



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TEMA:

IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA, SUBGRUPO MATERIALES DE LIMPIEZA, PRODUCTO JABÓN PARA LAVAR ROPA EN LA DETERMINACIÓN DEL ÍNDICE DE INFLACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR.

Trabajo de Graduación Presentado por:

**CRISTABEL ARELY SORTO AMAYA
JORGE ARMANDO REINA MORÁN
RENE GEOVANNI CRUZ SÁNCHEZ**

Para optar al grado de:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

NOVIEMBRE, 2002

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA.

PÁGINA DE AUTORIDADES

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCEL

RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

DECANO

IIING. DANILO ADOLFO DÍAZ PÉREZ

JURADO EXAMINADOR

LIC. MANUEL ARTURO AYALA ORELLANA

PRESIDENTE

LIC. JOSÉ MANUEL ALFÉREZ H.

PRIMER VOCAL

LIC. GUILLERMO RAMÍREZ ALFARO

SEGUNDO VOCAL

NOVIEMBRE, 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA.

AGRADECIMIENTOS.

A DIOS TODOPODEROSO

Quien con su iluminación como un ser supremo hizo posible que alcanzara este triunfo.

A MIS PADRES

Quines con su amor y apoyo incondicional me enseñaron principios y fortalezas para que el esfuerzo emprendido sirviera para el logro del objetivo propuesto.

A MI ESPOSO

Quien con su amor, apoyo y comprensión siempre estuvo presente para brindarme palabras de aliento en mi estudio y preparación.

A MIS HERMANOS

Quines con su amor y confianza estuvieron presentes.

A MIS AMIGOS

En especial aquellos que me dieron ánimo y ayuda para culminar la carrera.

CRISTABEL ARELY SORTO AMAYA

A DIOS TODOPODEROSO.

Por permitirme alcanzar mi objetivo de ser un profesional de Administración de Empresas.

A MIS PADRES.

Por brindarme siempre apoyo incondicional, moral y espiritual, enseñándome que con la ayuda de un ser superior y nuestro propio esfuerzo podemos convertir en realidad nuestros propósitos.

A MIS HERMANOS.

Por ser desde un principio el soporte económico fundamental que siempre estuvo presente, permitiendo realizar mis objetivos y metas propuestas.

JORGE ARMANDO REINA MORÁN.

A DIOS TODOPODEROSO

Por darme la oportunidad de finalizar mis estudios, proporcionándome salud y energía para seguir adelante.

A MI MADRE

Por haberme apoyado en todo momento moral y económicamente.

A MIS AMIGOS.

Que de una u otra manera estuvieron presentes para ayudarme a que culminara la carrera.

RENÉ JEOVANNI SÁNCHEZ

INDICE

Pag. No.

Introducción

i

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL SOBRE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA SUBGRUPO MATERIALES DE LIMPIEZA PRODUCTO JABON PARA LAVAR ROPA EN EL INDICE DE INFLACIÓN EN EL A.M.S.S.

1. Generalidades de la Inflación	
1.1. Antecedentes	1
1.1.1. Antecedentes del Producto	1
1.1.2. Antecedentes de la inflación	3
1.2. Marco Conceptual	8
1.2.1. Conceptualización Sobre Inflación	8
1.2.2. Clasificación de La Inflación	9
1.2.3. Inflación y Deflación	11
2. Causas, Consecuencias, efectos y manifestaciones .	13
2.1. Causas	13
2.2. Consecuencias	18
2.3. Efectos	19
2.4. Manifestaciones externas	21
3. Formas de Calcular La Inflación	22
3.1. Índice de precios al consumidor (IPC)	23
3.2. Como nos afecta IPC?	23
3.3. Importancia del IPC	24
3.4. Aplicación del IPC	24
3.5. Índice de precios al por menor	25
3.6. Índice de precios al por mayor	25

CAPITULO II
INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO
VIVIENDA SUBGRUPO MATERIALES DE LIMPIEZA PRODUCTO JABON
PARA LAVAR ROPA EN EL INDICE DE INFLACIÓN EN EL A.M.S.S.

1.	Generalidades.	
1.1	Importancia.	31
1.2	Objetivos del Capítulo	33
1.2.1.	Objetivo general	33
1.2.2.	Objetivos específicos	33
1.3.	Delimitación de la Investigación.	34
1.4.	Limitaciones de la Investigación.	35
1.5.	Metodología de la Investigación	36
1.5.1.	Tipo de Estudio.	36
1.5.2 .	Población de Estudio.	37
1.5.3 .	Tamaño Muestral.	38
2.	Método, Técnicas e Instrumentos de captación de Información.	38
2.1.	Método.	38
2.2.	Técnica.	40
2.3.	Instrumento de captación de información.	41
2.4.	Unidades de Análisis.	42
2.5.	Evaluación de la Encuesta.	42
2.5.1.	Presentación de los Resultados	42

2.5.2. Análisis de la Información.	47
------------------------------------	----

CAPITULO III

DETERMINACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA SUBGRUPO MATERIALES DE LIMPIEZA PRODUCTO JABON PARA LAVAR ROPA EN EL INDICE DE INFLACIÓN EN EL A.M.S.S

1. GENERALIDADES	
1.1 Objetivos del Capítulo	52
1.1.1.Objetivo General	52
1.1.2.Objetivos Específicos	52
2. Importancia del bien	
2.1. Por su Uso	53
2.2. Por su Composición en el Gasto Familiar	54
3. Comportamiento Histórico de los Precios.	55
4. Determinación de la Importancia del precio del producto en el Índice de Precios al Consumidor (IPC)	58
4.1. Definición de Variables	58
4.2. Derivación de la Formula del Impacto de Precios en el Índice de Inflación	59
4.3. Determinación de la Importancia	62
4.4. Efectos Sobre la variación del poder adquisitivo	62
5. Propuesta Metodológica	64
5.1. Justificación de la propuesta.	64
5.2. Objetivo de la propuesta metodológica	65
5.3. Parámetros	65

5.3.1. Representatividad	65
5.3.2. Transparencia metodológica y de cálculo	66
5.4. Creación de un nuevo IPC	68
5.5. Construcción de la Canasta del IPC	68
5.6. Criterios de selección de productos para la canasta del IPC	69
5.7. Selección de lugares para toma de precios.	70
5.8. Ventajas del nuevo IPC	70
5.9. Nueva Canasta de Bienes	71
5.9.1. Ponderación del IPC.	71
5.9.2. Estructura de la canasta	72
5.9.3. Propuesta de nueva canasta de bienes ampliada .	73
5.10. Programa Permanente de Actualización	75
Bibliografía	77
Anexo	
Glosario Técnico	

INTRODUCCION

A través de los años la economía salvadoreña ha sido afectada por diferentes factores llegando así a tener en los productos de la canasta de mercado un incremento o disminución de precios, el cual afecta directamente el bolsillo de los individuos dependiendo de la variación existente en el índice de precios al consumidor.

El objetivo principal de esta investigación esta orientada a la comprensión de los diferentes capítulos que componen el presente documento de graduación, el cual se ha elaborado en base a las metas ha alcanzar en la investigación, se da a conocer las variables principales que intervienen en la variación del precio de los productos que conforman la canasta de mercado.

Capítulo uno: Marco Teórico Conceptual de Referencia se describen los antecedentes del producto y los antecedentes de la inflación, luego se compone de un marco conceptual en el que se refleja: Conceptualización, clasificación de la inflación, inflación y deflación, causas, consecuencias, efectos, manifestaciones y forma de calculo de la inflación, finalizando este capitulo con un marco normativo, que rige las actividades de las empresas a través de los diferentes lineamientos establecidos en la Ley de Protección al Consumidor.

El capítulo dos: La metodología de la Investigación comprende el tipo de estudio, población y muestra, técnicas e instrumentos, análisis e interpretación de resultados.

Capítulo tres: Aporte de la Investigación en el que se plantea, el detalle de objetivos, importancia del bien, comportamiento histórico de los precios, determinación de la importancia del precio del producto en el Índice de Precios al Consumidor (IPC) finalizando con una propuesta metodológica.

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL SOBRE LA IMPORTANCIA DEL

GRUPO VIVIENDA SUBGRUPO MATERIALES DE LIMPIEZA

PRODUCTO JABON PARA LAVAR ROPA EN EL INDICE DE

INFLACIÓN EN EL A.M.S.S.

1. GENERALIDADES DE LA INFLACION

1.1. Antecedentes.

1.1.1. Antecedentes del producto

El producto jabón para lavar ropa, bolsa de tres unidades de 360 grs, su presentación es de dos colores: bola azul y bola blanca, envoltorio plástico con diseño de viñeta de colores atractivos blanco, azul y rojo, su finalidad principal es lograr blancura que irradia en toda la ropa, es un producto Centroamericano hecho en El Salvador por Industrias Unísola S.A. Este producto es perteneciente al grupo vivienda subgrupo materiales de limpieza; como su formula lo indica, está elaborado con el fin de contribuir a mantener la buena salud de los individuos, por lo que es utilizado por la mayoría de los grupos familiares del AMSS, de manera que es un bien considerado de primera necesidad dentro de este grupo, por lo

tanto, representa una opción más dentro de los materiales de limpieza para el mantenimiento de la higiene y aseo personal.

En cuanto a los precios del producto Jabón para lavar ropa, según lo establece la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), entre el año 1995, 1996 y 1997 no se registro una variación significativa ya que prácticamente en los precios se refleja una estabilidad.

En cambio en el año 1998 y 1999 se dio una disminución de 1.3% en relación a 1995, 1996 y 1997, para los años 2000 y 2001 se a mostrado una variación significativa en relación a los años anteriores (1998 y 1999). Esto se puede ver reflejado en la siguiente tabla:

Tabla de variación de Precios del Producto Jabón para Lavar Ropa.
(Diciembre 1995 - 2001)

Año	Precio al por Mayor ₡	Precio unitario ₡	%
1995	₡ 89.8	₡3.74	
1996	91.2	3.79	0.98
1997	92.67	3.86	0.98
1998	71.5	2.98	(1.29)
1999	59.75	2.49	(1.21)
2000	60.83	2.53	0.98
2001	63.8	2.66	0.95

1.1.2. Antecedentes de la Inflación en El Salvador

A través de la historia económica, desde épocas recientes, se ha comprobado que la inflación tuvo su origen en un aumento exagerado de la cantidad de dinero circulante. Muchos Años después, sigue siendo cierto que un aumento excesivo de la cantidad de dinero es una de las causas de un incremento sustancial de los precios.

En El Salvador a partir de la década de los noventa hasta el año 2001 la inflación ha mostrado una disminución relativa en algunos períodos, al igual que un incremento más significativo para la mayoría de los precios de los productos de la canasta de mercado.

“El control de la inflación ha sido una de las prioridades del Gobierno de El Salvador. Su control ha requerido una disciplina fiscal y monetaria determinada por una recaudación más eficiente, la liberalización de las tasas de interés y el flujo de capital externo. El Banco Central opera en forma independiente, la economía ha sido abierta al comercio internacional y los controles de precio han sido eliminados.

La tasa de inflación ha alcanzado niveles de 8.9% en 1994, 11.4% en 1995, 7.4% en 1996 y de 1.9% en 1997. La tasa de inflación alcanzada en 1997 ha sido la más baja lograda por el país durante más de diez años y coloca a El Salvador como el

tercer país de Latinoamérica con la inflación más baja. Este buen resultado se vio influenciado por los menores incrementos de los precios de vivienda, vestuario, transportes y comunicaciones. En el ámbito de productos, destacan la disminución en los precios de los productos derivados de petróleo y en los granos básicos, que son controlados por el gobierno. ¹_/

En 1998 se registró un alza en la tasa de inflación llegando a 4.2%, debido principalmente a los efectos del Huracán Mitch, tasa que estuvo dentro de lo programado para el año y semejante a los niveles inflacionarios observados internacionalmente. El nivel de inflación ha situado a El Salvador como un país exitoso en el manejo de la estabilidad de precios entre los países de América Latina, estando entre los cinco países latinoamericanos con menor tasa de inflación.

La inflación de septiembre registró 0.2%, una disminución en comparación con agosto que reportó 0.4%. En 1999 la inflación acumulada en El Salvador, registró menos 1.0% y según las autoridades fue ocasionado por fenómenos climatológicos que principalmente reflejó una baja en los precios agrícolas.

¹_/ Oportunidades de negocios

Cero Inflación en El Salvador.

“La inflación en El Salvador mostró en octubre del 2000 una estabilidad en el índice de precios al consumo al registrar 0.0%, según la Dirección General de Estadística y Censos del Ministerio de Economía. Un informe indica que la tasa de inflación acumulada alcanzó un 3.6%, punto a punto se mantuvo en 2.7% y la inflación promedio anual 1.5%.

La estabilidad registrada fue motivada por una leve reducción de precios en los grupos de alimentos, vestuario y servicios, que a su vez fue contrarrestada por el incremento de precios de grupos, vivienda y misceláneos”.²/

Cero inflación indica que los productos que conforman la canasta de mercado no han experimentado ninguna variación porcentual en su precio, lo que significa que el valor de los bienes se mantiene en equilibrio con relación al consumo.

“Una de las razones a las que obedece este fenómeno esta representado por una estabilidad de precios en las materias primas o insumos de producción, lo que se establece como una disminución de los precios de los productos, a través de la cual incrementa el poder de compra de los consumidores mediante una adecuada distribución del ingreso real.

(<http://www.exportex.com.sv/esp2/>)

²/ Cero inflación en El Salvador
(<http://www.trinchera.com/inflacion> en elsalvador/)

El Salvador ha sido uno de los países de América Latina que durante la década de los 90 ha mostrado mayor estabilidad de precios. Durante el año 2000, la inflación anual, enero a diciembre, alcanzó 4.3 por ciento. Ello representa una aceleración considerable con respecto a 1999, cuando la economía experimentó una caída de precios de 1.0 %. A pesar que la cifra para el 2000 pudiera considerarse elevada, y de hecho supera la meta de inflación establecida por el Gobierno en su programa monetario (2 a 4 por ciento), el aumento en el índice de precios al consumidor refleja efectos transitorios y de una sola vez.”³ /

“La Dirección General de Estadística y Censos del ministerio de Economía informó que en Febrero del 2001 los precios de los bienes y servicios registraron un incremento de 0.1% en comparación al mes de marzo, con este resultado, las variaciones que se obtuvieron fueron unas tasas de inflación acumuladas del año de 2.0% anual y un promedio anual de 3.9%. El rubro que más se incremento fue el grupo vivienda, el cual aumentó sus precios en un 0.5%, seguido por el de misceláneos con un aumento del 0.1%.

³ / Moneda
(<http://www.elsalvador.com/moneda/>)

Por otro lado, el vestuario disminuyó sus precios un 0.4%. Dentro del grupo de vivienda, el subgrupo servicios mantuvo estable sus precios, mientras que la electricidad y el combustible aumentaron un 1.6%.”⁴ /

“La demanda ha significado una fuente adicional de inversiones extranjeras directas de US \$872 millones, que favorece el clima de productividad y competitividad internacional. En cambio la oferta, a representado un mayor dinamismo en las ramas de las actividades claves para el funcionamiento de la estructura productiva como son: electricidad y agua, así como transporte, almacenaje y comunicaciones.

La estabilidad cambiaria es el resultado de estabilidad macroeconómica, reflejada en la reducción de la inflación, el aumento en las exportaciones y en la inversión, un razonable déficit en la cuenta corriente, la generación de empleo y crecimiento económico y en un adecuado nivel de Reservas Internacionales.”⁵ /

⁴ / Ibid Pag. 29

⁵ / Banco Central de Reserva , Informe económico 2000

1.2. Marco Conceptual

1.2.1. Conceptualización Sobre Inflación

“La tasa de inflación se ha convertido en uno de los índices estadísticos más consultados para apreciar la situación económica general de un país, cuyos efectos económicos pueden ser negativos o positivos; por lo que es importante destacar su origen, conceptos, tipos, causas y efectos, así como la forma de cálculos y las características de su comportamiento en El Salvador.

“ La inflación es el aumento generalizado de los precios, pero esto no es relativo ya que constantemente hay aumento de los precios”.⁶ /

“ La Inflación es la depreciación del valor de la moneda (o la reducción del poder adquisitivo de la moneda”⁷ /

“Es un aumento desproporcionado de circulación en relación con el aumento de bienes producidos. El aumento de circulante puede ser por medio de papel moneda, créditos o emisión de bonos o valores del estado. Podemos decir que la inflación es el aumento de moneda que el gobierno pone en circulación sin previo respaldo económico.”⁸ /

⁶ -/ Ibid pag. 2

⁷ -/ Rossetti José, Introducción a la economía, 1979

⁸ / Inflación, www.cisle.org.mx/noticias

Para fines del presente trabajo adoptaremos el siguiente concepto: “la inflación es el proceso que refleja el incremento acelerado de los precios de bienes y servicios de la economía de un país, a la vez se considera como un fenómeno económico que se manifiesta a través de una reducción del poder adquisitivo del dinero”.

1.2.2. Clasificación de la Inflación

“La inflación esta formada por varios niveles de gravedad según lo establecen diferentes autores. De ahí que se analicen mediante la siguiente clasificación:

- Inflación Por Costo, se da cuando aumentan los precios de la materia prima, las presiones sindicales dan como resultado un incremento salarial con mayores prestaciones sociales. Lo que quiere decir que se origina por la presión autónoma sobre los costos de los diferentes factores de la producción (salarios, renta, insumo, impuesto).
 - Inflación Por Demanda: cuando la demanda de un bien es mayor que las cantidades que se ofrecen en el mercado los precios suben producto del exceso de la demanda, lo cual puede ser provocado, por un aumento en la capacidad de compra, por variaciones en los gustos y preferencias, por un aumento de la población, las especulaciones futuras de la escasez y otros factores que pueden incidir en la demanda en un momento determinado.
-

- Inflación Galopante: es una inflación que tiene dos o tres dígitos, que oscila entre el 20, el 100 o el 200% al año.
- Hiperinflación: se considera como algo extremo y viene asociada a guerras, consecuencias de dichas guerras, revoluciones, etc. Hoy en día todo escasea, menos el dinero. Los precios son caóticos y la producción esta desorganizada. Todo el mundo tiende a acaparar cosas y a tratar de deshacerse del papel moneda malo que desplaza la circulación al dinero metálico bueno.
- Inflación Moderada: se caracteriza por una lenta subida de los precios. Una inflación es moderada si las tasa anuales de inflación son de un dígito. Cuando los precios son relativamente estables, él publico confía en el dinero.
- Inflación Por Oferta: este tipo de inflación se da cuando se produce una reducción en la oferta de bienes en el mercado, lo que puede ser producto de factores climatológicos, factores tecnológicos, especulaciones, escasez de materia prima y otros factores sociales.”⁹ /

⁹_/Panameño Medrano, T.L. Rivas, N.E. Propuestas de políticas y estrategias para contrarrestar el impacto de la inflación en la clase media baja de la sociedad Salvadoreña. Universidad Tecnológica / 1997

Debido al comportamiento del índice de precios al consumidor a partir de la década de los noventas, podemos decir que, el tipo de inflación que más se apega a la economía salvadoreña se define como inflación moderada, ya que en el transcurso de este período se ha experimentado una lenta subida de los precios que han sido relativamente estables, lo que representa un equilibrio entre el consumo y el poder adquisitivo del dinero.

1.2.3 Inflación y Deflación

“En economía, el término inflación es utilizado para describir un aumento o una disminución del valor del dinero, con relación a la cantidad de bienes y servicios que se pueden comprar con ese dinero. La inflación es la continua y persistente subida del nivel general de precios y se mide mediante un índice del costo de diversos bienes y servicios. Los aumentos reiterados de los precios disminuyen el poder adquisitivo del dinero y de los demás activos financieros que tienen valores fijos, creando así serias distorsiones económicas e incertidumbres.

La inflación es un fenómeno que se produce cuando las presiones económicas actuales y la anticipación de los acontecimientos futuros hacen que la demanda de bienes y servicios sean superior a la oferta disponible de dichos bienes y servicios a los precios actuales, o cuando la oferta disponible esta limitada por una escasa productividad por restricciones del mercado; estos aumentos persistentes de los

precios están vinculados históricamente a las guerras, inestabilidades políticas y otros hechos concretos.

Por otra parte la deflación implica una caída continuada del nivel general de precios como ocurrió en la gran depresión en los Estados Unidos de América (EUA), durante la década de 1930; suele venir acompañada por una prolongada disminución del nivel de actividad económica y elevadas tasas de desempleo, sin embargo, las caídas generalizadas de los precios no son fenómenos corrientes; siendo la inflación la principal variable económica que afecta actualmente, tanto la planificación privada como la planificación pública de la economía.

Las economías pequeñas que dependen de los mercados exteriores o de los precios de unos pocos bienes que exportan pueden sufrir una recesión si los precios de estos bienes disminuyen. La secuencia que sigue una recesión depende en gran medida de los factores que la origina y de la economía que padece dicha situación de recesión.”¹⁰ /

La recesión económica, es la disminución o contracción del nivel de actividad económica. Se dice que una economía sufre una recesión económica, cuando disminuye de un modo significativo la producción y el nivel de empleo. Pero la definición de lo que es o no es significativo, resulta bastante arbitrario, algunos autores, lo definen en términos de tiempo por ejemplo: una caída del Producto

¹⁰ / Ibid pag.2

Nacional Bruto (PNB). Otra forma de definir la recesión parte del diferencial entre producción real y potencial, pero a su vez, esta producción potencial no puede establecerse de forma objetiva.

Las recesiones pueden tener distintas causas. En los modelos de los ciclos económicos las recesiones son endógenas o interiores, en tanto que forman parte inherente de la estructura económica y no están provocadas por factores externos a la economía.

2. Causas, Consecuencias, Efectos y Manifestaciones Externas de la Inflación

2.1. Causas

“Tiene que tomarse en cuenta del país que se trate ya que no son las mismas causas de un país a otro: inflación en el mercado coyuntural: inflación de guerra: podemos hablar de la inflación de guerra, un país puede estar bien económicamente y de repente se presentan conflictos bélicos o guerras, cuando se ve envuelto en un conflicto tiene que desviar su producción hacia los armamentos, tomándole recursos que tiene destinado a salarios, a la educación y a la producción de cualquier bien o servicio.

El curso de la coyuntura por exceso de demanda se puede producir por uso interno de la reserva monetaria del país (es la cantidad de dinero que se tiene guardado en los bancos, ya sea del estado o particulares) ese uso interno puede ser: por gasto de consumo, aumento de gasto de la inversión por elevación de los gastos de producción. Lo cual ocurre por un aumento de salario, por decreto fiscal etc.

- **Déficit fiscal**

Se ha comprobado que el déficit fiscal que manejan los gobiernos en América Latina han sido causantes de la inflación debido a que cada país los gobiernos tienen que tomar medidas relacionadas con la política fiscal.

En estas economías la presión tributaria generalmente se encuentra en un límite máximo de tolerancia, y al mismo tiempo los gastos que se relacionan con el aparato administrativo del gobierno son proporcionalmente más altos que sus ingresos, lo cual genera déficit presupuestales. Algunas de las medidas que los gobiernos consideran para resolver el problema del déficit fiscal es el aumento de la cantidad de moneda en el sistema económico, lo cual genera inflación cuando dicho aumento no tiene un respaldo en la producción de bienes.

Por otra parte en el afán de financiar los déficit fiscales se toma la decisión de hacer uso de los préstamos externos, los cuales en el mediano plazo generan

inflación debido a que se están financiando operaciones del gobierno que no producen bienes reales y que por el contrario aumentan el circulante de dinero.

- **Perspectivas Inflacionarias de la Oferta**

Cuando las variaciones de la oferta son provocadas por factores exógenos como: los factores climatológicos; escasez de materia prima, guerra y otros no vinculados con el precio; estos factores dan como resultado aumento en los costos de producción de los bienes y servicios, lo que incide en aumento de precios. Por otra parte, la reducción en la producción permaneciendo la demanda constante provocará un incremento de precios.

- **Perspectivas Inflacionarias de la Demanda**

En una economía de mercado, cuando se modifican las condiciones subjetivas de la demanda, los precios del mercado se distorsionan, producto del incremento en las cantidades demandadas, superando las cantidades ofrecidas; esto genera en el corto plazo procesos inflacionarios que se estabilizan cuando la ley de la oferta y la demanda alcanzan el punto de equilibrio.

- **Desequilibrios de la Balanza de Pagos**

Los desequilibrios que se presentan en la balanza de pagos de un país, pueden en un momento determinado ser causante de inflación principalmente cuando el nivel de importaciones supera las exportaciones y las relaciones de intercambio entre

los países son desiguales; esto eleva los costos de los productos importados en el mercado.

El déficit en la balanza comercial deberá ser liquidado con las cuentas de la balanza de servicios, esto en algunos casos los lleva a la devaluación de la moneda, provocando inflación en la economía interna de los países.

- **Políticas Cambiarias Inflacionarias**

En los países subdesarrollados la política cambiaria provoca inflación debido a que estos países no ejercen ningunas influencias en la moneda en los países desarrollados por ejemplo Estados Unidos de América (EUA), el dólar los países subdesarrollados se ven obligados a devaluar sus monedas, por presiones de organismos internacionales tales como: El Banco Mundial (BM) y El Fondo Monetario Internacional (FMI); esto con el afán de poder cumplir sus compromisos adquiridos en el contexto económico internacional.

- **Políticas Monetarias Inflacionarias.**

En algunos países de América Latina se han establecido políticas orientadas a incrementar la masa monetaria sin ningún respaldo real, esto con el afán de cumplir con compromisos adquiridos por los gobiernos, principalmente cuando

existen déficit fiscales o en aquellos casos donde se quiere incrementar la actividad comercial de la economía. Esta política genera inflación por que provoca un incremento en la demanda superando a la oferta.

- **Políticas Salariales no Ajustadas al Comportamiento Productivo.**

Las presiones sindicales por aumentar los salarios generan inflación, cuando dichos aumentos no generan productividad en el trabajo, principalmente los salarios que paga el estado.

En algunas economías existirán otras causas que provocan inflación y esto dependerá del nivel de desarrollo que los países estén planificando. Las causas mencionadas anteriormente son comunes en la mayoría de países de América Latina.”¹¹ /

¹¹ / Opus Cit (Panameño, Rivas)

2.2. Consecuencias

“El proceso inflacionario, un empuje inflacionario origina otro y así sucesivamente: el proceso inflacionario, la inflación en si es una consecuencia, un sistema del desajuste económico del país. Una vez que se inicia es difícil remediarlo, las injusticias en el trato desigual de las riquezas. Hace subir los precios se desvalorizan los inventarios. Cuando hay inflación los que no tienen, tienen menos y los que tienen, tienen más.

“Dentro de algunas consecuencias más importantes que genera la inflación se pueden detallar las siguientes:

- Perjudica principalmente los trabajadores. El salario que recibe la mayor parte de ellos, es principalmente su patrimonio, el cual cada vez se reduce en la medida en que su dinero vale menos.
- Empobrece a aquellos que reciben un ingreso fijo o que no varía al mismo ritmo que los precios.
- Destruye paulatinamente la tendencia al ahorro, ya que la inflación achica los ahorros reales.
- Agranda las diferencias entre los sectores sociales.
- Propicia la fuga de capitales hacia los países con mayor estabilidad económica.
- Genera desórdenes sociales, que pueden traducirse en guerras civiles, golpes de estado y revoluciones.

En la inflación, si podemos hablar de una redistribución de la riqueza, que casi siempre beneficia al gobierno del estado: adquiere bienes y da a cambio dinero nuevo.”¹² /

2.3. Efectos

La inflación tiene costos reales que dependen de dos factores: de que la inflación sea esperada o no y de que la economía haya ajustado sus instituciones (incorporado a la inflación a los contratos de trabajos, prestamos y arriendos de capital y revisando los efectos de sistema fiscal ante una situación inflacionaria) para hacerle frente.

Cuando la inflación esperada y las instituciones se han adaptado para compensar sus efectos, los costos de la inflación sólo son de dos tipos. Unos son los llamados costos de transacción, estos son, los derivados de la incomodidad de ir a las instituciones financieras a sacar dinero para poder ajustar los saldos reales deseados a la pérdida del poder adquisitivo del dinero motivado por el alza de los precios.

Los efectos de la Inflación imprevista sobre el sistema económico los podemos clasificar en dos grandes grupos: Efectos sobre la distribución del ingreso (son los

¹² / Inflación (www.cisle.org.mx/noticias)

más visibles y más frecuentes destacados) y la riqueza y efectos sobre la asignación de los recursos productivos.

La inflación perjudica a aquellos individuos que reciben ingresos fijos en términos nominales y, en general, los que reciben ingresos crecen menos que la inflación. Efectos sobre la actividad económica: la inflación tendrá también efectos distorsionados sobre la actividad económica ya que todo proceso inflacionario implica una alteración de la estructura de precios absolutos aumentan por igual.

Dado que los precios relativos son las señales que guían el funcionamiento del mercado, una alteración de su estructura implica una distorsión en la asignación de los recursos al verse dificultada la información.

La incertidumbre que generaren los procesos inflacionarios también ha sido destacada como un elemento negativo para la producción. La incertidumbre derivada de la inflación dificulta los controles y los cálculos de rendimiento de las inversiones.”¹³ /

¹³ / Opus Cit Pag. 12

2.4. Manifestaciones externas de la inflación.

La inflación se manifiesta por un alza general de los precios, donde se involucran los productos y servicio tales como:

- Habitación
- Comida
- Vestuario
- Transporte.

Y demás bienes y servicio de uso diario y común. Por una inflación demasiado elevada, una balanza de pagos, escasez de bienes y servicios, que va aumentando al mismo ritmo que la inflación.¹⁴ _/

¹⁴ _/ Inflación, www.cisle.org.mx/noticias

3. Formas de Calcular la Inflación.

“El fenómeno inflacionario puede tipificarse como importado o interno; el primero se refiere cuando es generado como consecuencia del aumento del valor de las importaciones, aumento que se traslada a los precios internos de los bienes importados; la inflación interna en cambio, es consecuencia de fenómenos internos por los cuales la demanda nominal de uno o varios productos excede la oferta real a estos como sucede cuando hay gasto publico deficitario, crédito expansionados, etc.

Cuando los precios que se consideren son los de una canasta de bienes y servicios la inflación se determina en términos de las variables asociadas a los precios de dicha canasta; así la inflación se puede establecer por las variaciones que experimenta el índice de precios al consumidor (IPC), el índice de precios al por mayor (IPM), y el deflactor implícito (DI), del producto interno bruto (PIB).

El Deflactor Integral a diferencia de los índices de precios, no esta asociada a una canasta especifica de bienes y servicios y su cobertura es más amplia, puesto que representa la variación promedio de los precios de todas las transacciones que se mide por el PIB a precios corrientes y el PIB a precios constantes.

La ponderación más corriente y aceptable es la que presenta el IPC que registra los precios de una muestra de bienes y servicios o canasta del índice.

3.1. Índice de Precios al Consumidor

Definición: 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.

Para medir la inflación se recurre a un índice de precios que, mediante una cifra, exprese el crecimiento medio de los bienes durante un periodo de tiempo determinado.”¹⁵ /

3.2. ¿Cómo nos afecta el IPC?

“Suele utilizarse como medida de la inflación. Señalando, de este modo, la pérdida de poder adquisitivo que sufren los agentes económicos por la subida de los precios de los bienes y servicios destinados al consumo.

En el caso del Ministerio de Hacienda suele deflactar cada año la declaración de la renta en lo que haya subido la inflación. Ello supone aumentar las deducciones y las cantidades de cada tramo contributivo, puesto que los contribuyentes, al subir los precios, necesitan más dinero (en términos monetarios) para comprar las mismas cosas.”¹⁶ /

¹⁵ / Opus cit. (Panameño, Rivas)

¹⁶ /Opus cit Pag 12

3.3. Importancia del IPC

“Se ha considerado que el índice de precios al consumidor es importante por las siguientes razones:

- Determina las variaciones de precios de la canasta de mercado
- Es un instrumento que evalúa el proceso inflacionario de un país
- Permite establecer el costo de vida de la población
- Facilita la toma de decisiones en las diferentes empresas del país
- Ayuda a orientar la política económica y salarial del país” ¹⁷ /

3.4. Aplicación del IPC

- Campo económico
 - Deflactor
 - Medida coyuntural de inflación
- Campo jurídico
 - Actualización de rentas
 - Actualización de primas de seguros
- Campo social
 - Negociaciones salariales

¹⁷ / Opus cit (Panameño, Rivas)

- Fijación de pensiones.

3.5. Índice de precios al por menor = IPC

Este índice es publicado por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), se considera que es el mejor estructurado en la canasta básica y además es representativo de toda el área urbana del país, su cobertura social alcanza a toda la población de diverso ingresos y estratos.

Representa la evolución de los precios en la comercialización realizada en el ámbito de minoristas tanto de bienes intermedios como finales, domésticos y extranjeros.

3.6. Índice de Precios al Por Mayor

Es un estadígrafo sobre la evolución de los precios de la actividad económica realizada en el ámbito mayorista tanto de insumo como de bienes finales nacionales e importados. Tiene como ventaja dar una idea del dinamismo de la actividad económica y del volumen de transacciones en las primeras etapas del proceso de comercialización.¹⁸_/

¹⁸_/ Opus Cit (Panameño, Rivas)

4. Marco Normativo.

Los precios de los bienes y servicios lo determinan los empresarios basándose en los costos de producción y los impuestos. Apegándose a cumplir con las legalidades pertinentes que rigen las diferentes Instituciones Gubernamentales, con la finalidad de no caer en ilegalidades, ya que estas son sancionadas con prisión o multas.

El Centro de Defensa al Consumidor (CDC), verifica que algunos de los productos de los rubros: Alimentos, Bebidas y Tabaco, vivienda, vestuario y servicios y Misceláneos cumplan con los requisitos preestablecidos por el empresario o distribuidor del producto, esta verificación la hacen por medio de la compra del producto como consumidores, para luego revisar si realmente cumplen con lo ofrecido. Por otra parte la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) lo hace por medio de listado de precios sin colocarse como consumidores.

Para conocer sobre las disposiciones del producto y código penal, aplicables a la industria y comercio, a continuación se presentan algunos artículos del ámbito legal:

Disposiciones Para la Venta de Productos en General, que van Envasados o Empaquetados.

Acuerdo N°. 14

El órgano ejecutivo en el ramo de economía.

De conformidad a lo establecido en el artículo 8 de la ley de protección al consumidor.

Acuerda:

1. Que todo productor, importador o distribuidor, deberá imprimir en los envases o empaques de los productos que más adelante se determinan, los ingredientes que entran en la composición de cada uno de los mismos:

a) Alimentos:

Pastas alimenticias, maicenas, atoles y avenas, Harinas de trigo, harinas de maíz nixtamalizadas, aceites, grasas y margarinas comestibles, productos lácteos, derivados de la leche (queso, crema, requesón y otros similares), azúcares, mieles y similares, gelatina, etc.

b) Productos de uso personal:

Jabones de tocador, desodorantes, lociones, shampoo, talcos, crema de tocador, fijadores, tintes para cabello, crema y espuma para afeitar, pastas dentífricas, papel higiénico y servilletas, cosméticos, etc.

c) Materiales para limpieza y uso en el hogar

Jabones de barra, bola, liquido y otros similares, jabones en crema, barra y liquido de utensilio del hogar, detergentes en polvo y líquidos, lejías, limpiadores, desinfectantes, y ceras líquidas, insecticidas, desodorantes ambientales, repelentes, esponjas y fibras limpiadoras, papel toalla, papel aluminio.

d) Medicamentos para uso humano y veterinario, nacionales e importados.

2. Los datos que comprenden los ingredientes a cada producto, deberán ir impresos en los mismos envases o empaques o en una viñeta adherida a los mismos.

3. En caso de incumplimiento a lo dispuesto en el presente acuerdo, será sancionado de conformidad a la ley de protección al consumidor.

4. Se concede un plazo transitorio de sesenta días contados a partir de la vigencia del presente acuerdo para que las empresas involucradas se apeguen a las disposiciones contenidas en este acuerdo.

5. El presente acuerdo entrara en vigencia, ocho días después de su publicación en el diario oficial. Comuníquese (publicado por el Señor, Presidente de la República)

Disposiciones del Código Penal, Aplicables a la Industria y al Comercio.

Acaparamiento.

Art. 233 El que almacenare sustrajere o retuviere fuera del comercio normal, artículos o productos de primera necesidad provocando o pudiendo provocar el alza moderada de los precios a juicio de la autoridad administrativa competente, será sancionado con prisión de uno a tres años.

Cuando cometiere el delito de estado de emergencia nacional o calamidad publica, será sancionado con prisión de tres a cinco años.

Venta a precio superior.

Art.234. El que vendiere bienes o prestare servicios a precios superior al que constare al de las etiquetas, rótulos, letreros o listas elaboradas por el productor o

distribuidos o prestador de servicios, será sancionado con prisión de seis meses a dos años y multa de cincuenta a cien días multa.

Si el hecho se cometiere en época de conmoción o de calamidad pública podrá aumentarse la pena hasta en una tercera parte de su máximo.

Uso de pesas o medidas alteradas

Art. 235. El que en ejercicio de actividades mercantiles usare pesas o medidas alteradas, será sancionado con prisión de seis meses a un año y multa de treinta a cincuenta días multa.

Propalación falsa

Art. 237. El que propalare hechos falsos o usare cualquier maniobra o artificio para conseguir el alza de los precios de sustancias alimenticias o artículos de primera necesidad, será sancionada con prisión de seis meses a un año y multa de treinta a cincuenta días multa.”¹⁹

¹⁹ _/ Vásquez, Luis. Ley de protección al consumidor, Lis Editores, 1999

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA SUBGRUPO MATERIALES DE LIMPIEZA PRODUCTO JABON PARA LAVAR ROPA EN EL INDICE DE INFLACIÓN EN EL A.M.S.S.

1. GENERALIDADES

1.1 Importancia

La importancia de realizar un estudio de esta naturaleza radica en determinar el impacto que tiene sobre el gasto familiar el uso del producto, jabón para lavar ropa (Marca Victoria), perteneciente al grupo vivienda subgrupo materiales de limpieza, el cual por cuestiones de salud e higiene es utilizado por el cien por ciento de los grupos familiares independientemente de la calidad y precio del producto, por lo tanto ello conlleva al desarrollo de una investigación provechosa, tanto para la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), como para los estudiantes de la Facultad de Economía y público en general.

Como futuros profesionales debemos conocer sobre los efectos del índice de los precios en la economía Salvadoreña, con ello se pretende identificar al menos en un sector específico, en este caso se ha tomado como base el Área Metropolitana

de San Salvador (AMSS). Por otra parte se pretende analizar el efecto económico que representa para los individuos un incremento o decremento de precios sin importar la clase social a la que pertenezcan.

Esta investigación consiste en un estudio comparativo del índice de precios al consumidor calculado por la Dirección General de Estadística Y Censo (DIGESTYC) y el Índice de Precios al Consumidor (IPC) que será determinado por la Universidad Tecnológica (UTEC) por medio de la investigación de campo; el estudio ha sido de forma dirigida (por la Universidad Tecnológica de El Salvador) a través de los estudiantes de la facultad de ciencias económicas.

El estudio se considera que servirá como aporte técnico a la población y dirigentes para la toma de decisiones a nivel de políticas gubernamentales en el orden económico: salarios, consumo, empleo, etc.

1.2. Objetivos del Capítulo

1.2.1. Objetivo General

Desarrollar una investigación de campo sobre la variación de los precios del producto jabón para lavar ropa en el AMSS.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Recolectar información sobre los precios del producto Jabón para lavar ropa por medio de un cuestionario prediseñado por la Universidad Tecnológica de El Salvador.
- Organizar la información obtenida en las diferentes investigaciones para construir indicadores que sirvan para su respectivo análisis económico
- Analizar e interpretar los resultados de forma comparativa entre los diferentes periodos de investigación para determinar el impacto inflacionario.

1.3. Delimitación de la Investigación.

Para delimitar el objeto de estudio se ha tomado en cuenta aspectos: Geográficos, Temporales y Sociales; siendo estos, elementos indispensables para la realización de la investigación, ya que se estudiará y a la vez se analizará el incremento en los precios de los productos de la canasta básica, el cual, no representa una variación significativa en todo el país.

Para efectos de la recolección de datos se tomo de base solamente el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) compuesto por diez Municipios ocho en el Gran San Salvador y dos en el Departamento de La Libertad (Nueva San Salvador y Antiguo Cuscatlán). Dado que en estos lugares existe una mayor comercialización de los productos que conforman la canasta de mercado.

La investigación esta limitada a los distribuidores del producto debido a que son quienes ponen a disposición las diferentes marcas y precios del jabón para lavar ropa siendo este un producto de la canasta básica; específicamente se ha tomado de referencia el jabón marca victoria, bolsa de tres jabones tamaño gigante de 360 grs.

Las visitas a los diferentes establecimientos se realizaron de acuerdo a los lineamientos y fechas que la Universidad Tecnológica, consideró apropiadas para el desarrollo de dichas investigaciones.

Fechas de visitas a los establecimientos:

INVESTIGACION	FECHA
Primera	17 de Diciembre del 2001
Segunda	26 de Enero del 2002
Tercera	23 de febrero del 2002
Cuarta	16 de Marzo del 2002

1.4. Limitaciones de la investigación.

Conforme se desarrollaron las cuatro investigaciones en los diferentes periodos establecidos por la Universidad Tecnológica, no se presento ningún inconveniente al momento de recopilar la información, dado que en la primera visita a los establecimientos se hizo una presentación como estudiantes de la universidad Tecnológica especificando que la investigación solamente es para fines académicos.

Por lo tanto las personas encargadas de cada establecimiento a las cuales se les consulto, se mostraron dispuestas a cooperar y a la vez proporcionar información requerida. Sin embargo no se recopilo el precio del producto Jabón para Lavar Ropa en algunos periodos de recolección de información, lo cual se dio únicamente en determinados locales distribuidores del artículo, debido a la no existencia del mismo, por lo que se considero necesario tomar el precio en base a

un procedimiento ya definido, siendo detallado en un punto más adelante en el presente documento, de igual manera se establece el mismo procedimiento de cálculo para aquellos precios que se supone que su valor no es real, tomando en cuenta que el cambio que representan no va de acuerdo a la tendencia de variación entre los diferentes periodos de investigación.

1.5. Metodología de la Investigación

1.5.1. Tipo de Estudio

Los experimentos auténticos o puros manipulan variables independientes para ver sus efectos sobre variables dependientes en una situación de control. Por otra parte la investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir que, lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

Específicamente nuestro estudio está orientado a identificar la variación del precio del producto Jabón para Lavar ropa, perteneciente al grupo vivienda, subgrupo materiales de limpieza, determinando de esta manera la investigación como de tipo no experimental ya que, no estaremos manipulando deliberadamente ninguna variable si no, simplemente observaremos el comportamiento de los precios o la variación porcentual de los mismos.

Por tanto se ha definido el diseño longitudinal de tendencia, el cual se refiere a la recolección de datos a través del tiempo en puntos o periodos especificados, para hacer inferencia respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias.

1.5.2. Población de Estudio

Para efectos de esta investigación se tomará de base una muestra de 241 artículos propuestos por la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC), divididos en cuatro rubros principales:

Rubro	N. Artículos
Alimentos Bebidas y tabaco	78
Vivienda	35
Vestuario y servicios relacionados	53
Misceláneos	75

Para su selección se han tomado como base los siguientes criterio:

1. El peso en el gasto del artículo o servicio seleccionado con respecto al gasto total.
2. El porcentaje de hogares que incurren en ese gasto.

1.5.3. Tamaño Muestral

La Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), para formar su canasta de mercado ha tomado de base el Área Metropolitana de San Salvador (A.M.S.S), para investigar los precios de los productos seleccionados, considerándolos como los más representativos o de mayor importancia de cada rubro o grupo, conformado por 62 artículos y 12 establecimientos que fueron objeto de estudio de esta investigación.

1. MÉTODO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE CAPTACIÓN DE INFORMACIÓN.

2.1. Método.

Para el cálculo del índice se considera como base el método de Laspeyres, ya que es un índice complejo que expresa con un único dato, la variación de los componentes que lo integran (precios y cantidades) a lo largo del tiempo ponderando cada uno de ello según su importancia.

Todo método tiene sus ventajas y desventajas el método de Laspeyres no es la excepción, Dentro de las ventajas podemos decir que facilita la investigación debido que son las mismas cantidades que se miden a través del tiempo, el resultado se considera como el más confiable, nos permite tener un ponderador para el año base y es fijo para otros años, reduce los costos en el procesamiento

de los datos . Por otra parte las desventajas del método: no se toma en cuenta que las familias pueden cambiar sus hábitos de consumo; es decir que pueden aumentar, disminuir el consumo de un artículo o sustituir un artículo por otro, no se puede medir la variación en la cantidad.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) de acuerdo al método de Laspeyres se interpreta, como el nivel que alcanzan los precios en un año dado, respecto de un año base (al que se le asigna 100) considerando las mismas cantidades del año base en ambos periodos; es decir, se trata de percibir la variación en los precios de un grupo de bienes elegidos en el año base y que permanece inalterada durante los periodos sucesivos.

Formula:

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

Donde:

$I_{n,o}$: índice del periodo n, referido al periodo base

$P_{n,i}$: Precio del rubro i en el periodo n

$Q_{o,i}$: Cantidad del rubro i en el periodo base

$P_{o,i}$: Precio del rubro i en el periodo base

Para el cálculo del IPC se investigan un total de 3,423 precios, 15 precios por cada bien o servicio, los establecimientos están ubicados en lugares donde demandan el bien los individuos de las diferentes clases sociales.

2.2. Técnica

Para efectos de ésta investigación, la Universidad Tecnológica de El Salvador (UTEC), opto utilizar como técnica base la observación directa del producto jabón para lavar ropa en presentación de tres bolas tamaño gigante de 360 grs Para constatar el precio, presentación del producto, tamaño, especificaciones, etc. así como también se nos asigno como estudiantes egresado de la facultad de Ciencias Económicas visitar a los establecimientos ubicados en Ciudad Delgado siendo estos los siguientes:

Establecimiento	Ubicación
Venta de pollos (Ángela Ruiz)	Mercado Municipal Local (Aves)Puesto #82
Ventas varias (Berta Alicia Pleitez)	Mercado Municipal Cereales Puesto #48
Venta de verduras (Ángela Durán)	Mercado Municipal Puesto #44
Ruta 4 (preferencial)	Punto de Ruta Ciudad Delgado
Venta de leña s/n	Av. Paleca # 58, Por Ceiba
Ruta B (ordinario)	Ciudad delgado Ba. Sn. Sebastián Por Escuela
Ruta 10 (preferencial)	Despacho de Colinas del Nte. Carret. Troncal del Nte
Chalet los Gemelos	Mercado Municipal Puesto #67 2da. Planta

Los productos investigados son los siguientes: pollo refrigerado, fríjol rojo de ceda, huevos de gallina, tomate, cebolla, aguacate, bus urbano, leña de cuatro rajitas, pan francés y jabón para lavar ropa (victoria) siendo este último el producto base de nuestro trabajo de graduación, el instrumento de medición a través del cual se recopiló la información fue por medio de un cuestionario, que la Universidad Tecnológica proporcionó para la realización de cada investigación.

2.3. Instrumento de captación de información

La recolección de datos se desarrolló a través de un cuestionario pre-diseñado (Ver Anexo: 1, 2, 3 y 4) en tiempo y espacio establecido por la Universidad Tecnológica de El Salvador, se realizaron cuatro visitas a los establecimientos definidos en el numeral anterior, para obtener la información de nuestro interés.

La forma en que fueron organizada la visita a los establecimientos fue determinada por la Universidad Tecnológica, la cual asignó transporte para los diferentes grupo de estudiantes de la Facultad de Economía que efectuaron la investigación en el A.M.S.S. El procesamiento de la información será desarrollado por la Universidad Tecnológica, a través del CIOPS.

2.4. Unidades de Análisis.

Las unidades de análisis que la Universidad Tecnológica de El Salvador estableció son: los productos y establecimientos en nuestra investigación se a tomado de base el jabón para lavar ropa, específicamente el jabón victoria, en presentación de 3 unidades tamaño gigante de 360 grs. y los establecimientos distribuidores del producto mencionados anteriormente para la recolección de datos, que han sido objeto de estudio para reflejar la variación de precio en los diferentes periodos de investigación.

2.5. Evaluación de la Encuesta.

2.5.1 Presentación de los resultados

ÍNDICE DE PRECIOS

Nº 2. VIVIENDA

Código: 207.001

Nombre: Jabón para Lavar Ropa.

Cant / Peso: 360 gr.

Tabla de resultados de las encuestas sobre los precios del producto Jabón para Lavar Ropa (Marca Victoria).

ESTABLECIMIENTOS	1ra. Invest.	2da. Invest.	3ra. Invest.	4ta. Invest.
1. Hiper Europa	₡10.94	₡ 0.0	₡10.94	₡10.94
2. Despensa de Don Juan	10.85	10.85	11.55	11.55
3. Ventas Varias (Jesús Flores)	10.50	12.00	11.00	11.00
4. Ventas Varias (Berta Pleitez)	10.50	10.50	0.0	10.50
5. Calleja, S.A de C.V	10.95	11.55	11.55	11.25
6. Despensa de Don Juan	10.85	10.85	10.85	11.55
7. Despensa de Don Juan	11.64	11.64	11.55	11.55
8. Super Selectos	10.94	10.94	11.55	11.55
9. Super Selectos	10.94	11.55	11.55	11.55
10. Super Selectos	10.94	11.55	11.55	11.45
11. Super Selectos	10.94	0.0	11.46	10.94
12. Super Selectos	0.0	11.55	11.55	11.55

La tabla anterior muestra la variación de precios del producto jabón para lavar ropa marca Victoria en cada una de las cuatro investigaciones realizadas en los diferentes establecimientos que fueron objetos de estudios de esta investigación.

Considerando que en la segunda investigación el precio del producto Jabón para Lavar Ropa (Marca Victoria), en el establecimiento numero #1 Hiper Europa, al igual que el establecimiento numero #11 Súper Selectos presentan una variación no uniforme en comparación con los datos obtenidos en las demás investigaciones realizadas por lo que fue necesario calcular un nuevo precio, a través del siguiente procedimiento:

1. Hiper Europa

1ra. Invest.	2da. Invest.	3ra. Invest.
10.94	x	10.94
10.85	10.85	11.55

$$10.94 + 10.94 = 21.88$$

$$10.85 + 11.55 = 22.40$$

$$(22.40 / 21.88) * 10.85 = \underline{\underline{11.11}}$$

11. Super Selectos

1ra. Invest.	2da. Invest.	3ra. Invest.
10.94	11.55	11.55
10.94	x	11.46

$$10.94 + 11.55 = 22.49$$

$$10.94 + 11.46 = 22.40$$

$$(22.40 / 22.49) * 11.55 = \underline{\underline{11.50}}$$

Debido a que en la primera investigación realizada no obtuvimos información concerniente al precio del producto en el establecimiento numero #12 Super Selectos, nos vimos en la necesidad de calcular el precio del bien para este periodo de recolección de información, de la misma forma que en la tercera investigación en el local #4 Ventas Varias atendido por Señora Berta Pleitez (Mercado Municipal de Ciudad Delgado), donde se presento el mismo problema por lo que se utilizo el siguiente método de cálculo:

4. Ventas Varias (Berta Pleitez)

2da. Invest	3ra. Invest	4ta. Invest
12.00	11.00	11.00
10.50	x	10.50

$$12.00 + 11.00 = 23.00$$

$$10.50 + 10.50 = 21.00$$

$$(21.00/23.00) * 11.00 =$$

$$\underline{\underline{10.04}}$$

12. Super Selectos

1ra. Invest.	2da. Invest.
10.94	11.50
x	11.55

$$(11.55 / 11.50) * 10.94 = \underline{\underline{10.98}}$$

Cuadro de resultados modificados de las encuestas sobre los precios del producto
Jabón Para Lavar Ropa (Marca Victoria).

ESTABLECIMIENTOS	1ra. Invest.	2da. Invest.	3ra. Invest.	4ta. Invest.
1. Hiper Europa	₡10.94	₡11.11	₡10.94	₡10.94
2. Despensa de Don Juan	10.85	10.85	11.55	11.55
3. Ventas Varias (Jesús Flores)	10.50	12.00	11.00	11.00
4. Ventas Varias (Berta Pleitez)	10.50	10.50	10.04	10.50
5. Calleja, S.A de C.V	10.95	11.55	11.55	11.25
6. Despensa de Don Juan	10.85	10.85	10.85	11.55
7. Despensa de Don Juan	11.64	11.64	11.55	11.55
8. Super Selectos	10.94	10.94	11.55	11.55
9. Super Selectos	10.94	11.55	11.55	11.55
10. Super Selectos	10.94	11.55	11.55	11.45
11. Super Selectos	10.94	11.50	11.46	10.94
12. Super Selectos	10.98	11.55	11.55	11.55
Total	130.97	135.59	135.14	135.38
Promedio	10.91	11.30	11.26	11.28
Variación Relativa	0.00%	3.60%	3.20%	3.40%
Variación Mensual	0.00%	3.60%	-0.40%	0.18%

2.5.2. Análisis de la información

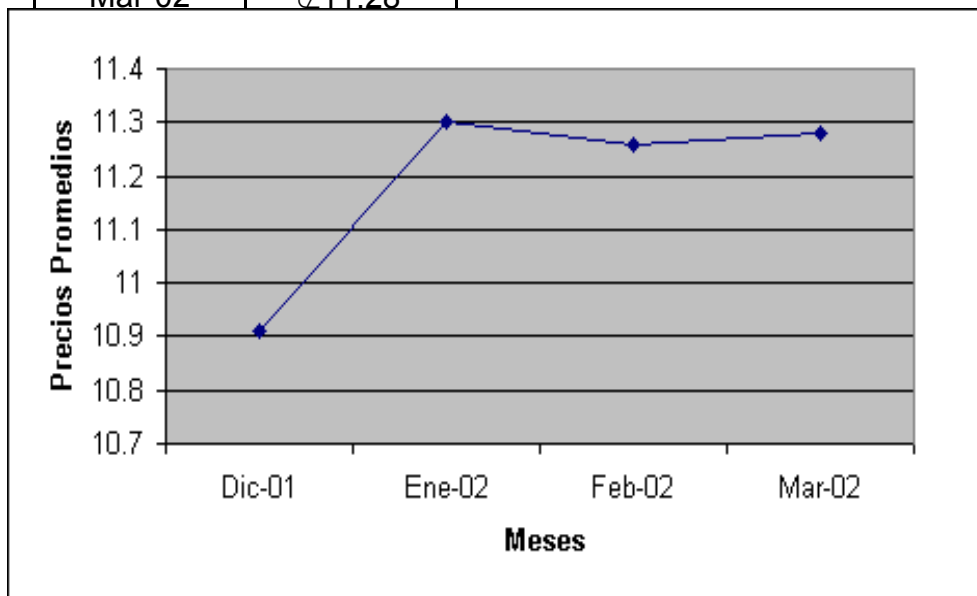
De acuerdo a la investigaciones realizadas en los diferentes periodos de recolección de información, se ha determinado que el producto Jabón para lavar ropa marca Victoria, bolsa de 3 unidades de 360 grs. perteneciente al grupo Vivienda, subgrupo Materiales de limpieza, ha presentado algunas variaciones en su precio lo que obedece en la mayoría de los casos a que el producto es distribuido en establecimientos donde se tiene que cubrir gastos como por ejemplo: pago de recursos humanos, alquiler de local, agua, luz, teléfono etc.

Tomando en cuenta que ese mismo producto esta a la venta en diferentes locales de los mercados municipales del AMSS. en donde existe solamente una persona encargada de ese lugar sin tener que cubrir otros gastos adicionales para que el producto este disponible al cliente.

Lo que significa que la variación de precios que representa el articulo no afecta de manera significativa a los consumidores del AMSS. Puesto que van adquirir el bien en el lugar o establecimiento que mas les convenga, para lo cual se toma muy en cuenta la capacidad adquisitiva que poseen los individuos que residen en esta área, lo que depende lógicamente de los ingresos que ellos reciben .

Comportamiento de los precios promedio del producto Jabón Para Lavar Ropa (Marca Victoria), entre el periodo comprendido del 17 de Diciembre del 2001 al 16 marzo del 2002.

Meses	Promedio
Dic-01	₡10.91
Ene-02	₡11.30
Feb-02	₡11.26
Mar-02	₡11.28



Cálculo de la Variación Relativa de los Precios

Mes base, Diciembre 2001. Precio base = ₡10.91

Formula:

$$\frac{\text{Precio del mes actual} - \text{Precios del mes anterior}}{\text{Precio del mes base}} \times 100$$

$$\frac{10.91 - 0}{10.91} \times 100 = 100\%$$

0% variación.

$$\frac{11.30 - 10.91}{10.91} \times 100 = 3.6 \%$$

3.6 % de incremento con respecto al mes base

$$\frac{11.26 - 10.91}{10.91} \times 100 = 3.2 \%$$

3.2 % de incremento en relación al mes base

$$\frac{11.28 - 10.91}{10.91} \times 100 = 3.4 \%$$

3.4 % de incremento en comparación al mes base

Cálculo de la Variación Mensual.

Formula:

$$\frac{\text{Precio del mes actual} - \text{Precio del mes anterior}}{\text{Precio mes anterior}}$$

$$\frac{11.30 - 10.91}{10.91} \times 100 = 3.6 \% \text{ Incremento}$$

$$\frac{11.26 - 11.30}{11.30} \times 100 = -0.4 \% \text{ Disminución}$$

$$\frac{11.28 - 11.26}{11.26} \times 100 = 0.18 \% \text{ Incremento.}$$

De acuerdo a los resultados obtenidos tomando de base el precio promedio de la primera investigación realizada (Diciembre 2001) y la variación relativa mensual, podemos decir que el precio del producto Jabón Para Lavar Ropa (Marca Victoria) ha experimentado un incremento en su valor del 3.6 % para el mes de Enero en relación al primer mes de evaluación.

Para el tercer mes de investigación se registro un incremento del 3.2 % con respecto al periodo base, no así en comparación con el mes de Enero el cual reflejo una disminución de - 0.4%. Luego se refleja un incremento no significativo del 3.4% en relación al mes base y a la vez mostró un incremento del 0.18% con respecto al mes anterior.

En base a lo anterior podemos decir que, al inicio los resultados obtenidos de las investigaciones muestran un incremento entre el mes de Diciembre 2001 y Enero 2002, luego el precios del producto jabón para lavar ropa se mantiene estable en el resto del periodo, esta tendencia se considera normal ya que Diciembre es una época en la cual en general los precios de los bienes tienden a incrementar.

CAPITULO III

DETERMINACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA SUBGRUPO MATERIALES DE LIMPIEZA PRODUCTO JABON PARA LAVAR ROPA EN EL INDICE DE INFLACIÓN EN EL A.M.S.S

1. GENERALIDADES

1.1. Objetivos del Capítulo

1.1.1. Objetivo General

Determinar la importancia del producto jabón para lavar ropa, a la vez analizar el comportamiento histórico de los precios y presentar una propuesta metodológica acerca del Índice de Precios al Consumidor.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Establecer la importancia del producto jabón para lavar ropa en el gasto de los grupos familiares.
- Dar a conocer el comportamiento histórico de los precios del producto Jabón para lavar ropa, a partir de Enero'98 a Marzo'02.
- Presentar una propuesta metodológica acerca del Índice de Precios al Consumidor.

2. Importancia del Bien

2.1. Por su Uso

A través de los años los materiales de limpieza constituyen un medio por el cual las personas se benefician con la utilidad que brindan los diferentes productos destinados para la higiene y salud de los grupos familiares sin importar la clase social a la que pertenezcan.

Para la realización de esta investigación se tomo de base el producto jabón para lavar ropa marca victoria, perteneciente al grupo vivienda, subgrupo materiales de limpieza, el cual ha venido siendo un bien de primera necesidad.

Este producto satisface las necesidades de toda persona, dado que posee componentes químicos que logran eliminar las impurezas y a la vez contiene componentes aromatizadores que dejan un aroma agradable en la ropa, además es un artículo de calidad con un precio accesible.

Los jabones son sustancias que alteran la tensión superficial (disminuyen la atracción de las moléculas de agua entre sí en la superficie) de los líquidos, especialmente el agua, se utilizan como agentes limpiadores, ya que cuando un objeto está sucio, casi siempre se debe a la adhesión de capas de grasa o aceite que a su vez contienen polvo y partículas extrañas.

2.2. Por su Composición en el Gasto Familiar.

La importancia del producto Jabón para lavar ropa radica en que este producto es utilizado diariamente dentro de los grupos familiares, por lo que se considera como un artículo de primera necesidad, dado que cumple con las exigencias de los consumidores en la medida en que contribuye a mantener la buena salud e higiene de los individuos, de manera que los materiales de limpieza, al igual que otros productos como por ejemplo: los que pertenecen al rubro de alimentos representan una prioridad básica para todas las familias independientemente de su clase social.

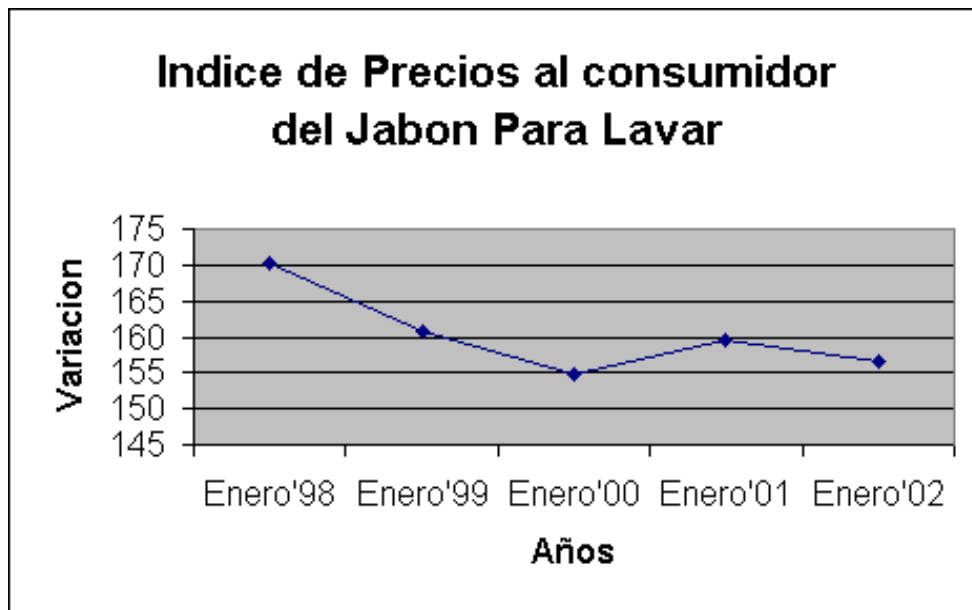
Podemos decir que si el precio del producto experimenta una variación ya sea positiva o negativa en su precio, esto viene a repercutir en el bolsillo de los individuos dependiendo del ingreso que ellos reciben, ya que si hay un incremento en el precio del bien puede ser que se de una limitación a la hora de adquirir otros productos, pero si el precio se mantiene o disminuye los consumidores pueden mantener o incrementar su capacidad de compra. En el caso del artículo jabón para lavar ropa la variación en el precio no es representativo esto significa que no afecta en gran medida el bolsillo de los consumidores.

3. Comportamiento Histórico de los Precios

Variación Porcentual del IPC anual del Producto Jabón Para Lavar Ropa.

(Mes Enero / 1998 – Enero / 2002)

Años	Variación % del IPC
Enero'98	170.13
Enero'99	160.8
Enero'00	154.87
Enero'01	159.5
Enero'02	156.66



Fuente. Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)

La demanda de un determinado producto puede definirse como las diferentes cantidades que los consumidores estarán dispuestos y en condiciones de adquirir, en función de los diferentes precios posibles, en determinado periodo de tiempo.

De acuerdo al grafico anterior el comportamiento del Índice de Precios al consumidor del producto jabón Para Lavar Ropa ha mostrado una tendencia descendente a partir de 1998 hasta el 2000 de un valor de 170.13 a 154.87, luego para el 2001 incrementó en 4.63 llegando así a 159.5, en el 2002 nuevamente surge una disminución de 2.84 mostrando una variación en el índice de 156.66. Pero manteniéndose por arriba del índice de precios del 2000.

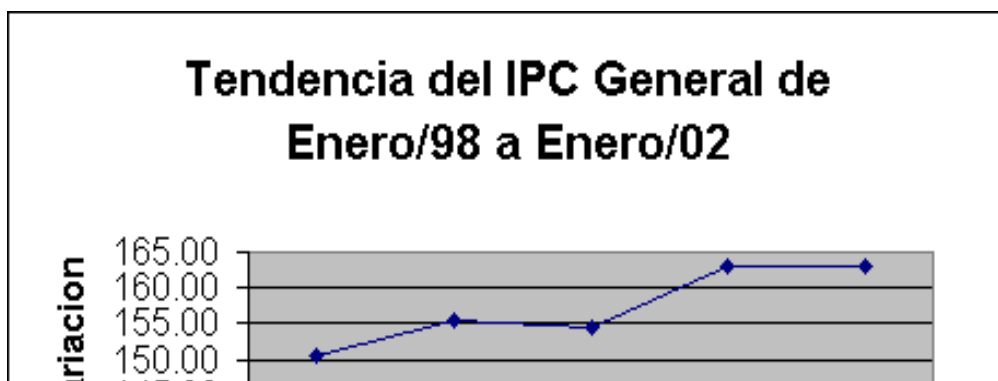
Los datos anteriores reflejan que los consumidores del producto Jabón para Lavar Ropa, estarían en la disponibilidad de adquirir una cantidad mayor de este artículo dado que el índice de precios al consumidor ha disminuido desde Enero de 1998 hasta Enero del 2002. debido a la aparición de nuevas marcas de dicho producto, lo que ha influenciado positivamente disminuyendo el precio del bien en el periodo antes mencionado.

Variación Porcentual del IPC General

(Mes Enero / 1998 – Enero / 02)

Años	Variación % del IPC
Ene-98	150.60
Ene-99	155.31
Ene-00	154.46
Ene-01	162.92
Ene-02	162.92

Fuente. Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)



La variación del Índice de Precios al Consumidor general del periodo de Enero de 1998 a Enero del 2002 ha mostrado una tendencia de incremento, comparado, con el IPC del producto Jabón para Lavar Ropa que disminuyó considerablemente en el transcurso del mismo periodo, lo cual no generó un efecto inflacionario en el IPC general, ya que las variaciones positivas o negativas de uno de los productos que conforman la canasta de mercado no tienen incidencia para determinar si existe inflación, debido a que este fenómeno se presenta cuando incrementa el precio de todos los productos que integran la canasta general de bienes y servicios.

4. Determinación de la Importancia del precio del producto en el Índice de Precios al Consumidor (IPC).

4.1. Definición de Variables

Una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse. La relación entre las variables queda establecida cuando al ir tomando una de ellas sus diferentes valores, se van modificando los valores de la otra variable.

El impacto o influencia que puede tener un producto o servicio dentro del índice de precios al consumidor esta determinado al menos por las siguientes variables:

- Variación mensual en términos porcentuales que muestran el índice del producto o servicio analizado con relación al mes inmediato anterior.
- La variación del producto o servicio analizado con relación al periodo base.
- El valor del índice de precios al consumidor general de todos los productos.
- La importancia relativa del producto o servicio analizado dentro del índice general de precios al consumidor en la economía.

4.2. Derivación de la Formula del Impacto de Precios en el Índice de Inflación.

Ejemplos de Aplicación de las Formulas.

Formula para Calcular el Impacto Mensual del Precio del Producto.

$$IM = \frac{[(V_{mi}) * (\text{variación IPCi}) * (IR_{bi})]}{IPC_g}$$

$$IM = \frac{[(-0.39\%) * (1.7013) * (0.90000)]}{150.60}$$

$$IM = -0.00393\%$$

a) Variación Mensual

$$VM_i = \frac{(\text{mes actual} - \text{mes anterior})}{\text{Mes anterior}}$$

$$VM_i = \frac{(170.13 - 170.79)}{170.79} \times 100$$

$$VM_i = -0.39\%$$

b) Variación del IPC con respecto a la base

$$\text{Variación IPCI} = (\text{IPCI}) / (\text{IPCg})$$

$$\text{Variación IPCi} = (170.13) / (100)$$

$$= \mathbf{1.7013}$$

c) Importancia Relativa del Producto en el IPC general

$$\text{IRbi} = \mathbf{0.90000} \text{ (valor constante)}$$

d) Índice General de Precios

IPCg = valores obtenidos en base a la formula de Laspeyres.

Simbología Aplicada:

IPCg: Índice General de Precios

IPCI: Índice General del Producto

VMi: Variación Mensual.

IPCBase: Valor del Índice en la Base.

IPCI: Índice General del Producto.

Variación IPCi :	Variación del IPC con respecto a la base.
IRb(g):	Importancia Relativa del Producto en el IPC g
Ir(I):	Importancia Relativa del Producto en el IPC g
IM mensual:	Impacto Mensual del Índice de Inflación
IM anual:	Impacto Anual del Índice de Inflación
PAGeneral:	Poder Adquisitivo Calculado sobre el IPC General
PAProducto :	Poder Adquisitivo Calculado sobre el IPC Producto

4.3. Determinación de la Importancia.

Se puede determinar la importancia que tiene el precio del producto Jabón para Lavar Ropa en el índice de precios al consumidor (IPC). Al observar el impacto que han tenido las variaciones positivas y negativas en el precio del producto Jabón para Lavar Ropa se puede determinar que a partir de 1998 este ha sido de -0.01319% en el total del Índice de Precios al Consumidor (IPC) al mes de Diciembre del 2001, mostrando un efecto hacia la baja en dicho porcentaje el cual representa una disminución en el precio del bien en el transcurso de ese periodo, para el 2002 se refleja un 0.02623% indicando un incremento en el precio del artículo entre el periodo comprendido de Enero y Febrero de dicho año. (Según Tabla de Determinación del Impacto en el IPC. Anexo # 5)

4.4. Efectos Sobre la Variación del Poder Adquisitivo.

Formula para calcular el Poder Adquisitivo del Producto Enero / 1998:

$$\text{PA producto} = [1 / (\text{IPC producto}) 100]$$

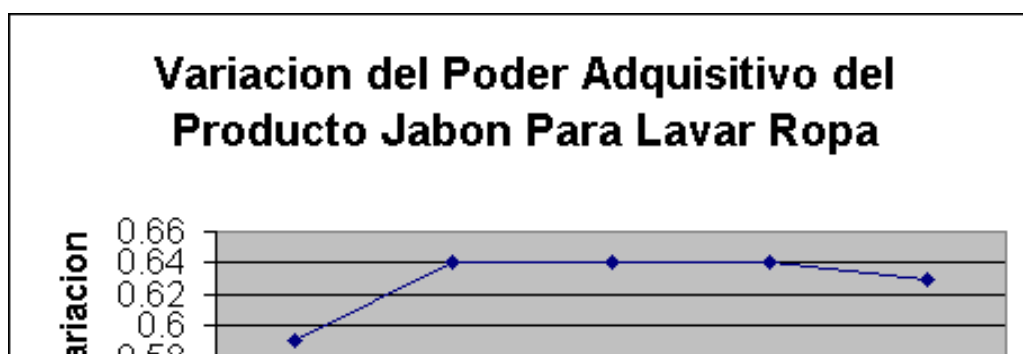
$$\text{PA producto} = [1 / (170.13) 100]$$

$$\text{PA producto} = 0.59$$

Variación del Poder Adquisitivo del Producto Jabón Para Lavar Ropa.

Promedios	Años	PA general	PA producto
	1998	¢ 0.65	¢ 0.59
	1999	¢ 0.65	¢ 0.64
	2000	¢ 0.64	¢ 0.64
	2001	¢ 0.61	¢ 0.64
	2002	¢ 0.61	¢ 0.63

Fuente. Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)



El poder adquisitivo en relación al producto Jabón para Lavar Ropa, según la representación grafica anterior se vio afectado negativamente, es decir que de ₡0.59 que se tenían disponibles en 1998, para 1999 se contaba con ₡ 0.64 por cada colón destinados al consumo del artículo antes mencionado, presentando un incremento de ₡0.05 de colón dentro del gasto de los grupos familiares, luego a partir de 1999 hasta el 2002 se refleja una estabilidad en el poder adquisitivo del bien, lo que significa que en el transcurso de este periodo la disponibilidad de mantener o adquirir una mayor cantidad de unidades del producto ha sido favorable para los consumidores.

5. Propuesta Metodológica.

5.1 Justificación de la propuesta.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) elaborado por la Dirección de Estadística y Censos (DIGESTYC), en base a la fórmula de Laspeyres ya no se considera un índice representativo, ya que no toma en cuenta algunos aspectos importantes como por ejemplo: los cambios en los patrones de consumo, en el periodo de 10 años (1992 al 2002), no se tiene información real del cambio en los ingresos promedios de los grupos familiares, no considera los cambios en la estructura de los mercados que inciden en la determinación de las unidades para la selección de precios, además, no se analiza la cobertura territorial en la que se debe incluir los 14 departamentos debido al grado de crecimiento poblacional que han experimentado.

Por lo tanto, consideramos necesario desarrollar una nueva encuesta de ingresos y gastos del hogar, en la que se reflejen los productos que no se han tomado en cuenta y que en la actualidad vienen a formar parte del presupuesto familiar Ej. Computadoras, telefonía celular, etc. Lo que se refleja como un gasto constante dentro de los grupos familiares que pueden adquirir estos y otros tipos de productos, así mismo que refleje la variación en los ingresos promedios de la familia salvadoreña típica.

5.2 Objetivo de la propuesta metodológica

Presentar lineamientos generales para la elaboración de un Índice de Precios al Consumidor (IPC), que refleje de mejor manera las variaciones de los precios

sobre la base de una canasta ampliada y una forma más representativa de monitorear las variaciones en los precios y su efecto en el índice de inflación.

5.3 Parámetros.

5.3.1 Representatividad

Esta referida al instrumento de recopilación de información, en donde se debe elaborar una nueva encuesta de ingresos y gastos nacionales actualizada en base a ingresos promedios, lo cual permitirá detectar las variaciones en los patrones de consumo, a la vez, la nueva muestra de establecimientos donde se toman los precios deberá permitir actualizar los cambios en los hábitos de compra de los hogares, derivados de la modernización de los canales de comercialización y de los cambios en la localización de la población en nuevas áreas geográficas.

5.3.2. Transparencia Metodológica y de Cálculo

Modernizar la institución (DIGESTYC) la cual debe ser más adecuada y apegada a las necesidades actuales, tomando en cuenta una metodología más participativa, como por ejemplo: las sugerencias de empresas públicas, privadas, sindicatos, etc. Además la institución tendría que hacer pública la información, dando a conocer los precios mensuales de los bienes y servicios a través de un medio informativo o divulgativo, así también contar con especialistas nacionales e internacionales para que sea eficiente la información.

5.4. Creación de un Nuevo IPC.

La base del IPC en el periodo de Diciembre de 1978 se fundamentó en los resultados de las encuesta de presupuesto familiares realizada por el Ministerio de Planificación entre Agosto de 1976 y Julio de 1977, con una cobertura geográfica en toda el área urbana del país tomando una muestra global de 158 artículos que fueron los más significativos, dividiéndolo en 4 grandes rubros: Alimentos 56, Vestuario y servicios relacionados 30, Vivienda 35 y Misceláneos 36, según la encuesta antes mencionada, con un numero total de establecimientos de 365 distribuidos en A.M.S.S. incluyendo Santa Tecla, Santa Ana y San Miguel, utilizando para el cálculo de este índice la formula de Laspeyres.

Para el año de 1992 la canasta de Bienes y Servicios fue ampliada a 241 artículos distribuida en 4 rubros: Alimentos Bebidas y Tabacos 78, Vivienda 35, Vestuario y servicios relacionados 53, Misceláneos 75. La cobertura geográfica incluye el Área Metropolitana de San Salvador, las cabeceras departamentales de Santa Ana, Sonsonate y San Miguel. Con una muestra de 1100 establecimientos.

Debido al crecimiento población y la existencia de nuevos productos que vienen a ser parte del presupuesto del grupo familiar, se considera necesario actualizar el Índice de Precios al Consumidor, con base a una nueva encuesta de ingresos y gastos, ya que hay productos que aun no se han tomado en cuenta como gasto de

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

5.5. Construcción de la Canasta del IPC.

El Índice de Precios de Consumidor (IPC) requiere para su elaboración la selección de una muestra de bienes y servicios representativa de los distintos comportamientos de consumo de la población, así como la estructura de ponderaciones que defina la importancia de cada uno de estos productos. En la mayoría de los países, el IPC se obtiene por medio de información recolectada a través de una Encuesta de Presupuestos Familiares.

El comportamiento de los consumidores cambia considerablemente, ya sea porque variaron los gustos, las modas o su capacidad de compra, o bien por la aparición de nuevos productos en el mercado hacia los que se ha desviado el gasto. Todos estos cambios deben reflejarse en la composición del IPC y en su

estructura de ponderaciones; es por ello que se hace preciso realizar un cambio de sistema que permita una mejor adaptación de este indicador a la realidad económica actual.

La nueva encuesta permitirá detectar el consumo de un mayor número de productos, con una cobertura a nivel nacional (todos los departamentos) los hogares elegidos anotaran sus gastos en una libreta especial durante todo un año. Del conjunto de gastos declarados, se escogerá un número más reducido de artículos representativos de las mayores proporciones de gastos para elaborar la canasta para el cálculo mensual del IPC. La estructura del gasto de los hogares permitirá, además establecer las ponderaciones de cada articulo en el IPC.

5.6. Criterios de Selección de Productos para la Canasta del IPC

Para su selección se han tomado como base los siguientes criterio:

- El peso en el gasto del artículo o servicio seleccionado con respecto al gasto total. Es decir, 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. La reducción de la ponderación mínima requerida para formar parte de la canasta refleja la mayor

diversificación en el consumo de los hogares, ya que, el gasto es repartido entre una mayor cantidad de bienes y servicios diversos.

- Establecer primeramente la forma en que se hace en el actual IPC y los criterios que se utilizaron.

5.7. Selección de lugares para toma de precios.

El nuevo criterio de selección de los tipos de establecimientos debe ser el de mayor proporción de gastos y no el de mayor frecuencia de compra. Sobre la base de un directorio de establecimientos y de una encuesta de puntos de compras se debe configurar una muestra por tipo de establecimientos que sirva como fuente de información para la toma de precios.

5.8. Ventajas del nuevo IPC

- Representaría de una mejor forma el gasto del grupo familiar.
- Tendría una estructura más actualizada y exacta de los patrones de consumo.
- Presenta una configuración de canasta más completa y refleja una estructura de clasificación más lógica y adecuada, de acuerdo a una concepción de canasta desde el punto de vista de los usuarios y consumidores y no de la oferta del bien o servicio.

- Considera un número superior de variedades y de establecimientos por tipo de producto.
- Contaría con una mayor capacidad de adaptación a la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado.
- Cada año se analizaría cual es el producto de mayor venta.

5.9.Nueva Canasta de Bienes.

5.9.1. Ponderación del IPC

El Índice de Precios al Consumidor ha venido sufriendo cambios, por lo que consideramos que en la clasificación de los cuatro rubros, el grupo alimentos es en el que los grupos familiares incurren en mayor gasto dado que incluye productos de consumo diario.

El grupo que le presigue es vivienda, luego encontramos el rubro Vestuario y servicios relacionados y por ultimo el grupo de misceláneos considerándolo como el de menor consumo.

La nueva canasta del IPC reflejaría una variación en la participación del gasto en todos los grupos y subgrupos. Ello debido a los cambios que pudieron haberse dado en la ultima década. 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 sus grupos respectivos. Sin duda 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 esta década.

5.9.2. Estructura de la canasta

La nueva estructura de la canasta estaría compuesta por un mayor número de grupos y subgrupos, cada subgrupo a la vez, estaría conformado por artículos y estos por productos (variedades).

El cambio de estructura reflejará una importante diversificación del consumo de los hogares, que sería considerada en el IPC, pero además se incluiría para cada producto, una mayor cantidad de variedades o marcas de mayor presencia en el mercado.

GRUPOS Y SUBGRUPOS DE BIENES Y SERVICIOS (Diciembre 1992=100)

I. Alimentos, Bebidas y Tabaco

1. Cereales y Derivados
2. Carnes: Vacuna, Porcina y Aves
3. Pescado y Mariscos
4. Aceites y Grasas
5. Huevos
6. Productos Lácteos

7. Frutas Frescas y Envasadas

8. Vegetales y Legumbres
9. Azúcar y Dulces
10. Condimentos
11. Alimentos Preparados
12. Bebidas
13. Tabaco

II. Vivienda

1. Alquiler y Gasto en Vivienda
2. Electricidad y Combustible
3. Servicios
4. Equipamiento y Utensilios para el Hogar
5. Equipo del Hogar
6. Artículos Textiles
7. Materiales de Limpieza

III. Vestuario y Servicios Relacionados

1. Prendas p/ Hombres Mayores de 15 años.
2. Prendas para Niños de 3 a 15 Años
3. Accesorios P/ Hombres y Niños Mayores de 3 Años
4. Prendas para Mujeres Mayores de 15 años
5. Prendas para Niñas de 3 a 15 Años

6. Accesorios p/ Mujeres y Niñas Mayores de 3 años

7. Telas para Confeccionar Ropa (Ambos Sexos)

8. Vestido y Accesorios P/ Niños <= a 3 años

9. Calzado

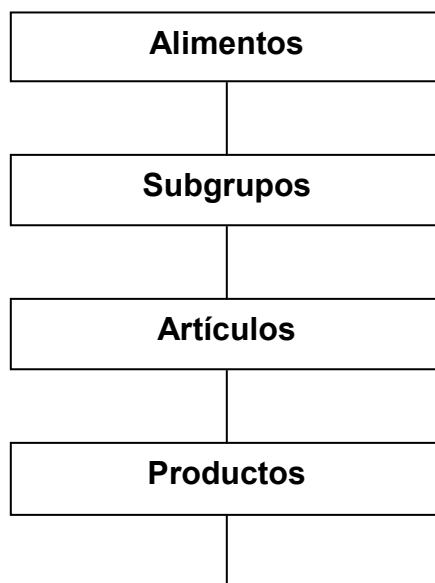
10. Hechura de Ropa y Mant. de Calzado

IV. Misceláneos

1. Gastos en Salud
2. Educación y Lectura
3. Transporte Privado
4. Transporte Publico y Comunicaciones
5. Recreaciones
6. Aseo Personal
7. Ceremonias y Gastos Legales

5.9.3. Propuesta de Nueva Canasta de Bienes Ampliada.

Ejemplo de Estructuración: Grupo 1



Variedad

Cuadro de ponderaciones de la estructura de la canasta de bienes

Grupos	Subgrupo	N° Artículos	N°Productos	N°Variedades
1. Alimentación	13	60	162	306
2. Vivienda	5	12	29	47
3. Equipam. de Vivienda	7	25	84	149
4. Vestuario	6	26	75	142
5. Transporte	2	11	26	76
6. Salud	3	9	44	90
7. Educ. y recreación	4	12	55	345
8. Otros	3	3	8	44
Total	43	156	483	1195

En la estructura de la nueva canasta de bienes, se plantea un mayor número de: grupos, subgrupos, artículos, productos y variedades; con la finalidad de determinar y a la vez obtener resultados que sean más representativos para el desarrollo de un respectivo análisis del consumo de los productos. Así de esta forma, podemos observar en el cuadro anterior como están estructurados los grupos de bienes y servicios propuestos, lo cual, se refleja por ejemplo: que el equipamiento de vivienda forma parte del grupo vivienda, pero se ha planteado una división de estos debido a que, en el equipamiento de vivienda se incluyen en la mayoría de los casos productos que su cancelación se realiza a través de un periodo de tiempo (a plazos), en el cual se cubre el costo total de los mismos.

5.10. Programa Permanente de Actualización.

Un nuevo proceso de actualización constante del Índice de Precios al Consumidor (IPC), implicaría una revisión estructural al menos cada cinco años donde se debe analizar la conveniencia o no de ampliar la composición de la cobertura de productos a través, de una encuesta de ingresos y gastos nacionales para recolectar datos anuales sobre el presupuesto de los grupos familiares, en base a una muestra aleatoria en cada uno de los departamentos, en los lugares más frecuentados por el público para realizar la compra de productos de mayor consumo. De esta forma, se conseguirá un indicador más dinámico que se adapte de forma más rápida a los movimientos del mercado.

Esto requiere del mantenimiento de un sistema y de un equipo de apoyo técnico, actualizaciones metodológicas y encuestas. Con la actual metodología, se propone llevar encuestas de puntos de compra y actualizaciones muestrales cada dos años.

Programa:

Debe comprender los siguientes aspectos:

1. Programa de estudios de mercado anuales con el objeto de actualizar la ponderación de los productos y de ir cambiando las especificaciones de las variedades.
2. El cambio de ponderaciones de los artículos del IPC debe ser más frecuente actualizando la canasta cada cinco años.}
3. Actualización de la muestra de establecimientos cada dos años para lo cual se debe de realizar con esta frecuencia la encuesta de puntos de compra a hogares.

Anexo #1

		Índices de precios Noviembre 2001 Formulario No. 1 Alimentos			
Mes		ARTÍCULO		ESTABLECIMIENTO	
Año		CODIGO		CODIGO	Ciudad
Día		NOMBRE		NOMBRE	
Precio:				DIRECCION	
Código de Proceso	1 - Comparable 2 - No Comparable 3 - Incomparable			TELEFONO	
Códigos de recolección: 1 - Completo 2 - Completo con corrección 3 - Sustitución de establecimiento 4 - No había sustitución 5 - Sust. De artículo y/o marca 6 - No hubo contacto 7 - Fuera de estación 8 - Sust. De variedad y/o clase					
PREGUNTAS					
Indicaciones: Translade el número de respuesta al cuadro de la derecha					
CARACTERISTICA ANTERIOR			CARACTERISTICA ACTUAL		
1.- Precio:			1.- Precio:		
2.- Cantidad o Peso:			2.- Cantidad o Peso:		
3.- Unidad de medida: 1.- C1. Unidad 2.- C2. Litro 3.- C3. Kilogramo 4.- C4. Gramo 5.- C5. Onza 6.- C6. Botella 7.- C7. Lino 8.- C8. Garrafa 9.- C9. Pinta 10.- C10. Galón 11.- C11. Mililitro 12.- C99. Otros _____ (Especifique otros)			3.- Unidad de medida: 1.- C1. Unidad 2.- C2. Litro 3.- C3. Kilogramo 4.- C4. Gramo 5.- C5. Onza 6.- C6. Botella 7.- C7. Lino 8.- C8. Garrafa 9.- C9. Pinta 10.- C10. Galón 11.- C11. Mililitro 12.- C99. Otros _____ (Especifique otros)		
4.- Marca, Variedad o Clase			4.- Marca, Variedad o Clase		
5.- Proveniencia: 1.- E1. Nacional 2.- E2. Guatemala 3.- E3. México 4.- E4. E.E.U.U./Canadá 5.- E5. Costa Rica 6.- E6. Panamá 7.- E7. Nicaragua 8.- E8. Japón 9.- E9. Honduras 10.- E13. Italia 11.- E14. Reino Unido 12.- E99. Otros _____ (Especifique otros)			5.- Proveniencia: 1.- E1. Nacional 2.- E2. Guatemala 3.- E3. México 4.- E4. E.E.U.U./Canadá 5.- E5. Costa Rica 6.- E6. Panamá 7.- E7. Nicaragua 8.- E8. Japón 9.- E9. Honduras 10.- E13. Italia 11.- E14. Reino Unido 12.- E99. Otros _____ (Especifique otros)		
6.- Tamaño: 1.- G1. Pequeño 2.- G2. Mediano 3.- G3. Grande 4.- G99. Otros _____ (Especifique otros)			6.- Tamaño: 1.- G1. Pequeño 2.- G2. Mediano 3.- G3. Grande 4.- G99. Otros _____ (Especifique otros)		

CARACTERISTICA ANTERIOR	CARACTERISTICA ACTUAL
7 - Presentación 1.- J1. Fresco 2.- J2. Refrigerado 3.- J3. Congelado 4.- J4. Bolsa Plástica 5.- J5. A granel 6.- J6. Con tallo 7.- J7. Sin tallo 8.- J8. Con hojas 9.- J9. Sin hojas 10.- J10. P / Papel 11.- J11. P / Papel celofán 12.- J12. Envase cartón 13.- J13. Envase vidrio 14.- J14. Envase plástico 15.- J15. Envase metal 16.- J16. Pre-Cocido 17.- J17. Corriente 18.- J18. Bandeja 19.- J19. Manojó 20.- J20. Sin Gradilla 21.- J21. Con menudos 22.- J22. Sin menudos 23.- J99 Otros : _____ (Especificar otros)	7.- Presentación 1.- J1. Fresco 2.- J2. Refrigerado 3.- J3. Congelado 4.- J4. Bolsa Plástica 5.- J5. A granel 6.- J6. Con tallo 7.- J7. Sin tallo 8.- J8. Con hojas 9.- J9. Sin hojas 10.- J10. P / Papel 11.- J11. P / Papel celofán 12.- J12. Envase cartón 13.- J13. Envase vidrio 14.- J14. Envase plástico 15.- J15. Envase metal 16.- J16. Pre-Cocido 17.- J17. Corriente 18.- J18. Bandeja 19.- J19. Manojó 20.- J20. Sin Gradilla 21.- J21. Con menudos 22.- J22. Sin menudos 23.- J99 Otros : _____ (Especificar otros)
8 - Leche % de grasa : _____	8 - Leche % de grasa : _____
	Observaciones : _____ _____ Asesor técnico : _____ Recolector (Alumno / a) : _____ Fecha : _____

Anexo #2



Índices de precios Noviembre 2001 Formulario No. 2 Vivienda



Mes:		ARTÍCULO	ESTABLECIMIENTO
Año:		CÓDIGO	Ciudad:
Día:		NOMBRE	DIRECCIÓN
Precio:		TELÉFONO	
Código de Proceso	1. Comparable 2. No Comparable ☐		

Códigos de recolección: 1. Comparado 2. Comparado con sustitución 3. Sustitución 4. No había sustitución 5. Sust. De artículo y / o marca 6. No hubo contacto

PREGUNTAS

Indicaciones: Traslade el número de respuesta al cuadro de la derecha.

CARACTERÍSTICA ANTERIOR		CARACTERÍSTICA ACTUAL	
1.- Precio:		1.- Precio:	
2.- Cantidad o Peso:		2.- Cantidad o Peso:	
3.- Unidad de medida: 1.- C1. Unidad 2.- C4. Gramo 3.- C11. Mililitro 4.- C21. Metros cuadrados 5.- C99. Otros _____ (Especifique otros)	☐	3.- Unidad de medida: 1.- C1. Unidad 2.- C4. Gramo 3.- C11. Mililitro 4.- C21. Metros cuadrados 5.- C99. Otros _____ (Especifique otros)	☐
4.- Marca:		4.- Marca:	
5.- Procedencia: 1.- E1. Nacional 2.- E2. Guatemala 3.- E3. México 4.- E4. E.E.U.U./Canadá 5.- E5. Costa Rica 6.- E6. Panamá 7.- E8. Japón 8.- E9. Honduras 9.- E10. Suecia 10.- E18. Taiwan 11.- E19. Corea 12.- E99. Otros _____ (Especifique otros)	☐	5.- Procedencia: 1.- E1. Nacional 2.- E2. Guatemala 3.- E3. México 4.- E4. E.E.U.U./Canadá 5.- E5. Costa Rica 6.- E6. Panamá 7.- E8. Japón 8.- E9. Honduras 9.- E10. Suecia 10.- E18. Taiwan 11.- E19. Corea 12.- E99. Otros _____ (Especifique otros)	☐
6.- Modelo / Estilo:		6.- Modelo / Estilo:	
7.- Tamaño: 1.- G1. Pequeño 2.- G2. Mediano 3.- G3. Grande 4.- G99. Otros _____ (Especifique otros)	☐	7.- Tamaño: 1.- G1. Pequeño 2.- G2. Mediano 3.- G3. Grande 4.- G99. Otros _____ (Especifique otros)	☐
8.- Clase de tela: 1.- L2. Algodón 2.- L3. Dacron 3.- L7. Lona 4.- L8. Seda sintética 5.- L12. Pesa 6.- L15. Pita henequén 7.- L16. Pita de Nylon 8.- L17. Pita de hilo 9.- L99. Otros _____ (Especifique otros)	☐	8.- Clase de tela: 1.- L2. Algodón 2.- L3. Dacron 3.- L7. Lona 4.- L8. Seda sintética 5.- L12. Pesa 6.- L15. Pita henequén 7.- L16. Pita de Nylon 8.- L17. Pita de hilo 9.- L99. Otros _____ (Especifique otros)	☐

CARACTERISTICA ANTERIOR		CARACTERISTICA ACTUAL	
9.- Presentación : 1.- P1. De un solo fondo 2.- P2. Estampado 3.- P3. Rayado 4.- P4. Floreado 5.- P99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	9.- Presentación : 1.- P1. De un solo fondo 2.- P2. Estampado 3.- P3. Rayado 4.- P4. Floreado 5.- P99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
10.- Material: 1.- Z1. Madera 2.- Z2. Metal 3.- Z3. Plástico 4.- Z4. Metal / Madera 5.- Z5. Mimbre 6.- Z99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	10.- Material: 1.- Z1. Madera 2.- Z2. Metal 3.- Z3. Plástico 4.- Z4. Metal / Madera 5.- Z5. Mimbre 6.- Z99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
11.- Material complementario 1.- AA1. Plástico 2.- AA2. Cuero 3.- AA3. Lona 4.- AA4. Junco 5.- AA5. Tela / Tapiz 6.- AA6. Vidrio 7.- AA99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	11.- Material complementario 1.- AA1. Plástico 2.- AA2. Cuero 3.- AA3. Lona 4.- AA4. Junco 5.- AA5. Tela / Tapiz 6.- AA6. Vidrio 7.- AA99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
12.- Clase de madera 1.- AB1. Cedro 2.- AB2. Pino 3.- AB3. Laurel 4.- AB4. Teca 5.- AB99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	12.- Clase de madera 1.- AB1. Cedro 2.- AB2. Pino 3.- AB3. Laurel 4.- AB4. Teca 5.- AB99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
13.- Componentes 1.- AC1. Sillas (Número) _____ 2.- AC2. Sillón (Número) _____ 3.- AC3. Sofa (Número) _____ 4.- AC4. Mesa (Número) _____ 5.- AC5. Mesa de centro (Número) _____ 6.- AC6. Esquinero (Número) _____ 7.- AC7. Gavetas (Número) _____ 8.- AC8. Piesero (Número) _____	☐	13.- Componentes 1.- AC1. Sillas (Número) _____ 2.- AC2. Sillón (Número) _____ 3.- AC3. Sofa (Número) _____ 4.- AC4. Mesa (Número) _____ 5.- AC5. Mesa de centro (Número) _____ 6.- AC6. Esquinero (Número) _____ 7.- AC7. Gavetas (Número) _____ 8.- AC8. Piesero (Número) _____	☐
14.- Tipo de vivienda 1.- AE1. Casa independiente 2.- AE2. Apto. en edificio de Apto 3.- AE3. Apto. O Habitación en casa 4.- AE4. Pieza de mesón 5.- AE99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	14.- Tipo de vivienda 1.- AE1. Casa independiente 2.- AE2. Apto. en edificio de Apto 3.- AE3. Apto. O Habitación en casa 4.- AE4. Pieza de mesón 5.- AE99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
		Observaciones : _____ _____ Asesor técnico: _____ Recolector (Alumno / a) : _____ Fecha _____	

Anexo #3

		Índices de precios Noviembre 2001 Formulario No. 3 Vestuario			
Mes		ARTÍCULO		ESTABLECIMIENTO	
Año		CÓDIGO		CÓDIGO	Ciudad
Día		NOMBRE		NOMBRE	
Precio				DIRECCIÓN	
Código de Proceso	1 - Comparable	2 - No Comparable	☐	TELÉFONO	
1 - Cambio de procedencia 2 - Cambio de establecimiento 3 - Sustitución de establecimiento 4 - No había sustitución 5 - Sust. De artículo y/o marca 6 - No hubo contacto					
PREGUNTAS					
Indicaciones: Traslade el número de respuesta al cuadro de la derecha.					
CARACTERISTICA ANTERIOR				CARACTERISTICA ACTUAL	
1.- Precio				1.- Precio	
2.- Cantidad o Peso				2.- Cantidad o Peso	
3.- Unidad de medida				3.- Unidad de medida	
1.- C1. Unidad 2.- C4. Gramo 3.- C12. Yarda 4.- C13. Metro 5.- C14. Vara 6.- C22. Par 7.- C99. Otros _____ (Especifique otros)			☐	1.- C1. Unidad 2.- C4. Gramo 3.- C12. Yarda 4.- C13. Metro 5.- C14. Vara 6.- C22. Par 7.- C99. Otros _____ (Especifique otros)	
4.- Marca				4.- Marca	
5.- Procedencia				5.- Procedencia	
1.- E1. Nacional 2.- E2. Guatemala 3.- E3. México 4.- E4. E.E.U.U./Canadá 5.- E5. Costa Rica 6.- E6. Panamá 7.- E8. Japón 8.- E9. Honduras 9.- E10. Colombia 10.- E11. Venezuela 11.- E14. Reino Unido 12.- E18. Taiwan 13.- E20. China 14.- E99. Otros _____ (Especifique otros)			☐	1.- E1. Nacional 2.- E2. Guatemala 3.- E3. México 4.- E4. E.E.U.U./Canadá 5.- E5. Costa Rica 6.- E6. Panamá 7.- E8. Japón 8.- E9. Honduras 9.- E10. Colombia 10.- E11. Venezuela 11.- E14. Reino Unido 12.- E18. Taiwan 13.- E20. China 14.- E99. Otros _____ (Especifique otros)	
6.- Modelo / Estilo				6.- Modelo / Estilo	
7.- Talla				7.- Talla	
1.- H1. S 2.- H2. M 3.- H3. L 4.- H4. XL 5.- H5. Sin número 6.- H6. Número _____ 7.- H99. Otros _____ (Especifique Otros)			☐	1.- H1. S 2.- H2. M 3.- H3. L 4.- H4. XL 5.- H5. Sin número 6.- H6. Número _____ 7.- H99. Otros _____ (Especifique Otros)	

CARACTERISTICA ANTERIOR		CARACTERISTICA ACTUAL	
8.- Clase de tela 1.- L1. Poliéster 2.- L2. Algodón 3.- L3. Dacrón 4.- L4. Sincatex 5.- L5. Casimir 6.- L6. Lino 7.- L7. Lana 8.- L8. Seda sintética 9.- L9. Macartur 10.- L10. Chuli 11.- L11. Bengalina 12.- L12. Persa 13.- L13. Licra 14.- L14. Jersey 15.- L99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	8.- Clase de tela : 1.- L1. Poliéster 2.- L2. Algodón 3.- L3. Dacrón 4.- L4. Sincatex 5.- L5. Casimir 6.- L6. Lino 7.- L7. Lana 8.- L8. Seda sintética 9.- L9. Macartur 10.- L10. Chuli 11.- L11. Bengalina 12.- L12. Persa 13.- L13. Licra 14.- L14. Jersey 15.- L99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
9.- Composición artículo: 1.- N1. Cuero Natural 2.- N2. Cuero sintético 3.- N3. Plástico 4.- N4. Lona 5.- N99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	9.- Composición artículo: 1.- N1. Cuero Natural 2.- N2. Cuero sintético 3.- N3. Plástico 4.- N4. Lona 5.- N99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
10.- Presentación : 1.- P1. De un solo fondo 2.- P2. Estampado 3.- P3. Rayado 4.- Floreado 5.- P99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	10.- Presentación : 1.- P1. De un solo fondo 2.- P2. Estampado 3.- P3. Rayado 4.- Floreado 5.- P99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
11.- Manga : 1.- Q1. Manga larga 2.- Q2. Manga Corta 3.- Q3. Sin Mangas 4.- Q99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	11.- Manga : 1.- Q1. Manga larga 2.- Q2. Manga Corta 3.- Q3. Sin Mangas 4.- Q99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
12.- Cuello o Escote 1.- R1. Con cuello 2.- R2. Cuello redondo 3.- R3. Cuello en V 4.- R4. Cuello tortuga 5.- R5. Escote redondo 6.- R6. Escote en V 7.- R99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐	12.- Cuello o Escote 1.- R1. Con cuello 2.- R2. Cuello redondo 3.- R3. Cuello en V 4.- R4. Cuello tortuga 5.- R5. Escote redondo 6.- R6. Escote en V 7.- R99. Otros : _____ (Especifique otros)	☐
		Observaciones : _____ _____ Asesor técnico: _____ Recolector (Alumno / a) : _____ Fecha _____	

Anexo #4



Índices de precios Noviembre 2001 Formulario No. 4 Misceláneos



Mes		ARTICULO	ESTABLECIMIENTO
Año			CODIGO
Día		NOMBRE	CIUDAD
Precio		DIRECCIÓN	
Código de Proceso	1 - Comparable 2 - No Comparable	TELEFONO	

Códigos de recolección 1 - Completó 2 - Completo con corrección 3 - Sustitución de establecimiento
4 - No había sustitución 5 - Sust. De artículo y/o marca 6 - No hubo contacto

PREGUNTAS

Indicaciones: Traslade el número de respuesta al cuadro de la derecha

CARACTERISTICA ANTERIOR		CARACTERISTICA ACTUAL	
1 - Precio		1 - Precio	
2 - Cantidad o Peso		2 - Cantidad o Peso	
3 - Unidad de medida		3 - Unidad de medida	
1 - C1 Unidad		1 - C1 Unidad	
2 - C4 Gramo		2 - C4 Gramo	
3 - C6 Botella		3 - C6 Botella	
4 - C7 Litro		4 - C7 Litro	
5 - C10 Galón		5 - C10 Galón	
6 - C11 Mililitro		6 - C11 Mililitro	
7 - C16 Voltio		7 - C16 Voltio	
8 - C17 Pie cúbico		8 - C17 Pie cúbico	
9 - C18 Centímetros cúbicos		9 - C18 Centímetros cúbicos	
10 - C19 Pulgada		10 - C19 Pulgada	
11 - C20 Grasea		11 - C20 Grasea	
12 - C21 Metros cuadrados		12 - C21 Metros cuadrados	
13 - C99 Otros		13 - C99 Otros	
(Especifique otros)		(Especifique otros)	
4 - Marca o Autor		4 - Marca o Autor	
5 - Procedencia		5 - Procedencia	
1 - E1 Nacional		1 - E1 Nacional	
2 - E2 Guatemala		2 - E2 Guatemala	
3 - E3 México		3 - E3 México	
4 - E4 E.E.U.U./Canadá		4 - E4 E.E.U.U./Canadá	
5 - E5 Costa Rica		5 - E5 Costa Rica	
6 - E6 Panamá		6 - E6 Panamá	
7 - E7 Nicaragua		7 - E7 Nicaragua	
8 - E8 Japón		8 - E8 Japón	
9 - E9 Honduras		9 - E9 Honduras	
10 - E10 Colombia		10 - E10 Colombia	
11 - E12 España		11 - E12 España	
12 - E16 Suiza		12 - E16 Suiza	
13 - E17 Alemania		13 - E17 Alemania	
14 - E18 Taiwan		14 - E18 Taiwan	
15 - E19 Corea		15 - E19 Corea	
16 - E20 China		16 - E20 China	
17 - E99 Otros		17 - E99 Otros	
(Especifique otros)		(Especifique otros)	

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

Determinación del impacto en el IPC (Ene-98 / Feb-02)
Producto: JABON PARA LAVAR

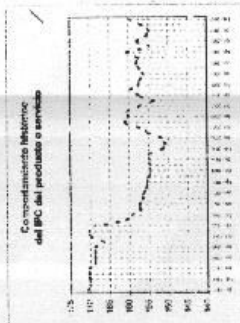
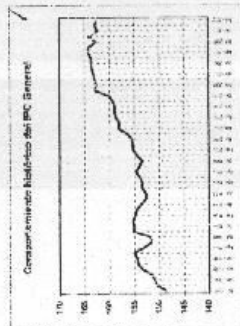
$$IM = \frac{[RVM_1]^* (\Delta IPC_1)^* (IR_{2(1)})}{IPC_G \Delta}$$

[illegible]

	1998	1	0.65	€	0.90
1999			0.65	€	0.64
2000			0.64	€	0.64
2001			0.61	€	0.64
2002			0.61	€	0.63
			0.64	€	0.63

1000

Columnas	Estadísticos	Contenido	Fórmula
A	IPC ₀	Índice General de Precios	
B	IPC	Índice General del Producto	
C	V ₀	Valoración Mensual	
D	IPC ₀ vs.	Valor de índice en la base 2	$= \frac{[Índice Actual - Índice Anverso]}{Índice Anverso}$
E	IPC ₀ vs.	Valor de índice en la base 2	
F	IPC ₀ vs.	Índice General del Producto	
G	IPC ₀ vs.	Índice General del Producto	
H	IPC ₀ vs.	Índice General del Producto	
I	IPC ₀ vs.	Índice General del Producto	
J	IPC ₀ vs.	Índice General del Producto	
K	IPC ₀ vs.	Índice General del Producto	
L	IPC ₀ vs.	Índice General del Producto	



BIBLIOGRAFÍA

Díaz, Ana. Estudio del impacto Inflacionario en la clase social baja del área metropolitana de San Salvador. En el periodo 1990 – 1996.

Universidad Tecnológica / 1997, pág. 149.

Maynard Keynes, John. La teoría económica de John Maynard

Keynes: Teoría de una Economía Monetaria.

Madrid, Aguilar, 8 Ed. 1996. Capítulo 30, Pág. 570 – 576

Panameño Medrano, T. L.N.E. Propuestas de políticas y estrategias para contrarrestar el impacto de la inflación en la clase media baja de la sociedad Salvadoreña. Universidad Tecnológica / 1997. Pág. 115

Ferguson, C.E y Gould, J.P, Teoría Microeconómica, 2da. Edición México, 1978, pág. 34.

Rossetti, José P. Introducción a la Economía, enfoque latinoamericano

7.ed. Editorial atlas s.a. 1979. Capítulo 9, Pág. 135 – 164.

Salvatore, Dominick. Microeconomía, McGraw – Hill 3ra. Edición,

México 1996. Capítulo 3, Pág. 47

Vásquez, Luis. Ley de la Protección al consumidor, lis Editores, 1999.

Pág. 55 – 61.

www.monografias.com/trabajo/

(<http://www.trinchera.com/inflacionenelsalvador/>)

(<http://www.elsalvador.com/moneda/>)

(<http://www.exportex.com.sv/esp2/>)

(<http://www.bcr.gob.sv>)

Anexos

GLOSARIO

Artículo

Algo que se puede comercializar

Balanza de pagos

En macroeconomía se define como un documento contable que registra sistemáticamente todas las transacciones económicas ocurridas durante un período determinado, entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo.

Canasta de Mercado

Es el grupo de bienes y servicio que satisfacen la necesidad de una forma promedio. Logrando el nivel mínimo de subsistencia, esta dependerá del nivel de desarrollo alcanzado por las diferentes sociedades y esta formada por 4 grupo principal que son: Vestuario, vivienda, Bebidas y Tabacos, Misceláneos.

Consumidor

Todo agente económico que demanda bienes y servicios de consumo para satisfacer alguna necesidad específica.

Coyuntura

Combinación de factores y circunstancias que rodean o componen un hecho, situación etc.

Cuestionario

Es un instrumento de observación consistente en un formulario en el que consta una serie de preguntas, y a menudo también, instrucciones para contestarlas.

Déficit

Saldo que se produce cuando los pagos superan los ingresos. Se habla de déficit cuando al acabar un ejercicio se hace balance y el resultado es negativo.

Deflación

Fenómeno que acompaña a las épocas de crisis. Se caracteriza por la política económica encaminada a establecer precios en forma reducida, restringir el crédito, disminuir la circulación fiduciaria y reforzar las reservas. Este régimen de severidad se impone luego del derroche obligado (guerra y calamidades), o inconsciente (mala administración) de los caudales públicos y de los atentados consiguientes contra la moneda nacional. La deflación suele preceder al restablecimiento de la normalidad económica y financiera, e incluso anticipar una prosperidad ulterior.

Demanda

El hecho de dirigirse a un Tribunal para que se reconozca la existencia de un derecho. Cantidad de un bien o servicio que están dispuestos los agentes económicos a retirar del mercado, en un período concreto y para unas circunstancias en el mercado dadas.

Deflactor

Índice de precios utilizado para deflactar una magnitud o un valor monetarios.

Déficit presupuestario:

En términos generales, diferencia en la que superan las previsiones de gastos a las previsiones de ingreso

Encuesta.

Es un conjunto de técnicas destinadas a reunir en forma sistemática datos sobre determinado tema o temas relativos a una población, a través de contactos directos o indirectos con los individuos o grupos de individuos que integran la población estudiada.

Entrevista

Es la obtención de información oral de parte del entrevistado recabada por el entrevistador en forma directa.

Establecimiento

En general es toda fuente de información de los datos primarios de precios, incluye por tanto, además de los comercios, otro cualquier informante como el "Boletín Oficial del Estado", los ocupantes de viviendas, consultas profesionales, oficinas, talleres de servicio, etc

Higiene

Parte de la medicina que trata de las normas de conservación de la salud, estudiando las relaciones humanas con el medio ambiente a fin de mejorar las condiciones sanitarias.

Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Es un valor estadístico basado en las variaciones de un grupo determinado de precios según un determinado criterio de ponderación. Muestra como ha variado el precio promedio de un conjunto de bienes o productos durante un período de tiempo.

Indicadores

Generalmente son un conjunto de números índices que reflejan, a corto plazo, el comportamiento de los precios, producción, empleo, salarios, comercio exterior,...etc. Estos son seleccionados para obtener una idea aproximada de cómo está evolucionando la economía de un país en un período específico y de esta manera, analizar a corto plazo determinadas tendencias de la misma.

Ingreso

Es el flujo de dinero o bienes que recibe un individuo, un grupo de individuos su empresa o la economía a través de un período específico.

Ingreso Real

Ingreso que se mide en términos de los bienes y servicios que pueda comprar, se puede calcular dividiendo el ingreso monetario entre el índice de precio apropiado.

Mercado

Centro donde se realizan transacciones de bienes y servicios

Método

Es un termino identificado con la forma de pensar “como hacer las cosas”.

Moneda

Es la representación material, con valor económico, que se utiliza como instrumento de cambio comercial. Tiene poder adquisitivo y fuerza cancelatoria, representándose por ella el precio de las cosas.

Muestra

Es un subconjunto de la población, que lleva implícita todas las características del universo.

Oferta

Es una proposición unilateral de una persona denominada oferente, que se dirige a otra, denominada Destinatario, comunicándole su deseo de celebrar con ella un contrato

Perspectiva

Arte de representar sobre un plano los objetos tal como aparecen a la vista.

Poder Adquisitivo

Valor real del dinero, medida por la cantidad de bienes que se pueden obtener a cambio de una cantidad de dinero determinada

Ponderación.

Es el peso o proporción que se asigna a las distintas partes de un todo, a los efectos de la formación del índice para representar su evolución en el tiempo.

Política

Conjunto de actividades desarrolladas para conseguir un objetivo general o a largo plazo

Política de tipo de cambio:

Conjunto de acciones gubernamentales de control económico que pretende influenciar la demanda mediante la fijación artificial de tipos de cambio de la moneda del país. Actualmente es de difícil aplicación debido a la independencia de los mercados financieros.

Política monetaria

Conjunto de acciones gubernamentales de control económico que pretende influenciar la demanda mediante un plan de actuación sobre la cantidad de dinero existente en el sistema y sobre los tipos de interés.

Precio

Cantidad de dinero que se debe de entregar a cambio de una unidad de bien o servicio.

Producto.

Bienes y servicios, denominados genéricamente productos son resultado del proceso de la producción, que son utilizados e intercambiables como insumos en la producción de otros bienes y servicios, como consumo final o para la inversión. Existen bienes y servicios para uso final propio, y otros bienes y servicios no de mercado.

Producto Interno Bruto

El producto interno bruto, es la cantidad de bienes y servicios finales(para evitar la doble contabilización) producidos por un país, en un período de tiempo determinado valuado en términos monetarios(precio comercial del bien y/o servicio).

Producto Nacional Bruto

Es el producto interno bruto (PIB) más los ingresos acumulados a residentes en el país y que proceden de inversión en el extranjero, menos las cantidades ganadas en el mercado interno imputadas a extranjeros en el exterior.

Recesión

En términos generales, periodo en el cual el PIB real desciende durante dos trimestres consecutivos por lo menos. Se caracteriza por la caída de la producción y el aumento del desempleo.

Salario Nominal

Es el expresado en la moneda de contabilidad común.

Salario Real

Intenta medir el poder adquisitivo del trabajador en términos de bienes de consumo.

Salud

Estado en que el ser orgánico ejerce normalmente todas sus funciones

Tasa de Variación Mensual

Es la comparación de los precios entre dos periodos en el tiempo.

Tasa de Inflación

Es el aumento porcentual del nivel general de precios de bienes y servicios, medido normalmente mediante el Índice de Precios al Consumidor, durante un período determinado

Tasa de Variación Anual (punto a punto)

Es la comparación del índice de precios de un año, entre el índice de precios de un año anterior (mismo mes)

Tasa de Variación Anual Acumulada

Es la variación en términos conceptuales, se estima mediante la división del mes actual entre el índice de precios experimentado en un último mes del año.

Técnica

Es un termino que señala los procedimientos a emplear.

Variable

Magnitud de especial interés que puede medirse y definirse. Algunas de las variables más importantes en economía son los precios, cantidades, tasas bancarias y los tipos de cambio.