



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS



**TEMA:**

**“LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS,  
SUBGRUPO TELA PARA CONFECCIONAR ROPA, PRODUCTO DACRON, EN LA  
DETERMINACION DEL INDICE INFLACIONARIO, EN EL AREA  
METROPOLITANA DE SAN SALVADOR”.**

**TRABAJO DE GRADUACION  
PRESENTADO POR:  
AURA ARELY SOLORZANO RODRIGUEZ  
MARLENE ELIZABETH RIVAS AVILES**

**PARA OPTAR AL GRADO ACADEMICO DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**NOVIEMBRE 2002**

**SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA**

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

LIC. JOSE MAURICIO LAUCEL  
RECTOR

ING. NELSON ZARATE SÁNCHEZ  
VICERECTOR ACADEMICO

ING. DANILO ADOLFO DIAZ PEREZ  
DECANO

**JURADO EXAMINADOR**

LIC. RODOLFO PEREZ RIVERA  
PRESIDENTE

LIC. DORA ESTELA BATRES  
PRIMER VOCAL

LIC. OSCAR ARMANDO MELGAR  
SEGUNDO VOCAL

NOVIEMBRE,2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

## **AGRADECIMIENTOS**

**A DIOS TODOPODEROSO:** Por regalarme la sabiduría, el amor, la perseverancia y la fortaleza para culminar mi carrera.

**A MIS PADRES:** Por su apoyo y comprensión en el transcurso de toda mi carrera, y principalmente a mi madre por sus múltiples oraciones, que fueron de una inmensa ayuda para alcanzar la meta propuesta .

**A MIS HERMANOS:** Por su apoyo brindado, al ayudarme a vencer muchos obstáculos, lo cual me impulsó a seguir adelante.

**A UNA PERSONA MUY ESPECIAL (Lic. Ruano):** Por ser como mi segunda madre, apoyándome cuando más lo necesitaba, brindándome palabras de fortaleza para seguir adelante y porque siempre confió en mí.

**A MIS COMPAÑEROS DE TRABAJO:** Por comprenderme y apoyarme en todo momento.

**A MIS AMIGOS:** Por estar siempre presente no solo en los momentos alegres sino también en los momentos difíciles, ayudándome a seguir adelante, y por cultivar siempre esa amistad que me ayudó a nunca sentirme sola.

**A MI COMPAÑERA DE TESIS:** Por depositar su confianza en mí y principalmente por no ser sólo mi compañera de tesis, sino mi amiga que me apoyó siempre.

**Marlene Elizabeth Rivas Avilés**

## **AGRADECIMIENTOS**

**A DIOS TODOPODEROSO Y LA VIRGEN SANTÍSIMA:** Por permitirme llegar hasta estos días y darme sabiduría y fortaleza para culminar con éxito este objetivo de mi vida profesional.

**A MIS PADRES:** Por darme la vida, su amor, sus consejos y su apoyo incondicional cada día.

**A LA ABUELA TONITA:** Por sus oraciones, y ese empuje que siempre me dio para que siguiera adelante.

**A MI ESPOSO CARLOS TORRES:** Por su amor, paciencia y apoyo brindado cada día para que continuara y lograra mi objetivo.

**A LA TIA MERCY:** Porque ha sido un pilar muy importante en mi vida y me impulso a seguir adelante.

**A MIS HERMANOS:** Que de una u otra forma colaboraban conmigo para que pudiese continuar con mis estudios.

**A MI COMPAÑERA DE TRABAJO DE GRADUACIÓN:** Por su compromiso de trabajo, por tener confianza en mí, y por su esfuerzo para lograr este triunfo.

**A TODA MI FAMILIA:** Por todo su cariño, comprensión y fortaleza.

**A MIS COMPAÑEROS Y AMIGOS:** Por su apoyo y colaboración que me han brindado en todo momento .

**Aura Arely Solórzano de Torres.**

# INDICE

Pág.

|                   |   |
|-------------------|---|
| INTRODUCCION..... | i |
|-------------------|---|

## CAPITULO I

### MARCO TEORICO CONCEPTUAL SOBRE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS, SUBGRUPO TELA PARA CONFECCIONAR ROPA, PRODUCTO DACRON, EN LA DETERMINACION DEL INDICE

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| 1. Antecedentes.....                                     | 1  |
| 2. Base Teórica.....                                     | 5  |
| 2.1 Marco Histórico.....                                 | 5  |
| 2.2 Tipos de Inflación.....                              | 15 |
| 2.3 Causas de la Inflación.....                          | 23 |
| 2.4 Principales causas de la inflación.....              | 24 |
| 2.5 Efectos Económicos que resultan de la inflación..... | 26 |
| 2.6 Formas de presentar la inflación.....                | 27 |
| 2.7 Características de la inflación.....                 | 27 |
| 2.8 Indicadores utilizados para medir la inflación.....  | 28 |
| 2.9 Clasificación de los Tipos de Canastas.....          | 34 |
| 2.10 Historia de la Industria Textil.....                | 37 |
| 2.11 La industria textil en El Salvador.....             | 40 |
| 3. Definición de términos básicos.....                   | 41 |
| 4. Marco Normativo.....                                  | 45 |

**CAPITULO II**  
**INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL**  
**GRUPO VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS, SUB GRUPO**  
**TELA PARA CONFECCIONAR ROPA, PRODUCTO DACRON EN LA**  
**DETERMINACIÓN DEL INDICE INFLACIONARIO EN EL AREA**  
**METROPOLITANA DE SAN SALVADOR”**

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 1. Generalidades.....                                   | 51 |
| 1.1 Importancia.....                                    | 51 |
| 1.2 Objetivos de la investigación.....                  | 52 |
| 1.3 Delimitación de la Investigación.....               | 53 |
| 1.4 Limitantes de la investigación.....                 | 54 |
| 2. Metodología de la Investigación.....                 | 55 |
| 2.1 Tipo de estudio.....                                | 55 |
| 2.2 Diseño de la investigación.....                     | 56 |
| 3. Determinación del universo.....                      | 57 |
| 3.1 Población en estudio.....                           | 57 |
| 3.2 Tamaño muestral.....                                | 58 |
| 4. Métodos, Técnicas e Instrumentos.....                | 59 |
| 4.1 Métodos y técnicas.....                             | 59 |
| 4.2 Instrumentos de captación de la información .....   | 61 |
| 4.3 Prueba piloto.....                                  | 61 |
| 4.4 Operación de campo.....                             | 62 |
| 4.5 Consistencia y procesamiento de la información..... | 63 |
| 5. Evaluación de la encuesta.....                       | 65 |
| 5.1 Análisis de la información.....                     | 65 |
| 5.2 Presentación de los resultados.....                 | 66 |

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| 5.3 Análisis de los resultados obtenidos en la investigación..... | 66 |
|-------------------------------------------------------------------|----|

### **CAPITULO III**

#### **DETERMINACION DE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS, SUBGRUPO TELA PARA CONFECCIONAR ROPA, PRODUCTO DACRON, EN LA DETERMINACION DEL INDICE INFLACIONARIO EN EL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR**

|                                                                           |     |
|---------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. Generalidades.....                                                     | 83  |
| 1.1 Importancia del bien.....                                             | 83  |
| 1.2 Comportamiento Histórico de los Precios del Bien.....                 | 84  |
| 2. Determinación de la importancia del precio del producto en el IPC..... | 93  |
| 2.1 Definición de Variables .....                                         | 93  |
| 2.2 Determinación de la importancia.....                                  | 96  |
| 2.3 Efectos sobre el poder adquisitivo .....                              | 106 |
| 3. Propuesta Metodológica.....                                            | 111 |
| 3.1 Objetivos de la propuesta.....                                        | 111 |
| 3.2 Parámetros.....                                                       | 111 |
| 3.3 Antecedentes del IPC.....                                             | 115 |
| 3.4 Canasta de Bienes Actualizada.....                                    | 119 |
| 3.5 Conclusiones.....                                                     | 124 |
| BIBLIOGRAFÍA.....                                                         | 126 |
| ANEXOS.....                                                               | 129 |

## INTRODUCCIÓN

Todos los países a nivel mundial, experimentan niveles inflacionarios en sus economías, como producto de la aplicación inadecuada de políticas económicas, desequilibrios en la balanza de pagos, la orientación de los ingresos entre otras, cuya consecuencia es la reducción en el poder adquisitivo del dinero.

La determinación de la inflación se realiza a través de estudios económicos, donde se conoce el comportamiento de los precios en el mercado. En El Salvador, es la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) del Ministerio de Economía, quien desde el año 1978 se encarga de dar seguimiento a los 241 productos de la Canasta de Mercado. Sin embargo, teniendo en cuenta las necesidades surgidas en la última década en los hogares Salvadoreños, es necesario realizar un nuevo estudio, donde se han retomado de los 241 productos de la Canasta de Mercado a 62 de ellos, por el precio del gasto específico de cada bien o servicios relacionado con respecto al gasto total y al porcentaje de hogares que incurren en ese gasto, además de la preferencia, marca y calidad del producto.

Como parte de estos 62 productos, para la investigación se selecciona el grupo vestuario y servicios relacionados, subgrupo tela para confeccionar ropa,

producto Dacrón, para determinar la importancia y su incidencia dentro del índice inflacionario en el Área Metropolitana de San Salvador, durante los meses de diciembre 2001 a marzo 2002.

En el Capítulo I, se presenta las generalidades sobre inflación, sus principales consecuencias, las formas de medir el proceso inflacionario y la clasificación de las canastas (básica, mercado y alimenticia); se detalla un marco normativo, contemplando la Ley Orgánica del Servicio Estadístico y la Ley de Protección al Consumidor.

En el capítulo II, se establece la metodología utilizada en la investigación, el diseño, las técnicas e instrumentos, así como la tabulación, análisis e interpretación de los datos recopilados en el período en estudio.

El Capítulo III, presenta la determinación de la importancia del producto Dacrón dentro del Índice General de Precios al Consumidor, y los efectos producidos en el poder adquisitivo en el período comprendido en los años 1998 a los primeros meses del 2002. Además se plantea una propuesta metodológica, en la que se sugiere una nueva canasta de bienes, atendiendo los continuos cambios en los hábitos de consumo y las nuevas necesidades de los hogares salvadoreños.

**CAPITULO I**

**“MARCO TEORICO CONCEPTUAL SOBRE LA IMPORTANCIA  
DEL GRUPO VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS,  
SUBGRUPO TELA PARA CONFECCIONAR ROPA, PRODUCTO  
DACRON, EN LA DETERMINACION DEL INDICE  
INFLACIONARIO EN EL AREA METROPOLITANA DE SAN  
SALVADOR”**

**1. ANTECEDENTES**

La inflación es uno de los fenómenos macroeconómicos que tiene importancia por sus efectos, y en algunos casos se origina por la aplicación de políticas de precios en los bienes y servicios, cambios en las estructuras de salarios, excesos de demanda, entre otros, generando repercusiones negativas a los países, afectando el desarrollo social y económico.

El Salvador es un país en vías de desarrollo, y por tanto vulnerable a procesos inflacionarios, como los ya experimentados en décadas anteriores. En el año 1973, la devaluación del dólar afectó la economía nacional y asociado al alza

del precio internacional del petróleo contribuyó a la inestabilidad de los precios internos generándose el proceso inflacionario, los efectos negativos en la economía fueron compensados porque el precio del café salvadoreño aumentó debido a las heladas de Brasil de \$0.69 a \$0.88 por libra, lo que contribuyó al incremento en el rubro de las exportaciones ingresaron más divisas fortaleciendo la balanza de pagos.

En los años '80 la inflación no fue solamente originada por factores externos, influyeron también internos como las perturbaciones socio – políticas, que generaron desconfianza en el sector productivo a cerca del futuro social, económico y político del país, motivando fuga de capitales y reducción de la inversión privada, conduciendo a una disminución en la producción. La escasez de divisas generó restricciones a las importaciones, siendo necesario modificar la tasa de cambio existente oficialmente, y originó un sistema de tipos múltiples, cuyo promedio resultó ser mayor que el oficial, lo que significó reducción en el poder adquisitivo.

En los años 1985-1989 fue donde se generaron los mayores niveles inflacionarios, alcanzando en 1986 la tasa inflacionaria más elevada del período del 31.9%. Los rubros del IPC experimentaron alzas y los niveles alcanzados fueron: 35.0% en el rubro Vestuario, 31.8% Alimentos y 32.7% Misceláneos. Durante ese año se adoptó el Plan de Reactivación y Estabilización Económica

y como parte de las medidas de política cambiaria, se fijó un tipo de cambio del colón salvadoreño con respecto al dólar, esta medida afectó los costos de producción y en consecuencia incrementó los precios de algunos bienes y servicios que conforman la canasta de mercado, a los aspectos antes mencionados están los factores naturales como fue el terremoto del 10 de octubre del mismo año, que limitó el desarrollo normal del proceso de ajuste de la economía.

El crecimiento de la emisión monetaria en la década de los '90 logró que la economía mejorara notablemente comparada con los últimos años '80. Con la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA), los precios en los rubros de la canasta básica subieron; otro factor que influyó en los precios fue la disminución en la oferta de productos agrícolas, debido al atraso en las lluvias, creando una demanda insatisfecha. Para 1995, según el Banco Central de Reserva el nivel de precios es relativamente bajo, ya que se logró un crecimiento en la producción de bienes y servicios, el PIB real del 6.1% superó levemente el 6.0% logrado el año anterior.

En el año 2000 la inflación alcanzó el 4.3%, si se excluyen los efectos provocados por los ajustes del IVA (0.6%), energía (1.1%) y gasolina (0.2%), los precios del resto de bienes y servicios de la canasta del IPC hubieran crecido en 2.4%, esto indica que la inflación en este año fue influenciada,

principalmente por factores de costos, como son la eliminación de la exención del IVA para los granos básicos, leche en polvo, medicinas, medicamentos, especialidades farmacéuticas y productos medicinales para uso humano y las materias primas para la elaboración de los mismos; la reducción del subsidio a la energía eléctrica y el incremento en el precio del petróleo.

En el año 2001, el comportamiento económico fue influenciado por factores como la entrada en vigencia de la “Ley de Integración Monetaria”, y los desastres naturales como fueron los dos terremotos ocurridos en enero y febrero, que debilitó la economía nacional; la producción agrícola sufrió estragos, debido a que las tierras para cultivo no se encontraban en condiciones, y la sequía que ocasiono la pérdida de cultivos.

Para estudiar el comportamiento del IPC, existen instituciones públicas y privada, que se encargan de monitorear las variaciones de precios del mercado; entre ellas esta la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) del Ministerio de Economía, quien efectúa seguimiento mensual a: 241 productos que forman parte de la canasta de mercado establecida desde 1992, según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos (ENIGH).

Los cambios de precios, preferencias del consumidor y la permanencia del producto en el mercado, indican la necesidad de realizar estudios específicos,

sobre la incidencia de los diferentes productos en la determinación del Índice de Precios al Consumidor.

De los 241 productos que normalmente da seguimiento la DIGESTYC, se identificaron los más representativos resultando 62 productos que conforman la canasta de mercado IPC de UTEC, estos productos se consideraron de acuerdo a dos criterios que son el peso del gasto específico de cada bien o servicio seleccionado con respecto al gasto total y al porcentaje de hogares que incurren en ese gasto. Utilizando para este caso de investigación al grupo vestuario, subgrupo tela para confeccionar ropa, producto Dacrón como generador inflacionario.

## **2. BASE TEÓRICA**

### **2.1 Marco Histórico**

#### **2.1.1 Aspectos Históricos sobre Inflación**

A través de la historia, desde los años de Aristóteles, se ha comprobado que la inflación tuvo su origen en un aumento excesivo de la cantidad de dinero circulante.

En la actualidad esta comprobación se mantiene ya que un aumento excesivo de la cantidad de dinero es una de las causas de un aumento sustancial de los

precios. Se dice que la inflación es y ha sido siempre un fenómeno monetario, por que así como al aumentar la oferta de bienes baja su precio en términos de dinero, al aumentar excesivamente la oferta de dinero también afecta el poder de compra.

Desde la Edad Media se ha determinando la evolución de los precios y de los salarios reales, los precios de la cesta de mercado de bienes, así llamada en Inglaterra en el siglo XIII, se ha ido multiplicando casi por 400 años desde 1270. En los primero años, las subidas de los precios, iba acompañada a un aumento de la oferta monetaria derivado de los descubrimientos de los tesoros del Nuevo Mundo, de la impresión de dinero durante las guerras napoleónicas y la Revolución Industrial ocurrida entre los años 1700 - 1800 aproximadamente”.<sup>1</sup>

En los siglos XV y XVI, la mayoría de los países Europeos utilizaban el oro y la plata como dinero, con el descubrimiento de América, los conquistadores españoles enviaron grandes remesas de preciados metales a Europa, la cantidad de plata y oro se incremento sustancialmente en el continente europeo, generando una inflación de 312%, siendo su causa la oferta de dinero, el traslado de la plata y oro de América a Europa.

Existen diferentes escuelas de pensamiento económico, entre las que se tienen:

---

<sup>1</sup> Nordhaus Samuelson."Macroeconomía" Editorial Mc Graw Hill. 13° Edición. México. Pág 570.

### ➤ **Enfoque de la Teoría Clásica:**

El pensamiento macroeconómico clásico tiene sus raíces en los escritos de Adam Smith (1776), J. B. Say (1803) y John Stuart Mill (1848). El enfoque clásico sostiene que los precios y los salarios son flexibles y que la economía es estable, por lo que se desplaza automáticamente y de prisa a su equilibrio a largo plazo.

Según esta teoría las variaciones de la demanda agregada afectan el nivel de precios, pero no producen ningún efecto duradero en la producción y el empleo. La flexibilidad de los precios y los salarios garantiza un nivel real de gastos suficiente para mantener el pleno empleo.

Los economistas clásicos pensaban que no podían existir periodos persistentes de superproducción. Si se desplaza la oferta agregada o demanda agregada, los precios reaccionarían flexiblemente para garantizar la venta de la producción de pleno empleo, según ellos la economía solo se aleja breve y temporalmente del pleno empleo y de la utilización de la capacidad a pleno rendimiento. No se producen largas o duraderas recesiones o depresiones y los trabajadores cualificados pueden encontrar empleo rápidamente al salario vigente en el mercado.

Otro elemento importante de la teoría clásica es que las medidas de demanda agregada no pueden influir en el nivel de desempleo y de producción real. La política monetaria y fiscal solo puede influir en el nivel de precios de la economía junto con la composición del PIB real.

En el fondo de la teoría clásica está la creencia de que los precios y los salarios son flexibles y de que esa flexibilidad constituye un mecanismo autocorrector que restablece rápidamente el pleno empleo y mantiene siempre la producción potencial.

### ➤ **Enfoque de la Teoría Keynes**

Según Keynes los gobiernos pueden estimular la economía y ayudar a mantener unos elevados niveles de producción y de empleo por medio de la política monetaria y fiscal. Los keynesianos creen que los gobiernos pueden influir en la actividad económica real adoptando medidas monetarias o fiscales para alterar la demanda agregada. La economía keynesiana, se desarrolló durante la gran depresión de los años treinta y proporcionó la salida a tales depresiones. Keynes por sus ideas, lo llevaron a ser reconocido como el economista más importante del siglo XX, él estuvo fundamentalmente preocupado por descubrir las razones, por las cuales el sistema económico no mantiene un equilibrio natural, el trabajo económico de Keynes pretende

enseñar cuales son las políticas económicas necesarias para corregir y redirigir el vector de precios de la economía y para garantizar el nivel necesario de información adecuada en el sistema de mercado.

Keynes presentó el concepto de demanda agregada y oferta agregada. Sostiene que los precios y los salarios eran inflexibles y que la curva de la oferta agregada tenía pendiente positiva, según el enfoque de Keynes, la oferta no crea su propia demanda, la producción puede alejarse de su nivel potencial durante largos periodos.

Según la economía Keynesiana la oferta agregada tienen pendiente positiva, lo que implica que la producción aumenta cuando aumenta la demanda agregada, siempre que hayan recursos sin utilizar. Si desciende la demanda agregada la producción se encuentra en equilibrio con un elevado nivel de desempleo. Keynes estudió fundamentalmente el desequilibrio de las economías, se dice que los agregados keynesianos permiten entender los efectos de la inflación, por ejemplo: de la política gubernamental de gasto público y de la política monetaria y crediticia.

Estas categorías permiten el análisis estadístico y econométrico y el modelo de las curvas IS-LM; que permiten ver cómo los movimientos de algunas variables modifican las diversas interrelaciones en el sistema macroeconómico general.

Hasta cerca de 1965 el efecto de las políticas Keynesianas en las economías industrializadas, centradas en el sostén de la demanda global y del pleno empleo, tuvieron considerable éxito en la persecución de sus fines, pero posteriormente fue disminuyendo su rendimiento operacional basado en versiones expansivas o restrictivas de la orientación básica. Tan pronto aflojaba el ritmo de crecimiento y el empleo disminuía, se utilizaban los frenos monetarios y fiscales para inyectar al sistema nuevos impulsos.

A la inversa, cuando los precios tendían al alza, la política era otra, al manipular los instrumentos monetarios más que los fiscales, pues éstos son más difíciles de aplicar en el corto plazo, hasta que no pudieron seguir funcionando eficazmente, resultaron los déficit en la balanza de pagos, especialmente en Estados Unidos y el Reino Unido, todo lo cual repercutió de ahí en adelante en todo el sistema capitalista.

### ➤ **Enfoque de la Economía Monetarista**

El monetarismo se desarrolló durante los años sesenta, prometiendo una forma de solucionar el problema de la inflación. La teoría económica del lado de la oferta o teoría económica de la oferta se puso de moda en los primeros años de la década de los ochenta, al prometer una solución fácil a la confusión económica del momento, mediante una reducción de los impuestos.

Sostienen que la oferta monetaria es el principal determinante de las variaciones a corto plazo del PIB nominal y de las variaciones a largo plazo de los precios. La teoría monetarista introduce un nuevo concepto, “la velocidad del dinero”, algunas veces el dinero rota muy despacio y permanece largos periodos en frascos de cristal o en cuentas bancarias, entre una transacción y otra. Otras, sobre todo cuando hay una rápida inflación la gente se deshace de él, y éste circula rápidamente de mano en mano; cuando la cantidad de dinero es grande en relación con el flujo del gasto, la velocidad de circulación es baja, cuando el dinero rota rápidamente la velocidad es alta.

Los puntos esenciales del pensamiento monetarista son los siguientes:

- El crecimiento de la oferta monetaria, es el principal determinante y sistemático del crecimiento del PIB nominal. El monetarismo es básicamente una teoría de los determinantes de la demanda agregada, sostiene que ésta depende principalmente de las variaciones de la oferta monetaria. La política fiscal es importante en algunos casos (como la proporción del PIB que se dedica a defensa o a consumo privado), pero las principales variables macroeconómicas dependen del dinero.
- Los precios y los salarios son relativamente flexibles: el dinero puede afectar tanto a la producción como a los precios a corto plazo, pero en el

largo plazo la economía tiende a funcionar cerca del nivel del pleno empleo, afecta principalmente al nivel de precios. La política fiscal afecta a la producción y a los precios de una manera inapreciable, tanto a corto plazo como a largo plazo. Esta es la esencia de la doctrina monetarista.

- El sector privado es estable: La mayoría de las fluctuaciones del PIB nominal se debe, a la intervención de los gobiernos en concreto a las variaciones de la oferta monetaria que depende de las medidas del Banco Central.

### ➤ **Enfoque de la Teoría de los Neoclásicos**

En la versión neoclásica del modelo IS-LM, los supuestos keynesianos se rechazan, y se argumenta que para explicar cómo una economía que se encuentra en pleno empleo, basta con asumir liquidez en los salarios y/o ilusión monetaria. En estos casos para un volumen dado de dinero no hay pleno empleo. Sin embargo la política monetaria si tiene efectos positivos en el ingreso y la teoría cuantitativa del dinero sigue siendo perfectamente válida. Argumentan que el desempleo es solo un estado momentáneo de la economía, pues si la economía funcionara en desempleo, por un largo tiempo, regresaría por sí sola al pleno empleo.

### **2.1.2 Comportamiento de la Inflación del desde los años '70.**

“La inflación en los '70 años ha sido causada por una combinación de factores. Los antecedentes señalan que el espiral inflacionario se inició con el rápido aumento de los precios de los productos industriales, antes que aumentara el precio del petróleo. Aparte de las presiones del cartel del petróleo, han influido las condiciones meteorológicas adversas que han afectado las cosechas en todo el mundo y las consecuencias de la aplicación de políticas deficientes reflejadas en gastos públicos innecesarios y una expansión monetaria acelerada”<sup>2</sup>

El problema reside entonces en desentrañar, jerarquizar y organizar ese haz de factores que en forma sucesiva o escalonada han dado cuerpo y ritmo al proceso inflacionario. El enfoque latinoamericano de la inflación, los mecanismos y decisiones en las áreas fiscal, monetaria y de comercio exterior han constituido, junto a la inflación importada, otros elementos que inciden sobre el alza de precios, por lo que han considerado como factores de propagación.

---

<sup>2</sup> Bran Salvador Osvaldo. “Diccionario de las Ciencias Económicas y Administrativas”. El Salvador. Pág. 162

En términos generales el 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 éstos mayores precios. El alza de precios provoca un aumento en el costo de la vida y refuerza las demandas por incremento de salarios. Tal proceso puede continuar indefinidamente como ocurrió en los tiempos de pos guerra y después de 1973, especialmente en los países capitalistas. Quienes sufren más las consecuencias de este proceso son las personas con rentas fijas en términos monetarios, los pensionados y los poseedores de títulos de interés fijo.

Una de las tareas de todos los países del mundo, es alcanzar al mismo tiempo la prosperidad y estabilidad económica de los precios, convirtiéndose en el principal problema del comportamiento económico, agregado que aún no se ha resuelto. Se hace necesario tomar mayor consideración a los índices elevados de desempleo y poner mayor interés al comportamiento de los precios de mercado.

La inflación se ha contenido en los países de renta alta en la década de los '90, pero en varios países la reducción de la inflación ha ido acompañada de un continuo aumento del desempleo, por otra parte los precios se han disparado en muchos países de desarrollo que han recurrido excesivamente a la impresión de dinero para financiar el gasto público.

“A diciembre de 2000, el comportamiento inflacionario en El Salvador ascendió a 4.3%, que fue influenciada principalmente por factores internos, entre ellos: El incremento en los precios internacionales del petróleo, ajustes y eliminación del subsidios a la energía eléctrica; y eliminación de la excepción del IVA a los productos alimenticios sin transformar y medicinas”.<sup>3</sup>

## **2.2 Tipos de Inflación**

La inflación tiene diferentes mecanismos. Aunque ésta denota un desequilibrio del sistema económico, los economistas atribuyen el desequilibrio a diferentes causas, y se puede clasificar de tres maneras:

- Por su influencia geográfica
- Por las variables del mercado
- Por la intensidad, duración y formas de manifestarse.

---

<sup>3</sup> Banco Central de Reserva. Boletín Económico, “Resultados de la Inflación durante el 2000”. No. 143, marzo-abril 200

### **2.2.1 Por su influencia geográfica:**

Desde el punto de vista geográfico se consideran tres tipos de inflación:

- **Inflación Local:**

Es provocada internamente en la economía de cada país, está es reconocida como inflación doméstica, implica que es el alza inmoderada de los precios de los bienes y servicios internos sin tomar en consideración factores externos.

- **Inflación Importada**

Cuando las causas de la inflación son ajenas al sistema monetario nacional, hay tres casos en los que se habla de inflación importada:

- ✓ Cuando suben los precios de las materias primas y artículos manufacturados que se necesitan importar a un país.
- ✓ Cuando el país exporta en grandes cantidades y tiene un saldo a favor o superávit.
- ✓ Cuando hay una gran afluencia de capitales de otros países en un corto periodo de tiempo.

Para considerar la inflación de un país, es importante determinar el porcentaje de inflación importada y el porcentaje de inflación local, con el objeto de

establecer políticas anti-inflacionarias reales. Aquellos países que dependen en mayor porcentaje de importaciones en bienes y servicios tienen menores posibilidades de controlar la inflación, ya que tendría un porcentaje de inflación por importación elevado.

- **Inflación Internacional**

La causa del alza general de los precios en un país, es el aumento del medio circulante por lo que un aumento en los precios internacionales, se considera como una inflación internacional.

### **2.2.2 Por las variables del mercado**

En esta clasificación existen varios tipos de inflación, y de acuerdo a su nivel de gravedad unos más dañinos que otros:

- **Inflación por Costos**

Normalmente se le describe en términos de presión sobre los tipos salariales, sin que intervengan las condiciones de la oferta y la demanda de trabajo. Esta teoría de la inflación lleva implícita la hipótesis de que el sistema económico es perfectamente competitivo en todos los aspectos excepto en el mercado de trabajo.

Este supuesto de competencia significa que cada unidad productiva maximiza continuamente sus beneficios a corto plazo; se dice que dadas las técnicas de producción así como la estructura y gustos de la comunidad, el precio de un bien o servicio guarda una relación fija con los precios de todos los otros bienes y servicios. Es decir, los precios relativos en todos los bienes y servicios vienen determinados por las técnicas de producción y por la estructura de los gustos de una comunidad, y permanecen constantes en cuanto las técnicas y los gustos permanezcan invariables.

Al tener un sistema cerrado en equilibrio, el cual se halla en nivel alto de pleno empleo, y que por una u otra razón el trabajo solicita y consigue un aumento en los tipos salariales.

Según el supuesto de que el sistema es competitivo, las unidades productoras, individualmente, no pueden trasladar a los consumidores el aumento de costos, porque los precios de los factores de producción, así como los precios de los productos, de cada unidad productora son dados. Tampoco pueden absorber la pérdida que se deriva del aumento de salarios.

La única medida que puede tomar individualmente es la de reducir el empleo de mano de obra porque, según los supuestos normales, una reducción del empleo aumentará la productividad marginal del trabajo.

Cuando la disminución del empleo sea suficientemente grande como para producir un porcentaje de aumento en la productividad del trabajo igual al porcentaje de aumento en los tipos salariales (restándoles la subida que pueda darse en los precios de mercado), las unidades productoras se encontrarán de nuevo en una posición de máximo beneficio. Pero el volumen de producción y de ingreso real será inferior para cada una de dichas unidades y, por lo tanto, para la comunidad.

- **Inflación de la Demanda:**

Hay dos escuelas principales que tratan de explicar la inflación como un exceso de la demanda global con respecto a la oferta en una situación de pleno empleo. Una es de inspiración clásica y la otra se basa en la obra de Keynes. En la primera se sostiene que la demanda global depende directa y proporcionalmente de la cantidad de dinero; por lo tanto, si se expande la oferta monetaria en cuantía mayor que el aumento del producto total de la economía en situación de pleno empleo, suben los precios y habrá inflación (habrá que recordar, que se trata de un sistema cerrado).

En la otra escuela no se da por supuesto que haya una estrecha relación entre la cantidad de dinero y el nivel de la demanda global; por consiguiente, los precios pueden aumentar con una oferta monetaria constante o pueden

permanecer constantes, aun cuando la oferta monetaria aumente por encima del producto.

- **Inflación por beneficios**

La inflación por el empuje de la oferta puede también originarla el empuje de los beneficios. El mecanismo de los aumentos de precio producidos por el empuje de los beneficios es semejante al del empuje de los salarios. La diferencia principal es que en este caso los precios de los productos de las empresas son “administrados”, mientras que los tipos salariales vienen determinados por la oferta y la demanda de trabajo.

Existen varios teóricos que opinan que las elevaciones de beneficios probablemente estimularán menos presiones inflacionarias que las elevaciones de salarios, por varios motivos, siendo los más importantes los siguientes:

- ✓ Los beneficios normalmente constituyen una parte menor del precio de venta de cualquier producto que los salarios; y, por tanto, los efectos positivos de los aumentos de salario sobre el gasto, probablemente serán mayores que los que resulten de los aumentos en los beneficios.

- ✓ La cuantía de los beneficios de una empresa depende del volumen de ventas y la diferencia entre el precio de venta de su producto o productos y los costos medio o unitario. El volumen de ventas para cada empresa en un mercado de competencia imperfecta depende, en parte, del precio que cobre por su producto o productos. Una subida en el precio de venta puede hacer que el volumen de ventas disminuya la cuantía tal, que se reduzca el beneficio total.

### **2.2.3 En cuanto a su intensidad, duración y formas de manifestarse:**

- **Inflación moderada**

Caracterizada por una leve y casi imperceptible expansión general de precios.

Es moderada cuando los precios suben lentamente y las tasas inflacionarias ascienden a un dígito, se caracteriza por que los precios son relativamente estables, el público confía en el dinero, está dispuesto a mantenerlo en efectivo ya que no se deprecia rápidamente o lo mantienen en el banco en cuentas corrientes o en depósitos de ahorro de bajo rendimiento por que vale tanto en un mes como en un año, con este tipo de inflación se firman contratos de largo plazo expresados en términos monetarios.

- **Inflación galopante**

Es galopante cuando los precios empiezan a subir a tasas de 2 a 3 dígitos, ejemplos de 20, 100 ó 200% durante un año. Aquí surgen graves distorsiones económicas.

El dinero pierde su valor tan rápido, el público evita tener más del mínimo necesario.

- **Hiperinflación**

En la hiperinflación se observan varios rasgos comunes, como por ejemplo la velocidad con la que el dinero en circulación aumenta erróneamente, los precios relativos se vuelven muy inestables. Los salarios reales de una persona solo varían un punto de porcentaje.

- **Inflación reprimida**

Se maneja a través de los controles de precios y políticas macroeconómicas que se establecen en la economías de un país, orientada a frenar los procesos inflacionarios. Los resultados reales del control de los precios son la pérdida del cálculo económico, aumento de la escasez, la aparición del mercado negro y el racionamiento.

Más que una medida económica el control de precios es una medida política pues da la impresión que el gobierno está luchando y haciendo todo lo posible para mantener un bajo nivel de precios.

### **2.3 Causas de la Inflación**

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), en las economías en desarrollo, las causas estructurales de la inflación se explican por:

- La poca elasticidad en la oferta de los productos agrícolas derivada de una estructura de la propiedad de la tierra, de los métodos de producción rural y de la creciente migración de las poblaciones rurales hacia las áreas urbanas.
- El desequilibrio crónico de la balanza de pagos, cuya corrección requiere de un fuerte excedente de exportaciones en relación con las importaciones, además de fuertes ingresos por créditos en moneda convertible.

- La desigual distribución del ingreso, de lo que resulta la lucha de diversos grupos sociales, ya sea en el sentido de mantener su participación en el ingreso nacional o en el sentido de ampliarlo.
- La rigidez de los gastos públicos, dadas las crecientes responsabilidades económicas y sociales del gobierno.

## 2.4 Principales Consecuencias de la Inflación

- **Sobre el poder adquisitivo:** La reducción del poder adquisitivo de la moneda afecta principalmente a los que viven de ingresos temporalmente fijos, como los asalariados y los beneficiarios de los sistemas de seguridad social, que encuentran dificultades para reajustar su poder de compra a la progresiva expansión del costo de la vida. También sufren las mismas consecuencias las instituciones cuyos rendimientos provienen de intereses prefijados, recibidos a través de títulos de crédito emitidos por el gobierno o por empresas del sector financiero.
- **Sobre el mercado de crédito:** Un proceso inflacionario intenso puede provocar distorsiones en el mercado de crédito, sobre todo cuando el alza de los precios, debido a su rapidez y aceleración, no era esperada

por los prestamistas y los prestatarios. En este caso, los acreedores se perjudican notablemente y los deudores se benefician.

- **Sobre las inversiones productivas:** Entre las consecuencias más nocivas de la inflación es el desvío gradual de recursos que podrían aplicarse en actividades productivas, pero que terminan canalizándose hacia fines puramente especulativos.
- **Sobre la balanza de pagos:** 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 devalúe rápidamente la tasa de cambio, podrá fomentar las importaciones y desestimular las actividades de exportación. El desequilibrio de la balanza comercial podrá desnivelar la balanza internacional de pagos, así como los niveles globales de empleo.
- **Sobre el papel orientador del mercado:** En las economías basadas en la libre iniciativa empresarial, los movimientos de los precios y el libre juego de las fuerzas de mercado tienen la función de orientar las actividades productivas.

## **2.5 Efectos económicos generados por la Inflación.**

### **➤ Factores internos en la economía**

- Depreciación de la moneda, que es la pérdida del poder adquisitivo.
- Disminución del salario real.
- Alteraciones en la detentación de la riqueza
- Creación y/o aumento de los impuestos
- Pérdida de competitividad del sector exportador
- Alteración de los recursos productivos
- La escasez
- Desanima y destruye el ahorro
- Especulación en el terreno económico

### **➤ Factores externos en la economía**

- Desequilibrio en la balanza comercial
- Atracción de importaciones suplementarias
- Fuga de capitales
- Pérdida de divisas

## **2.6 Formas de presentar la Inflación:**

### **➤ Inflación acumulada**

Es el porcentaje que muestra la variación del índice nacional de precios al consumidor, al final de cada mes, en relación con diciembre del año anterior.

### **➤ Inflación anual o anualizada**

Es el índice de precios acumulado al final de cada mes en relación con el mismo mes del año anterior.

### **➤ Inflación promedio**

Es el índice general de precios de los bienes y servicios obtenidos como promedio de un periodo determinado.

## **2.7 Característica de la Inflación**

Se caracteriza por el continuo, persistente y generalizado aumento de los precios, es por lo tanto considerado como un fenómeno macroeconómico, que se identifica cuando todos los bienes y servicios disponibles en una economía (o por lo menos la mayoría de ellos) presentan una tendencia generalizada y continua al alza. Para el caso de las inflaciones galopantes e hiperinflaciones, se caracterizan por una violenta expansión del nivel general de los precios.

## **2.8 Indicadores utilizados en El Salvador para medir la inflación:**

En la mayoría de países suele emplearse por lo general tres indicadores de medición de precios. En primer término se ubica el Deflactor implícito del PIB, en segundo lugar el Índice de Precios al por Mayor (IPM) y por último el Índice de Precios al Consumidor (IPC) el cual se define de la siguiente manera<sup>4</sup>:

### **2.8.1 Deflactor Implícito del PIB**

Es un índice de precios estrechamente ligado a las cuentas nacionales que nos permite calcular el crecimiento real de una economía y sus niveles de inflación. En periodos inflacionarios la producción de un país valuada a los precios corrientes que prevalecen en el mercado, presenta una significativa tendencia al crecimiento aunque la producción no sufra cambio alguno. El total de bienes y servicios que se producen en nuestro país se contabilizan en el llamado Producto Interno Bruto, presentándose de dos formas: nominal y real.

La formula que se utiliza en este caso es la de Paasche, que a diferencia de la formula de Laspayres utilizada por lo general en el cálculo del IPC y del IPM, pondera los cambios en los precios por una móvil constituida por las cantidades producidas de los diferentes bienes y servicios en el año corriente.

---

<sup>4</sup> El Salvador. Dirección Nacional de Estadísticas y Censos. Septiembre 1999.

### **2.8.2 Índice de Precios al por Mayor**

Es un número calculado con una metodología similar a la utilizada en el cálculo del Índice de Precios al Consumidor, la muestra de rubros en la que se basan las estimaciones está constituida por un grupo fijo de bienes, pero a diferencia de éste, el IPM incluye además de bienes de consumo, materias primas y bienes intermedios.

Adicionalmente el IPM incluye productos exportados que son consumidos fuera del mercado nacional. En nuestro país el IPM tiene su base en el mes de enero de 1978 y se tabula sobre la muestra fija de 176 artículos.

La información sobre precios que se utiliza para el cálculo no es la que se genera en las transacciones del consumidor final, sino los precios a los que se compran y venden los diferentes servicios en cantidades importantes durante las primeras transacciones comerciales, es decir los precios al por mayor.

Tiene como ventaja dar una idea del dinamismo de la actividad económica y del volumen de transacciones en las primeras etapas en el proceso de comercialización.

### **2.8.3 Índice de Precios al Consumidor (IPC)**

Es el instrumento utilizado en la economía para determinar las variaciones de precios de la canasta de mercado, formada por alimentos, vivienda, vestuario y misceláneos.

Este indicador expresa los cambios en el costo de una canasta de mercado, la cual es representativa del gasto de una familia en un período determinado. Tiene como objetivo medir en el tiempo la evolución de los precios de los 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.

Proporciona a las instituciones gubernamentales un indicador que pueda ser usado como deflactor en las cuentas nacionales o en cualquier tipo de series que requieran ser trasladadas a precios constantes.

### **2.8.4 Importancia del calculo del IPC**

- ✓ Determina las variaciones de precios de la canasta de mercado
- ✓ Es un instrumento que evalúa el proceso inflacionario de la economía de un país.
- ✓ Permite establecer el costo de la vida de la población.

- ✓ Facilita la toma de decisiones en las diferentes empresas del país.
- ✓ Ayuda a orientar la política económica y salarial.

### **2.8.5 Cobertura Geográfica del IPC en el Salvador**

Las ciudades fueron seleccionadas con base a su población urbana, movimiento comercial y su ubicación en el territorio nacional que las convierte en centro de comercio para la zona. “La cobertura geográfica de la ENIGH, efectuada por la el departamento de investigación muestrales del Ministerio de Planificación y Coordinación del Desarrollo Económico y Social, comprendido entre abril de 1990 y marzo de 1991, corresponde a los hogares del Área Metropolitana de San Salvador y a las cabeceras departamentales de Santa Ana, San Miguel y Sonsonate. Se considera representativo de todo el país, ya que por las características geográficas de El Salvador, los hábitos de consumo de las familias no varían significativamente en las zonas y no se dan situaciones climáticas extremas que diferencien los hábitos de consumo de la familia salvadoreña en forma notable”<sup>5</sup>

El número de precios por los municipios se determinó tomando en cuenta la densidad poblacional de la zona y su movimiento comercial. Algunos ajustes sobre las proyecciones poblacionales existentes se realizaron utilizando series

---

<sup>5</sup> El Salvador, Dirección General de Estadísticas y Censos. “Metodología de Actualización del IPC, base diciembre 1992”.

de nacidos vivos en el área urbana así como visitas de reconocimientos de campo para evaluar la importancia comercial del municipio.

### 2.8.6 Calculo del Índice de Precios al Consumidor

Hay dos tipos de bases, a considerar en todo IPC, una base real y una base nominal. En este IPC la base real es el período en que se efectuó la ENIGH (Abril –1990) y la nominal (de referencia) es diciembre de 1992.

La ENIGH proporcionó la estructura del gasto de los hogares, la que sirvió como gasto base para calcular el índice que corresponderá a los rubros en la nueva canasta. Este índice, se llama Índice Histórico para Actualización, existe desde diciembre de 1990, y es la base para actualizar las ponderaciones de esos rubros en la nueva canasta, hasta diciembre 1992. El IPC se estima mediante el índice de precios de Laspeyres, cuya fórmula tradicional se expresa de la siguiente manera:<sup>6</sup>

$$I_{n,o} = \frac{\sum P_{n,i} q_{o,i}}{\sum p_{o,i} q_{o,i}} \times 100$$

Donde:

$I_{n,o}$  = Índice del período “n” referido al período base.

---

<sup>6</sup> Melgar, Lic. Salvador A. “Metodología para aplicar el IPC”.

- $P_{n,i}$  = Precio del rubro “i” en el período “n”  
 $q_{o,i}$  = Cantidad del rubro “i” en el período base.  
 $P_{o,i}$  = Precio del rubro “i” en el período base.

Esta se entiende como una estimación de los cambios en el costo de la “canasta de mercado”. El numerador representa el costo de la canasta en el período “n” y el denominador su costo en el período base, es decir que el índice es una comparación entre estos dos costos.

“La fórmula de Laspeyres modificada por DIGESTYC, para el cálculo del IPC es la siguiente”<sup>7</sup>:

$$I_{n,o} = \frac{\sum (P_{n,i} q_{o,i})}{\sum P_{o,i} q_{o,i}} \times 100$$

Donde:

$I_{n,o}$ : Índice del Periodo n, referido al período base

$\sum P_{n-1,i} q_{o,i}$ : Gasto Actualizado al periodo n –1 para el rubro i.

$\sum P_{o,i} q_{o,i}$ : Gasto del rubro i, en el periodo base.

---

<sup>7</sup> El Salvador, Dirección General de Estadísticas y Censos. “Metodología de Actualización del IPC, base diciembre 1992”

$$\frac{P_{n,i}}{P_{n-1,i}}$$

: Relativo de precios entre el período actual n y el período n-1, para el rubro i.

## 2.9 Clasificación de los Tipos de Canastas.

Para el análisis económico los principales productos de consumo son agrupados en las denominadas “canastas”: De mercado, básica y ampliada.

### 2.9.1 Canasta de Mercado

Se estableció a partir de la Encuesta Nacional de Ingresos Gastos de Hogares Urbanos (ENIGH), proporciona la estructura del gasto representativo a nivel de artículo para el conjunto de familias urbanas a nivel nacional. Este gasto señala el monto promedio mensual en colones de las familias en cada bien o servicio que consumen. Además proporcionó un listado de 897 artículos y servicios, excluyéndose los gastos de inversión o de otras índoles quedando 887, divididos en cuatro grupos que conformarían la Canasta de Mercado, seleccionándose 241 bienes y servicios con base a los criterios siguientes:

- El peso del artículo con respecto al gasto total
- El porcentaje de hogares que incurren en ese gasto

La especificación de los bienes y servicios de la canasta de consumo fue realizada tomando en cuenta lo siguiente:

- Preferencia,
- Marca y Calidad.

La canasta de mercado queda constituida de según detalle:

|              | <b>Bienes y Servicios</b> | <b>Gasto Base</b> | <b>Ponderación</b> |
|--------------|---------------------------|-------------------|--------------------|
| Alimentos    | 78                        | ¢1,313.38         | 41.56%             |
| Vestuario    | 53                        | 223.05            | 7.06%              |
| Vivienda     | 35                        | 728.30            | 23.04%             |
| Misceláneos  | 75                        | 895.66            | 28.34%             |
| <b>Total</b> | <b>241</b>                | <b>¢3,160.39</b>  | <b>100.00%</b>     |

Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos.

Subdividiéndose el grupo vestuario y servicios relacionados, así:

| <b>VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS</b>          | <b>ARTICULOS</b> |
|----------------------------------------------------|------------------|
| Prendas para hombres mayores de 15 años            | 8                |
| Prendas para niños de 3 a 15 años                  | 5                |
| Accesorios para hombres y niños mayores de 3 años  | 3                |
| Prendas para mujeres mayores de 15 años            | 11               |
| Prendas para niñas de 3 a 15 años                  | 6                |
| Accesorios para mujeres y niñas de 3 años y más    | 2                |
| Telas para confeccionar ropa para ambos sexos      | 3                |
| Vestidos y accesorios para niños menores de 3 años | 3                |
| Calzado                                            | 8                |
| Hechura de ropa y mantenimiento de calzado         | 4                |
| <b>Total</b>                                       | <b>53</b>        |

Fuente: Digestyc. Año 1993

El gasto promedio a diciembre de 1992 según datos reflejados por la Encuesta Nacional es de ¢3,160.39 mensuales por familia.

Para seleccionar los establecimientos comerciales donde se realiza la encuesta mensual del IPC, se utilizan las siguientes consideraciones:

- ✓ Lugar fijo y permanente
- ✓ Poseer abundante clientela
- ✓ Ofrecer diversidad de artículos
- ✓ Lugares céntricos o periféricos

El número de establecimientos comerciales visitados para el cálculo, son 1,100. La recolección para la mayoría de los artículos se hace en forma mensual para los productos que presentan inestabilidad en los precios como son los alimentos, y bimestral o trimestralmente para productos con precios estables, como alquileres de vivienda. Se excluyen de la investigación de precios aquellos artículos que están en ofertas o promociones.

### **2.9.2 Canasta Básica**

Este concepto se les atribuye a los nutricionistas, por que se le ha definido a las 2,160 calorías y 46 gramos de proteínas que el hombre debe recibir como mínimo para vivir, y comprende únicamente un rubro de alimentos básicos. Los

alimentos son: tortilla, arroz, algunas carnes, leche, huevos, verduras, frutas, azúcar, ciertas grasas y pan francés. Este solo comprende el rubro mínimo de alimentos y deja fuera otros que no se consumen regularmente y otros requerimientos como salud, educación, vivienda, vestuario y demás servicios.

### **2.9.3 Canasta Ampliada**

Incluye los productos de la Canasta Básica, otros alimentos no considerados como de consumo indispensable, como bebidas no alcohólicas, pago de servicios de salud, educación, electricidad y agua. Cubre lo equivalente a la canasta básica.

## **2.10 Historia de la Industria Textil**

La industria textil tiene un origen antiguo; parte de la experimentación sobre una gama de materiales para obtener varias fibras y diferentes colores. Para cubrirse el hombre utilizó en un principio las pieles de animales hasta descubrir otra clase de materiales, probó con algunas fibras, las cuales le brindaron mayor comodidad, al final éstas terminaron por remplazar las pieles. El ser humano es creativo y al observar los colores, las formas de las montañas, los ríos, la integración de los animales con la naturaleza y el sonido de algunas aves, combinó toda esta información para recrearlas con su entorno.

La necesidad de encontrar alimento, como el cubrirse de las inclemencias del clima, le ayudaron a progresar imitando algunos aspectos de la naturaleza y crear las primeras formas para contener los alimentos, así como herramientas, vestido y cobijo.

Las fibras más importantes y antiguas que se conocen en el Viejo Mundo son: lino, lana, algodón y la seda.

- **Fibras de lino:** El lino, de acuerdo a numerosos estudios, es la tela más antigua de todas las fibras, pertenece a un amplio grupo el cual se obtiene de los tallos y hojas de las plantas. Una de las muestras más antigua de lino fue encontrada en la primitiva cultura de Bandarian del Nilo que data del 5000 a. C., este material fue usado por los egipcios, quienes utilizaban el lino como elemento principal para confeccionar sus vestidos.
  
- **Fibras de algodón:** El algodón, se descubrió en el valle de Indo alrededor el 3000 a.C., es un material que tiene un origen muy oscuro debido a que existe una gran incógnita sobre el uso en las culturas asiáticas y americanas. Según investigaciones España fue la primera nación en conocer este material en sus dos aspectos más importantes; como cultivo y fibra textil.

Los productos de algodón están incluidos en la categoría de telas no tejidas son aquellos artículos absorbentes o de higiene personal. Se ha hecho grandes avances en los procesos de selección de fibras, limpieza mecánica, blanqueo y acabado de la fibra, haciendo la producción de géneros no tejidos de algodón económicamente viable. El algodón es la fibra preferida del consumidor, su participación normal de mercado es del 56% de todas las fibras vendidas, en prendas de vestir y artículos del hogar, excluyendo alfombras y tapetes.

- **Fibras de seda y lana:** La Seda, es un material proveniente de China, cuyo origen se remonta al año 1400 a.C. En cuanto a la lana, ésta proviene del valle de Eufrates, su uso se remonta a los años 4200 y 3500 a.C. aproximadamente, su uso tiene que ver con la domesticación de las ovejas.

Los restos más antiguos de éstos animales se han encontrado en la cultura Bandaria. Fue uno de los productos más importantes ya que desde sus inicios contó con el apoyo de las autoridades virreinales, tanto para la cría de la oveja, como para el adiestramiento de la mano de obra.

La Industria textil posee grandes avances; en la actualidad realiza procesos diversos, manipulando las diversas fibra descubiertas (algodón, lino, cáñamo, lana, etc.), en hilos los cuales son tejidos y convertidos en telas.

La industria de la confección indudablemente nos deriva a la moda, es decir son las pautas que marcan el vestir de las personas, es así que utilizando como insumos los tejidos elaborados de la industria textil se fabrican prendas según diseños previamente definidos.

### **2.11 La Industria Textil en El Salvador**

La demanda de trabajadores en el área textil y de confección ha experimentado crecimiento, explicado por el aumento de las ventas de prendas de vestir al extranjero, a pesar que El Salvador ha pasado por períodos de crisis económica. La rama de actividad que incorpora a los grupos ocupacionales de textiles y de confecciones es la industria de Bienes de consumo, y se observa crecimiento de la población con empleo, que es explicado por el aumento de la cantidad de trabajadores en la industria de la confección.

En El Salvador, la empresa especialista en la producción y comercialización de telas de tejido plano con mezcla de algodón y poliéster es: Las Industrias Unidas, S.A. de C.V. (IUSA), que produce y distribuye el “Dacrón”.

El nombre Dacrón proviene de una marca registrada en Estados Unidos por la empresa DUPONT para una fibra de poliéster, sin embargo en El Salvador se

conoce con ese nombre popular a una tela específica. Para fabricar el producto se necesita de la siguiente composición:

|                |                                                                                                              |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Dacrón:</b> |                                                                                                              |
| Composición:   | 65% poliéster, 35% algodón.                                                                                  |
| Dimensiones:   | 44/45", 54/55", 65/35" y 60"                                                                                 |
| Diseños:       | Se manejan lisos y estampados                                                                                |
| Piezas         | Dobladas y enrolladas de 30 a 60 yds.,<br>rollos/ tubos de 30 a 125 yds., o al<br>requerimiento del cliente. |

Fuente: IUSA, S.A. de C.V.

La materia prima para su producción es importada de Estados Unidos y México, para ser procesada combinando el poliéster y algodón, hasta obtener una tela con diferentes presentaciones y diseños. El producto es demandado a nivel Nacional que es el principal mercado, así como Centroamérica, México, Estados Unidos y República Dominicana, no existe regulación legal para su exportación. El precio del producto es determinado por las demandas del cliente.

### 3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

Para mejorar la comprensión del tema a investigado se presentan definiciones básicas a utilizar en el estudio:

### ✓ **Inflación:**

“Es un fenómeno económico que se manifiesta a través de una reducción en el poder adquisitivo del dinero, a causa de una elevación de los precios”.<sup>8</sup>

### ✓ **Inflación moderada**

Se entiende por moderada cuando los precios suben lentamente y las tasas inflacionarias ascienden a un dígito.

### ✓ **Hiperinflación**

Velocidad con la que el dinero en circulación aumenta erróneamente, los precios relativos se vuelven muy inestables.

### ✓ **Inflación reprimida**

Se maneja a través de los controles de precios y políticas macroeconómicas que se establecen en las economías de un país, orientada a frenar los procesos inflacionarios. Los resultados reales del control de los precios son la pérdida del cálculo económico, aumento de la escasez, la aparición del mercado negro y el racionamiento.

---

<sup>8</sup> “Brand Salvador Osvaldo. Diccionario de Ciencias Económicas y Administrativas” Pág.162

### ✓ **Deflactor Implícito del PIB:**

“Consiste en enlazar las series de producción o de precios multiplicando las tasas de crecimiento entre un período y el siguiente”.<sup>9</sup>

### ✓ **Índice de Precios al Productor**

“Es un indicador de la evolución de los precios y se utiliza con frecuencia como indicador de precios al por mayor”.<sup>10</sup>

### ✓ **Índice de Precios al Consumidor (IPC)**

“Es una medida estadística de la evolución del conjunto de precios de los bienes y servicios que consume la población en general”.<sup>11</sup>

### ✓ **Canasta de Mercado**

“Es el conjunto de bienes y servicios considerados idóneo para cubrir las necesidades de una familia promedio”.<sup>12</sup>

### ✓ **Canasta Básica**

Se le ha definido a las 2,160 calorías y 46 gramos de proteínas que el hombre debe recibir como mínimo para vivir, y comprende únicamente un rubro de alimentos básicos.

---

<sup>9</sup> El Salvador. Dirección Nacional de Estadísticas y Censos. Septiembre 1999

<sup>10</sup> “Indicadores” . ([http://www.dnp.gov.co/01\\_INDICADOR/agroindicesprecios.asp](http://www.dnp.gov.co/01_INDICADOR/agroindicesprecios.asp))

<sup>11</sup> “Índice de Precios de Consumo (IPC). Base 1992” (<http://www.ine.es/daco/daco43/notaipc.htm>)

<sup>12</sup> Banco Central de Reserva. “Diferentes medidas de inflación para la Política Monetaria en El Salvador”. Boletín Económico. No. 124. Nov.1998

### ✓ **Canasta Ampliada**

Incluye los productos de la Canasta Básica, otros alimentos no considerados como de consumo indispensable, como bebidas no alcohólicas, pago de servicios de salud, educación, electricidad y agua. Cubre lo equivalente a la canasta básica.

### ✓ **Canasta de mercado IPC de UTEC**

Se entenderá como la canasta constituida por los 62 productos considerados como más representativos para la formulación del IPC.

### ✓ **Producto Interno Bruto (PIB)**

“Es considerado como gasto interno de consumo de bienes y servicios, y de inversión en bienes de capital, más el valor al costo del cambio en los inventarios, más los ingresos provenientes del exterior por todos los bienes y servicios vendidos en el extranjero, menos los pagos realizados por concepto de bienes y servicios importados”.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Arístides Torche L. “Variables Macroeconómicas”. Pontificia Universidad Católica de Chile, Inst de Economía. Santiago de Chile, 1996.

### ✓ Índice de Precios por Mayor (IPM)

Su metodología es similar a la del IPC, pero incluye bienes de consumo, materias primas y bienes intermedios, adicionalmente productos exportados que son consumidos fuera del mercado nacional.

## 4. MARCO NORMATIVO

A continuación se presentan algunas disposiciones contenidas en leyes secundarias y reglamentarias, que soportan o respaldan el objeto del presente trabajo de investigación, así tenemos que La Ley Orgánica del Servicio Estadístico, establece entre otras cosas, cuales son las bases fundamentales para la recolección de la información, incluyendo la tabulación y análisis de la muestra investigada; por otra parte, las disposiciones citadas de la Ley de Protección al Consumidor y su Reglamento, dan las bases para proteger efectivamente el interés de los consumidores de los productos de la canasta básica, así como de otros tipos de productos, estableciendo con ello la protección que el Estado le brinda a los habitantes del país.

No es posible identificar con precisión todas las disposiciones legales que atañen al tema objeto de estudio, porque todas las leyes de cualquier naturaleza, tiene como finalidad primaria la protección del ser humano; sin

embargo, las disposiciones puntuales que se han transcrito tienen un acercamiento específico al tema de nuestra investigación.

#### **4.1 Ley Orgánica del Servicio Estadístico**

La Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), fue creada mediante Decreto Legislativo No. 1784 del 21 de marzo de 1955. Publicado en el Diario Oficial No. 69 Tomo No. 167 del 18 de abril de 1955, en cuyo Capítulo I, identificado como del Servicio Estadístico Nacional, encontramos las disposiciones pertinentes al trabajo de investigación, siendo las siguientes:

“Art. 1.- Constituyen el SERVICIO ESTADISTICO NACIONAL todos los organismos públicos y privados que elaboren estadísticas, inclusive el servicio exterior de la República. Dicho servicio es uno e indivisible y de utilidad general.”

“Art. 2.- Los objetivos del Servicio Estadístico Nacional son: investigar y perfeccionar los métodos del planeamiento, recolección, compilación, tabulación, análisis, publicación y distribución de los datos estadísticos y censales del país.”

“Art.3.- El Servicio Estadístico Nacional tendrá como supremo organismo de coordinación, a la Dirección General de Estadística y Censos, la cual

ejercerá esta función a través de Comités Permanentes de Trabajo, integrados con representantes de los organismo interesados en cada rama.”

“Art.4.- Los campos mínimos de investigación del Servicio Estadístico Nacional, serán:

- a) Censos: Población, Edificios y Vivienda, Agropecuario, e Industrial y Comercial.
- b) Estadísticas continuas: Geográficas y Meteorológicas; Demográficas y de Salud Pública, Educativas y Culturales; de Trabajo y Previsión Social; Judiciales y Políticas; de Construcciones; de Transporte y Vías de Comunicación; Agropecuarias; Industriales; de Comercio Interior y Exterior; Financieras; Fiscales y Administrativas; de Balanza de Pagos; de Ingreso Nacional y de Costo de Vida.”

## **4.2 Ley de Protección al Consumidor**

Esta ley, fue aprobado mediante Decreto Legislativo No. 267 del 19 de junio de 1992. Publicado en el Diario Oficial No. 159 Tomo No. 316 del 31 de agosto de 1992, que en lo pertinente, en el Capítulo Único, expresa:

“Art. 5.- Con el objeto de que el Ministerio de Economía pueda ejercer en forma efectiva el interés de los consumidores propiciando a la vez la sana competencia en el mercado, se le conceden las siguientes facultades:

- a) Fijar y modificar los precios máximos de los bienes intermedios y finales de uso o de consumo interno y de los servicios, cuando las condiciones de mercado lo justifiquen, siempre que se trate de productos esenciales, de prácticas monopolísticas u oligopólicas, de concertación de precios y en casos de emergencia nacional;
- b) Dictar las medidas necesarias para evitar el acaparamiento y escasez de los bienes y servicios.”

“Art. 7.- Todo detallista deberá marcar en los empaques o envases de los productos, en carteles visibles o en cualquier otro medio idóneo, el precio de venta al consumidor.

Aquellos productos que se vendan envasados o empacados por peso, volumen o sujetos a cualquier otra clase de medida, deberá

llevar impreso en el empaque o en cualquier otro medio idóneo, el peso, volumen o medida exactos de su contenido.”

“Art.12.- Todo comerciante, sea persona natural o jurídica, que tenga un establecimiento de venta al por mayor o al detalle, deberán publicar los precios de contado, en los cuales deberá incluirse todos los recargos posibles, de todo los productos que ofrezcan al público, por medio de listas, carteles fijados en lugar visible del establecimiento o etiquetas adheridas a las mercancías, según la naturaleza de las mismas y tipo de operaciones del establecimiento, sea que dichos precios estén regulados o no por el Ministerio de Economía.”

### **4.3 Reglamento de la Ley de Protección al Consumidor**

La Ley de Protección al Consumidor, ha sido desarrollada casuísticamente mediante su correspondiente Reglamento, aprobado mediante el Decreto Ejecutivo No. 99 del 27 de noviembre de 1992, publicado en el Diario Oficial No. 219 Tomo No. 317 del 27 de noviembre de 1992, del cual extraemos o enunciamos las siguientes disposiciones:

Art. 4.- “La facultad que la Ley concede al Ministerio de Economía, para fijar los precios de los bienes intermedios y finales de uso o de consumo interno y de los servicios, en los casos que la misma Ley establece, la ejercerá por medio de Acuerdo, que contendrá las razones que motivan la fijación o modificación de los precios y la fecha que estos entrarán en vigencia.”

“Art. 8.- El Ministerio de Economía determinará mediante Acuerdo, los productos que deberán llevar impreso en sus envases o empaques, los ingredientes que entran en su composición.”

## **CAPITULO II**

# **“INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS, SUB GRUPO TELA PARA CONFECCIONAR ROPA, PRODUCTO DACRON EN LA DETERMINACIÓN DEL INDICE INFLACIONARIO EN EL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR”**

## **1. GENERALIDADES**

### **1.1 Importancia**

Para determinar los niveles inflacionarios en una economía, es necesario investigar la variación de los precios de los diferentes productos que forman parte de la Canasta de Mercado.

En El Salvador existen instituciones como la DIGESTYC, BCR y FUSADES, que se encargan de realizar estudios económicos con la finalidad de conocer el nivel inflacionario; dentro de éstas es la DIGESTYC, a quien le compete la selección de los productos que conforman la Canasta de Mercado, y que actualmente está compuesta de 241 productos.

Con base a la Canasta de Mercado de la DIGESTYC, el Centro de Investigación de Opinión Pública (CIOPS), consideró necesario realizar un estudio sobre el comportamiento inflacionario en El Salvador, conformando una canasta denominada IPC – UTEC, constituida por 62 productos (ver anexo 3), entre los que se encuentra la tela de Dacrón, que pertenece al grupo Vestuario y Servicios relacionados.

El estudio tiene como propósito investigar el comportamiento del precio en el producto tela de Dacrón y determinar la incidencia dentro del Índice inflacionario en un período comprendido entre diciembre de 2001 a marzo de 2002; teniendo en cuenta que éste producto es considerado de consumo popular y utilizado para la elaboración de prendas de vestir, entre ellas camisas para uniformes escolares.

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

- **Objetivo General**

Realizar la investigación de campo para conocer la variación y del precio de la tela para confeccionar ropa producto Dacrón del grupo vestuario, en el período comprendido entre diciembre/01 y marzo/02.

- **Objetivos Específicos**

- Obtener las características, especificaciones y variaciones de los precios que presenta el producto Dacrón.
- Analizar los datos obtenidos de la investigación, con la finalidad que estos sirvan como instrumentos para determinar la incidencia que el Dacrón presenta dentro del índice inflacionario.

### **1.3 Delimitación de la Investigación**

#### **1.3.1 Delimitación Espacial**

El área geográfica para la investigación es el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), que comprende actualmente 14 municipios de acuerdo a la definición que utiliza la Dirección General de Estadísticas y Censos del Ministerio de Economía (DIGESTYC) desde el año 1992, que considera al Área Metropolitana de San Salvador-AMSS en los diez municipios siguientes: San Salvador, Cuscatancingo, Ciudad Delgado, Ilopango, Mejicanos, San Marcos, Soyapango, Ayutuxtepeque, Santa Tecla y Antiguo Cuscatlán.

### **1.3.2 Delimitación Temporal**

La investigación se desarrolla durante los meses de: diciembre de 2001, enero, febrero y marzo de 2002, donde realizando las visitas a los establecimientos comerciales.

### **1.3.3 Delimitación Social**

Se realizó visitas a los diferentes establecimientos comerciales del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), para obtener la variación de los precios del producto Dacrón, y determinar la importancia que presenta en el establecimiento del índice inflacionario.

## **1.4 Limitantes de la Investigación**

- ✓ En el listado de nombres de establecimientos comerciales proporcionado por la DIGESTYC para realizar la investigación, no está acorde con los existentes en el mercado actualmente.
  
- ✓ Las especificaciones del producto Dacrón de la DIGESTYC no coinciden con las encontradas en el mercado, ya que según sus registros investigan tela de Dacrón ancho 45 cms., al realizar la investigación se identificó que el

producto ya no es fabricado con esas especificaciones y que fue sustituido en el mercado por el ancho 55 cmts.

- ✓ Existe una diversidad de estilos (densidad), en tela de Dacrón y no se especificó exactamente el tipo de tela a investigar, situación que puede influir en los precios encontrados en el mercado.

## **2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 Tipo de Estudio**

La investigación es de tipo exploratoria, y se examina un problema poco estudiado, identificando relaciones potenciales entre variables (producto – establecimiento).

Para iniciar la investigación se ha considerado diferentes fuentes de información: primarias, secundarias, y terciarias, que servirán para estructurar el marco de referencia, la investigación de campo y establecer el resultado del estudio.

## **2.2      Diseño de la Investigación**

El diseño utilizado es de tipo No Experimental-Longitudinal. Este diseño es al que se le atribuye el estudio de fenómenos sociales utilizando diversas variables sin que éstas sean manipuladas

Dentro de este diseño se encuentra el Longitudinal que permite medir tendencias, generadas en diferentes períodos de tiempo, utilizando la misma muestra para extraer los cambios de diferentes épocas.

Para la investigación, se ha considerando este diseño porque se va a estudiar el comportamiento inflacionario que presenta el producto Dacrón, en los meses de diciembre/01 a marzo/02 utilizando la misma muestra en los diferentes meses de la investigación.

Así mismo los estudios longitudinales, se encargan de las investigaciones realizadas a grupos específicos, tal es el caso del estudio que se está desarrollando donde se utiliza la Canasta de Mercado, la cual está dividida en cuatro grupos, dentro de los que se encuentra el producto Dacrón que forma parte del grupo Vestuario y Servicios relacionados.

### 3. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO

El Universo utilizado para el estudio se encuentra situado geográficamente en el área metropolitana de San Salvador, de la siguiente manera:

| Código                                         | Nombre            |
|------------------------------------------------|-------------------|
| <b>Municipios de San Salvador<sup>14</sup></b> |                   |
| 01                                             | San Salvador      |
| 02                                             | Cuscatancingo     |
| 03                                             | Ciudad Delgado    |
| 04                                             | Ilopango          |
| 05                                             | Mejicanos         |
| 06                                             | San Marcos        |
| 07                                             | Soyapango         |
| 08                                             | Ayutuxtepeque     |
| <b>Municipios de La Libertad</b>               |                   |
| 09                                             | Santa Tecla       |
| 10                                             | Antiguo Cuscatlán |

#### 3.1 Población en estudio

La población de productos en estudio se establece partiendo de la Canasta de Mercado de la DIGESTYC que comprende 241 bienes y servicios, de ese total

<sup>14</sup> Se considera los Municipios de acuerdo a lo establecido por la Dirección General de Estadísticas y Censos.

se ha conformado la Canasta de Mercado UTEC, que define 62 productos asignados a igual numero de establecimientos comerciales considerados como representativos dentro del mercado, de acuerdo a los siguientes criterios:

- ✓ El peso del gasto específico de cada bien o servicio seleccionado
- ✓ Con respecto al gasto total de cada hogar.
- ✓ De acuerdo al porcentaje de hogares que incurren en el gasto.

### **3.2 Tamaño Muestral**

La muestra seleccionada para investigar precios fué definida por el CIOPS y son ocho establecimientos comerciales, tomados de un universo de sesenta y dos que forman parte de los cuatro grupos que conforman la Canasta de Mercado, constituida por la DIGESTYC (alimentos, vestuario, vivienda y misceláneos) y que para efectos de la investigación el producto Dacrón es el objeto de estudio.

Los sujetos de estudio utilizados en la investigación son los siguientes establecimientos comerciales, ubicados en el Area Metropolitana de San Salvador, con los que se pretende obtener información, a través de métodos, técnicas e instrumentos que se detallan posteriormente.

## SUJETOS DE ESTUDIO

| No. | NOMBRE                | DIRECCIÓN                                                          | TEL.     |
|-----|-----------------------|--------------------------------------------------------------------|----------|
| 1   | ALMACEN TORREON       | 2ª. Av. Sur y 4ª. Calle Ote. Edificio ORION No. 233                | 271-0407 |
| 2   | CONSTANTINO CHAIN     | 2ª. Calle Poniente No.136 Costado Nte. Palacio Nacional.           | 271-0407 |
| 3   | ALMACENES SIMAN       | Sucursal Metrocentro                                               | 260-3000 |
| 4   | EL CENTRO TEXTIL      | Av. Morazán No. 130 Calle Rubén Darío.                             | 281-4444 |
| 5   | ALMACEN NORMA         | Av. España entre 3ª. Y 5ª. Calle Oriente.                          | 221-3441 |
| 6   | ALMACEN SIMAN         | Calle Ruben Dario No. 531 9ª Av. Sur S.S.                          | 271-3000 |
| 7   | CONSTANTINO CHAIN     | Sucursal Metrocentro                                               | 224-4803 |
| 8   | NOVEDADES ELSA ESTHER | 2ª. Calle Pte. No. 1-7 frente parque Daniel Hernández, Sta. Tecla. | 228-1334 |

## 4. METODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.

### 4.1 Métodos y Técnicas

#### 4.1.1 Métodos

Los métodos utilizados en la presente investigación son:

- ✓ El Método Inductivo
- ✓ El Método Deductivo

El método inductivo es utilizado para la recolección de la información, estableciendo una síntesis de los datos obtenidos.

Para el caso en estudio el establecimiento de las variaciones en los precios en el producto Dacrón de la Canasta de Mercado constituye los insumos de la investigación.

El método deductivo se interrelaciona con el inductivo, ya que con la elaboración de la síntesis de los datos obtenidos, se establecen deducciones relacionadas al objetivo del estudio, realizando análisis y conclusiones referentes al producto investigado.

#### **4.1.2 Técnicas**

##### **✓ Encuesta**

Con las encuestas se obtuvieron datos puntuales que presenta el producto Dacrón y sirven para elaborar el análisis cuantitativo – descriptivo.

##### **✓ Observación Directa**

Por medio de esta técnica se determinaron las especificaciones del producto, obteniendo información de trascendencia para la investigación, aportando datos adicionales a la encuesta.

## **4.2 Instrumentos de captación de la información**

### **4.2.1 Instrumentos**

#### **✓ Boleta**

La boleta es el instrumento utilizado la recolección de la información, de manera directa a los encuestados.

La boleta contiene las preguntas relacionadas a los cuatro sectores que conforman la Canasta de Mercado, diseñada por el CIOPS en coordinación con la DIGESTYC y contiene características como: día, mes y año de realizada la encuesta, código y nombre del artículo, código, nombre y dirección del establecimiento comercial de la investigación, además incluye preguntas para conocer el producto como: precio, cantidad, unidad de medida, procedencia, así como cualquier observación que tenga aporte a la investigación. (ver anexo No. 1-A)

## **4.3 Prueba Piloto**

En este estudio la prueba piloto no fue necesaria debido a que las boletas de la investigación fueron discutidas, analizadas y aprobadas por el CIOPS y posteriormente utilizadas para llevar a cabo la investigación de campo.

#### **4.4 Operación de Campo**

La investigación se realizó en coordinación con el CIOPS, quien definió la logística, que incluye:

- ✓ Asignación de establecimientos comerciales (Almacenes, tiendas, supermercados)
- ✓ Proporcionar las boletas con el detalle de la información a investigar del establecimiento y del producto.
- ✓ Definir fechas de visitas para realizar las entrevistas en los establecimientos comerciales.
- ✓ Preparación por medio de charlas para realizar la investigación.

Al finalizar la fase de operación de campo para recolectar la información por medio de las boletas, se procedió a:

- ✓ Entregar las boletas al CIOPS, para el procesamiento de la información.
- ✓ El CIOPS consolida los resultados obtenidos en las visitas.  
(Ver anexo 1-B)
- ✓ Se realizan los análisis respectivos a los resultados obtenidos.

## 4.5 Consistencia y Procesamiento de la Información

### 4.5.1 Codificación

Los datos son codificados de acuerdo con el producto de investigación (ver anexo 2), así como al establecimiento comercial, a fin de facilitar la recolección de la información, para tal efecto se presentan los establecimientos investigados con su respectivo código:

| ARTICULO                 |         |                            |
|--------------------------|---------|----------------------------|
| <b>CODIGO: 307001</b>    |         |                            |
| <b>NOMBRE: DACRON</b>    |         |                            |
| <b>CANT./PESO: YARDA</b> |         |                            |
| No.                      | CODIGO  | NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO |
| 1                        | 6010142 | ALMACEN TORREON            |
| 2                        | 6010345 | CONSTANTINO CHAIN          |
| 3                        | 6010121 | ALMACENES SIMAN            |
| 4                        | 6010157 | EL CENTRO TEXTIL           |
| 5                        | 6010396 | ALMACEN NORMA              |
| 6                        | 6010120 | ALMACEN SIMAN              |
| 7                        | 6010155 | CONSTANTINO CHAIN          |
| 8                        | 5010032 | NOVEDADES ELSA ESTHER      |

La información fue procesada por el Centro de Investigación y Opinión Pública (CIOPS), y se encargó de proporcionar al grupo un cuadro resumen sobre los

datos investigados en los establecimientos comerciales del Área Metropolitana de San Salvador AMSS.

#### **4.5.2 Entrada de datos**

La entrada de datos se ha desarrollado a través de cuatro boletas: No. 1 Alimentos, No. 2 Vivienda, No. 3 Vestuario, No. 4 Misceláneos (según anexo 1-A), que presentan las características del producto Dacrón así como el precio que experimenta mensualmente, mismas que fueron procesadas por el CIOPS en sus Sistemas informático de datos.

#### **4.5.3 Consistencia de la información digitada**

Para darle mayor consistencia a la información se fijaron fechas y lugar de salida para realizar cada una de las investigaciones, posteriormente se entregaron las boletas con los datos recolectados al CIOPS para que las incorpore dentro de sus Sistemas informáticos. Al obtener la información consolidada de la investigación se realizaron cuadros y gráficas para corroborar la consistencia (ver cuadro resumen de resultados).

#### **4.5.4 Indicadores a obtener para la evaluación del impacto**

- ✓ Precio: Asignado por cada establecimiento comercial según las especificaciones del producto.
- ✓ Ubicación de los establecimientos comerciales: Correspondientes al Área Metropolitana de San Salvador –AMSS
- ✓ Producto: Una yarda de tela de Dacrón, ancho 55, que depende de la densidad con la cual ha sido elaborada.

### **5. EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA**

#### **5.1 Análisis de la información**

Con la tabulación de los datos, se presenta un análisis e interpretación de los resultados, donde se conoce las variaciones en los precios experimentados por el producto Dacrón, en los meses utilizados para la investigación (diciembre/01, enero/02, febrero/02 y marzo/02).

## 5.2 Presentación de los resultados

Los resultados de la investigación se presentan en forma agrupada a través de cuadros, con la finalidad de evidenciar las variaciones que reflejan los precios de la tela de Dacrón de un mes con relación a otros y entre los diferentes establecimientos comerciales, estas variaciones se presentan en colones y de forma porcentual.(ver cuadro 1-8). Asimismo se presentan en forma gráfica los resultados, haciendo uso los gráficos de barra, para facilitar su interpretación. (ver gráficas 1-8)

### CUADRO RESUMEN DE RESULTADOS

| Ver gráfica No. | Código  | Establecimiento     | PRECIO (DACRON)   |                   |                   |                  |
|-----------------|---------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
|                 |         |                     | Primera Investig. | Segunda Investig. | Tercera Investig. | Cuarta Investig. |
| 1.              | 6010142 | Almacén Torreón     | ¢14.95            | ¢14.95            | ¢14.95            | ¢14.55           |
| 2.              | 6010345 | Constantino Chain   | ¢19.90            | ¢19.90            | ¢19.90            | ¢19.90           |
| 3.              | 6010121 | Almacén Simán       | ¢26.25            | ¢26.25            | ¢26.50            | ¢26.55           |
| 4.              | 6010157 | El Centro Textil    | ¢18.00            | ¢19.00            | ¢18.00            | ¢18.00           |
| 5.              | 6010396 | Almacén Norma       | ¢14.95            | ¢15.00            | ¢15.00            | ¢15.00           |
| 6.              | 6010120 | Almacén Simán       | ¢17.50            | ¢17.50            | ¢17.50            | ¢17.50           |
| 7.              | 6010155 | Constantino Chain   | ¢19.90            | ¢20.05            | ¢22.00            | ¢19.90           |
| 8.              | 5010032 | Novedad Elsa Esther | ¢14.00            | ¢14.00            | ¢14.00            | ¢14.00           |

## 5.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación, se conoció que existe variación en el precio asignado al producto Dacrón entre los ocho establecimientos comerciales visitado considerados como muestra, así como

una variación en el precio del producto de un mes con relación a otro dentro del mismo establecimiento comercial.

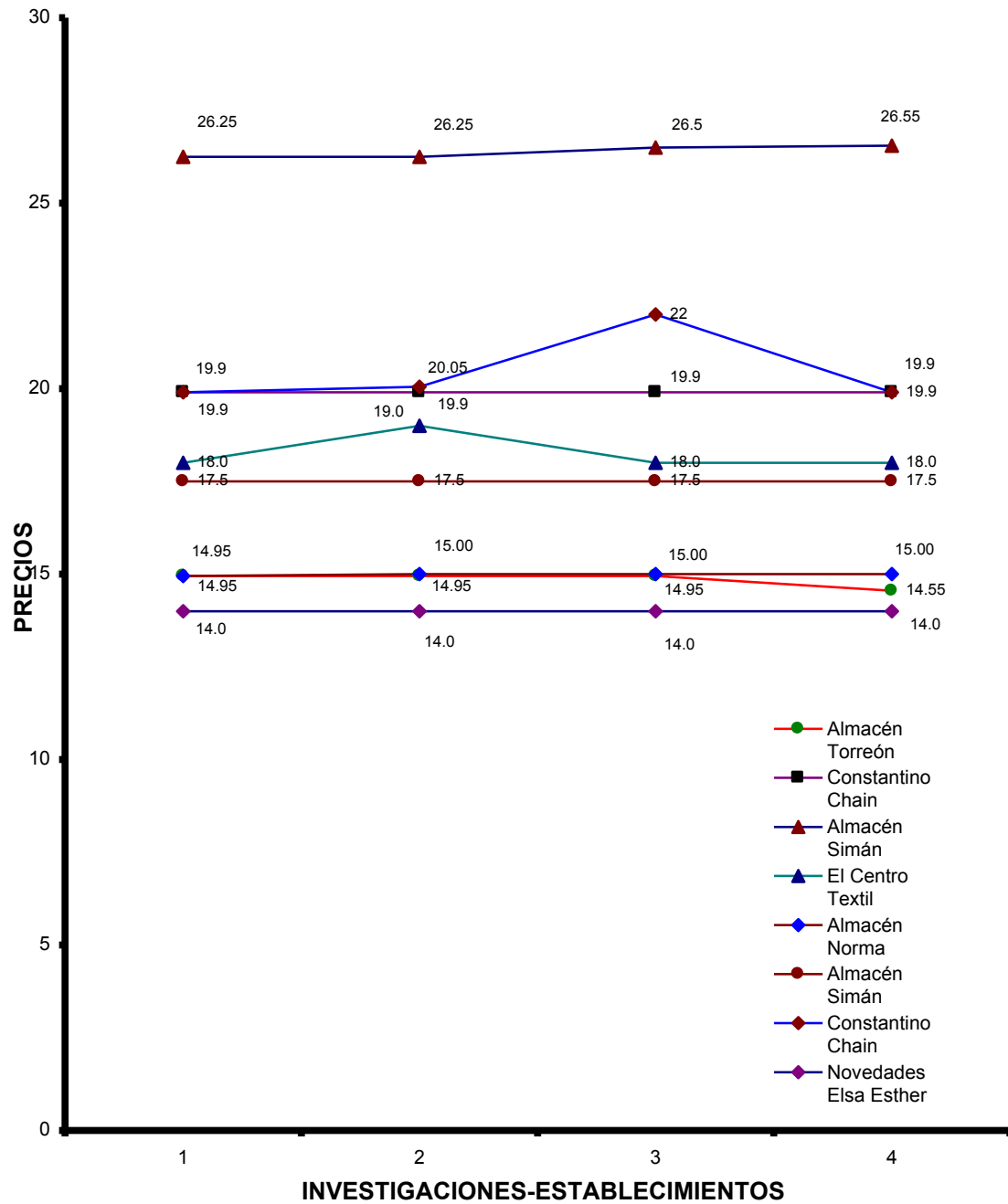
El nivel de precios para la adquisición del producto oscila entre los ¢14.00 y ¢22.00, éste depende del establecimiento comercial o sucursal donde se compre. Como se observa el “Almacén Constantino Chain”, presenta variación en el precio durante el mismo mes entre una sucursal y otra, por ejemplo el mes febrero en la sucursal Metrocentro, posee un precio de ¢22.00 y la sucursal centro mantiene durante toda la investigación el precio de ¢19.90 la yarda.

Con relación a los resultados recolectados en la sucursal de Simán Metrocentro, se observa que los precios se encuentran completamente alejados del resto de establecimientos, esto obedece a que el producto posee diferentes características (densidad de la tela), que son tomadas en cuenta al momento de asignarles el precio de venta y para el caso se investigó el mismo artículo pero con diferente característica.

Para la investigación fue necesario realizar un cambio en las especificaciones del producto, debido a que la yarda de Dacrón ancho '45, ya no existe en el mercado y en su defecto se investiga el ancho '55.

En la siguiente gráfica se presenta el detalle de los resultados obtenidos:

**PRECIOS DEL PRODUCTO TELA DE DACRON EN LOS  
ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES  
(Expresado en Colones)**



En el siguiente cuadro se establecen los promedios en los precios obtenidos por cada mes en los establecimientos comerciales:

**CUADRO PROMEDIO DE PRECIOS POR MES**  
(En colones)

| ESTABLECIMIENTO     | DICIEMBRE/01  | ENERO/02      | FEBRERO/02    | MARZO/02      |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Almacén Torreón     | ¢14.95        | ¢14.95        | ¢14.95        | ¢14.55        |
| Constantino Chain   | ¢19.90        | ¢19.90        | ¢19.90        | ¢19.90        |
| El Centro Textil    | ¢18.00        | ¢19.00        | ¢18.00        | ¢18.00        |
| Almacén Norma       | ¢14.95        | ¢15.00        | ¢15.00        | ¢15.00        |
| Almacén Simán       | ¢17.50        | ¢17.50        | ¢17.50        | ¢17.50        |
| Constantino Chain   | ¢19.90        | ¢20.05        | ¢22.00        | ¢19.90        |
| Novedad Elsa Esther | ¢14.00        | ¢14.00        | ¢14.00        | ¢14.00        |
| <b>PROMEDIO</b>     | <b>¢17.00</b> | <b>¢17.20</b> | <b>¢17.34</b> | <b>¢16.98</b> |

**Análisis:**

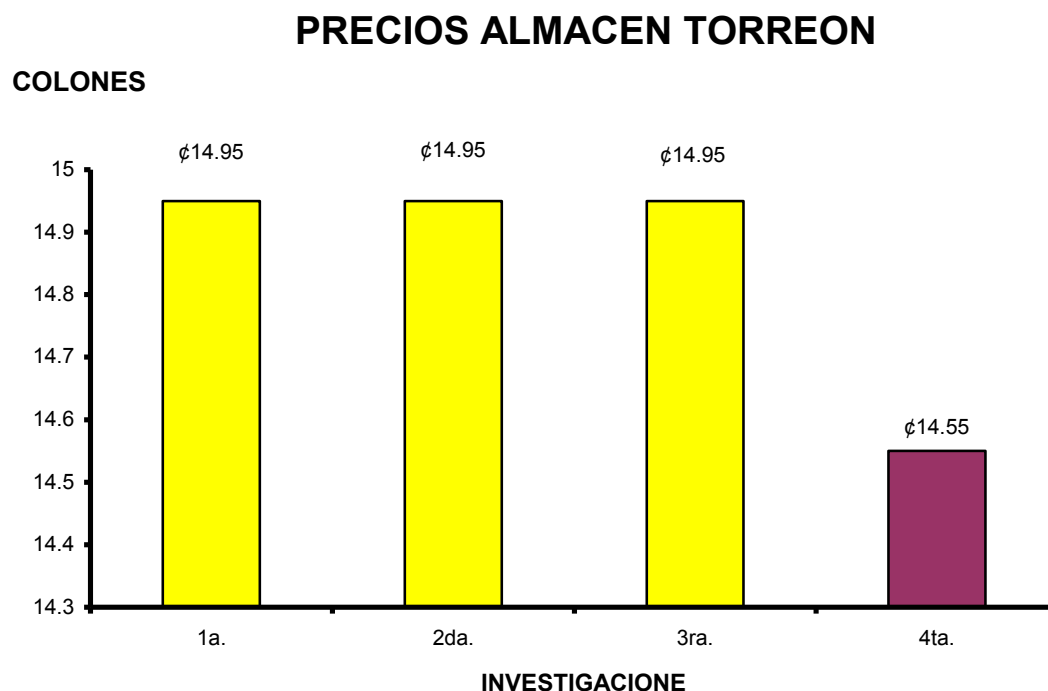
El promedio general del precio en el producto tela de Dacrón durante el mes de diciembre/01 asciende a ¢17.00, cantidad que se aumenta para los meses de enero y febrero/02 a ¢17.20 y ¢17.34 respectivamente, experimentando una reducción para el mes de marzo/02, donde el promedio llega a ¢16.98.

En el promedio general de los precios, se excluyó los resultados obtenidos en “Almacenes Simán” sucursal Metrocentro, por presentar precios alejados del nivel general.

## VARIACIONES ENCONTRADAS EN LOS PRECIOS DEL PRODUCTO DACRON

**Cuadro No. 1**

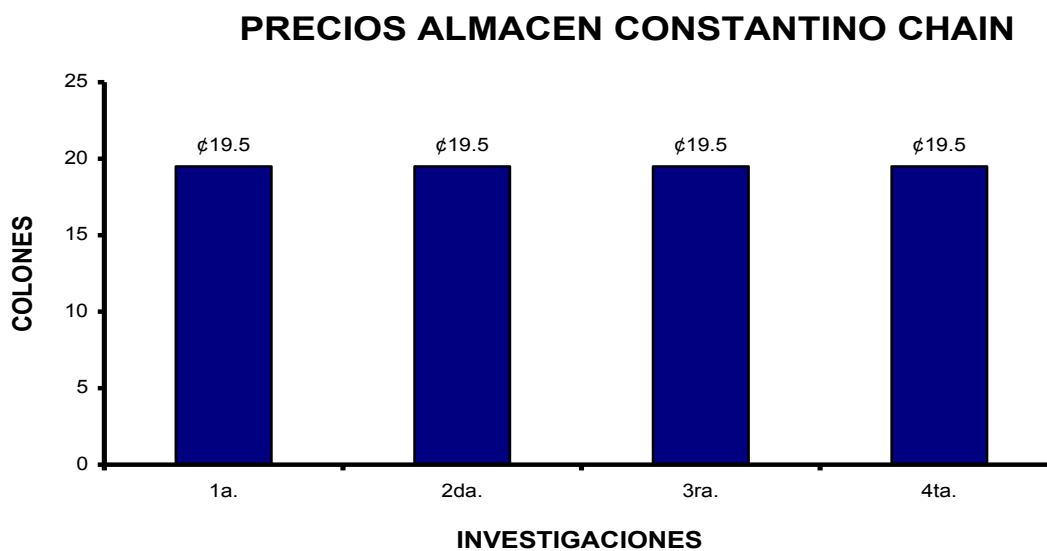
| <b>ESTABLECIMIENTO: ALMACEN TORREON</b><br><b>CODIGO: 6010142</b><br><b>NOMBRE: DACRON</b><br><b>CANT./PESO: YARDA</b> |        |                           |                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------------------------|---------------------------|
| Fecha<br>Investigación                                                                                                 | Precio | Variación<br>(en Colones) | Variación<br>(Porcentual) |
| 15/12/2001                                                                                                             | ¢14.95 | Base                      | Base                      |
| 26/01/2002                                                                                                             | ¢14.95 | 0.00                      | 0.00                      |
| 23/02/2002                                                                                                             | ¢14.95 | 0.00                      | 0.00                      |
| 16/03/2002                                                                                                             | ¢14.55 | (0.40)                    | (2.75%)                   |

**Gráfica No. 1****Análisis 1:**

Según muestra la gráfica el almacén Torreón ubicado en San Salvador, sucursal Centro ha mantenido el precio de la tela Dacrón durante los primeros tres meses investigados en ₡ 14.95, sin embargo para la cuarta investigación realizada en el mes de marzo/02 el precio tiene una disminución del 2.75% con relación al mes anterior.

**Cuadro No. 2**

| <b>ESTABLECIMIENTO: CONSTANTINO CHAIN</b> |                |                           |                           |
|-------------------------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>CODIGO:</b>                            | <b>6010345</b> |                           |                           |
| <b>NOMBRE:</b>                            | <b>DACRON</b>  |                           |                           |
| <b>CANT./PESO:</b>                        | <b>YARDA</b>   |                           |                           |
| Fecha<br>Investigación                    | Precio         | Variación<br>(en Colones) | Variación<br>(Porcentual) |
| 15/12/2001                                | ¢19.90         | Base                      | Base                      |
| 26/01/2002                                | ¢19.90         | 0.0                       | 0.0                       |
| 23/02/2002                                | ¢19.90         | 0.0                       | 0.0                       |
| 16/03/2002                                | ¢19.90         | 0.0                       | 0.0                       |

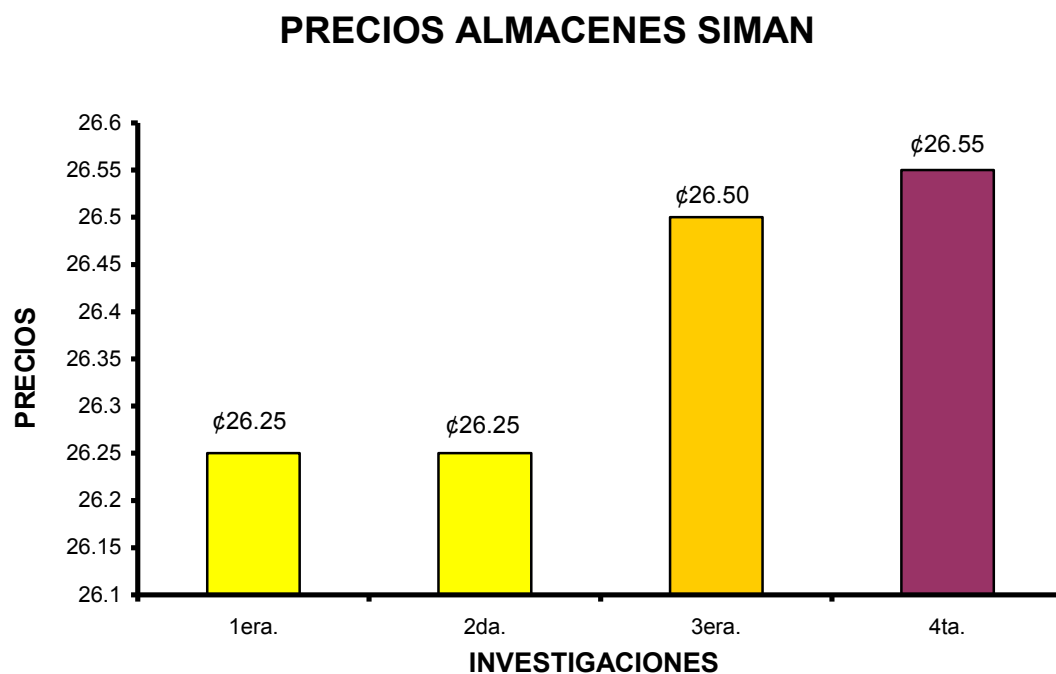
**Gráfica No. 2**

## Análisis 2:

En la información proporcionada en el almacén Constantino Chain Sucursal Centro, los precios del producto Dacrón se mantuvieron en ¢19.50, sin sufrir ninguna variación en los periodos considerados de mayor demanda, como son los meses de enero y febrero por el inicio del año escolar.

**Cuadro No. 3**

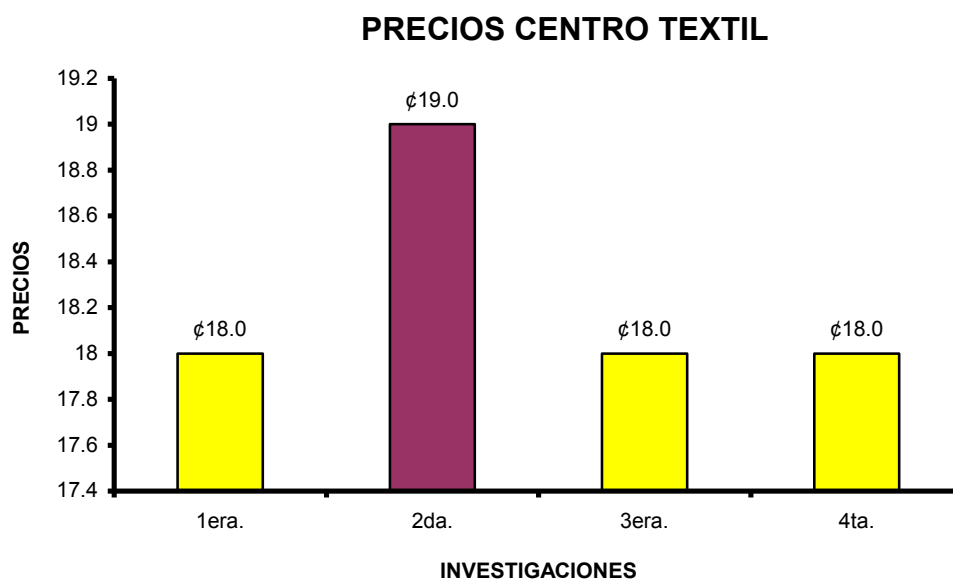
| <b>ESTABLECIMIENTO: ALMACENES SIMAN</b> |                |                           |                           |
|-----------------------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>CODIGO:</b>                          | <b>6010121</b> |                           |                           |
| <b>NOMBRE:</b>                          | <b>DACRON</b>  |                           |                           |
| <b>CANT./PESO:</b>                      | <b>YARDA</b>   |                           |                           |
| Fecha<br>Investigación                  | Precio         | Variación<br>(en Colones) | Variación<br>(Porcentual) |
| 15/12/2001                              | ¢26.25         | Base                      | Base                      |
| 26/01/2002                              | ¢26.25         | ¢0.00                     | 0.0%                      |
| 23/02/2002                              | ¢26.50         | ¢0.25                     | 0.96%                     |
| 16/03/2002                              | ¢26.55         | ¢0.05                     | 0.19%                     |

**Gráfica No. 3****Análisis 3:**

Los resultados obtenidos en Almacenes Simán, sucursal Metrocentro, están alejados de los otros precios obtenidos, debido a que el mismo producto posee diferente densidad con relación a su estilo, por lo tanto este resultado no es considerado representativo dentro de la investigación.

**Cuadro No. 4**

| <b>ESTABLECIMIENTO: EL CENTRO TEXTIL</b> |                |                           |                           |
|------------------------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>CODIGO:</b>                           | <b>6010157</b> |                           |                           |
| <b>NOMBRE:</b>                           | <b>DACRON</b>  |                           |                           |
| <b>CANT./PESO:</b>                       | <b>YARDA</b>   |                           |                           |
| Fecha<br>Investigación                   | Precio         | Variación<br>(en Colones) | Variación<br>(Porcentual) |
| 15/12/2001                               | ¢18.00         | Base                      | Base                      |
| 26/01/2002                               | ¢19.00         | ¢1.00                     | 5.56%                     |
| 23/02/2002                               | ¢18.00         | (¢1.00)                   | (5.56%)                   |
| 16/03/2002                               | ¢18.00         | ¢0.00                     | 0.0%                      |

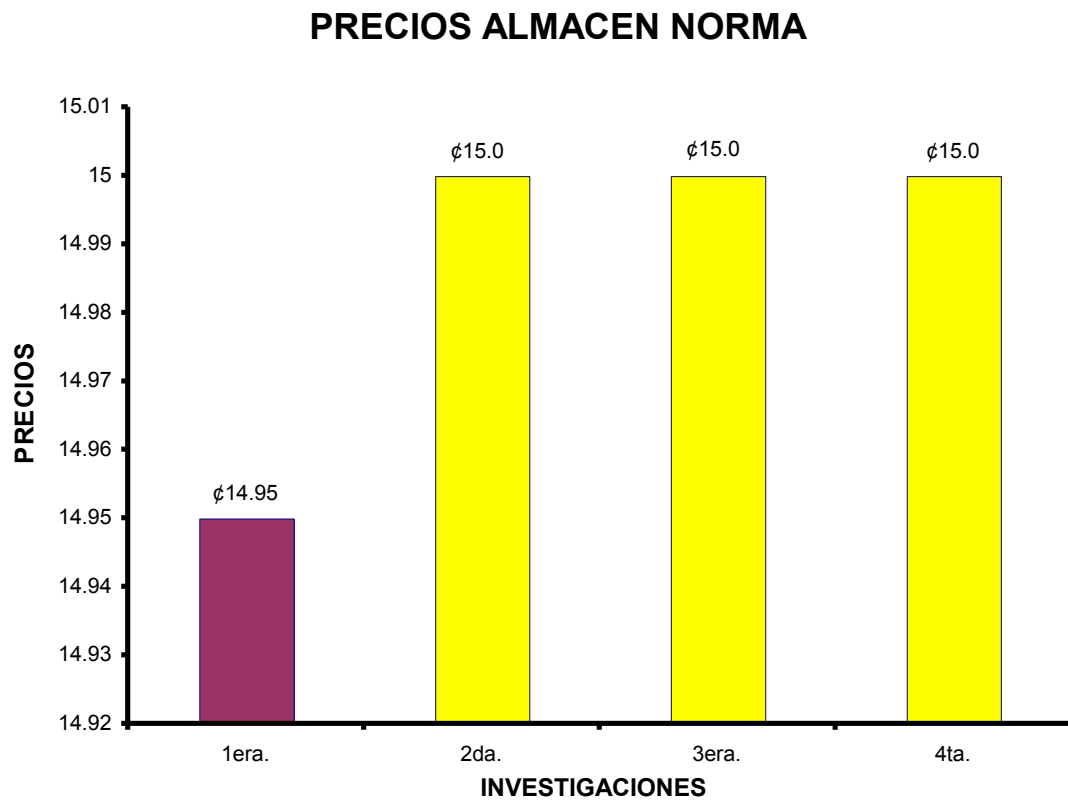
**Gráfica No. 4**

#### Análisis 4:

En los datos que presenta la gráfica, se observa que el “Centro Textil” sucursal Rubén Darío, incrementó los precios durante el mes de enero en ¢1.00 equivalente al 5.56% con relación al precio experimentado en el mes de diciembre/01, se atribuye a la demanda que generalmente existe a inicios de cada año, para el mes de febrero que corresponde a la tercera investigación, los precios nuevamente presentan una reducción de ¢1.00 equivalente al 5.56% con relación al mes anterior, mismo precio que se mantiene en el mes de marzo.

**Cuadro No. 5**

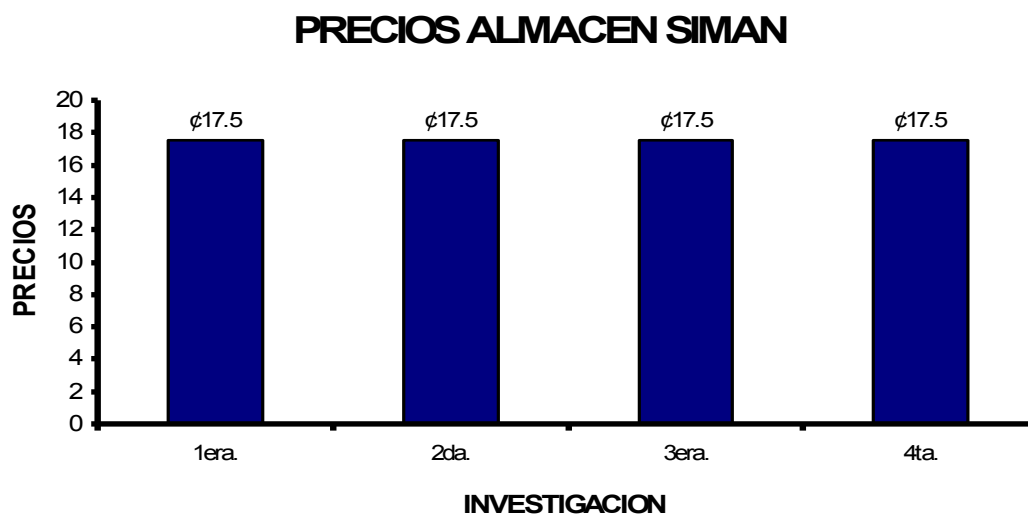
| ESTABLECIMIENTO: ALMACENES NORMA |                |                           |                           |
|----------------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>CODIGO:</b>                   | <b>6010345</b> |                           |                           |
| <b>NOMBRE:</b>                   | <b>DACRON</b>  |                           |                           |
| <b>CANT./PESO:</b>               | <b>YARDA</b>   |                           |                           |
| Fecha<br>Investigación           | Precio         | Variación<br>(en Colones) | Variación<br>(Porcentual) |
| 15/12/2001                       | ¢14.95         | Base                      | Base                      |
| 26/01/2002                       | ¢15.00         | 0.05                      | 0.34%                     |
| 23/02/2002                       | ¢15.00         | 0.00                      | 0.00                      |
| 16/03/2002                       | ¢15.00         | 0.00                      | 0.00                      |

**Gráfica No. 5****Análisis 5:**

El Almacén Norma ubicado en la Avenida España, presenta los precios de venta con un incremento en el mes de enero en 0.34% equivalente a ¢0.5 ctvs. con relación al mes anterior diciembre/01, dicha variación se mantiene en los meses siguientes con un precio de ¢15.00.

**Cuadro No. 6**

| <b>ESTABLECIMIENTO: ALMACENES SIMAN</b> |                |                           |                           |
|-----------------------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>CODIGO:</b>                          | <b>6010120</b> |                           |                           |
| <b>NOMBRE:</b>                          | <b>DACRON</b>  |                           |                           |
| <b>CANT./PESO:</b>                      | <b>YARDA</b>   |                           |                           |
| Fecha<br>Investigación                  | Precio         | Variación<br>(en Colones) | Variación<br>(Porcentual) |
| 15/12/2001                              | ¢17.50         | Base                      | Base                      |
| 26/01/2002                              | ¢17.50         | ¢0.00                     | 0.0%                      |
| 23/02/2002                              | ¢17.50         | ¢0.00                     | 0.0%                      |
| 16/03/2002                              | ¢17.50         | ¢0.00                     | 0.0%                      |

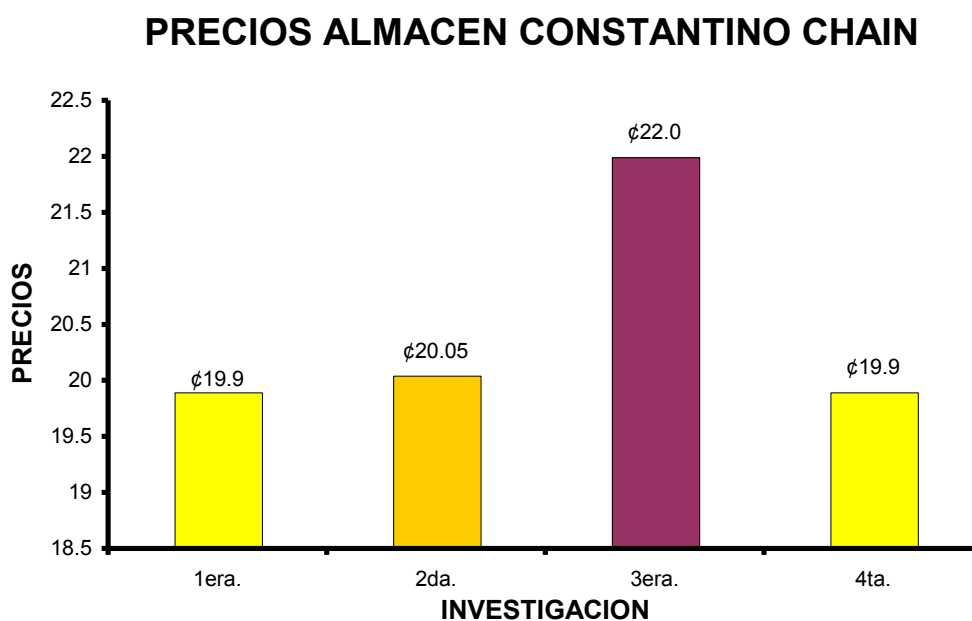
**Gráfica No. 6**

### **Análisis 6:**

En Almacenes Simán sucursal Centro, no presenta incremento en los precios del producto Dacrón en los meses investigados, manteniendo nivel intermedio con relación a los otros siete establecimientos comerciales; sin embargo para el mes de enero y febrero dicho almacén aplicó un porcentaje de descuento del 20% sobre el precio normal de ¢17.50 que poseía, que para efectos de la investigación, se consideró sin descuento.

**Cuadro No. 7**

| <b>ESTABLECIMIENTO: CONSTANTINO CHAIN</b> |                |                           |                           |
|-------------------------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>CODIGO:</b>                            | <b>6010155</b> |                           |                           |
| <b>NOMBRE:</b>                            | <b>DACRON</b>  |                           |                           |
| <b>CANT./PESO:</b>                        | <b>YARDA</b>   |                           |                           |
| Fecha<br>Investigación                    | Precio         | Variación<br>(en Colones) | Variación<br>(Porcentual) |
| 15/12/2001                                | ¢19.90         | Base                      | Base                      |
| 26/01/2002                                | ¢20.05         | ¢0.15                     | 0.76%                     |
| 23/02/2002                                | ¢22.00         | ¢4.85                     | 9.73%                     |
| 16/03/2002                                | ¢19.90         | (¢5.00)                   | (9.54%)                   |

**Gráfica No. 7****Análisis 7:**

En los resultados obtenidos en el almacén Constantino Chain Sucursal Metrocentro, el producto experimentó un incremento de ¢0.15 ctvs. equivalente al 0.76% para el mes de enero/02 con relación al mes de diciembre del año anterior, para el mes de febrero, este sufre un incremento de ¢4.85 equivalente al 9.73%, logrando disminuir el nivel de precio para el mes de marzo en un 9.54%, alcanzando un equilibrio con el mes de diciembre, meses considerados con menos demanda del producto.

**Cuadro No. 8**

| <b>ESTABLECIMIENTO: NOVEDADES ELSA ESTHER</b> |                |                           |                           |
|-----------------------------------------------|----------------|---------------------------|---------------------------|
| <b>CODIGO:</b>                                | <b>6010032</b> |                           |                           |
| <b>NOMBRE:</b>                                | <b>DACRON</b>  |                           |                           |
| <b>CANT./PESO:</b>                            | <b>YARDA</b>   |                           |                           |
| Fecha<br>Investigación                        | PRECIO         | Variación<br>(en Colones) | Variación<br>(porcentual) |
| 15/12/2001                                    | ¢14.00         | Base                      | Base                      |
| 26/01/2002                                    | ¢14.00         | ¢0.00                     | 0.0%                      |
| 23/02/2002                                    | ¢14.00         | ¢0.00                     | 0.0%                      |
| 16/03/2002                                    | ¢14.00         | ¢0.00                     | 0.0%                      |

**Gráfica No. 8**

**Análisis 8:**

Los precios encontrados al momento de realizar la investigación en “Novedades Elsa Esther” ubicado frente al parque Daniel Hernández de Santa Tecla, son considerados los más bajos del mercado de la muestra seleccionada, que no experimentan variación ya que el precio se mantiene en ¢14.00.

## **CAPITULO III**

### **IMPORTANCIA DEL GRUPO VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS, SUBGRUPO TELA PARA CONFECCIONAR ROPA, PRODUCTO DACRON, EN LA DETERMINACION DEL INDICE INFLACIONARIO EN EL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR.**

#### **1. GENERALIDADES**

##### **1.1 Importancia del Bien**

El Salvador, posee diversas áreas productivas que integran su actividad económica, una de ellas es la industria textil que por su gran demanda de mano de obra ayuda a la disminución de los altos índices de desempleo. Entre su materia prima utiliza la tela de Dacrón, que es producida y comercializada por la empresa Industrias Unidas, S.A. de C.V.; quien la distribuye a nivel nacional e internacional, logrando con ello unir los lazos comerciales con diferentes países, dentro del marco de la globalización.

Su mayor demanda es experimentada en los inicios de la época escolar, ya que por tradición es la tela reconocida, para la elaboración de camisas utilizadas como uniformes escolares. Su precio bajo dentro del mercado de telas, es uno de los factores que la constituyen como un producto de consumo popular,

alcanzando una demanda aún cuando exista diversidad de clases de telas que se pueden utilizar para el mismo fin.

Uno de los criterios utilizados para medir la importancia de los productos que forman parte de la Canasta de Mercado, es que de los 241 bienes y servicios que constituyen el 100%, cada uno debe poseer una representatividad mayor del 0.01%; la ponderación que alcanza el producto tela de Dacrón, es un 0.2100% con relación al total de los productos, lo que significa que supera el porcentaje mínimo para integrar la Canasta de Mercado.

Este producto es considerado de consumo secundario, y en los últimos años su demanda se ha visto reducida, pero no por ello el producto deja de poseer un nivel de importancia dentro de la Canasta de Mercado, reflejándolo en la ponderación asignada dentro del IPC general.

## **1.2 Comportamiento Histórico de los Precios del Bien**

Por su demanda el producto Dacrón, es uno de los bienes incluidos en la canasta de mercado, dándole seguimiento al comportamiento que presenta dentro del IPC general.

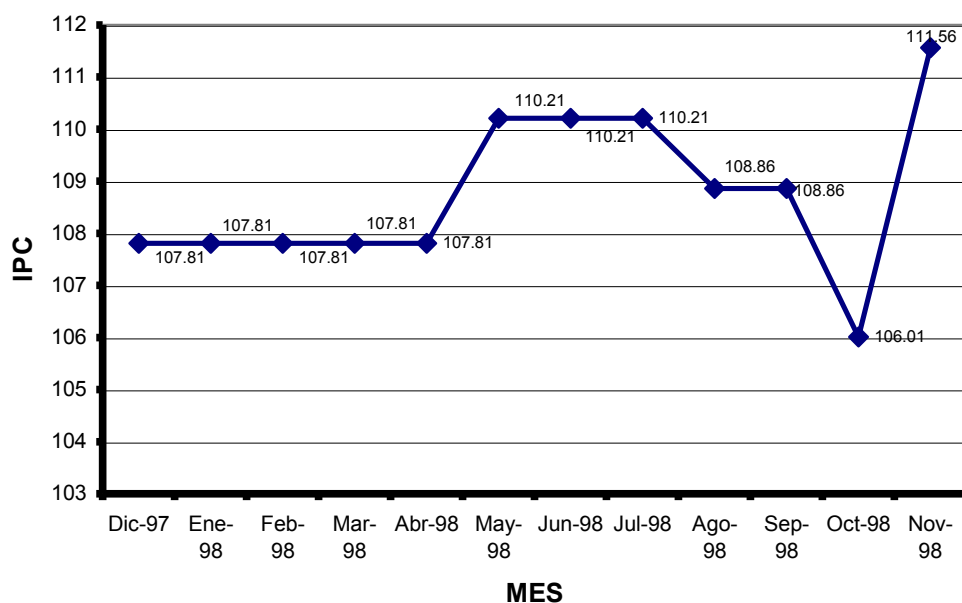
Se detallan los datos históricos que refleja el IPC del producto, desde el mes diciembre de 1997 hasta febrero del 2002. ( Los datos para elaborar el IPC del producto, se presentan en el anexo No. 4)

### **Cuadro No. 1**

#### **Indice de Precios del Producto Dacrón año 1997 - 1998**

| <b>MES</b>      | <b>IPC<sub>PRODUCTO</sub></b> |
|-----------------|-------------------------------|
| Diciembre/97    | 107.81                        |
| Enero/98        | 107.81                        |
| Febrero/98      | 107.81                        |
| Marzo/98        | 107.81                        |
| Abril/98        | 107.81                        |
| Mayo/98         | 110.21                        |
| Junio/98        | 110.21                        |
| Julio/98        | 110.21                        |
| Agosto/98       | 108.86                        |
| Septiembre/98   | 108.86                        |
| Octubre/98      | 106.01                        |
| Noviembre/98    | 111.56                        |
| Diciembre/98    | 111.56                        |
| <b>PROMEDIO</b> | <b>109.06</b>                 |

Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos

**Gráfica 1****IPC GENERAL PRODUCTO TELA 1997-1998**

0

Como se puede apreciar en la gráfica, al finalizar diciembre de 1997 el IPC del producto Dacrón es de 107.81, mismo que se mantuvo durante el primer trimestre de 1998, sin embargo para los meses siguientes presentó un incremento, alcanzando un máximo durante de noviembre y diciembre/98 de 111.56, y para octubre un IPC de 106.01, considerado como el más bajo del año.

El promedio general del IPC durante el año 1998 es de 109.06, al realizar una comparación con el IPC de los años siguientes, vamos ha encontrar que el año 1998, es donde se experimenta un mayor promedio del IPC.

Los índices de precios del producto Dacrón reflejados en el año de 1999 son los siguientes:

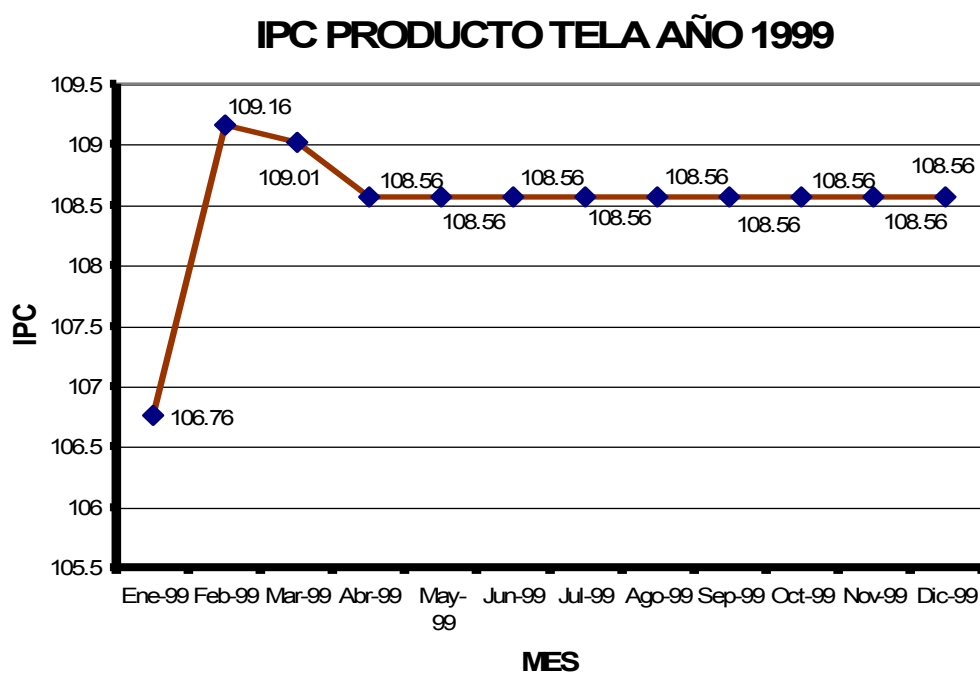
## Cuadro No. 2

### Índice de Precios del Producto Dacrón año 1999

| MES             | IPC <sub>PRODUCTO</sub> |
|-----------------|-------------------------|
| Enero           | 106.76                  |
| Febrero         | 109.16                  |
| Marzo           | 109.01                  |
| Abril           | 108.56                  |
| Mayo            | 108.56                  |
| Junio           | 108.56                  |
| Julio           | 108.56                  |
| Agosto          | 108.56                  |
| Septiembre      | 108.56                  |
| Octubre         | 108.56                  |
| Noviembre       | 108.56                  |
| Diciembre       | 108.56                  |
| <b>PROMEDIO</b> | <b>108.50</b>           |

Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos

Gráfica 2



Durante el año 1999 el IPC del producto Dacrón presenta su mayor nivel en el mes de febrero con 109.16 y un nivel mínimo durante el mes de enero cuando llegó a 106.76, según muestra la gráfica en el mes de abril a diciembre del mismo año el IPC se mantiene en 108.56, y el promedio general asciende a 108.50.

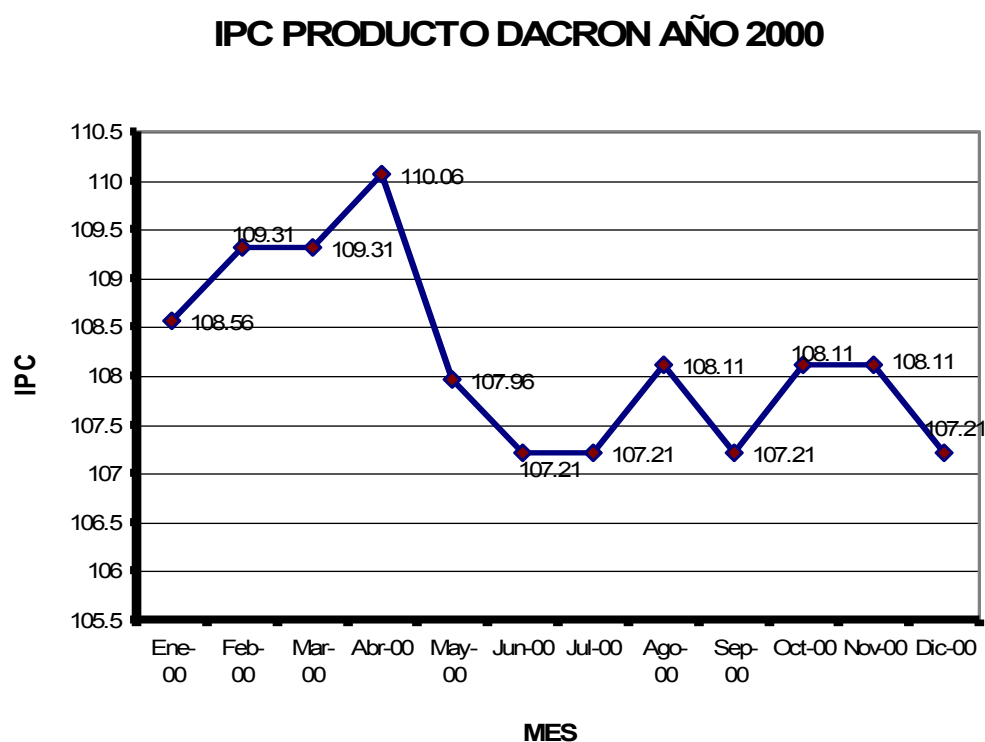
Para el año 2000, el producto Dacrón presenta los siguientes datos:

### Cuadro No. 3

#### Indice de Precios del Producto Dacrón año 2000

| MES             | IPC <sub>PRODUCTO</sub> |
|-----------------|-------------------------|
| Enero           | 108.56                  |
| Febrero         | 109.31                  |
| Marzo           | 109.31                  |
| Abril           | 110.06                  |
| Mayo            | 107.96                  |
| Junio           | 107.21                  |
| Julio           | 107.21                  |
| Agosto          | 108.11                  |
| Septiembre      | 107.21                  |
| Octubre         | 108.11                  |
| Noviembre       | 108.11                  |
| Diciembre       | 107.21                  |
| <b>PROMEDIO</b> | <b>108.19</b>           |

Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos

**Gráfica 3**

La gráfica muestra como en los primeros meses del año 2000, existe incrementos del 0.69% del IPC del producto entre enero y febrero, alcanzando un IPC de 110.06 para abril, considerados de mayor demanda del producto en estudio. Para los meses siguientes el índice alcanza un una reducción manteniendo un IPC entre 107.21 y 108.11.

Los datos obtenidos de la investigación realizada por la DIGESTY, para el año 2001 y los primeros meses del 2002, son los siguientes:

## Cuadro No. 4

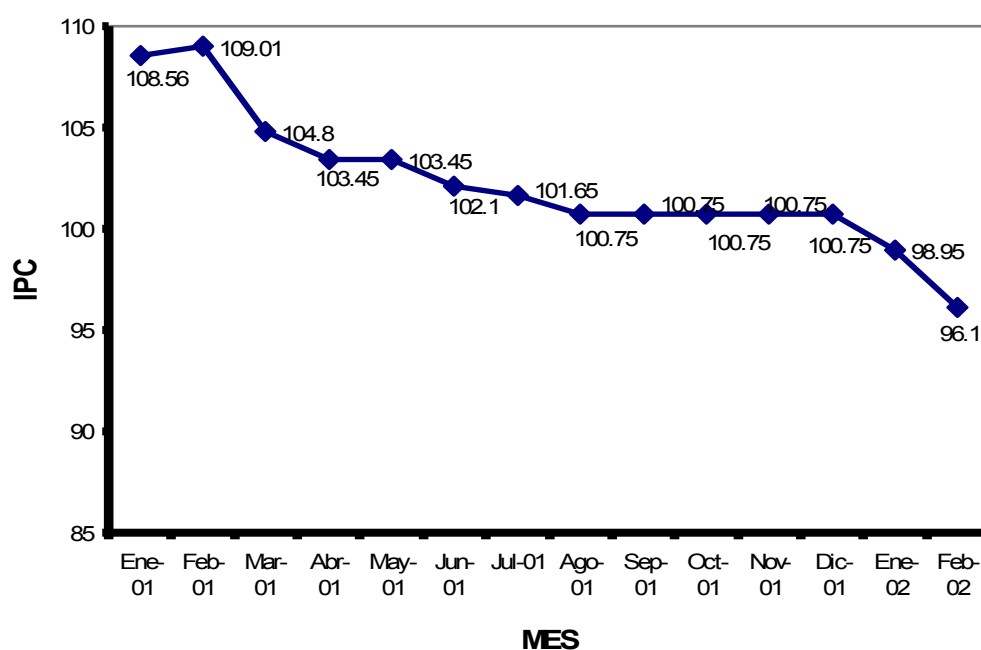
### Indice de Precios del Producto Dacrón año 2001- 2002

| MES             | IPC <sub>PRODUCTO</sub> |
|-----------------|-------------------------|
| Enero/01        | 108.56                  |
| Febrero/01      | 109.01                  |
| Marzo/01        | 104.80                  |
| Abril/01        | 103.45                  |
| Mayo/01         | 103.45                  |
| Junio/01        | 102.10                  |
| Julio/01        | 101.65                  |
| Agosto/01       | 100.75                  |
| Septiembre/01   | 100.75                  |
| Octubre/01      | 100.75                  |
| Noviembre/01    | 100.75                  |
| Diciembre/01    | 100.75                  |
| Enero/02        | 98.95                   |
| Febrero/02      | 96.10                   |
| <b>PROMEDIO</b> | <b>102.28</b>           |

Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos

Gráfica 4

## IPC PRODUCTO TELA AÑO 2001- 2002



De acuerdo a los datos presentados en la gráfica anterior, se puede observar que para este año hubo una reducción del IPC del producto, con relación a los años anteriores, este comportamiento se debe a diversos aspectos como son los dos terremotos ocurridos en los primeros meses del año, aunque los efectos de este problema se pueden ver reflejados en los meses siguientes, donde el IPC luego de presentar un índice de 108.56 para el mes de enero/01, alcanza un 98.95 para enero/02.

## **2. Determinación de la Importancia del Precio del Producto en el IPC.**

### **2.1 Definición de Variables**

Las variables que determinan el impacto e influencia que posee el producto Dacrón en el Índice de Precios al Consumidor son las siguientes:

- a) La variación mensual en términos porcentuales que muestra el producto Dacrón con relación al mes inmediato anterior.
- b) La variación del índice del producto Dacrón con relación al período base.
- c) La importancia relativa del producto Dacrón dentro del IPC general.
- d) El comportamiento histórico del precio del producto Dacrón.
- e) Las diferentes especificaciones del producto investigado.
- f) El valor del IPC general de todos los productos.
- g) El precio

#### **2.1.1 Derivación de la Fórmula**

La fórmula utilizada para determinar la importancia que representa el precio del producto Dacrón en el IPC, se establece a partir de las variables mencionadas

anteriormente, formando una expresión funcional que se plantea de la siguiente manera:

$$\text{Impacto}_M = \frac{VM_i * \Delta IPC_i * IR_b(i)}{IPC_G}$$

$$\text{Impacto Acumulado (IA)} = \sum_{n=1}^j \text{Impacto}_M$$

Donde:

$\text{Impacto}_M =$  Impacto Mensual

(Expresada en términos porcentuales el impacto o la influencia que tiene las variaciones del precio del producto 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 período “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 que muestra el índice del producto o servicio analizado con relación al mes inmediato anterior)

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

(Expresa la variación que tiene el IPC del producto “i” analizado con relación a la base del mismo índice.

$IPC_t(i) =$  Índice de Precios al Consumidor del producto “i” en el período “t”

(Indica el Índice de Precios del producto analizado en el período actual “t” o período analizado)

$IPC_b(i) =$  Índice de Precios al Consumidor del producto “i” en el período

base “t” (Indica la base de comparación del índice)

$IR_b(i) =$  Importancia relativa del producto “i” en el Índice General de precios del período base.

(Indica la base de ponderación que el producto “i” tiene en el Índice General de Precios del período base)

IPC<sub>G</sub> = Índice de Precios al Consumidor General  
 (Es el Índice General de Precios de todos los productos y servicios durante el período analizado)

## 2.2 Determinación de la Importancia

Para determinar la importancia del producto Dacrón, utilizando la formula planteada anteriormente, es necesario establecer la Variación Mensual del producto, a través de la formula siguiente:

$$VM_i = \frac{\text{Mes Actual} - \text{Mes Anterior}}{\text{Mes Anterior}}$$

Para desarrollar la fórmula se utilizaron los datos del IPC del producto, del año 2001:

$$VM_{i(\text{Enero})} = \frac{\text{Enero/01} - \text{Diciembre/00}}{\text{Diciembre/00}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{Enero})} = \frac{108.56 - 107.21}{107.21} \times 100 = 1.25921$$

$$VM_{i(\text{feb})} = \frac{\text{Febrero/01} - \text{Enero/01}}{\text{Enero/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{feb})} = \frac{109.01 - 108.56}{108.56} \times 100 = \mathbf{0.41451}$$

$$VM_{i(\text{marzo})} = \frac{\text{Marzo/01} - \text{Febrero/01}}{\text{Febrero/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{marzo})} = \frac{104.80 - 109.01}{109.01} \times 100 = \mathbf{- 3.86203}$$

$$VM_{i(\text{abril})} = \frac{\text{Abril/01} - \text{Marzo/01}}{\text{Marzo/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{abril})} = \frac{103.45 - 104.80}{104.80} \times 100 = \mathbf{- 1.28816}$$

$$VM_{i(\text{mayo})} = \frac{\text{Mayo/01} - \text{Abril/01}}{\text{Abril/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{mayo})} = \frac{103.45 - 103.45}{103.45} \times 100 = \mathbf{0.00000}$$

$$VM_{i(\text{junio})} = \frac{\text{Junio/01} - \text{Mayo/01}}{\text{Mayo/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{junio})} = \frac{102.10 - 103.45}{103.45} \times 100 = \mathbf{- 1.30497}$$

$$VM_{i(\text{julio})} = \frac{\text{Julio/01} - \text{Junio/01}}{\text{Junio/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{julio})} = \frac{101.65 - 102.10}{102.10} \times 100 = \mathbf{- 0.44074}$$

$$VM_{i(\text{Agost})} = \frac{\text{Agosto/01} - \text{Julio/01}}{\text{Julio/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{Agost})} = \frac{100.75 - 101.65}{101.65} \times 100 = -0.88539$$

$$VM_{i(\text{Sept})} = \frac{\text{Septiembre/01} - \text{Agosto/01}}{\text{Agosto/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{Sept})} = \frac{100.75 - 100.75}{100.75} \times 100 = 0.00000$$

$$VM_{i(\text{Octub})} = \frac{\text{Octubre/01} - \text{Septiembre/01}}{\text{Septiembre/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{Octub})} = \frac{100.75 - 100.75}{100.75} \times 100 = 0.00000$$

$$VM_{i(\text{Nov})} = \frac{\text{Noviembre/01} - \text{Octubre/01}}{\text{Octubre/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{Nov})} = \frac{100.75 - 100.75}{100.75} \times 100 = \mathbf{0.00000}$$

$$VM_{i(\text{dic})} = \frac{\text{Diciembre/01} - \text{Noviembre/01}}{\text{Noviembre/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{dic})} = \frac{100.75 - 100.75}{100.75} \times 100 = \mathbf{0.0000\%}$$

$$VM_{i(\text{enero})} = \frac{\text{Enero/02} - \text{Diciembre/01}}{\text{Diciembre/01}} \times 100$$

$$VM_{i(\text{enero})} = \frac{98.95 - 100.75}{100.75} \times 100 = \mathbf{1.7866\%}$$

Para determinar el incremento del IPC del Producto para un período se utiliza la siguiente fórmula:

$$\Delta IPC_i = \frac{IPC_i}{IPC_{\text{Base}}}$$

Desarrollando la fórmula tenemos:

$$\Delta IPC_{i(\text{enero}/01)} = \frac{108.56}{100} = 1.0856$$

$$\Delta IPC_{i(\text{febr}/01)} = \frac{109.01}{100} = 1.0901$$

$$\Delta IPC_{i(\text{marzo}/01)} = \frac{104.80}{100} = 1.0480$$

$$\Delta IPC_{i(\text{abril}/01)} = \frac{103.45}{100} = 1.0345$$

$$\Delta IPC_{i(\text{mayo}/01)} = \frac{103.45}{100} = 1.0345$$

$$\Delta IPC_{i(\text{junio}/01)} = \frac{102.10}{100} = 1.0210$$

$$\Delta IPC_{i(\text{julio}/01)} = \frac{101.65}{100} = 1.0165$$

$$\Delta IPC_{i(\text{Agosto}/01)} = \frac{100.75}{100} = 1.0075$$

$$\Delta IPC_{i(\text{sept}/01)} = \frac{100.75}{100} = 1.0075$$

$$\Delta IPC_{i(\text{octub}/01)} = \frac{100.75}{100} = 1.0075$$

$$\Delta IPC_{i(\text{Nov}/01)} = \frac{100.75}{100} = 1.0075$$

$$\Delta IPC_{i(\text{dic}/01)} = \frac{100.75}{100} = \mathbf{1.0075}$$

$$\Delta IPC_{i(\text{enero})} = \frac{98.75}{100} = \mathbf{0.9895}$$

Aplicando la Variación Mensual del producto y el incremento del IPC del producto a la fórmula original tenemos:

$$IM = \frac{[(VM_i) * (\Delta IPC_i) * (IR_{b(i)})]}{IPC_G}$$

$$IM_{(\text{enero}/01)} = \frac{1.25921 \times 1.0856 \times 0.2100}{162.92} = \mathbf{0.001762\%}$$

$$IM_{(\text{feb}/01)} = \frac{0.41451 \times 1.0901 \times 0.2100}{162.63} = \mathbf{0.000583\%}$$

$$IM_{(\text{marzo}/01)} = \frac{-3.86203 \times 1.0480 \times 0.2100}{162.96} = \mathbf{-0.0052157\%}$$

$$IM_{(\text{abril}/01)} = \frac{-1.28816 \times 1.0345 \times 0.2100}{163.18} = \mathbf{-0.001714\%}$$

$$IM_{(\text{mayo}/01)} = \frac{0.0000 \times 1.0210 \times 0.2100}{163.44} = \mathbf{0.0000\%}$$

$$IM_{(\text{junio}/01)} = \frac{-1.30497 \times 1.0165 \times 0.2100}{163.66} = -0.001702\%$$

$$IM_{(\text{julio}/01)} = \frac{-0.88539 \times 1.0075 \times 0.2100}{163.61} = -0.001144\%$$

$$IM_{(\text{agosto}/01)} = \frac{0.0000 \times 1.0075 \times 0.2100}{164.16} = 0.0000\%$$

$$IM_{(\text{Sept}/01)} = \frac{0.0000 \times 1.0075 \times 0.2100}{164.16} = 0.0000\%$$

$$IM_{(\text{Oct}/01)} = \frac{0.0000 \times 1.0075 \times 0.2100}{162.65} = 0.0000\%$$

$$IM_{(\text{Nov}/01)} = \frac{0.0000 \times 1.0075 \times 0.2100}{164.09} = 0.0000\%$$

$$IM_{(\text{dic}/01)} = \frac{0.0000 \times 1.0075 \times 0.2100}{162.31} = 0.0000\%$$

$$IM_{(\text{enero}/02)} = \frac{1.7860 \times 0.9895 \times 0.2100}{162.92} = 0.0022779\%$$

Con las fórmulas detalladas anteriormente se determinó la importancia del producto Dacrón en el índice inflacionario, desde los años 1998 – 2002:

## INCREMENTOS E IMPACTO DEL IPC DEL PRODUCTO DACRON

**AÑO 1998-1999**

| MES – AÑO | IPC<br>GENERAL | IPC<br>PRODUCTO | Incrementos | IPC<br>BASE | Ponderación | Impacto<br>Mes | Impacto<br>anual |
|-----------|----------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------------|
| Enero/98  | 150.60         | 107.81          |             | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Feb/98    | 150.99         | 107.81          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Marzo/98  | 151.65         | 107.81          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Abril/98  | 153.51         | 107.81          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Mayo/98   | 154.32         | 110.21          | 2.23        | 100.00      | 0.21000     | 0.00334%       |                  |
| Junio/98  | 154.46         | 110.21          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Julio/98  | 155.15         | 110.21          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Agosto/98 | 153.26         | 108.86          | -1.22       | 100.00      | 0.21000     | -0.00183%      |                  |
| Sept/98   | 151.66         | 108.86          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Oct/98    | 151.76         | 106.01          | -2.62       | 100.00      | 0.21000     | -0.00384%      |                  |
| Nov/98    | 155.12         | 111.56          | 5.24        | 100.00      | 0.21000     | 0.00791%       |                  |
| Dic/98    | 155.03         | 111.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       | <b>0.00558%</b>  |
| Enero/99  | 155.31         | 106.76          | -4.30       | 100.00      | 0.21000     | -0.00621%      |                  |
| Feb/99    | 154.94         | 109.16          | 2.25        | 100.00      | 0.21000     | 0.00333%       |                  |
| Marzo/99  | 154.61         | 109.01          | -0.14       | 100.00      | 0.21000     | -0.00020%      |                  |
| Abril/99  | 153.74         | 108.56          | -0.41       | 100.00      | 0.21000     | 0.00061%       |                  |
| Mayo/99   | 152.73         | 108.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Junio/99  | 152.61         | 108.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Julio/99  | 152.49         | 108.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Agosto/99 | 153.46         | 108.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Sept/99   | 153.86         | 108.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Oct/99    | 154.73         | 108.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Nov/99    | 154.04         | 108.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Dic/99    | 153.45         | 108.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       | <b>-0.00370%</b> |

El cuadro anterior nos refleja que para el año 1998, no existió un incremento muy elevado del IPC del producto con relación a la base, ya que únicamente experimenta un incremento en el mes de mayo y noviembre; generando un

impacto anual del 0.00558% en el IPC general. Para el año 1999 no se experimentan incrementos, manteniéndose estático el IPC del producto, a excepción del mes de febrero que alcanza un incremento de 2.25 con relación a enero.

Con relación a los datos presentados en el siguiente cuadro, para los años del 2000 – a los primeros meses del 2002, la demanda del producto se reduce notablemente, presentando incrementos no muy elevados, generando con ello un impacto anual negativo para el año 2000 de – 0.00166% y un –0.00801% para el 2001, así mismo para los dos meses del 2002 un –0.00585%, indicando la poca demanda del producto.

En la mayoría de hogares salvadoreños el consumo de productos del grupo vestuario, se ha reducido debido a que se considera principalmente cubrir los gastos básicos(alimenticios).

De acuerdo a estudios realizados por la Dirección General de Estadísticas y Censos en el año 2000, nos muestra que para suplir la canasta básica es necesario contar con un salario mínimo de ¢2,300, por lo que con el salario mínimo actual no se alcanza y cubrir todas las necesidades.

## INCREMENTOS E IMPACTO DEL IPC DEL PRODUCTO DACRON

### AÑO 2000-2002

| MES – AÑO | IPC<br>GENERAL | IPC<br>PRODUCTO | Incrementos | IPC<br>BASE | Ponderación | Impacto<br>Mes | Impacto<br>anual |
|-----------|----------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|----------------|------------------|
| Enero/00  | 154.46         | 108.56          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Feb/00    | 155.23         | 109.31          | 0.69        | 100.00      | 0.21000     | 0.00102%       |                  |
| Marzo/00  | 155.36         | 109.31          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Abril/00  | 155.48         | 110.06          | 0.69        | 100.00      | 0.21000     | 0.00102%       |                  |
| Mayo/00   | 156.42         | 107.96          | -1.91       | 100.00      | 0.21000     | -0.00277%      |                  |
| Junio/00  | 158.17         | 107.21          | -0.69       | 100.00      | 0.21000     | -0.00099%      |                  |
| Julio/00  | 157.97         | 107.21          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Agosto/00 | 158.65         | 108.11          | 0.84        | 100.00      | 0.21000     | 0.00120%       |                  |
| Sept/00   | 158.94         | 107.21          | -0.83       | 100.00      | 0.21000     | -0.00118%      |                  |
| Oct/00    | 158.93         | 108.11          | 0.84        | 100.00      | 0.21000     | 0.00120%       |                  |
| Nov/00    | 159.28         | 108.11          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Dic/00    | 160.03         | 107.21          | -0.83       | 100.00      | 0.21000     | -0.00117%      | <b>-0.00166%</b> |
| Enero/01  | 162.92         | 108.56          | 1.26        | 100.00      | 0.21000     | 0.00176%       |                  |
| Feb/01    | 162.63         | 109.01          | 0.41        | 100.00      | 0.21000     | 0.00058%       |                  |
| Marzo/01  | 162.96         | 104.80          | -3.86       | 100.00      | 0.21000     | -0.00522%      |                  |
| Abril/01  | 163.18         | 103.45          | -1.29       | 100.00      | 0.21000     | -0.00171%      |                  |
| Mayo/01   | 163.44         | 103.45          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Junio/01  | 163.66         | 102.10          | -1.30       | 100.00      | 0.21000     | -0.00171%      |                  |
| Julio/01  | 163.61         | 101.65          | -0.44       | 100.00      | 0.21000     | -0.00058%      |                  |
| Agosto/01 | 164.16         | 100.75          | -0.89       | 100.00      | 0.21000     | -0.00114%      |                  |
| Sept/01   | 164.66         | 100.75          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Oct/01    | 162.65         | 100.75          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Nov/01    | 164.09         | 100.75          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       |                  |
| Dic/01    | 162.31         | 100.75          | 0.00        | 100.00      | 0.21000     | 0.00000%       | <b>-0.00801%</b> |
| Enero/02  | 162.92         | 98.95           | -1.79       | 100.00      | 0.21000     | -0.00228%      |                  |
| Feb/02    | 162.63         | 96.10           | -2.88       | 100.00      | 0.21000     | -0.00357%      | <b>-0.00585%</b> |

### 2.3 Efectos sobre el poder adquisitivo

Para conocer los efectos que produce el IPC<sub>GENERAL</sub> y el IPC del producto tela Dacrón, en el poder adquisitivo se utiliza la siguiente fórmula:

$$PA_{GENERAL} = [ 1/(IPC_{GENERAL}) * 100]$$

$$PA_{PRODUCTO} = [ 1/(IPC_{PRODUCTO}) * 100]$$

Desarrollando la fórmula, utilizando datos del  $IPC_{GENERAL}$  de los meses de enero de 2001 a enero de 2002, tenemos:

|                            |   |                       |   |                |
|----------------------------|---|-----------------------|---|----------------|
| $PA_{GENERAL(Enero/01)}$   | = | $[ 1/(162.92) * 100]$ | = | <b>0.61379</b> |
| $PA_{GENERAL(febrero/01)}$ | = | $[ 1/(162.63) * 100]$ | = | <b>0.61489</b> |
| $PA_{GENERAL(marzo/01)}$   | = | $[ 1/(162.96) * 100]$ | = | <b>0.61364</b> |
| $PA_{GENERAL(abril/01)}$   | = | $[ 1/(163.18) * 100]$ | = | <b>0.61282</b> |
| $PA_{GENERAL(mayo/01)}$    | = | $[ 1/(163.44) * 100]$ | = | <b>0.61184</b> |
| $PA_{GENERAL(junio/01)}$   | = | $[ 1/(163.66) * 100]$ | = | <b>0.61102</b> |
| $PA_{GENERAL(julio/01)}$   | = | $[ 1/(163.61) * 100]$ | = | <b>0.61120</b> |
| $PA_{GENERAL(agosto/01)}$  | = | $[ 1/(164.16) * 100]$ | = | <b>0.60916</b> |
| $PA_{GENERAL(sept/01)}$    | = | $[ 1/(164.16) * 100]$ | = | <b>0.60916</b> |
| $PA_{GENERAL(oct/01)}$     | = | $[ 1/(162.65) * 100]$ | = | <b>0.61481</b> |
| $PA_{GENERAL(Nov/01)}$     | = | $[ 1/(164.09) * 100]$ | = | <b>0.60942</b> |
| $PA_{GENERAL(dic/01)}$     | = | $[ 1/(162.31) * 100]$ | = | <b>0.61610</b> |
| $PA_{GENERAL(enero/02)}$   | = | $[ 1/(162.92) * 100]$ | = | <b>0.61379</b> |

Además se han utilizado los meses de enero/01 hasta enero/02, para determinar los efectos producidos en el poder adquisitivo por parte del producto tela de Dacrón:

|                            |   |                      |   |                |
|----------------------------|---|----------------------|---|----------------|
| $PA_{PRODUCTO(enero/01)}$  | = | $[1/(108.56) * 100]$ | = | <b>0.92114</b> |
| $PA_{PRODUCTO(feb/01)}$    | = | $[1/(109.01) * 100]$ | = | <b>0.91134</b> |
| $PA_{PRODUCTO(marzo/01)}$  | = | $[1/(104.80) * 100]$ | = | <b>0.95419</b> |
| $PA_{PRODUCTO(abril/01)}$  | = | $[1/(103.45) * 100]$ | = | <b>0.96665</b> |
| $PA_{PRODUCTO(mayo/01)}$   | = | $[1/(103.45) * 100]$ | = | <b>0.96665</b> |
| $PA_{PRODUCTO(junio/01)}$  | = | $[1/(102.10) * 100]$ | = | <b>0.97943</b> |
| $PA_{PRODUCTO(julio/01)}$  | = | $[1/(101.65) * 100]$ | = | <b>0.98376</b> |
| $PA_{PRODUCTO(agosto/01)}$ | = | $[1/(100.75) * 100]$ | = | <b>0.99255</b> |
| $PA_{PRODUCTO(sept/01)}$   | = | $[1/(100.75) * 100]$ | = | <b>0.99255</b> |
| $PA_{PRODUCTO(oct/01)}$    | = | $[1/(100.75) * 100]$ | = | <b>0.99255</b> |
| $PA_{PRODUCTO(nov/01)}$    | = | $[1/(100.75) * 100]$ | = | <b>0.99255</b> |
| $PA_{PRODUCTO(dic/01)}$    | = | $[1/(100.75) * 100]$ | = | <b>0.99255</b> |
| $PA_{PRODUCTO(enero/02)}$  | = | $[1/(98.95) * 100]$  | = | <b>1.01061</b> |

Aplicando la fórmula anterior, se ha calculado los efectos ocasionados en el poder adquisitivo, desde el año 1998 hasta febrero del año 2002, tratando de mostrar datos históricos que ayuden a realizar un análisis, sobre como se encuentra el poder de compra, y cual es la cantidad monetaria, que cada hogar

salvadoreño destina para la adquisición del producto tela Dacrón. En el siguiente cuadro se presentan los resultados obtenidos:

**RESULTADO DEL PODER ADQUISITIVO  
PERIODO ENERO 1998 - DICIEMBRE 1999**

En colones

| MESES – AÑO   | PODER<br>ADQUISITIVO<br>GENERAL | PODER<br>ADQUISITIVO DEL<br>PRODUCTO | PROMEDIO     |
|---------------|---------------------------------|--------------------------------------|--------------|
| Enero/98      | ¢0.66                           | ¢0.93                                |              |
| Febrero/98    | ¢0.66                           | ¢0.93                                |              |
| Marzo/98      | ¢0.66                           | ¢0.93                                |              |
| Abril/98      | ¢0.65                           | ¢0.93                                |              |
| Mayo/98       | ¢0.62                           | ¢0.91                                |              |
| Junio/98      | ¢0.65                           | ¢0.91                                |              |
| Julio/98      | ¢0.64                           | ¢0.91                                |              |
| Agosto/98     | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Septiembre/98 | ¢0.66                           | ¢0.92                                |              |
| Octubre/98    | ¢0.66                           | ¢0.94                                |              |
| Noviembre/98  | ¢0.64                           | ¢0.90                                |              |
| Diciembre/98  | ¢0.65                           | ¢0.90                                | <b>¢0.92</b> |
| Enero/99      | ¢0.64                           | ¢0.94                                |              |
| Febrero/99    | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Marzo/99      | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Abril/99      | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Mayo/99       | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Junio/99      | ¢0.66                           | ¢0.92                                |              |
| Julio/99      | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Agosto/99     | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Septiembre/99 | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Octubre/99    | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Noviembre/99  | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Diciembre/99  | ¢0.65                           | ¢0.92                                | <b>¢0.92</b> |

# **RESULTADO DEL PODER ADQUISITIVO** **PERIODO ENERO 2000 - FEBRERO2002**

En colones

| MESES – AÑO   | PODER<br>ADQUISITIVO<br>GENERAL | PODER<br>ADQUISITIVO DEL<br>PRODUCTO | PROMEDIO     |
|---------------|---------------------------------|--------------------------------------|--------------|
| Enero/00      | ¢0.65                           | ¢0.92                                |              |
| Febrero/00    | ¢0.64                           | ¢0.91                                |              |
| Marzo/00      | ¢0.64                           | ¢0.91                                |              |
| Abril/00      | ¢0.64                           | ¢0.91                                |              |
| Mayo/00       | ¢0.64                           | ¢0.93                                |              |
| Junio/00      | ¢0.63                           | ¢0.93                                |              |
| Julio/00      | ¢0.63                           | ¢0.93                                |              |
| Agosto/00     | ¢0.63                           | ¢0.92                                |              |
| Septiembre/00 | ¢0.63                           | ¢0.93                                |              |
| Octubre/00    | ¢0.63                           | ¢0.92                                |              |
| Noviembre/00  | ¢0.63                           | ¢0.92                                |              |
| Diciembre/00  | ¢0.62                           | ¢0.93                                | <b>¢0.92</b> |
| Enero/01      | ¢0.61                           | ¢0.92                                |              |
| Febrero/01    | ¢0.61                           | ¢0.92                                |              |
| Marzo/01      | ¢0.61                           | ¢0.95                                |              |
| Abril/01      | ¢0.61                           | ¢0.97                                |              |
| Mayo/01       | ¢0.61                           | ¢0.97                                |              |
| Junio/01      | ¢0.61                           | ¢0.98                                |              |
| Julio/01      | ¢0.61                           | ¢0.98                                |              |
| Agosto/01     | ¢0.61                           | ¢0.99                                |              |
| Septiembre/01 | ¢0.61                           | ¢0.99                                |              |
| Octubre/01    | ¢0.61                           | ¢0.99                                |              |
| Noviembre/01  | ¢0.61                           | ¢0.99                                |              |
| Diciembre/01  | ¢0.62                           | ¢0.99                                | <b>¢0.97</b> |
| Enero/02      | ¢0.61                           | ¢1.01                                |              |
| Febrero/02    | ¢0.61                           | ¢1.04                                | <b>¢1.03</b> |

Según muestra el cuadro desde el años 1998 el poder adquisitivo se ha venido deteriorando para la adquisición del producto Dacrón, durante esa época necesitaron de ¢ 0.92 ctvs., igual cantidad para los años 1999 y 2000, sin embargo para el año 2001 la población tuvo que destinar una mayor cantidad para poder adquirir el producto Dacrón y de cada colón utilizó ¢ 0.97 ctvs., para los primeros meses de año 2002, esto empeora ya que el poder adquisitivo asciende a ¢ 1.03 ctvs. que necesita para poder obtener el producto tela de Dacrón.

### **3. Propuesta Metodológica**

#### **3.1 Objetivo de la Propuesta**

Incorporar a la canasta de mercado elaborada en 1992 aquellos bienes y servicios que son demandados según las exigencias del mercado, a fin de mantenerla actualizada.

#### **3.2 Parámetros**

Los parámetros bajo los cuales se rige la propuesta se han determinado partiendo de las deficiencias encontradas en la actual canasta de mercado:

## ➤ **Representatividad**

- ✓ **Cobertura geográfica:** Según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos (ENIGH), la cobertura geográfica para elaborar el actual IPC, comprende el Área Metropolitana de San Salvador y las Cabeceras Departamentales de Santa Ana, Sonsonate y San Miguel. Sin embargo del Área Metropolitana se excluyen los municipios de Apopa, San Martín, Santiago Texacuangos y Nejapa. Del año 1992 que se elabora la ENIGH a la fecha existen cambios tanto en los patrones de consumo como en la variación de los ingresos medios de los hogares, por lo tanto debe elaborar una nueva canasta que incluya estos municipios a fin que la muestra tenga mayor representatividad, así mismo que la investigación se amplíe a nivel de todo el territorio nacional.
  
- ✓ **Actualización de establecimientos comerciales:** De los 1,100 establecimientos comerciales utilizados para la ENIGH en 1992, es necesario incorporar aquellos nuevos establecimientos surgidos a raíz del incremento poblacional que experimenta nuestro país, además extraer aquellos que ya no se encuentran en el mercado y que siguen considerándose como centros para la investigación.

- ✓ **Actualización de los productos:** El total de productos investigados por la DIGESTYC asciende a 241 de un universo seleccionado de 887. Según el proceso de modernización por el cual el país está atravesando el requerimiento de productos en los hogares salvadoreños va cambiando de acuerdo a los nuevos productos que el mercado ofrece, por lo tanto la nueva ENIGH debe tomar en cuenta los nuevos productos que en los hogares se han convertido de consumo necesario.

### ➤ **Calidad de la Medición Estadística**

La calidad y precisión en la medición de la variación de precios de los bienes y servicios, está relacionada con:

- ✓ Incluir dentro de la nueva canasta un mayor número de productos a fin de obtener una mayor representatividad dentro del IPC.
- ✓ Que el producto sea investigado en un mayor número de establecimientos.
- ✓ Realizar las investigaciones en los precios en forma periódica, esto dependiendo del tipo de producto que se investiga.
- ✓ Definiciones específicas de las características a investigar por cada producto seleccionado del mercado.

### ➤ **Transparencia Metodológica y de Calculo**

El desarrollo del nuevo IPC, se debe llevar a cabo en coordinación con sus principales usuarios, tanto del sector público como del privado, así mismo contar con la cooperación de especialistas de alto nivel, tanto de universidades como de centros académicos y especialistas de otros países a fin que se puedan obtener las experiencias de cómo se desarrolla el IPC.

Tanto la metodología de la construcción del IPC, como el cálculo de las variaciones mensuales, debe hacerse del conocimiento público en forma mensual para que se informe del comportamiento de todos los precios, en los productos que conforman la canasta de mercado, a fin que cualquier persona o institución tenga los elementos suficientes para estimar la variación mensual del IPC.

### ➤ **Comparabilidad de las Mediciones**

En el marco de modernización, es necesario realizar una comparación de informaciones estadísticas entre los distintos países, con relación a los Índices de Precios experimentados en el tiempo, no para utilizarlo como una base de medición, sino para extraer las experiencias vividas al momento de construir el IPC, ya que en cada país existen hábitos de consumo diferentes, sean por su cultura como por los niveles económicos y desarrollo. Con esto se busca

eliminar los errores cometidos por la falta de especialización y experiencia, adoptando algunas metodologías internacionales de cálculo que ayuden a una mayor confiabilidad de los datos reflejados en el IPC.

### **3.3 Antecedentes del IPC**

El primer Índice de Precios calculado en El Salvador se realizó en 1978, índice utilizado hasta el año de 1992, donde se realizó una nueva investigación, de la que se obtiene una canasta de mercado proveniente de la denominada Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos (ENIGH), conducida por el Departamento de Investigaciones Muestrales (DIM).

Este índice al igual que el de 1978, es representativo de la población urbana del país, sin embargo presenta algunas diferencias de tipo cuantitativo y cualitativo que lo distinguen: en su cobertura geográfica, en el número de artículos, establecimientos y precios recolectados. No obstante la metodología de selección de los artículos en la canasta y el uso de la fórmula de Laspeyres para el cálculo coinciden con el índice anterior.

La actualización de las ponderaciones de cada uno de los rubros en la canasta, se realizó a través de un proceso metodológico, donde se estimó un índice

histórico, para esta nueva canasta, con base a Diciembre de 1990, hasta Diciembre de 1992.

El control de calidad de los datos, en esta nueva encuesta, es la forma de recolección de precios, se actualizan las especificaciones de los artículos, se enfatiza en mantener la calidad de los productos, aunque se deja en libertad de seleccionar presentaciones y marcas en diferentes establecimientos. Se utiliza un juego de cuatro boletas, una por cada grupo de la canasta, con las que se consignan los precios y las características de cada artículo y establecimiento.

El calculo del indicador, se realizaba en computadoras personales, pero para agilizar el sistema se previo de la utilización de una red de computadoras con cuatro terminales. La base promedio elegida para el cálculo hasta la fecha es la correspondiente al mes de diciembre de 1992.

### **3.3.1 Actualización de la Canasta de Mercado**

La actualización de la Canasta de Mercado, tendrá como base una encuesta similar a la ENIGH, con la variante que esta poseerá una mayor cobertura, ya que la anterior era representativa de la población urbana del país.

Al realizar esta nueva encuesta se conocerán los cambios que ha tenido la población en sus hábitos de consumo en los últimos periodos.

La propuesta va orientada a realizar modificaciones en las formas de clasificar los artículos, introduciendo un mayor número de ellos, así como a la frecuencia para la obtención de los precios y a la estacionalidad de algunos productos en el mercado.

Al realizar una nueva ENIGH, se determinará cual es el gasto en los hogares para cada uno de los bienes y servicios, que actualmente está consumiendo la población y que grado de importancia representa cada producto dentro del IPC general. Con esta nueva encuesta se conocerá un mayor número de productos consumidos no solo en el área geográfica ya establecida en la ENIGH anterior, sino en otras cabeceras departamentales que a la fecha ya son consideradas con mayor actividad económica.

### **3.3.2 Criterios de Selección de Productos para la Canasta de Mercado**

El principal requisito para determinar que productos integraran la canasta, es que la participación de cada producto, sea igual o mayor a un 0.01% del gasto total de los hogares encuestados.

El establecimiento de la representatividad de cada producto dentro de la canasta familiar seria el principal criterio de selección a considerar para el ingreso del producto dentro de la canasta del IPC.

En el nuevo IPC, los productos no necesariamente tienen que estar presentes todo el año, lo que permite reflejar el consumo estacional, especialmente de frutas y verduras.

### **3.3.3 Selección de lugares para toma de precios**

Desde la ENIGH de 1992, que es la utilizada actualmente, la selección de los establecimientos comerciales, estuvo determinada por ser un lugar fijo y permanente, abundancia clientela y por la diversidad de productos que ofrece, considerando además la distribución espacial, realizando una combinación de los lugares céntricos y periféricos.

En la nueva encuesta es necesario no solo seleccionar al establecimiento por la cantidad de usuarios que lo visitan sino por la proporción de consumo del producto a investigar en este establecimiento. Se selecciona una nueva población de la cual se extraerá una muestra utilizada para la toma de precios, considerando que en la actualidad la muestra está constituida por 1,100

establecimientos comerciales. Al realizar esté cambio se incluirán todos aquellos que han incrementado de alguna manera su presencia en el mercado.

### **3.3.4 Ventajas resultantes de la actualización de la Canasta de Mercado.**

Entre las ventajas más relevantes que resultan de actualizar la Canasta de Mercado son:

- ✓ La Canasta de Mercado se presenta de forma actualizada y acorde al patrón de gasto de los hogares.
- ✓ Se presentan un numero mayor de productos lo que constituye en mas representativo.
- ✓ Tiene una mayor cobertura geográfica para la recolección de la información.

## **3.4 Canasta de Bienes Actualizada**

### **3.4.1 Ponderaciones del IPC**

Las posibles reducciones o ampliaciones en la ponderación de cada grupo, indicarían que los hogares destinaron proporcionalmente más o menos ingresos

a diversificar su consumo hacia otros rubros, con relación a sus gastos en el grupo respectivo.

El principal factor que pudiera determinar los cambios en la estructura del gasto de los hogares y por consiguiente en las ponderaciones del IPC, son las variaciones del ingreso real de los hogares en este periodo. Si el ingreso aumenta genera cambios en las preferencias de los consumidores y una mayor diversificación en el consumo, que ya no buscan solamente satisfacer las necesidades básicas.

Con la modernización que se está viviendo los hábitos de consumo han sufrido cambios en la mayoría de hogares salvadoreños, incluyendo además que el incremento en el salario ayuda a que las familias incorporen nuevos productos de consumo, considerados en tiempos pasados como exclusivos para los estratos de mayores ingresos.

### **3.4.2 Estructura de la Canasta**

La canasta del IPC, se puede constituir por siete grupos y cada uno de los grupos a su vez, se conformaría por una serie de subgrupos y este por artículos y productos. Esta desagregación se puede conocer al realizar la una nueva

ENIGH, donde se identifique los nuevos bienes y servicios que los hogares consumen.

La estructura de la nueva canasta de mercado se conformaría por los siguientes grupos:

| No. | GRUPOS                 |
|-----|------------------------|
| 1.  | Alimentos              |
| 2.  | Vestuario              |
| 3.  | Vivienda               |
| 4.  | Misceláneos            |
| 5.  | Transporte             |
| 6.  | Salud                  |
| 7.  | Educación y Recreación |

La incorporación de nuevos grupos a la canasta de mercado, conlleva a una mayor representatividad dentro del IPC general.

La desagregación de los grupos ya existentes se debe al surgimiento de nuevas necesidades que van acorde con la evolución del mercado salvadoreño, proporcionando datos más reales de los gastos por parte de los consumidores y la capacidad de compra que éstos posean.

A la canasta ya existente se le incorporan tres rubros que son: Transporte, Salud, Educación y recreación, considerados bienes y servicios de vital importancia para el desarrollo y supervivencia de la sociedad.

El grupo transporte se ha convertido en un bien imprescindible para el desarrollo de las actividades cotidianas, ya que es el medio utilizado para transportarse a los centros de trabajo, estudios, etc.

Debido a su carácter de imprescindible, éste rubro forma parte del presupuesto familiar, aunque el precio no varía constantemente, puede ser cambiado con la aprobación del Viceministerio de Transporte.

Al separar este grupo, se logrará determinar la incidencia que representa dentro del Índice General de Precios, donde se establecerán los diferentes subgrupos que deben conformarlo, y conocer la cantidad que dispone cada persona para adquirir el servicio. En este grupo además se debe considerar los diferentes factores que influyen en el incremento de los precios, como es la variación en el precio de la gasolina, repuestos para las unidades, lubricantes, mantenimiento de las unidades, entre otros.

En cuanto al rubro de salud, cada grupo familiar tiene que disponer de sus ingresos para poder enfrentar cualquier necesidad que de esta rama se derive

ya sea por la compra de medicamentos o por la atención médica en las áreas de medicina general, especialidades, odontología y otros servicios como hospitalizaciones y exámenes de laboratorio y radiografías.

La educación se ha convertido en una necesidad para el desarrollo de todo país y por ende de cada familia salvadoreña, sin embargo el incremento en las cuotas obliga a las familias a destinar mayores cantidades de su salario, considerándose este grupo como representativo dentro del IPC con relación a los demás productos de la canasta de mercado.

Dentro de este grupo se pueden considerar las mensualidades a nivel de primaria, secundaria y universitaria, así como cualquier otro curso que las personas reciban para enriquecer sus conocimientos académicos y los diferentes materiales que se requieran.

El aspecto recreativo, es un factor que debe ser considerado de vital importancia dentro de las necesidades de todo individuo, a fin de evitar situaciones que le puedan generar enfermedades como el stress. Es por ello que resulta necesario destinar un porcentaje del salario a dicho rubro.

Es de tener presente que la educación debe ir acompañada de la recreación, para mantener un equilibrio mental y físico.

### 3.5 CONCLUSIONES

- ✓ A través de la investigación de campo se pudo constatar que la información proporcionada por la DIGESTYC, algunas de las características de los productos en el mercado no existen, volviéndose necesario sustituir la información. Lo que confirma que la investigación realizada en esta oportunidad esta apegada a la realidad del mercado y que es necesario la modificación o actualización de la Canasta de Mercado.
- ✓ Que el precio en el producto tela de Dacrón liso, varia dependiendo de la calidad (densidad) de la tela, situación que no fue definida a la hora de dar las especificaciones del producto para recolectar su precio, influyendo en este caso en la información obtenida del producto en Almacén Simán Sucursal Metrocentro, donde el precio esta alejado del promedio de la muestra.
- ✓ El incremento en el precio del producto Dacrón, es mínimo entre los meses en estudio dentro del mismo almacén, sin embargo varia al comparar entre un almacén y otro dentro del mismo período.

- ✓ Para que la información que proporciona el IPC por grupos sea de mayor representatividad es necesario la desagregación de los cuatro grupos existentes en la actual canasta de mercado, en los siete grupos siguientes: Alimentación, Vestuario, Vivienda, Misceláneos, Transporte, Educación y Recreación y Salud.
  
- ✓ Que el poder adquisitivo se ha venido deteriorando desde el año 1998 que se destinaba ¢ 0.92 ctvs. para adquirir la yarda de tela Dacrón a los primeros meses del año 2002 que se debe destinar ¢ 1.03 ctvs. para obtener el bien.

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**1 ALIMENTOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>           |
|---------------|--------------------------------------|
| 1             | <b>ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACOS</b>  |
| 1-01          | <b>CEREALES Y DERIVADOS</b>          |
| 1-01-000      | <b>CEREALES Y DERIVADOS</b>          |
| 1-01-001      | PAN FRANCES                          |
| 1-01-002      | MACARRONES                           |
| 1-01-003      | MAIZ                                 |
| 1-01-004      | TORTILLAS DE MAIZ                    |
| 1-01-005      | PAN DULCE                            |
| 1-01-006      | ARROZ                                |
| 1-01-007      | GALLETAS                             |
| 1-02          | <b>CARNES VACUNA, PORCINA Y AVES</b> |
| 1-02-000      | <b>CARNES DE RES</b>                 |
| 1-02-001      | ANGELINA                             |
| 1-02-002      | POSTA NEGRA                          |
| 1-02-003      | LOMO CORRIENTE ROLLIZO               |
| 1-02-004      | SOLOMO                               |
| 1-02-005      | CARNE MOLIDA CORRIENTE               |
| 1-02-006      | HIGADO                               |
| 1-002-007     | HUESO CORRIENTE                      |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**1 ALIMENTOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>         |
|---------------|------------------------------------|
| 1-02-100      | <b>CARNE DE CERDO</b>              |
| 1-02-101      | LOMO                               |
| 1-02-102      | COSTILLA                           |
| 1-02-103      | CHICHARRON                         |
| 1-02-200      | <b>OTRAS CARNES</b>                |
| 1-02-201      | MORTADELA CORRIENTE                |
| 1-02-300      | <b>AVES</b>                        |
| 1-02-301      | <b>POLLO</b>                       |
| 1-03          | <b>PESCADO Y MARISCOS</b>          |
| 1-03-000      | <b>PESCADO Y MARISCOS</b>          |
| 1-03-001      | PESCADO FRESCO                     |
| 1-03-002      | SARDINA ENLATADA                   |
| 1-03-003      | CAMARON DE MAR                     |
| 1-04          | <b>ACEITES Y GRASAS</b>            |
| 1-04-000      | <b>MANTECA Y GRASAS - ANIMALES</b> |
| 1-04-001      | MANTECA DE CERDO                   |
| 1-04-100      | <b>ACEITES Y GRASAS VEGETALES</b>  |
| 1-04-101      | ACEITE VEGETAL                     |
| 1-04-102      | MARGARINA                          |
| 1-04-103      | MANTECA VEGETAL                    |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**1 ALIMENTOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>        |
|---------------|-----------------------------------|
| 1-05          | <b>HUEVOS</b>                     |
| 1-05-000      | <b>HUEVOS</b>                     |
| 1-05-001      | HUEVOS DE GALLINA                 |
| 1-06          | <b>PRODUCTOS LACTEOS</b>          |
| 1-06-000      | LECHE                             |
| 1-06-001      | LECHE FRESCA DE VACA              |
| 1-06-002      | LECHE EN POLVO                    |
| 1-06-003      | LECHE HOMOGENIZADA                |
| 1-06-100      | <b>QUEZO</b>                      |
| 1-06-101      | QUESO FRESCO                      |
| 1-06-102      | QUESO DURO BLANDO                 |
| 1-06-200      | <b>OTROS PRODUCTOS LACTEOS</b>    |
| 1-06-201      | CREMA FRESCA                      |
| 1-07          | <b>FRUTAS FRESCAS Y ENVASADAS</b> |
| 1-07-000      | <b>FRUTAS FRESCAS</b>             |
| 1*-07-001     | NARANJA                           |
| 1-07-002      | PLATANO                           |
| 1-07-003      | GUINEO                            |
| 1-07-004      | MANZANA                           |
| 1-07-005      | LIMON                             |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**1 ALIMENTOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>   |
|---------------|------------------------------|
| 1-07-006      | PAPAYA                       |
| 1-07-007      | AGUACATE                     |
| 1-07-008      | COCO                         |
| 1-07-100      | <b>FRUTAS ENVASADAS</b>      |
| 1-07-101      | JUGO DE FRUTA ENVASADO       |
| 1-08          | <b>VEGETALES Y LEGUMBRES</b> |
| 1-08-000      | <b>VEGETALES Y LEGUMBRES</b> |
| 1-08-001      | FRIJOL ROJO DE SEDA          |
| 1-08-002      | PAPAYA                       |
| 1-08-003      | CEBOLLA                      |
| 1-08-004      | ZANAHORIA                    |
| 1-08-005      | CHILE DULCE                  |
| 1-08-006      | TOMATE                       |
| 1-08-007      | GUISQUIL                     |
| 1-08-008      | REPOLLO                      |
| 1-08-009      | YUCA                         |
| 1-08-010      | RABANO                       |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**1 ALIMENTOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>  |
|---------------|-----------------------------|
| 1-08-011      | LECHUGA                     |
| 1-08-012      | PIPIAN                      |
| 1-09          | <b>AZUCAR Y DULCES</b>      |
| 1-09-000      | <b>AZUCAR Y DULCES</b>      |
| 1-09-001      | AZUCAR SIN REFINAR          |
| 1-09-002      | MIEL DE ABEJA               |
| 1-09-003      | CARAMELOS (DULCES)          |
| 1-09-004      | GELATINA                    |
| 1-09-005      | HELADOS (SORBETE)           |
| 1-10          | <b>CONDIMENTOS</b>          |
| 1-10-000      | <b>CONDIMENTOS</b>          |
| 1-10-001      | AJO                         |
| 1-10-002      | SAL DE COCINA               |
| 1-10-003      | SALSA DE TOMATE             |
| 1-10-004      | MAYONESA                    |
| 1-10-005      | OTRAS ESPECIAS (RELAJO)     |
| 1-11          | <b>ALIMENTOS PREPARADOS</b> |
| 1-11-000      | <b>COMIDA PREPARADA</b>     |
| 1-11-001      | PUPUSAS DE MAIZ             |
| 1-11-002      | CHURROS                     |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**1 ALIMENTOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>       |
|---------------|----------------------------------|
| 1-11-100      | <b>COMIDA PREPARADA ENVASADA</b> |
| 1-11-101      | COLADO DE FRUTAS PARA NIÑO       |
| 1-11-102      | SOPA DE POLLO C ON FIDEOS        |
| 1-11-200      | <b>COMIDA FUERA DEL HOGAR</b>    |
| 1-11-201      | ALMUERZO COMPLETO                |
| 1-11-202      | DESAYUNO                         |
| 1-12          | <b>BEBIDAS</b>                   |
| 1-12-000      | <b>BEIDAS NO ALCOHOLICAS</b>     |
| 1-12-001      | CAFÉ ENVASADO                    |
| 1-12-002      | GASEOSA                          |
| 1-12-003      | CHOCOLATE PARA PREPARAR          |
| 1-12-100      | <b>BEBIDAS ALCOHOLICAS</b>       |
| 1-12-101      | VINO BLANCO                      |
| 1-12-102      | CERVEZA                          |
| 1-12-103      | AGUARDIENTE ENVASADA             |
| 1-12-104      | VODKA                            |
| 1-13          | <b>TABACO</b>                    |
| 1-13-000      | <b>TABACO</b>                    |
| 1-13-001      | CIGARRILLOS                      |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**2 VIVIENDA**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>                     |
|---------------|------------------------------------------------|
| 2-01          | <b>ALQUILER Y GASTO EN VIVIENDA</b>            |
| 2-01-000      | <b>ALQUILER Y MANTENIMIENTO</b>                |
| 2-01-001      | ALQUILER                                       |
| 2-01-002      | PINTURA Y MANO DE OBRA                         |
| 2-02          | <b>ELECTRICIDAD Y COMBUSTIBLE</b>              |
| 2-02-000      | <b>ELECTRICIDAD Y COMBUSTIBLE</b>              |
| 2-02-001      | SERVICIO DE ENERGIA ELECTRICA                  |
| 2-02-002      | LEÑA                                           |
| 2-02-003      | GAS PROPANO                                    |
| 2-02-004      | FOSFOROS                                       |
| 2-02-005      | PILAS(BATERILLAS)                              |
| 2-02-006      | CANDELAS                                       |
| 2-02-007      | FOCO                                           |
| 2-03          | <b>SERVICIOS</b>                               |
| 2-03-000      | <b>SERVICIOS</b>                               |
| 2-03-001      | AGUA                                           |
| 2-03-002      | TELEFONO                                       |
| 2-03-003      | EMPLEADA DOMESTICA(PUERTA A DENTRO)            |
| 2-04          | <b>EQUIPAMIENTO Y UTENSILIOS PARA EL HOGAR</b> |
| 2-04-000      | <b>EQUIPO Y UTENSILIOS PARA EL HOGAR</b>       |
| 2-04-001      | REFRIGERADORA                                  |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**2 VIVIENDA**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>          |
|---------------|-------------------------------------|
| 2-04-002      | COCINA A GAS                        |
| 2-04-003      | COCINA ELECTRICA                    |
| 2-04-004      | VAJILLA                             |
| 2-04-100      | <b>OTROS EQUIPOS Y HERRAMIENTAS</b> |
| 2-04-101      | PLANCHA ELECTRICA                   |
| 2-04-102      | MAQUINA DE COSER                    |
| 2-04-103      | MAQUINA DE ESCRIBIR                 |
| 2-04-104      | LAVADORA ELECTRICA                  |
| 2-04-105      | HUACAL PLASTICO                     |
| 2-04-106      | OLLA                                |
| 2-05          | <b>EQUIPO PARA EL HOGAR</b>         |
| 2-05-000      | MUEBLES Y OTROS                     |
| 2-05-001      | JUEGO DE SALA                       |
| 2-05-002      | JUEGO DE COMEDOR                    |
| 2-05-003      | CAMA INDIVIDUAL                     |
| 2-05-004      | CAMA MATRIMONIAL                    |
| 2-05-005      | GAVETERO TOCADOR                    |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**2 VIVIENDA**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>    |
|---------------|-------------------------------|
| 2-05-100      | <b>DECORACIONES</b>           |
| 2-05-101      | ESPEJO DE PARED               |
| 2-06          | <b>ARTICULOS TEXTILES</b>     |
| 2-06-000      | <b>ARTICULOS TEXTILES</b>     |
| 2-06-001      | CUBRECAMA                     |
| 2-06-002      | SABANA                        |
| 2-06-003      | HAMACA                        |
| 2-07          | <b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b> |
| 2-07-000      | <b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b> |
| 2-07-001      | JABON P/LAVAR ROPA            |
| 2-07-002      | JAVON EN POLVO                |
| 2-07-003      | DESINFECTANTE                 |
| 2-07-004      | ESCOBA                        |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO  
INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR  
BASE DICIEMBRE 1992  
3 VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>                         |
|---------------|----------------------------------------------------|
| 3-01          | <b>PRENDAS PARA HOMBRES MAYORES DE 15 AÑOS</b>     |
| 3-01-000      | CAMISAS                                            |
| 3-01-001      | CAMISA                                             |
| 3-01-002      | CAMISA SPORT                                       |
| 3-01-003      | CAMISETA                                           |
| 3-01-100      | <b>PANTALONES Y TRAJES</b>                         |
| 3-01-101      | PANTALON                                           |
| 3-01-102      | JEANS                                              |
| 3-01-103      | TRAJE COMPLETO                                     |
| 3-01-200      | <b>ROPA INTERIOR</b>                               |
| 3-01-201      | CALZONCILLO                                        |
| 3-01-202      | CALCETINES                                         |
| 3-02          | <b>PRENDAS DE VESTIR PARA NIÑOS DE 3 A 15 AÑOS</b> |
| 3-02-000      | CAMISAS                                            |
| 3-02-001      | CAMISA                                             |
| 3-02-100      | PANTALONES                                         |
| 3-02-101      | PANTALON                                           |
| 3-02-102      | JEANS                                              |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**3 VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>                     |
|---------------|------------------------------------------------|
| 3-02-200      | <b>ROPA INTERIOR</b>                           |
| 3-02-201      | CALZONCILLO                                    |
| 3-02-202      | CALCETINES                                     |
| 3-03          | <b>ACCESORIOS PARA HOMBRE</b>                  |
| 3-03-000      | ACCESORIOS PARA HOMBRE                         |
| 3-03-001      | RELOJ                                          |
| 3-03-002      | CINTURON                                       |
| 3-03-003      | PAÑUELO                                        |
| 3-04          | <b>PRENDAS PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS</b> |
| 3-04-000      | BLUSAS                                         |
| 3-04-001      | BLUSA                                          |
| 3-04-002      | CAMISETA                                       |
| 3-04-100      | PANTALONES                                     |
| 3-04-101      | JEANS                                          |
| 3-04-102      | PANTALON                                       |
| 3-04-200      | <b>FALDAS Y VESTIDOS</b>                       |
| 3-04-201      | FALDA                                          |
| 3-04-202      | VESTIDO                                        |
| 3-04-300      | <b>ROPA INTERIOR</b>                           |
| 3-04-301      | BLOOMER O CALZON                               |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**3 VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>                          |
|---------------|-----------------------------------------------------|
| 3-04-302      | FUSTAN                                              |
| 3-04-303      | BRASSIER                                            |
| 3-04-304      | PANTY HOSE                                          |
| 3-04-305      | CAMISON P/ DORMIR                                   |
| 3-05          | <b>PRENDAS PARA NIÑAS DE 3 A 15 AÑOS</b>            |
| 3-05-000      | BLUSAS                                              |
| 3-05-001      | BLUSA                                               |
| 3-05-100      | <b>PANTALONES Y FALDAS</b>                          |
| 3-05-100      | SHORT                                               |
| 3-05-102      | FALDA                                               |
| 3-05-200      | <b>VESTIDOS</b>                                     |
| 3-05-2001     | VESTIDO                                             |
| 3-05-300      | <b>ROPA INTERIOR</b>                                |
| 3-05-301      | BLOOMER O CALZON                                    |
| 3-05-302      | CALCETA                                             |
| 3-06          | <b>ACCESORIOS P/ MUJERES Y NIÑAS MAY. DE 3 AÑOS</b> |
| 3-06-000      | <b>ACCESORIOS P/ MUJERES Y NIÑAS MAY. DE 3 AÑOS</b> |
| 3-06-001      | CARTERA                                             |
| 3-06-002      | RELOJ                                               |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**3 VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>                                      |
|---------------|-----------------------------------------------------------------|
| 3-07          | TELAS PARA CONFECCIONAR ROPA (AMBOS SEXOS)                      |
| 3-07-000      | TELAS PARA CONFECCIONAR ROPA (AMBOS SEXOS)                      |
| 3-07-001      | TELAS AMBOS SEXOS (DACRON)                                      |
| 3-07-002      | TELA PARA MUJER (SINCATEX)                                      |
| 3-07-003      | TELA PARA HOMBRE (CASIMIR)                                      |
| 3-08          | <b>VESTIDO Y ACCESORIOS PARA NIÑOS MENORES O IGUAL A 3 AÑOS</b> |
| 3-08-000      | ROPA                                                            |
| 3-08-001      | CUTURINA                                                        |
| 3-08-002      | PAÑALES                                                         |
| 3-08-003      | BIBERON Y PACHA                                                 |
| 3-09          | <b>CALZADO</b>                                                  |
| 3-09-000      | <b>HOMBRES MAYORES DE 15 AÑOS</b>                               |
| 3-09-001      | CALZADO DE CUERO                                                |
| 3-09-002      | CALZADO DEPORTIVO                                               |
| 3-09-100      | <b>CALZADO PARA NIÑOS DE 3 A 15 AÑOS</b>                        |
| 3-09-101      | CALZADO DE CUERO                                                |
| 3-09-102      | CALZADO DEPORTIVO                                               |
| 3-09-200      | <b>CALZADO PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS</b>                  |
| 3-09-201      | CALZADO TACON BAJO                                              |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**3 VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>                        |
|---------------|---------------------------------------------------|
| 3-09-202      | CALZADO TACON ALTO                                |
| 3-09-300      | <b>CALZADO PARA NIÑAS DE 3 A 15 AÑOS</b>          |
| 3-09-301      | CALZADO TACON BAJO                                |
| 3-09-302      | CALZADO DEPORTIVO                                 |
| 3-10          | <b>HECHURA DE ROPA Y MANTENIMIENTO DE CALZADO</b> |
| 3-10-000      | <b>HECHURA DE ROPA</b>                            |
| 3-10-001      | HECHURA DE PANTALON DE HOMBRE                     |
| 3-10-002      | HECHURA DE VESTIDO                                |
| 3-10-100      | <b>MANTENIMIENTO DE CALZADO</b>                   |
| 3-10-101      | REFACCION DE CALZADO                              |
| 3-10-102      | BETUN                                             |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**4 MISCELANEOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>                                 |
|---------------|------------------------------------------------------------|
| 4-01          | <b>GASTOS EN SALUD</b>                                     |
| 4-01-000      | CONSULTA MEDICA                                            |
| 4-01-001      | CONSULTA MEDICA GENERAL                                    |
| 4-01-002      | CONSULTA MEDICA ESPECIALISTA                               |
| 4-01-003      | CONSULTA MEDICA ODONTOLOGICA                               |
| 4-01-100      | <b>OTROS SERVICIOS MEDICOS</b>                             |
| 4-01-101      | HOSPITALIZACION                                            |
| 4-01-200      | <b>OTROS SERVICIOS MEDICOS ESPECIALES Y DE LABORATORIO</b> |
| 4-01-201      | RADIOGRAFIA                                                |
| 4-01-202      | EXAMEN DE SANGRE                                           |
| 4-01-203      | LENTES                                                     |
| 4-01-300      | MEDICAMENTOS                                               |
| 4-01-301      | ALCOHOL DESINFECTANTE                                      |
| 4-01-302      | MEDICAMENTOS ANTIGRIPALES                                  |
| 4-01-303      | VITAMINAS                                                  |
| 4-01-304      | MEDICAMENTOS DIGESTIVOS                                    |
| 4-01-305      | MEDICAMENTOS ANTIPARASITOS                                 |
| 4-01-306      | GOTAS PARA LOS OJOS                                        |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**4 MISCELANEOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>          |
|---------------|-------------------------------------|
| 4-01-307      | ANTIBIOTICO                         |
| 4-01-308      | MEDICAMENTO DERMATOLOGICO           |
| 4-01-309      | MEDICAMENTO TRANQUILIZANTE          |
| 4-01-310      | MEDICAMENTO PARA DIABETES           |
| 4-02          | <b>EDUCACION Y LECTURA</b>          |
| 4-02-000      | MENSUALIDADES                       |
| 4-02-001      | MESUALIDAD PRE-PRIMARIA             |
| 4-02-002      | MENSUALIDAD PRIMARIA                |
| 4-02-003      | MENSUALIDAD SECUNDARIA              |
| 4-02-004      | MENSUALIDAD UNIVERSITARIA           |
| 4-02-100      | <b>OTROS CURSOS</b>                 |
| 4-02-101      | CURSOS DE INGLES                    |
| 4-02-102      | CURSO DE COMPUTACION                |
| 4-02-200      | <b>MATERIALES PARA LA EDUCACION</b> |
| 4-02-201      | LIBRO ESCOLAR                       |
| 4-02-202      | LIBRO DE ESTUDIOS SUPERIORES        |
| 4-02-203      | CUADERNO ESCOLAR                    |
| 4-02-204      | BOLIGRAFO                           |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**4 MISCELANEOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>                 |
|---------------|--------------------------------------------|
| 4-02-300      | <b>PERIODICOS</b>                          |
| 4-02-301      | PERIODICO                                  |
| 4-03          | <b>TRANSPORTE PRIVADO</b>                  |
| 4-03-000      | <b>COMPRA DE VEHICULO</b>                  |
| 4-03-001      | VEHICULO AUTOMOTOR                         |
| 4-03-002      | BICICLETA                                  |
| 4-03-100      | <b>MANTENIMIENTO DE VEHICULO</b>           |
| 4-03-101      | AFINADO DE MENOR - MANO DE OBRA            |
| 4-03-102      | FRENOS (MANO DE OBRA)                      |
| 4-02-103      | COMPRA Y CAMBIO DE ACEITE                  |
| 4-03-104      | LAVADO Y PASTEADO DE UN AUTOMOTOR          |
| 4-03-200      | <b>COMPRA DE REPUESTOS</b>                 |
| 4-03-201      | LLANTAS                                    |
| 4-03-202      | BATERIA                                    |
| 4-03-203      | PLATINO                                    |
| 4-03-204      | BUJIA                                      |
| 4-03-205      | CONDENSADOR                                |
| 4-03-300      | <b>GASOLINA</b>                            |
| 4-03-301      | GASOLINA                                   |
| 4-04          | <b>TRANSPORTE PUBLICO Y COMUNICACIONES</b> |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**4 MISCELANEOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>                    |
|---------------|-----------------------------------------------|
| 4-04-000      | <b>TRANSPORTE PUBLICO</b>                     |
| 4-04-001      | MICROBUSES                                    |
| 4-04-002      | BUS URBANO                                    |
| 4-04-003      | BUS INTERDEPARTAMENTAL                        |
| 4-04-004      | TAXI                                          |
| 4-04-100      | <b>COMUNICACIONES</b>                         |
| 4-04-101      | SERVICIO DE CORREOS                           |
| 4-05          | <b>RECREACIONES</b>                           |
| 4-05-000      | <b>ESPECTACULOS</b>                           |
| 4-05-001      | ENTRADA AL CINE                               |
| 4-05-100      | <b>EQUIPO PARA RECREACION Y OTROS GASTOS</b>  |
| 4-05-101      | BOLA DE FOOT BALL                             |
| 4-05-102      | ROLLO PARA CAMARA                             |
| 4-05-103      | LOTERIA                                       |
| 4-05-200      | <b>TELEVISORES, RADIOS Y EQUIPO DE SONIDO</b> |
| 4-05-201      | TELEVISOR BLANCO Y NEGRO                      |
| 4-05-202      | TELEVISOR A COLOR                             |
| 4-05-203      | MINICOMPONENTE                                |
| 4-05-204      | EQUIPO DE SONIDO                              |
| 4-05-205      | CASSETTE SIN GRABAR                           |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO**  
**INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR**  
**BASE DICIEMBRE 1992**  
**4 MISCELANEOS**

| <b>CODIGO</b> | <b>NOMBRE DEL ARTICULO</b>             |
|---------------|----------------------------------------|
| 4-05-300      | <b>VIAJES DE RECREACION</b>            |
| 4-05-301      | HOSPEDAJE (HOTEL)                      |
| 4-05-302      | VIAJE AL EXTRANJERO (PASAJE)           |
| 4-06          | <b>ASEO PERSONAL</b>                   |
| 4-06-000      | <b>SERVICIOS PARA EL ASEO PERSONAL</b> |
| 4-06-001      | CORTE DE PELO PARA HOMBRE              |
| 4-06-002      | CORTE DE PELO PARA MUJER               |
| 4-06-100      | <b>PRODUCTOS PARA EL ASEO</b>          |
| 4-06-101      | JABON PARA BAÑO                        |
| 4-06-102      | PASTA DENTAL                           |
| 4-06-103      | PAPEL HIGIENICO                        |
| 4-06-104      | TOALLA SANITARIA                       |
| 4-06-105      | TINTE PARA EL CABELLO                  |

**ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO UTEC**

| <b>No.</b> | <b>PRODUCTO</b>                              |
|------------|----------------------------------------------|
| 1          | TRANSPORTE DE MICROBUS                       |
| 2          | TRANSPORTE URBANO                            |
| 3          | TRANSPORTE DE BUS INTERDEPARTAMENTAL         |
| 4          | AZUCAR SIN REFINAR                           |
| 5          | MAQUINA DE COSER                             |
| 6          | JUEGO DE COMEDOR PARA SEIS PERSONAS          |
| 7          | CAMAS INDIVIDUALES                           |
| 8          | CAMISA                                       |
| 9          | PAN FRANCES                                  |
| 10         | TORTILLAS DE MAIZ                            |
| 11         | CREMA FRESCA                                 |
| 12         | MACARRONES                                   |
| 13         | JABON PARA BAÑO                              |
| 14         | PASTA DENTAL                                 |
| 15         | BRASSIER                                     |
| 16         | PAPEL HIGIENICO                              |
| 17         | SHAMPOO                                      |
| 18         | PANTALON                                     |
| 19         | BLUSA                                        |
| 20         | JEANS                                        |
| 21         | PANTY HOOSE                                  |
| 22         | FRIJOS ROJO DE SEDA                          |
| 23         | ARROZ                                        |
| 24         | POLLO                                        |
| 25         | HUEVOS DE GALLINA                            |
| 26         | DACRON                                       |
| 27         | DALZADO DEPORTIVO                            |
| 28         | CALZADO BAJO PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS |
| 29         | ENERGIA ELECTRICA                            |
| 30         | AGUA                                         |
| 31         | SERVICIOS TELEFONICOS                        |
| 32         | GAS PROPANO                                  |

## ARTICULOS DE LA CANASTA DE MERCADO UTEC

| CODIGO | NOMBRE DEL ARTICULO           |
|--------|-------------------------------|
| 34     | POSTA NEGRA                   |
| 35     | DESODORANTE                   |
| 36     | CONSULTA MEDICA               |
| 37     | ANTIGRIPALES                  |
| 38     | VITAMINAS                     |
| 39     | ANTIBIOTICOS                  |
| 40     | MENSUALIDADES DE PRE-PRIMARIA |
| 41     | MENSUALIDADES UNIVERSITARIAS  |
| 42     | LLANTAS                       |
| 43     | GASOLINA                      |
| 44     | ACEITE VEGETAL                |
| 45     | MARGARINA                     |
| 46     | SARDINA ENLATADA              |
| 47     | REFRIGERADORAS                |
| 48     | RINSE ACONDICIONADOR          |
| 49     | LECHE HOMOGENIZADA            |
| 50     | PESCADO FRESCO                |
| 51     | QUESO FRESCO                  |
| 52     | TOMATES                       |
| 53     | JABON PARA LAVAR ROPA         |
| 54     | JABON EN POLVO                |
| 55     | LEÑA                          |
| 56     | COCINAS A GAS                 |
| 57     | NARANJAS                      |
| 58     | PLATANOS                      |
| 59     | AGUACATES                     |
| 60     | CEBOLLA                       |
| 61     | ALQUILER                      |
| 62     | PLACHA ELECTRICAS             |

## BIBLIOGRAFÍA

- Arístides Torche L. "Variables Macroeconómicas", Boletín Económico, Pontificia Universidad Católica de Chile, Instituto de Economía, Santiago de Chile, 1996. Pág.19
- Banco Central de Reserva, "Diferentes medidas de inflación para la Política Monetaria en El Salvador", Boletín Económico No. 124. Noviembre 1998. Pág. 1
- Banco Central de Reserva de El Salvador, "Índice de Precios Industriales, IPR, Alternativa para medir el comportamiento de la Inflación en el primer canal de comercialización", Boletín Económico. mayo-junio 1999. Pág. 4
- Banco Central de Reserva de El Salvador. "Metodología de Cálculo del Índice de Precios al Consumidor", San Salvador. 1999. Pág. 6
- Banco Central de Reserva. Boletín Económico, "Resultados de la Inflación durante el 2000". No. 143, marzo-abril 2000. Pág. 5
- Bran Salvador Osvaldo. "Diccionario de las Ciencias Económicas y Administrativas". Pag.157

- Dornbusch Rudiger/ Fischer Stanley. “Macroeconomía”. Quinta Edición. Editorial Mc Graw – Hill/ Internamericana de México, S.A. de C.V. México,1992. Pág. 7
- El Salvador, Dirección General de Estadísticas y Censos.“Metodología de Actualización del IPC, base diciembre 1992”. Pág. 9
- El Salvador, FUSADES. “Informe trimestral de coyuntura”. Departamento de Estudios Económicos y sociales, abril – junio 2001. Pág. 25
- Hernández Sampieri, Roberto et al.”Metodología de la Investigación”. Segunda Edición. Editorial Mc Graw Hill. México. 1999. Pág. 168
- Nordhaus Samuelson.”Macroeconomía” Editorial Mc Graw Hill. Décimo tercera edición. México. Pág. 570
- Obregón Díaz, Carlos Federico. “Keynes: La Macroeconomía del desequilibrio”. Editorial Trillas. México1993. Pág. 11
- Rossetti, José Paschoal. “Introducción a la Economía. Décimo Quinta Edición, Editorial Harla. México. 1994 Pag. 229
- Sitios de Internet

“Indicadores Económicos”. (<http://www.bcv.org.ve/cuadros/4/ipcfaq.htm>)

“Indicadores” .

([http://www.dnp.gov.co/01\\_INDICADO/AgroIndicesPreciosCP.ASP](http://www.dnp.gov.co/01_INDICADO/AgroIndicesPreciosCP.ASP))

“Indice de Precios de Consumo (IPC). Base 1992”

(<http://www.ine.es/daco/daco43/notaipc.htm>)