cual fue posible ya que el formulario diseñado por el CIOPS reunía las características para lograr este objetivo.

Al tener asignado un código numérico para cada establecimiento comercial, es posible determinar que no se duplique la información y brindar el seguimiento adecuado, para que no quede ninguno sin el control de la variabilidad de precios.

b. Entrada de datos

El código numérico permite asignarle a cada producto un número individual de identificación y llevar el control de precios personalizado, evitando así que se crucen precios por error desde el inicio. Por ejemplo se le asignó al desodorante VALET de 198 ml. para hombre el código numérico 4-06-110 y con ese número se ha identificado desde el principio hasta el final de la investigación.

Con este número, se creó además el cuadro de doble entrada para procesar la información, por un lado se detalla el nombre de los establecimientos visitados y por el otro, se detallan los distintos precios obtenidos en los cuatro seguimientos de precios realizados. Esto ha permitido de una forma sencilla pero práctica, obtener los resultados previstos para desarrollar posteriormente un análisis adecuado.

Cabe destacar que la información recolectada en las cuatro visitas de campo, se revisó minuciosamente por el grupo investigador para verificar la calidad de la información que requería ser entregada inmediatamente al CIOPS para su digitación y procesamiento, luego regresar al grupo investigador un informe final con el producto en estudio, según fuera el asignado para cada uno de los grupos. Al revisar dicha información, se decidió tratar los casos en los cuales hizo falta el precio del producto, para poder dar validez a la recopilación y análisis de los datos devueltos por el CIOPS.

c. Consistencia de la información digitada

Lo importante de este apartado, es verificar que los datos recolectados tengan consistencia, es decir coherencia. Además que no haya disparidad entre ellos para darle la confiabilidad perseguida.

Al analizar la información recolectada quedan de manifiesto algunos aspectos que se deben de mencionar: para verificar la variabilidad de precios del desodorante

VALET de 198 ml. para hombre, se brindó seguimiento a 10 establecimientos comerciales preestablecidos por la Universidad Tecnológica de El Salvador, situados en 10 puntos específicos del Gran San Salvador, es necesario mencionar que hay un establecimiento que se le debe analizar con sumo cuidado, ya que la diferencia de precios en el seguimiento realizado entre la cuarta investigación y las tres anteriores, sobrepasa un 30%, que hace un porcentaje demasiado notorio en la variabilidad y según los expertos las variaciones para tener validez no deben de sobrepasar el 20 %. La nota anterior corresponde a: Super Selectos con el número de identificación 501009.

Además cuando se presente el cuadro de doble entrada de los datos, podrá apreciarse y hacer énfasis que en el sexto establecimiento, se promedió el dato correspondiente al precio de la cuarta investigación ya que al parecer, no fue tomado por el grupo asignado a ese establecimiento.

Eliminando estas incongruencias, se puede afirmar que los datos son consistentes y reflejarán un resultado que permita sacar conclusiones más apegadas a la realidad.

d. Indicadores a obtener para la evaluación del impacto

- **Tasa de variación mensual:** Debido a que en la investigación se comparan los resultados obtenidos en las 4 investigaciones,

comparando su tendencia a la disminución o alza en el período de diciembre/2001 a marzo/2002.

- **Tasa de variación acumulada:** Ya que se comparará el índice del mes actual entre el índice de precios experimentado en diciembre 2001.

CAPÍTULO III

LA IMPORTANCIA DEL DESODORANTE EN EL ÍNDICE DE INFLACIÓN EN EL GRAN SAN SALVADOR

A. Generalidades del desodorante de uso personal

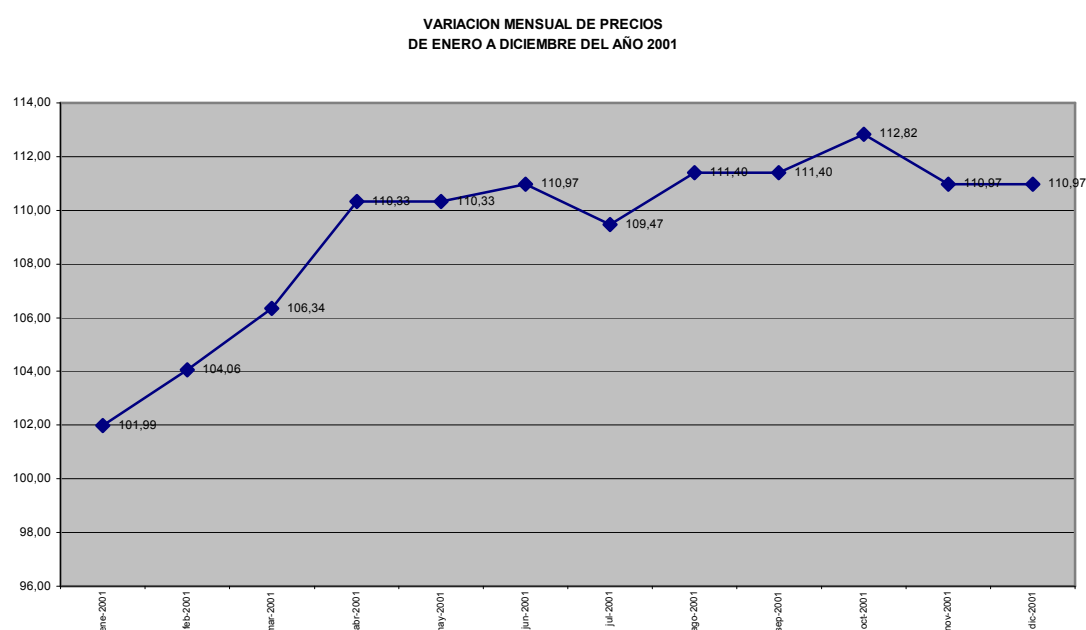
1. Importancia del desodorante de uso personal

El desodorante es un bien utilizado por la mayoría de personas, que en el desarrollo de sus actividades demandan acciones o trabajos físicos, ya que proporcionan bienestar, seguridad, protección, comodidad, es por ello que se ha vuelto un bien indispensable.

Este bien es consumido por todas las clases sociales diferenciándose únicamente por la marca. Existen desodorantes para todos los gustos y preferencias, ya que de acuerdo a las necesidades de cada individuo se han creado desodorantes en diferentes presentaciones (spray, barra, roll on, crema, etc.) así como sus múltiples usos: para las axilas, pies, higiene íntima, aliento, ropa, cabello, desinfectar y aromatizar el aire, etc. La utilidad se la brinda cada uno de los usuarios

dependiendo de sus requerimientos y es tan importante, que ya forma parte del presupuesto familiar.

2. Comportamiento histórico de los precios del desodorante de uso personal



NTE: CIOPS (Universidad Tecnológica de El Salvador)

FUE

En este apartado del comportamiento de la variación de precios, para el producto desodorante, en el año 2001, se presenta el gráfico que muestra los cambios. Se pueden observar las variaciones mensuales en los precios, estas variaciones han sido calculadas como la tasa de variación mensual del mes analizado con respecto al mes anterior.

Analizando el gráfico, se puede observar que en el año 2001 ha habido una tendencia al alza mensual en los precios. El precio más bajo se ve reflejado en el

mes de enero, siendo este de ¢ 101.99, pudiendo ser por ofertas del mes de diciembre anterior, o liquidación de inventarios. Los incrementos sucesivos pueden estar contemplados por el reajuste y adecuación de los establecimientos comerciales hacia la política de integración monetaria; en el mes de octubre se registra el precio más alto ¢ 112.82, lo cual representa un 10% respecto al mes de enero de este mismo año. Y a partir de este mes de octubre se aprecia un ligero decremento en los precios del desodorante.

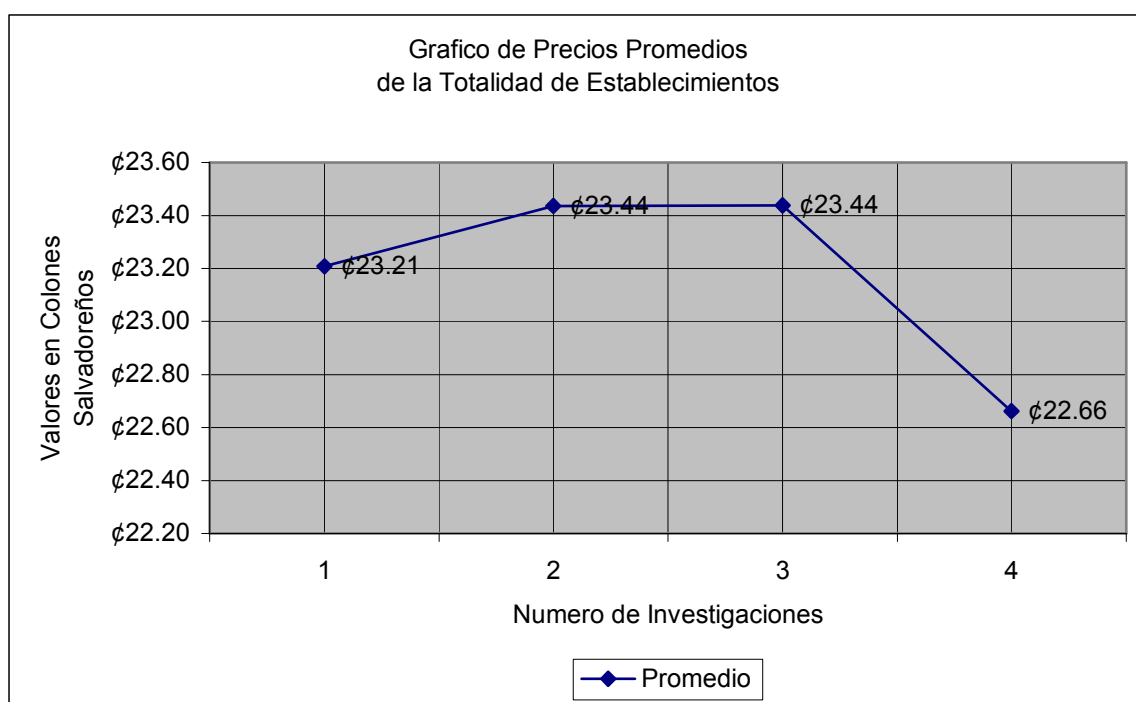
Debe destacarse que las tablas de datos y gráficos siguientes, muestran el comportamiento de los precios recolectados en la investigación de campo realizada por la Universidad Tecnológica de El Salvador, a través de los alumnos en proceso de grado, correspondiendo el gráfico número 1, al promedio de los precios obtenidos en distintos establecimientos, en los 4 meses de seguimiento siendo ellos: de diciembre de 2001 a marzo de 2002.

Tabla y grafico No. 1 : Precios obtenidos en los cuatro meses, de diciembre de 2001 a marzo de 2002

Código	Establecimiento	1a. Investigación	2a. Investigación	3a. Investigación	4a. Investigación
6010058	Calleja, S.A de C.V.	¢25.38	¢25.38	¢25.40	¢25.40

6010629	Super Selectos Los Santos	¢25.37	¢25.37	¢25.39	¢25.39
5010009	Super Selectos	¢25.38	¢25.00	¢25.37	¢17.90
6030007	Super Selectos	¢19.42	¢19.42	¢19.43	¢19.43
6010425	Super Selectos	¢19.43	¢19.43	¢19.45	¢19.43
6010789	Despensa de Don Juan	¢20.30	¢20.13	¢20.00	¢19.83
6010062	Super Selectos	¢25.40	¢25.70	¢25.38	¢25.38
6010063	Super Europa	¢18.90	¢21.44	¢21.44	¢21.44
6010051	Super Selectos	¢27.13	¢27.13	¢27.13	¢27.04
134	Super Selectos	¢25.37	¢25.37	¢25.39	¢25.38
	Promedio	¢23.21	¢23.44	¢23.44	¢22.66

FUENTE: Grupo en proceso de grado(Universidad Tecnológica de El Salvador)



FUENTE: Grupo en proceso de grado (Universidad Tecnológica de El Salvador)

Al analizar brevemente el resultado del tabla y gráfico No.1 que corresponde al promedio de los precios obtenidos en las cuatro investigaciones, quedan de manifiesto varios aspectos: de diciembre de 2001 a enero de 2002 se muestra un incremento de precios de un 1%, lo cual se mantuvo para el mes de febrero.

En el mes de marzo se tuvo un descenso de precios del 4% respecto a febrero. Tiene una rebaja en el precio de más del 30%, lo cual indica posiblemente una promoción ya que para este tipo de bien es frecuente que se diseñen estrategias de venta a través de las ofertas debido a la alta competencia de marcas y presentaciones.

Otro factor que pudiese haber influido en la baja de precios, es que en la cuarta investigación, el establecimiento despensa de Don Juan identificado con el código 6010789, no se tenía ningún precio en ese momento, por lo que se tomó la decisión de promediar dicho precio, tomando como base los tres meses anteriores, según los datos obtenidos en esta gráfica, se puede visualizar que el desodorante marca VALET, ha sufrido variabilidad en su precio, pero este no sobrepasa un 3%. Vale la pena aclarar que si el precio de la cuarta investigación del establecimiento 5010009, no hubiese tenido esa sensible diferencia de ¢ 25.37 a ¢ 17.90, su variabilidad de precio solamente hubiese representado un 1%, cambio que en el gráfico respectivo hubiese resultado casi imperceptible.

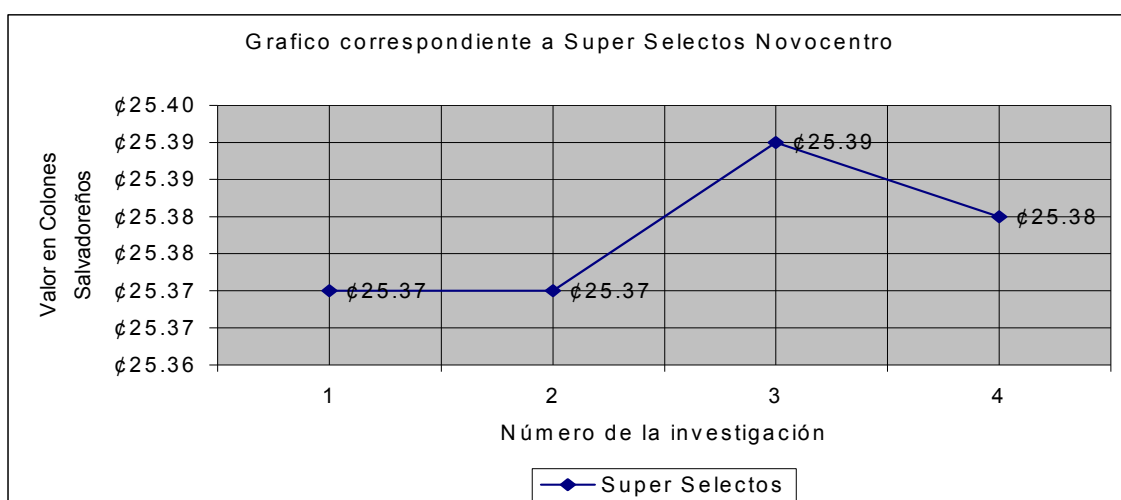
En el gráfico número 2, que se muestra a continuación se visualiza la variación de precios para el desodorante Valet en presentación de spray de 198 ml. en un solo establecimiento comercial: “Novo Centro” de la ciudad de Santa Tecla que corresponde al centro comercial asignado al grupo investigador.

Tabla y gráfico No. 2: Precios recolectados en Super Selectos Novo Centro

Código	Establecimiento	1a. Investigación	2a. Investigación	3a. Investigación	4a. Investigación
--------	-----------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

6010629	Super Selectos Los Santos	¢25.37	¢25.37	¢25.39	¢25.39
5010009	Super Selectos	¢25.38	¢25.00	¢25.37	¢17.90
6030007	Super Selectos	¢19.42	¢19.42	¢19.43	¢19.43
6010425	Super Selectos	¢19.43	¢19.43	¢19.45	¢19.43
6010789	Despensa de Don Juan	¢20.30	¢20.13	¢20.00	¢19.83
6010062	Super Selectos	¢25.40	¢25.70	¢25.38	¢25.38
6010063	Super Europa	¢18.90	¢21.44	¢21.44	¢21.44
6010051	Super Selectos	¢27.13	¢27.13	¢27.13	¢27.04
134	Super Selectos	¢25.37	¢25.37	¢25.39	¢25.38
	Promedio	¢23.21	¢23.44	¢23.44	¢22.66

FUENTE: Grupo en proceso de grado (Universidad Tecnológica de El Salvador)



FU

ENTE: Grupo en proceso de grado (Universidad Tecnológica de El Salvador)

Al analizar el resultado de La Tabla y gráfico No.2 que corresponde a los precios realizados por el grupo que investiga al desodorante VALET y realizada en el Super Selectos del Centro Comercial Novo Centro de la ciudad de Santa Tecla, se puede visualizar lo siguiente:

Se mantiene una variabilidad de precios que no es significativa, porque este no es de más de 0.02 centavos de colón en el período de diciembre del año 2001 a marzo del año 2002, ya que en diciembre del año 2001 el precio era de ¢25.37 y

en marzo se encuentra un precio de ¢25.38, esto puede indicar que el precio es estable, que no hubo ninguna oferta en dicho período y por lo tanto el cambio de precio, no pudo afectar la cantidad demandada por los clientes que consumen dicho producto. Por lo tanto no es significativa su participación en la tasa de inflación.

3. Determinación de la importancia del precio del desodorante de uso personal en el índice de la inflación

a. Definición de variables

El impacto económico que puede tener un producto o servicios dentro del índice de precios al consumidor puede estar determinado por las siguientes variables:

- La variación mensual en términos de porcentajes, que muestra el índice del producto o servicio analizado con relación al mes inmediato superior.
- La variación del índice del producto o servicio analizado con relación al año base.
- El valor del IPC general de todos los productos que conforman la canasta de mercado.

- La importancia del desodorante marca Valet, en spray para hombre en presentación de 198 ml. dentro del índice general de precios.

Al analizar la tabla anterior respecto a la importancia que tiene el precio del desodorante en el índice de inflación, se puede visualizar que: el porcentaje no es significativo, si se parte del hecho de que en un período de tres años desde enero de 1998 a diciembre de 2000 el impacto anual acumulado ha sido negativo a excepción del año 2001 donde se tiene un impacto anual de 0.08% por lo que se puede apreciar que la tendencia es a incrementar el precio.

b. Derivación de la fórmula

Para validar las variables anteriores para la determinación del impacto de la variación de precios de un producto o servicio dentro del IPC general, se presenta la expresión aritmética que le dará funcionalidad a las variables:

$$\text{Impacto}_M = \frac{V M_i * \Delta I P C_i * I R_b}{I P C_G} (I)$$

$$\text{Impacto Acumulado (I A)} = \sum^j \text{Impacto}_M$$

Donde :

Impacto_M = Impacto Mensual

Expresa en términos porcentuales, el impacto o la influencia que tienen las variaciones del bien en el mes analizado.

IA = Impacto Acumulado

Es la suma de los valores calculados mensualmente en concepto de influencia o impacto sobre el IPC desde el período 1 hasta el periodo “j”. Expresa en términos porcentuales acumulados, el impacto o la influencia que tienen estas variaciones de precios del bien o servicio en el período analizado.

VM_i = Variación Mensual

Expresada en términos porcentuales, muestra el índice del producto o servicio analizado con relación al mes inmediato anterior.

$$\Delta IPC_i = \text{Variación del IPC} = [IPC_t(i)m / IPC_b(i)]$$

Expresa la variación que tiene el IPC del producto o servicio “i” analizado, con respecto a la base del mismo índice.

IPC_t(i) = Índice de precios al consumidor del producto o servicio “i” en el período “t”.

Indica el índice de precios del producto o servicio analizado en el período actual “t” o período analizado.

IPC_b(i) = Índice de precios al consumidor del producto o servicio “i” en el período base.

Indica la base de comparación del índice.

IR_b(i) = Importancia relativa del producto o servicio “i” en el índice general de precios del período base.

Indica la ponderación que el producto o servicio “i” tiene en el índice general de precios del período base.

IPC_g = Índice de precios al consumidor general

Es el índice general de precios de todos los productos y servicios durante el período analizado.

c. Determinación de la importancia del desodorante

Sobre esta base se puede determinar la importancia que tiene el precio del desodorante, en la configuración del índice de precios al consumidor los datos muestran lo siguiente:

Determinación de la importancia del precio del desodorante en el índice de inflación

Meses	IPC General	IPC Producto	Incremento	IPC Base	Ponderación	Impacto Mensual	Impacto Anual
Ene-1998	150.60	126.57	0.11	100.00	1.56	0.00	
Feb-1998	150.99	125.78	-0.62	100.00	1.56	-0.01	
Mar-1998	151.65	127.99	0.02	100.00	1.56	0.02	
Abr-1998	153.51	128.13	0.00	100.00	1.56	0.00	
May-1998	154.32	126.85	-0.01	100.00	1.56	-0.01	
Jun-1998	154.46	124.07	-0.02	100.00	1.56	-0.03	
Jul-1998	155.15	124.00	0.00	100.00	1.56	0.00	
Ago-1998	153.26	124.00	0.00	100.00	1.56	0.00	
Sep-1998	151.66	123.79	0.00	100.00	1.56	0.00	
Oct-1998	151.76	123.93	0.00	100.00	1.56	0.00	
Nov-1998	155.12	123.79	0.00	100.00	1.56	0.00	
Dic-1998	155.03	120.01	-0.03	100.00	1.56	-0.04	
Ene-1999	155.31	115.60	-0.04	100.00	1.56	-0.04	
Feb-1999	154.94	114.17	-0.01	100.00	1.56	-0.01	
Mar-1999	154.61	114.46	0.00	100.00	1.56	0.00	
Abr-1999	153.74	114.60	0.00	100.00	1.56	0.00	
May-1999	152.73	115.67	0.01	100.00	1.56	-0.01	
Jun-1999	152.61	115.60	0.00	100.00	1.56	0.00	

Jul-1999	153.49	115.67	0.00	100.00	1.56	0.00	
Ago-1999	153.46	111.68	-0.03	100.00	1.56	-0.04	
Sep-1999	153.86	110.47	-0.01	100.00	1.56	-0.01	
Oct-1999	154.73	110.11	0.00	100.00	1.56	0.00	
Nov-1999	154.04	109.76	0.00	100.00	1.56	0.00	
Dic-1999	153.45	109.05	-0.01	100.00	1.56	-0.01	-0.11%
Ene-2000	154.46	108.12	-0.01	100.00	1.56	-0.01	
Feb-2000	155.23	107.69	0.00	100.00	1.56	0.00	
Mar-2000	155.36	107.48	0.00	100.00	1.56	0.00	
Abr-2000	155.48	106.27	-0.01	100.00	1.56	-0.01	
May-2000	156.42	106.27	0.00	100.00	1.56	0.00	
Jun-2000	158.17	106.27	0.00	100.00	1.56	0.00	
Jul-2000	157.97	106.27	0.00	100.00	1.56	0.00	
Ago-2000	158.65	107.48	0.01	100.00	1.56	0.01	
Sep-2000	158.94	108.55	0.01	100.00	1.56	0.01	
Oct-2000	158.93	109.54	0.01	100.00	1.56	0.01	
Nov-2000	159.28	109.54	0.00	100.00	1.56	0.00	
Dic-2000	160.03	103.42	-0.06	100.00	1.56	-0.06	-0.05%
Ene-2001	162.92	101.99	-0.01	100.00	1.56	-0.01	
Feb-2001	162.63	104.06	0.02	100.00	1.56	0.02	
Mar-2001	162.96	106.34	0.02	100.00	1.56	0.02	
Abr-2001	163.18	110.33	0.04	100.00	1.56	0.04	
May-2001	163.44	110.33	0.00	100.00	1.56	0.00	
Jun-2001	163.66	110.97	0.01	100.00	1.56	0.01	
Jul-2001	163.61	109.47	-0.01	100.00	1.56	-0.01	
Ago-2001	164.16	111.40	0.02	100.00	1.56	0.02	
Sep-2001	164.16	111.40	0.00	100.00	1.56	0.00	
Oct-2001	162.65	112.82	0.01	100.00	1.56	0.01	
Nov-2001	164.09	110.97	-0.02	100.00	1.56	-0.02	
Dic-2001	162.31	110.97	0.00	100.00	1.56	0.00	0.08%

El impacto anual del desodorante de uso personal en el IPC no es significativo ya que no sobrepasa un 1 % de un año con respecto a otro desde 1998.

d. Efectos sobre el poder adquisitivo

Meses	Poder Adquisitivo General	Poder Adquisitivo producto	Promedio
Ene-1998	0.66	0.79	
Feb-1998	0.66	0.80	
Mar-1998	0.66	0.78	
abr-1998	0.65	0.78	
may-1998	0.65	0.79	
jun-1998	0.67	0.81	
jul-1998	0.64	0.81	
ago-1998	0.65	0.81	
sep-1998	0.66	0.81	
oct-1998	0.66	0.81	
nov-1998	0.64	0.81	
dic-1998	0.65	0.83	0.80
ene-1999	0.64	0.87	
feb-1999	0.60	0.88	
mar-1999	0.65	0.87	
abr-1999	0.65	0.87	
may-1999	0.65	0.86	
jun-1999	0.66	0.87	
jul-1999	0.65	0.86	
ago-1999	0.65	0.90	
sep-1999	0.65	0.91	
oct-1999	0.65	0.91	
nov-1999	0.65	0.91	
dic-1999	0.65	0.92	0.89
ene-2000	0.65	0.92	
feb-2000	0.64	0.93	
mar-2000	0.64	0.93	

abr-2000	0.64	0.94	
may-2000	0.64	0.94	
jun-2000	0.63	0.94	
jul-2000	0.63	0.94	
ago-2000	0.63	0.93	
sep-2000	0.63	0.92	
oct-2000	0.63	0.91	
nov-2000	0.63	0.91	
dic-2000	0.62	0.97	0.93
ene-2001	0.61	0.98	
feb-2001	0.61	0.96	
mar-2001	0.61	0.94	
abr-2001	0.61	0.91	
may-2001	0.61	0.94	
jun-2001	0.61	0.90	
jul-2001	0.61	0.91	
ago-2001	0.61	0.90	
sep-2001	0.61	0.90	
oct-2001	0.61	0.89	
nov-2001	0.61	0.90	
dic-2001	0.62	0.90	0.92

Lo que se puede visualizar al analizar la tabla de los efectos del poder adquisitivo es que desde 1999 finales de diciembre de 2001 la variación en el efecto tampoco ha sido significativa ya que en el año 1999 el promedio anual fue de 0.89% y a finales del año 2001 aun se mantenía en 0.92%.

4. Propuesta metodológica

a. Objetivo de la propuesta metodológica

Presentar una propuesta acorde a la realidad nacional y las necesidades de la población que refleje las variaciones de los precios utilizando la canasta ampliada, para que se convierta efectivamente en un indicador de variación de precios.

b. Parámetros

Entre los parámetros que se consideran importantes para la elaboración de un nuevo índice de precios están: **representatividad, transparencia metodológica.**

- **Representatividad**

La nueva canasta de mercado deberá ser representativa, ya que la que se usa actualmente data de 1992, por lo que no contiene productos que hoy en día son necesarios en los hogares salvadoreños y por lo tanto no es considerada como representativa, si se parte del hecho de que una diversidad de productos de consumo básico, no están incluidos en la canasta de mercado actual.

La nueva canasta de mercado, debe ser orientada a determinar si el gasto mensual per cápita real ha variado desde el año de 1992 hasta la fecha, en este punto se impone la lógica al suponer que los valores han cambiado y sin embargo se sigue utilizando la misma canasta de mercado desde 1992 esto realza la necesidad de actualizar la canasta de mercado actual.

PIB por habitante en el período del año 1991 al año 2001

AÑOS	PIB POR HABITANTE
1991	1,002.00
1992	1,124.00
1993	1,285.00
1994	1,457.00
1995	1,676.00
1996	1,782.00
1997	1,884.00
1998	1,988.00
1999/1	2,026.00
2000/1	2,106.00
1/ Cifras Preliminares	
2/ Tipo de cambio: 1 US\$=¢8.75	

FUENTE :Banco Central de Reserva, revista trimestral, varios números

Lo que se puede apreciar en el cuadro anterior es la relación del PIB por habitante en los últimos 10 años y refleja de una manera sencilla, que si bien es cierto ha habido un aumento en el PIB por habitante según fuentes del gobierno, en realidad estos beneficios no repercuten al nivel general de la población y el gobierno sigue sosteniendo salarios mínimos que no están acordes al aumento de los precios de la canasta básica, lo que después podría tener consecuencias desastrosas en la economía del país pudiendo llegar a hacer de El Salvador un país como Chile ó Argentina.

- **Transparencia metodológica y de cálculo**

La transparencia es básica, para medir la calidad de los indicadores estadísticos, debe reflejar la realidad y ser comprendida por toda la población, la modernización de la DIGESTYC deberá tener prioridad dada la importancia de los análisis que generan a través de sus controles y seguimientos.

Para el desarrollo Técnico de un nuevo IPC, se deberá implementar alianzas tanto con el sector público como el privado y el centro de defensa del consumidor, estos podrían jugar un rol preponderante en el desarrollo e implementación de una nueva canasta de mercado actualizada, las universidades deberían asumir un compromiso de asesoría para el desarrollo de un nuevo IPC, y no estaría sobrando el hecho de solicitar apoyo internacional para modernizar la logística de todo el proceso de recolección de datos para generar una transparencia y representatividad de un IPC actualizado que genere confianza en la población, para su análisis y que a su vez satisfaga las necesidades reales de la misma.

c. Creación de un nuevo IPC

- **Antecedentes del actual IPC**

El primer índice de precios del país fue calculado en 1978 y es vigente desde 1992. A partir de entonces, el IPC ha permanecido sin una nueva actualización.

La Dirección General de Estadísticas y Censos publica mensualmente los valores de la variación de precios a fin de mostrar su comportamiento.

Este IPC que está en vigencia desde 1992 fue elaborado a partir de los datos obtenidos en la encuesta nacional de ingresos y gastos de hogares urbanos (ENIGH) que fuera conducida por el departamento de investigaciones muestrales (DIM) del Ministerio de Planificación y Coordinación del Desarrollo Económico Social.

Dado el hecho de que la principal utilidad del cálculo es medir la variación del costo de la vida y de los precios en una economía, de ahí se deriva la importancia de su actualización.

Entonces, la medición del costo de la canasta es un instrumento importante para la formulación de políticas salariales, políticas monetarias, financieras y comerciales.

Por ejemplo, los ajustes salariales deberían hacerse tomando en cuenta la variación del costo de la canasta, medido por la tasa de inflación.

El Banco Central de Reserva toma sus políticas monetarias basándose en la tasa de inflación actual y la prevista en el futuro.

Para las universidades, centros de investigación, centros de formulación de propuestas económicas y sociales también es importante la utilización de las cifras del comportamiento de los precios medidos por el valor de la canasta.

Por ello es importante que esta canasta refleje las necesidades reales de la población y su comportamiento en todo momento para que esas decisiones sean tomadas de una forma mas apegada a la realidad.

En esta ocasión se presentan algunos aspectos generales sobre la elaboración de un nuevo IPC, que tendría como base para su cálculo una encuesta similar a la ENIGH pero con una cobertura mayor, ya que la anterior era representativa de la población urbana del país, en 1992.

Esta nueva encuesta permitirá actualizar la canasta del IPC y de ese modo reflejar las necesidades y los cambios en los hábitos de consumo ocurridos en la última década.

Las modificaciones a considerar van orientadas con la forma de clasificar los artículos, con la introducción de un mayor número de variedades, con los cambios anuales de ponderaciones de productos y con las formas de cálculo del índice propiamente como tal.

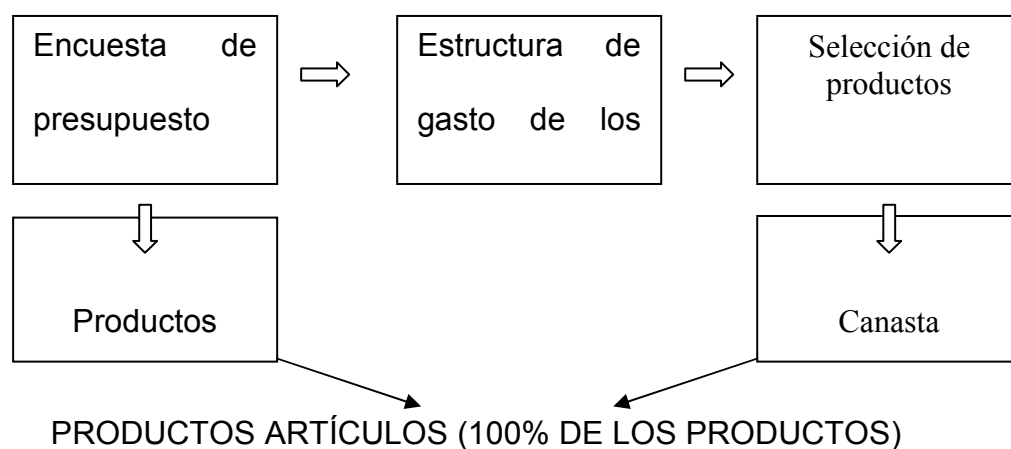
Otras novedades en el mismo sentido se refieren a la metodología y frecuencia en que se toman los precios y al tratamiento de la estacionalidad.

d. Construcción de la canasta del IPC

La nueva ENIGH (Encuesta nacional de ingresos y gastos de hogares urbanos) permitirá conocer el gasto de los hogares para cada uno de los bienes y servicios consumidos. Esta información servirá de base para determinar que bienes y servicios de consumo componen la canasta del IPC.

Se debe destacar que las áreas de seguimiento y control ya no serán solamente el área metropolitana de San Salvador y las cabeceras departamentales de Santa Ana, Sonsonate y San Miguel, sino que debería extenderse a toda la república. Con ello se tendría una cifra significativamente mayor que la ENIGH de 1992. La encuesta completa se realizará a lo largo de un año, lo que significará encuestar a todas la submuestras, e ir rotando los hogares cada quince días. La representatividad de la muestra deberá ser reforzada mediante estos cambios.

Del conjunto de gastos declarados por los hogares, se escogerá un número más reducido de artículos representativos de las mayores proporciones de gasto para elaborar la canasta para el cálculo mensual del IPC. Estos artículos integrantes del IPC representan por consiguiente, al conjunto de los bienes y servicios consumidos por los hogares. La estructura del gasto de los hogares, permitirá, asimismo, establecer los pesos o ponderaciones de cada artículo en el IPC. La canasta del IPC quedará conformada por todos los productos y artículos ejemplificado con el esquema siguiente:



e. Criterios de selección de productos para ingresar a la canasta del IPC

En este apartado se debe destacar que los productos que componen la canasta de mercado se basa en un consumo promedio entre las familias a nivel nacional. Y es la canasta que sirve para calcular la variación de precios mediante el cálculo del índice de precios al consumidor, sirviendo de base para medir la tasa de inflación oficial.

Por lo tanto es, necesario establecer un criterio operativo que considere la necesidad de combinar la mayor representatividad de la canasta familiar con la eficacia en la toma de precios, de un mayor número de bienes y servicios.

En este sentido, el principal requisito para determinar que productos integrarán la canasta es que la participación de cada producto sea igual o mayor a un 0.01% del gasto total de los hogares encuestados. Esta reducción de la cuota mínima de participación permitirá pasar a una mayor cantidad de productos declarados por los hogares para la construcción del IPC.

Cabe agregar que se debe poner especial atención a los productos estacionales como frutas y verduras, el seguimiento de una canasta fija de fruta no resulta adecuada ni representativa del consumo nacional.

Para el nuevo IPC se deberá optar por ampliarla, incluyendo productos que forman parte de las necesidades reales actuales de la población.

Así como también deberá agregarse todos aquellos productos que son resultado de los avances tecnológicos desarrollados en la última década, y que han llegado a ocupar un lugar importante y necesario en los hogares salvadoreños.

f. Selección de lugares para toma de precios

En este apartado, la selección de establecimientos con los que se da seguimiento a la variación de precios tienen algunas características:

- Ser un lugar fijo y permanente
- Poseer una abundante clientela
- Que el establecimiento ofrezca una diversidad de productos

De igual manera se tuvo en consideración su distribución espacial, combinando lugares céntricos y periféricos.

En este sentido el criterio para seleccionar los tipos de establecimientos deben ser el de mayor proporción de gasto y no el de mayor frecuencia de compra. Es decir, la elección de un establecimiento (como fuente de información del precio de cada producto) depende de que los hogares informantes realicen, el mayor gasto de un producto en ese tipo de establecimiento y no de cuantas veces vayan a un lugar.

Se debe de crear una base de datos que contenga el mayor número de establecimientos existentes tomando en cuenta varios aspectos fundamentales como: Que sean establecimientos de fácil acceso y direcciones correctas para asegurarse de que el seguimiento de precios, será realizado por el encuestador asignado y dicha base de datos deberá ser actualizada periódicamente para contrarrestar el hecho de los establecimientos que entran a buscar participación en el mercado, así como los que desaparecen.

En la actualidad el tamaño muestral es de 1,100 establecimientos. De hacerse el cambio propuesto el número debería de incrementarse ya que en la actualidad se cuenta inclusive con multitiendas que en 1992 no existían en el mercado salvadoreño.

Estos permitirá tomar una mayor variedad de precios de productos en cada uno de estos establecimientos e incrementar el número de precios tomados. Por lo cual el nuevo IPC sería más completo y representativo.

g. Ventajas del nuevo IPC

Entre las ventajas más importantes del nuevo IPC se tienen las siguientes:

- El nuevo IPC representará, y reflejará con mayor exactitud el patrón de gasto de las familias Salvadoreñas.
- Será una canasta más completa y con una estructura de clasificación más lógica y adecuada, así como actualizada.

- Considera un número superior de variedades de productos y de establecimientos, haciendo más amplia la muestra de estudio por lo tanto sería más exacta la medición estadística ya que el margen de error se reduce.
- Tiene una mayor capacidad de adaptación a la introducción de nuevos bienes y servicios, en el mercado, ya que incorporará una revisión de las variedades más vendidas dentro de cada producto.
- Se toma en cuenta el efecto distorcionante de los productos estacionales como frutas y verduras.
- Se torna más transparente, dado que se involucraría a todos los sectores para su implantación.

h. Nueva canasta de bienes

- **Ponderaciones del IPC**

Una nueva canasta de mercado para el cálculo de un IPC deberá reflejar la variación en el porcentaje de gasto en todos los grupos y subgrupos. Tomando en cuenta los cambios en el consumo de productos por parte de los consumidores en los últimos 10 años.

Se debe reflejar el aumento o disminución en el gasto, en la proporción que cada hogar destinó a cada grupo o subgrupo de productos.

La principal variable que puede determinar los cambios en la estructura del gasto de los hogares y su importancia en el índice de inflación se deben principalmente a la consideración siguiente: a mas ingreso mas diversificación en el consumo pues también cambia sus gustos y preferencias, en esta diversificación del consumo se puede mencionar los siguientes: Señal de televisión por cable, nintendos, teléfono celular, horno microondas, CDs, DVD, etc., con la aclaración que estos bienes y servicio son más usados por las familias que tienen ingresos de medios a ingresos altos.

- **Estructura de la canasta**

En este apartado se debe hacer énfasis de lo mencionado con anterioridad: que la nueva canasta de mercado para la determinación de un IPC más representativo, debe contener más grupos y sub grupos de artículos que incluya los productos que han ingresado al mercado en la ultima década y que tienen una representatividad en la distribución del ingreso familiar

Por ejemplo, el grupo vivienda, incluye siete sub grupos: Alquiler y gastos de vivienda, electricidad y combustible, servicios, equipamiento y utensilios para el hogar, equipo del hogar, artículos textiles, materiales de limpieza.

El grupo Misceláneos reúne a siete subgrupos: Gastos de salud, educación y lectura, transporte privado, transporte público y comunicaciones, recreaciones, aseo personal, ceremonias y gastos legales.

Cada subgrupo, debe contener más productos debido a la diversidad de la oferta acorde a la población. Así como consideraciones a los gustos y preferencias que incluyen: marca genérica, presentación y otros.

Se tiene entonces que en lugar de los 241 productos de la antigua canasta, el nuevo tendría un número mayor.

i. Metodología del cálculo

- **Cálculo del IPC**

Para el diseño de una nueva metodología de cálculo del IPC, se debe considerar un índice básico de variedad, es decir que debe medirse la variación mensual de precios en productos similares donde inclusive en muchas ocasiones se trata de las mismas marcas con diferentes precios en establecimientos diferentes.

Debe incorporarse además, los artículos que están ingresando al mercado y que tienen desde un inicio una gran aceptación y satisfacen necesidades, pues esto influye en el porcentaje de participación al gasto total de la familia así como se debe de dar un seguimiento de tal forma que se eliminen aquellos productos que se vuelven obsoletos en su uso y por lo tanto dejan de ser consumidos por la población.

j. Programa permanente de actualización

Es necesario dejar claro que para la implementación de una nueva metodología debe de haber toda una logística y grupos de apoyo, así como hacer uso de la tecnología, con programas funcionales y con la asesoría de instituciones internacionales que tengan amplia experiencia en este campo, internamente contar con la ayuda de universidades e institutos tecnológicos del país, quienes pueden aportar la tecnología y la mano de obra para realizar un seguimiento adecuado las veces que sea requerido.

La debilidad del actual IPC ha sido siempre la desactualización de la canasta de mercado y la base de datos de los establecimientos en los que se le da seguimiento. Esto se esperaría serán factores superados, que permitirían darle mas claridad, confianza y exactitud a los análisis ya que al estar involucrados diversas instituciones le darían mas solvencia al análisis.

El programa de mejoramiento permanente del IPC, debe comprender al menos los siguientes aspectos:

- Programación de estudios de mercado anuales con el objeto de actualizar las ponderaciones de los productos e ir cambiando las especificaciones de las variedades.
- El cambio de ponderaciones de los artículos del IPC debe ser más frecuente. Para esto se debe estudiar la posibilidad de hacer encuestas de presupuestos familiares con muestras de hogares más amplias para que sean más representativas.
- Actualización de la muestra de establecimientos en períodos cortos dado el hecho de que es frecuente: el nacimiento de nuevos establecimientos así como la desaparición de otros.
- Estudios sobre el ajuste de calidad en el IPC, que puedan incluir ampliamente los parámetros de medición cuando en una investigación de campo, se requiera cambiar el establecimiento por desaparición del mismo y desarrollarse una metodología de ajustes por cambios tecnológicos en el producto.

- Tratamiento de alteraciones repentinas de precios, debido a alzas en los precios internacionales del petróleo, cambios climáticos conflictos bélicos, u otros.

Conclusiones

Después de haber analizado la información recolectada tanto en una forma bibliográfica como en la investigación de campo realizada, se puede concluir en lo siguiente:

El uso del desodorante marca Valet de 198 ml. en presentación de spray para hombre, no es un desodorante demandado actualmente en el mercado, ya que se

pudo percibir en todas las visitas realizadas a los supermercados, poco producto en los estantes y ubicados siempre en la zona que mercadológicamente se conoce como fría (producto colocado en góndolas del supermercado a nivel de piso).

La variación de precios del desodorante Valet no es determinante en el índice de inflación ya que la variabilidad registrada en los cuatro meses de seguimiento en la investigación, fue de ¢0.02 ctvs. lo cual confirmaría que la incidencia en el índice inflacionario en el área de Santa Tecla como parte del Gran San Salvador es casi nula.

En El Salvador actualmente se posee un grado de inflación que se podría catalogar como Moderada, a juzgar por el hecho de que al mes de julio del año 2002, se cerró con una inflación acumulada de apenas 3.15 % según Fusades.

La industria del desodorante no esta muy desarrollada en el país y el desodorante en estudio, es fabricado en Guatemala y distribuido en El Salvador por C. IMBERTON, S.A.

El estudio realizado ha sentado las bases para estudios posteriores y confirma la importancia de estudios profundos y continuos que permitan la toma de decisiones del gobierno, en base a datos más confiables y transparentes ya que se utilizaría un IPC con bases actuales y no el IPC basado en 1992 como actualmente se hace.

Para un estudio de esta magnitud se tienen limitantes en cuanto a lugares, productos de estudio, así como el tiempo de seguimiento ya que es un factor clave tanto como la cobertura del estudio.

El desodorante de uso personal es un bien utilizado por la mayoría de las personas diferenciándose en la marca y uso que cada cual requiere.

La tendencia en la variabilidad de precios del presente estudio es al alza de precios, pero este aumento no es significativo a juzgar por los datos obtenidos en el seguimiento de 4 meses de diciembre de 2002 a marzo de 2002.

La canasta utilizada actualmente no es representativa del consumo a nivel nacional, debido a que DIGESTYC solo toma como referencia los departamentos de San Salvador, Santa Ana, Sonsonate y San Miguel.

La nueva canasta de mercado debe estar acorde a la realidad nacional y a las necesidades de la población. Esta debe reflejar las variaciones de los precios utilizando la canasta ampliada, para que se convierta efectivamente en un indicador de variación de precios.

BIBLIOGRAFÍA

- **AGUSTÍN**, Raphael y Mayoral Calles, Alberto. “Políticas monetaria inflación y crecimiento económico”. Editorial Limusa, S. A. de C.V. MÉXICO, D. F. 1979. 103 pág.
- **BLANCHARD**, Oliver. “Macroeconomía”. Editorial Prentice Hall. España, Madrid. 1997. 648 pág.
- **BRAND**, Salvador. “Diccionario económico”. Editorial Jurídica Salvadoreña, 1998. 841 pág.
- **CASTILLO S.**, José Santos y Melgar, Oscar. “Guía para elaborar el anteproyecto de graduación”. Universidad Tecnológica de El Salvador. San Salvador. 2001. 35 pág.

- **CORTÉZ**, Hernán. Et al. Economía: Principios y problemas. Ediciones Universidad Católica de Chile, Año 1982. Pág. 212.

- **DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS**. “Análisis sobre misceláneos”. Revista IPC. San Salvador. Pág. 5.

- **HERRERA**, Juan. Entrevista personal. Información sobre el IPC. Jefe de división general de estadísticas y censos. San Salvador. Enero 2002.

- **MAGAÑA**, Álvaro. La política económica de la década de los '90. Revista Entorno número 20, septiembre 2001. Pág. 22.

- **RODRÍGUEZ** Ventura, Maria Ángela, et al. “Efectos de la inflación sobre las variables monetarias en El Salvador”. Universidad de El Salvador, Facultad de Ciencias Económicas. (Trabajo de graduación). 1992. 157 pág.

- **SACRISTÁN**, Antonio. “Keynes ante la crisis mundial de los años ochenta. Edit. Siglo XXI, México. 1985 pág. 63.

- **KREINER**, Roxana. “Historia del desodorante” (documento web). 2001.
www.geocities.com/filosofialiteratura/historiadeldesodorante.htm.

- **LA PRENSA** Gráfica. “El Salvador registra 4.3% de inflación en el 2000”.
<http://www.laprensahn.com/caarc/0101/c08003.htm>.

- **VERNAL** Gutiérrez, Miguel Ángel. "La inflación". www.monografias.com.

Universidad Tecnológica de El Salvador
CIOPS - Facultad de Economía

Indice de Precios
No. 4 MISCELANEOS

Nombre: YESENIA MARISELA ALFARO

Código: 148

	5010061	GASOLINERA SHELL	Precio ¢	14.
GASOLINA (REGULAR)	7° AV. SUR Y 4° C. OTE.	Cant. / Peso Unidad	1 galon de regular	
	5010103	FARMACIA ESMERALDA	Precio ¢	1.15
VITAMINAS	4° CALLE PONIENTE #2-2/2° Y 4° AV. SUR	Cant. / Peso Unidad	1 pastilla a la manana	
	5010057	MICROBUSES "101 B" (CASETA DE CONTROL)	Precio ¢	2.5
BUS	COL LOS ALPES SUIZOS N°1	Cant. / Peso Unidad	1 pasaje al día	
	5010054	ROTA 101 "B" (CASETA DE DESPACHO)	Precio ¢	1.50
URBANO	COL ALPES SUIZOS # AV. FRANCIA.	Cant. / Peso Unidad	1 pasaje a cualquier hora	
	5010049	COLEGIO FATIMA	Precio ¢	295
PRIMARIA	AV. MELVIN JONES Y 4° C. PTE.	Cant. / Peso Unidad	pagos mensuales de prep.	
	5010056	UTLA	Precio ¢	\$ 350.
UNIVERSITARIA	FRENTE A POLICLINICA DE SALUD	Cant. / Peso Unidad	pagos mensuales de prep.	
	134	SUPER SELECTOS	Precio ¢	25.
DESODORANTE	CEMENTO COMERCIAL NOVOCENTRO	Cant. / Peso Unidad	1 desodorante	198

PRESENCIA DE:

Asesor: TECNICO: LEO LUIS MARTINEZ



Universidad Tecnológica de El Salvador
CIOPS - Facultad de Economía



Indice de Precios
No. 4 MISCELANEOS

Articulo

Codigo: 406.110
Nombre: DESODORANTE
Cant./Peso 198 ML

Articulo	Establecimiento	1a. Investigación	2a. Investigación	3a. Investigación	4a. Investigación
058	CALLEJA, S.A. DE C.V. (SELECTOS)	¢ 25.38	¢ 25.38	¢ 25.40	¢ 25.40
629	SUPER SELECTOS "LOS SANTOS"	¢ 25.37	¢ 25.37	¢ 25.39	¢ 25.39
009	SUPER SELECTOS	¢ 25.38	¢ 25.00	¢ 25.37	¢ 17.90
007	SUPER SELECTOS	¢ 19.42	¢ 19.42	¢ 19.43	¢ 19.43
425	SUPER SELECTOS	¢ 19.43	¢ 19.43	¢ 19.45	¢ 19.43
10789	DESPENSA DE DON JUAN	¢ 20.30	¢ 20.13	¢ 20.00	¢ 0.00
10062	SUPER SELECTOS	¢ 25.40	¢ 25.70	¢ 25.38	¢ 25.38
10063	SUPER EUROPA	¢ 18.90	¢ 21.44	¢ 21.44	¢ 21.44
Observaciones:					
Invest.: VALET NO TIENEN EN EXISTENCIA					
Invest.:					
Invest.:					
Invest.:					
1051	SUPER SELECTOS	¢ 27.13	¢ 27.13	¢ 27.13	¢ 27.04
Observaciones:					
Invest.: SE SUSTITUYO LA PRESENTACIÓN					
Invest.:					
Invest.:					
Invest.:					
14	SUPER SELECTOS	¢ 25.37	¢ 25.37	¢ 25.39	¢ 25.39

CIC		Índices de precios Noviembre 2001 Formulario No. 4 Misceláneos		ESTABLECIMIENTO	
Mes:		ARTÍCULO:		CÓDIGO:	CIUDAD:
Año:		CÓDIGO:		NOMBRE:	
Día:		NOMBRE:		DIRECCIÓN:	
Precio:				TELEFONO:	
Código de Proceso:		1.- Comparable 2.- No Comparable ☐			
Códigos de recolección:		1.- Completo 2.- ² / ₃ completo con corrección 3.- Sustitución de establecimiento ☐			
		4.- No había sustitución 5.- Sust. De artículo y / o marca 6.- No hubo contacto			
PREGUNTAS					
Indicaciones: Translade el número de respuesta al cuadro de la derecha.					
CARACTERISTICA ANTERIOR			CARACTERISTICA ACTUAL		
1.- Precio:			1.- Precio:		
2.- Cantidad o Peso:			2.- Cantidad o Peso:		
3.- Unidad de medida:			3.- Unidad de medida:		
1.- C1. Unidad			1.- C1. Unidad		
2.- C4. Gramo			2.- C4. Gramo		
3.- C6. Botella			3.- C6. Botella		
4.- C7. Litro			4.- C7. Litro		
5.- C10. Galón			5.- C10. Galón		
6.- C11. Mililitro			6.- C11. Mililitro		
7.- C16. Voltio			7.- C16. Voltio		
8.- C17. Pie cúbico			8.- C17. Pie cúbico		
9.- C18. Centímetros cúbicos			9.- C18. Centímetros cúbicos		
10.- C19. Pulgada			10.- C19. Pulgada		
11.- C20. Grapes			11.- C20. Grapes		
12.- C21. Metros cuadrados			12.- C21. Metros cuadrados		
13.- C99. Otros:			13.- C99. Otros:		
(Especifique otros)			(Especifique otros)		
4.- Marca o Autor:			4.- Marca o Autor:		
5.- Procedencia:			5.- Procedencia:		
1.- E1. Nacional			1.- E1. Nacional		
2.- E2. Guatemala			2.- E2. Guatemala		
3.- E3. México			3.- E3. México		
4.- E4. E.E.U.U./Canada			4.- E4. E.E.U.U./Canada		
5.- E5. Costa Rica			5.- E5. Costa Rica		
6.- E6. Panamá			6.- E6. Panamá		
7.- E7. Nicaragua			7.- E7. Nicaragua		
8.- E8. Japón			8.- E8. Japón		
9.- E9. Honduras			9.- E9. Honduras		
10.- E10. Colombia			10.- E10. Colombia		
11.- E12. España			11.- E12. España		
12.- E16. Suiza			12.- E16. Suiza		
13.- E17. Alemania			13.- E17. Alemania		
14.- E18. Taiwan			14.- E18. Taiwan		
15.- E19. Corea			15.- E19. Corea		
16.- E20. China			16.- E20. China		
17.- E99. Otros:			17.- E99. Otros:		
(Especifique otros)			(Especifique otros)		

CARACTERISTICA ANTERIOR		CARACTERISTICA ACTUAL	
6.- Modelo / Estilo : _____		6.- Modelo / Estilo : _____	
7.- Tamaño : 1.- G1. Pequeño 2.- G2. Mediano 3.- G3. Grande 4.- G99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	7.- Tamaño : 1.- G1. Pequeño 2.- G2. Mediano 3.- G3. Grande 4.- G99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
8.- Presentación 1.- J4. Bolsa Plástica 2.- J12. Envase Cartón 3.- J13. Envase vidrio 4.- J14. Envase plástico 5.- J15. Envase metal 6.- J23. Envase papel 7.- J24. Tubo 8.- J25. Cajita 9.- J99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	8.- Presentación 1.- J4. Bolsa Plástica 2.- J12. Envase Cartón 3.- J13. Envase vidrio 4.- J14. Envase plástico 5.- J15. Envase metal 6.- J23. Envase papel 7.- J24. Tubo 8.- J25. Cajita 9.- J99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
9.- Punto de origen : _____		9.- Punto de origen : _____	
10.- Punto de Destino : _____		10.- Punto de Destino : _____	
11.- Línea o Ruta : _____		11.- Línea o Ruta : _____	
12.- Día de la semana : _____		12.- Día de la semana : _____	
13.- Clase de servicio : 1.- Y1. Ordinario 2.- Y2. Especial 3.- Y99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	13.- Clase de servicio : 1.- Y1. Ordinario 2.- Y2. Especial 3.- Y99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
14.- Material: 1.- Z1. Madera 2.- Z2. Metal 3.- Z3. Plástico 4.- Z4. Metal / Madera 5.- Z6. Hule 6.- Z99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	14.- Material: 1.- Z1. Madera 2.- Z2. Metal 3.- Z3. Plástico 4.- Z4. Metal / Madera 5.- Z6. Hule 6.- Z99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
15.- Componentes : 1.- AC1. Sillas (Número) : _____ 2.- AC9. Ataud 3.- AC10. Carro fúnebre 4.- AC11. Capilla 5.- AC12. Trámites alcaldía 6.- AC99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	15.- Componentes : 1.- AC1. Sillas (Número) : _____ 2.- AC9. Ataud 3.- AC10. Carro fúnebre 4.- AC11. Capilla 5.- AC12. Trámites alcaldía 6.- AC99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
		Observaciones : _____	
		Asesor técnico : _____	
		Recolector (Alumno / a) : _____	
		Fecha : _____	

USCM