



Facultad de Ciencias Sociales.
Licenciatura en Contaduría Pública.



Tema:

“La importancia del grupo vivienda, subgrupo equipos y utensilios para el hogar,
producto: muebles de comedor para seis personas en la determinación del
índice de inflación en el área metropolitana de San Salvador.”

Trabajo de graduación presentado por:

Karen Elizabeth Benítez Recinos
Brenda Lisseth Romero Arévalo
Débora Marina Martínez Avila

Para optar al grado de:
Licenciado en Contaduría Pública.

Noviembre de 2002.

San Salvador.

El Salvador.

Centroamérica.

Autoridades de la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Lic. José Mauricio Loucel.
Rector.

Ing. Nelson Zárate Sánchez.
Vicerrector Académico.

Ing. Danilo Adolfo Días Pérez.
Decano.

Jurado examinador

Ing. Guillermo Alfredo Guandique.
Presidente.

Licda. Miriam Mabel Herrera de Henrriquez.
Primer vocal.

Lic. Manuel Arturo Ayala.
Segundo Vocal.

Noviembre, 2002.

San Salvador, El Salvador, Centroamérica.

Agradecimientos infinitos.

A Dios Todopoderoso:

Por permitirme alcanzar este triunfo, brindándome salud, vida y empeño durante toda la carrera universitaria.

A mis padres:

Adolfo Benítez y Aurelia Recinos, por acompañarme incondicionalmente guiándome para que triunfara.

A mi hermana:

María Rebeca Benítez por apoyarme para que saliera adelante.

A mis compañeras:

Débora Marina Martínez y Brenda Lisseth Romero, por apoyarme y entenderme en todo momento para que alcanzáramos el objetivo que nos propusimos.

A mi asesor:

Llc. Manuel Arturo Ayala, por estar siempre dispuesto a colaborarnos en lo solicitado.

A mis compañeros y amigos:

Por el apoyo que me brindaron en todo momento.

Karen Elizabeth Benítez Recinos.

Dedicatoria.

- A Jehová Dios:** Por estar siempre a mi lado y principalmente le agradezco por darme fuerza y salud para concluir mis estudios superiores, y así poder alcanzar este triunfo.
- A mis padres:** Sixto Celestino y Clarita, por su apoyo incondicional que siempre me han brindado y por compartir cada una de mis experiencias en el transcurso de mi carrera.
- A mis hermanos:** Por motivarme a seguir adelante y por sus consejos alentadores para lograr todos mis propósitos.
- A mi novio:** Carlos Clemente, por su ayuda y comprensión, además por ser parte importante para el logro de esta meta.
- A mi asesor:** Lic. Manuel Ayala, por toda la ayuda brindada y por su amistad, las cuales ayudaron a la culminación de este trabajo.
- A mis compañeras:** Karen y Débora, por compartir los buenos y difíciles momento juntas, los cuales nos ayudaron a conocernos más e impulsarnos a lograr el objetivo.

Brenda Lisseth Romero Arévalo.

Dedicatoria.

A Dios Todopoderoso: Por haberme dado fuerzas, sabiduría, salud en todo momento y estar siempre a mi lado para poder llegar a lograr mi objetivo, ya que sin su ayuda no hubiese sido posible.

A mis padres: Con mucho amor, por su comprensión, sacrificio, apoyo incondicional y darme ánimo para seguir adelante y sobre todo por haberme guiado en los caminos de Dios ya que él es el primero sobre todas las cosas.

A mi hermano: Por darme siempre el apoyo y sus consejos cada día, para que no me rinda en los momentos difíciles.

A mi familia: Por darme palabras de ánimo, en especial mi sobrinita Cesia a quien tanto quiero.

A mi asesor: Y amigo Lic. Manuel Ayala, por ser una persona excelente en todo aspecto, al habernos brindado su ayuda incondicional y por formar parte en nuestro trabajo de grado y deseándole con mucho cariño y respeto que Dios lo bendiga siempre.

A mis compañeras: Karen Benítez y Brenda Romero por ser optimistas a seguir adelante y darnos apoyo y confianza mutuamente para lograr la meta propuesta. Así mismo, les deseo muchas bendiciones en todo lo que emprendan en sus vidas.

A mis amigos: Por darme ánimo durante mi carrera y que de alguna manera contribuyeron para que siguiera adelante.

Débora Marina Martínez Avila.

Índice

	Pág.
Introducción.	i
Capítulo I.	
Marco teórico conceptual de referencia.	
1. Antecedentes históricos de la inflación.	1
1.1. Objetivo	1
1.2. Aspectos históricos.	1
1.2.1. Inflación mundial.	2
1.2.2. Inflación en El Salvador.	3
1.3. Inflación.	7
1.3.1. Tipos de inflación.	8
1.3.1.1. Procesos inflacionarios.	8
1.3.1.2. Comportamiento del mercado.	10
1.3.1.3. Localización geográfica.	11
1.3.2. Causas de la inflación.	12
1.3.2.1. Causas internas.	12
1.3.2.2. Causas externas.	12
1.4. Tipos de canasta en El Salvador.	13
1.4.1. Canasta de mercado.	13
1.4.2. Canasta básica alimenticia.	19
1.4.3. Canasta básica ampliada.	20

	Pág.
1.5. Índice de precios al consumidor.	20
1.5.1. Tipos de índices.	21
1.5.2. Medición del índice inflacionario.	24
1.5.2.1. Formas de calcular la inflación.	25
2. Muebles de comedor.	28
2.1. Aspectos históricos.	28
2.2. Comportamiento inflacionario del grupo vivienda.	30
2.2.1. Variación anual del grupo vivienda.	30
2.2.2. Variación mensual del grupo vivienda.	31
2.2.3. Variación del grupo vivienda vrs subgrupo equipos y utensilios para el hogar.	32
2.3. Generalidades de los muebles de comedor.	34
2.3.1. Tipos de muebles.	35
3. Aspectos normativos e informativos.	35
3.1. Ley de Protección al Consumidor.	35
3.2. Código de Comercio.	37
3.3. Medios informativos.	37

Capítulo II.

Investigación de campo sobre la importancia del grupo vivienda, subgrupo equipos y utensilios para el hogar, producto muebles de

comedor para seis personas en el índice de inflación en el área metropolitana de San Salvador.

	Pág.
1. Generalidades de la investigación.	38
1.1. Objetivo.	38
1.2. Importancia.	39
1.3. Delimitación de la investigación.	39
1.3.1. Espacial.	39
1.3.2. Temporal.	39
1.3.3. Social.	40
1.4. Alcance.	40
1.5. Metodología de la investigación.	41
1.5.1. Tipo de estudio.	41
1.5.2. Población.	41
1.5.3. Tamaño de la muestra.	41
2. Técnicas e instrumentos de la investigación.	40
2.1. Técnicas utilizadas.	43
2.2. Instrumentos utilizados.	43
2.3. Prueba piloto.	44
2.4. Consistencia y procesamiento de la información.	44
3. Análisis de los resultados.	44
3.1. Variación de precios con relación al período base.	49
3.1.1 Comparación de precio base con visita No.2.	49

	Pág.
3.1.2 Comparación de precio base con visita No.3.	51
3.1.3. Comparación de precio base con visita No.4.	53
3.2 Variación de precios a nivel promedio.	55
4. Conclusiones.	56
5. Recomendaciones.	57

Capítulo III.

Determinación de la importancia del grupo vivienda, subgrupo equipos y utensilios para el hogar, producto muebles de comedor para seis personas en el índice de inflación en el área Metropolitana de San Salvador.

1. Importancia del producto.	58
2. Comportamiento histórico de los precios del producto.	59
3. Determinación de la importancia del precio del producto en el IPC.	64
3.1. Definición de variables.	64
3.2. Derivación de la fórmula.	64
3.3. Determinación de la importancia.	66
3.4 Efectos sobre el poder adquisitivo.	68
4. Propuesta metodológica.	69

	Pág.
4.1. Objetivo.	69
4.2. Parámetros.	70
4.2.1. Transparencia metodológica y de cálculo.	71
4.2.2. Comparabilidad de las mediciones.	71
4.3. Antecedentes del actual IPC.	71
4.3.1. Creación de un nuevo IPC.	71
4.3.2. Construcción de la canasta del IPC.	72
4.3.3. Criterios de selección de productos para la canasta actual del IPC.	73
4.4. Selección de lugares para la toma de precios.	73
4.5. Ventajas del nuevo IPC.	74
4.6. Nueva canasta de bienes.	75
4.6.1. Ponderaciones del IPC.	75
4.6.2. Estructura de la canasta.	75
4.7. Metodología de cálculo.	76
4.7.1. Cálculo del IPC.	77
4.7.2. Nuevo algoritmo de cálculo del IPC sugerido.	79
4.7.3. Programa permanente de actualización del IPC.	88
Bibliografía.	90
Glosario.	94
Anexos.	

INTRODUCCIÓN

Es preciso conocer que actualmente la inflación toma un papel importante en la economía nacional, por esta razón, es necesario conocer los indicadores que permiten dar seguimiento al comportamiento general de precios internos evaluando la situación de la economía y del comportamiento del poder adquisitivo que refleja el nivel de precios que enfrenta el consumidor final de los diferentes bienes y servicios en los distintos mercados, permitiendo apreciar así, las variaciones en su costo de vida. Tomando en cuenta los aspectos anteriores se describe el contenido del trabajo de investigación el cual se ha dividido en tres capítulos que se detallan a continuación:

El primero, contiene un marco teórico para el conocimiento de la inflación dando a conocer los aspectos históricos, el comportamiento de las distintas situaciones que se dan en un período determinado; los tipos de inflación que se generan y sus formas de medición. Además, está enfocado al estudio de los muebles de comedor para seis personas, donde se presentan los antecedentes históricos y las variaciones de los precios que ha tenido el subgrupo equipo y utensilios para el hogar al que pertenecen los muebles de comedor para seis persona.

El segundo, describe la metodología de la investigación utilizada que comprende la importancia de la investigación, tipo de estudio, determinación de la muestra, técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos y un análisis de las variaciones proporcionadas por el Centro de Investigaciones de Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS), así mismo se presenta en forma gráfica el comportamiento de las variaciones de los precios del producto muebles de comedor para seis personas.

Finalmente, en el tercer capítulo se presenta la propuesta metodológica de cálculo para la actualización de un nuevo IPC que servirá de apoyo a cualquier institución interesada en conocer el comportamiento de los artículos y servicios que integran la canasta de mercado de El Salvador; se detalla el procedimiento utilizado para la creación de una nueva canasta de mercado que estará integrada por mas grupos que la vigente, al cual se le aplicará un programa permanente de actualización para obtener bases de datos actualizadas que den un indicador económico real aplicable a la economía y los anexos necesarios para la comprensión de dicho estudio.

Capítulo I

Marco teórico conceptual de referencia.

1. Antecedentes históricos de la inflación.

1.1. Objetivo.

Establecer un marco teórico de referencia relacionado con la inflación y los muebles de comedor para seis personas.

1.2. Aspectos históricos.

La Inflación es uno de los más antiguos fenómenos económicos, y las teorías explicativas de la inflación son numerosas; pero son pocas las conclusiones definitivas en cuanto a sus causas y consecuencias que la derivan, por lo que la multiplicidad de las teorías sobre el tema resulta de no existir una sola razón de explicar los tipos de inflaciones que han ocurridos en los diversos países del mundo. Los economistas han formulado diversas teorías que sostienen si una es aplicable a determinada situación real, con lo cual puede ser totalmente inadecuada para otra, por que las causas de la inflación pueden en cualquier momento diferir de un determinado país, debido a su nivel de desarrollo.¹

¹ Rossetti, José Paschoal. Introducción a la Economía, enfoque Latinoamericano. 1ra. Edición Editorial Harla.México.1979, Pág. 158.

El estudio de la inflación o pérdida del poder adquisitivo de la moneda afecta la mayor parte de los aspectos de la vida económica, incluyendo decisiones de inversión, negociaciones de salarios, políticas para establecer precios, comercios internacionales y una política impositiva de un gobierno. Cuando la tasa anual de inflación de un país es baja existe la tendencia en considerar el problema, como no suficientemente serio como para justificar acción alguna, sin embargo; después de varios años una baja tasa de inflación progresiva puede permitir un efecto significativo si existen activos y obligaciones cuyas vidas se prolonguen por varios años. En forma general, la inflación se caracteriza por el continuo aumento sostenido de los precios, por lo que se denomina como un fenómeno de cobertura macroeconómica; tanto así, que la expansión de los precios de algunos bienes y servicios, son resultado de la escasez típica de épocas que no son de cosecha, lo cual no es suficiente para caracterizar un proceso inflacionario, ya que solo se realiza cuando todos los bienes y servicios disponibles en una economía se presentan bajo una tendencia continua hacia el alza de los precios.

1.2.1. Inflación mundial.

Al referirnos a la economía mundial, es necesario visualizarla desde el punto de vista monetario, porque domina el proceso de desarrollo socioeconómico de cada país; es decir que todos estos cambios favorables que se registran en el desarrollo del ambiente económico, financiero y monetario internacional se

deben a las consecuencias del progreso rápido de la productividad y prácticamente hace que disminuya las presiones inflacionarias. El progreso de una economía nacional, es un factor importante en el aumento de la competitividad en comparación con la internacional porque contribuye al aumento de la productividad, a la desaparición o liquidación de las empresas menos competitivas en la economía y en la sociedad.²

Los países más avanzados se consideran los más competitivos en el desarrollo de la economía que los países pequeños; ya que éstos deben crear condiciones complejas en el ámbito internacional, a la vez, ser atractivos para los inversionistas extranjeros, para crear las condiciones que permitan el funcionamiento de las empresas o actividades empresariales sin restricciones y crear fuentes de trabajo para disminuir la crisis económica de determinada nación.³

1.2.2. Inflación en El Salvador.

El Salvador, se caracteriza por tener una trayectoria económica marcada por sucesos trascendentales que han tenido impacto sobre la población en general, entre los cuales se citan los siguientes:

² <http://www.bcr.org.ve/conferencias.kadar.pdf> .Febrero 2001.

³ Ibíd.2

En el período comprendido de octubre de 1979 a marzo del 1982, hubo estancamiento de la economía originados por la reducción de la demanda derivada del creciente desempleo y la inflación; así también por los cambios estructurales decretados por el gobierno tales como la reforma agraria, nacionalización de la banca; lo cual propició la fuga de capitales originando el cierre de varias empresas.⁴

A partir de junio de 1982 a mayo de 1984, se observó que el crecimiento económico fué afectado por el incremento del conflicto armado, lo que obligó a los campesinos a emigrar a la ciudad ocasionando una disminución de mano de obra, esto también generó desconfianza en la inversión del sector agrícola, provocando así el encarecimiento de los precios de los granos básicos; lo anterior unido a la ola de secuestros de los dueños de las tierras, lo cual provocó una disminución en la producción agrícola.⁵

El período de junio de 1984 a mayo de 1989, se caracterizó por la devaluación de la moneda en un 100%, la tasa de inflación creció, así también el nivel de desempleo fue alto unido a las perturbaciones climáticas que hicieron historia como las sequías, terremotos, huracanes que afectaron la infraestructura productiva y la producción agrícola del país.⁶

⁴ Díaz de Flores, Ana Elizabeth y otro. Estudio del Impacto Inflacionario en la clase social baja del Área Metropolitana de San Salvador en el período de 1990 a 1996, Trabajo de Graduación. Universidad Tecnológica. UTEC. 1997. Pags. 14-20.

⁵ Ibid. 4

⁶ Ibid. 4

Por otra parte, la crisis socioeconómica de la región ha sido un factor importante en el agravamiento de la economía, sobre todo en el deterioro del mercado común Centroamericano, se reconoce que el conflicto armado fué un elemento de enorme impacto en el deterioro de la economía regional y particularmente en El Salvador, ya que también el aumento del déficit fiscal agravó aún más la situación, culminando con la ofensiva final de 1989.⁷

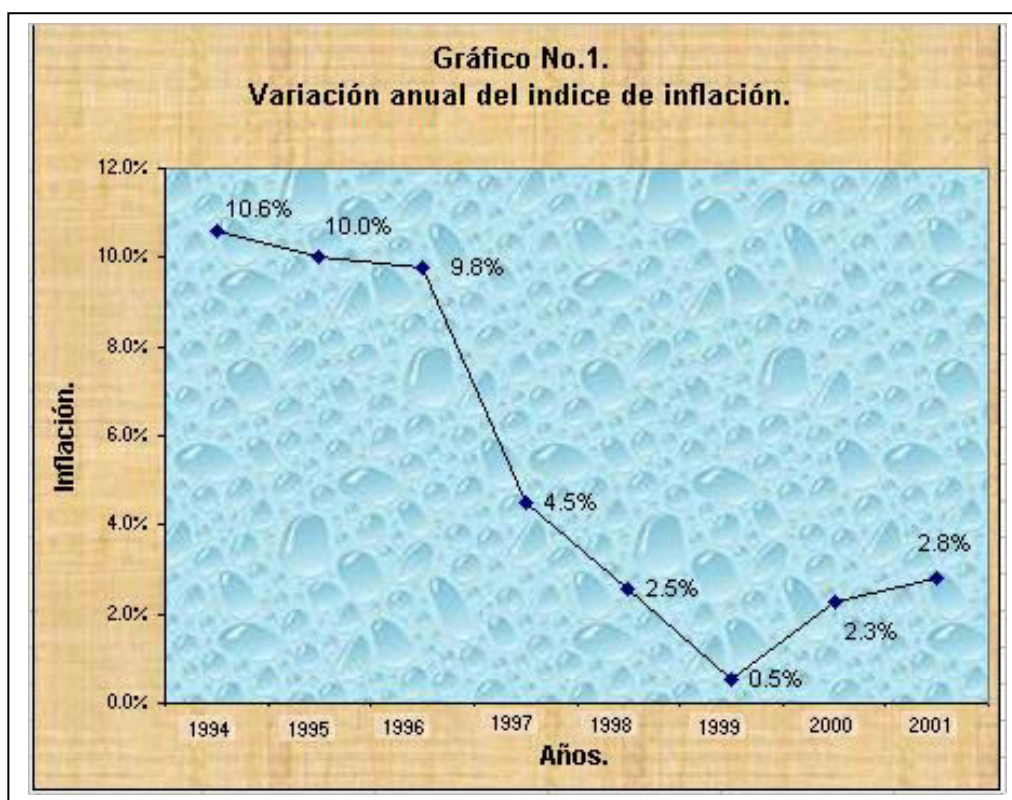
En el período de junio/89 a mayo/94, hubo disminución de aranceles, lo cual hizo que ingresara más producto del extranjero, para recuperar la economía ya que es importante mencionar que en ésta época surgieron cambios económicos y políticos a nivel mundial, lo que favoreció a El Salvador al alto nivel de desarrollo y es a partir de 1994 a mayo de 1999, cuando se crearon fuentes de empleo para disminuir el índice de inflación que se había generado.⁸

En el período del 2000 al 2001, los factores que incidieron en el crecimiento sostenido del índice inflacionario fueron la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA) a los productos de la canasta básica, principalmente en los granos básicos, además de las frutas, hortalizas, medicinas y leche fluida; también, se eliminó el subsidio de la energía eléctrica y el incremento de los precios del combustible. La dolarización y los terremotos generaron desempleos en el país encareciendo algunos productos de la canasta de

⁷ Op.Cit.4

mercado, y los atentados terroristas ocurridos el 11 de septiembre en los Estados Unidos de América, generó disminución en las remesas familiares e inestabilidad en la inversión extranjera.⁹

A continuación se presenta en forma gráfica el comportamiento inflacionario durante el período de 1994 al 2001:



Fuente: Ministerio de Economía.Revista Digestyc.IPC

Debido a los distintos acontecimientos que surgieron en estos períodos, se dieron algunas consecuencias en la inflación, entre ellas están:¹⁰

⁸ Op.Cit.4

⁹ www.bcr.gob.sv/informe00.pdt. El Salvador, 2000.

¹⁰ Op.Cit..4

- La distribución del ingreso: afecta a los asalariados como los que reciben rentas fijas, ya que cada vez se va incrementando el precio de los productos para la subsistencia individual.
- Los niveles de ahorro e inversión: incide debido a que el valor de la moneda se deprecia continuamente, por lo que se prefiere gastar antes que ahorrar, produciéndose una disminución en la actividad económica.
- En la balanza de pagos: con una tasa fija de cambio, el efecto puede ser una reducción de la diferencia de las cuentas de exportación menos importación, cuyo resultado puede ser negativo; esto se debe a que cuando los precios internos aumentan más que los precios externos, las exportaciones del país se encarecen con relación a la de sus competidores, tanto en el mercado interno como externo.

1.3. Inflación.

La inflación es un fenómeno macroeconómico que en forma general se define como:

“El proceso que refleja el incremento sostenido de los precios de bienes y servicios de la economía de un país”.¹¹

¹¹ Op.Cit.1

1.3.1. Tipos de inflación.

Dependiendo de la economía de cada país, la inflación se clasifica de acuerdo a tres criterios:

1.3.1.1. Procesos inflacionarios.

Se refiere a los acontecimientos que han surgido en distintas épocas, y de acuerdo a este proceso se clasifican de la siguiente manera:

➤ **Inflación moderada.**

Cuando el nivel de los precios incrementa lentamente.¹²

➤ **Inflación subyacente.**

Es la tendencia que mantiene la inflación a lo largo del tiempo, y es donde se intentan eliminar los cambios bruscos que determinados artículos producen en su marcha.¹³

➤ **Inflación permanente y transitoria.**

La inflación del núcleo permanente, es un indicador elaborado a partir del IPC que elimina aquellos bienes cuya volatilidad es alta y que en promedio tiene un carácter transitorio.¹⁴

¹²Panameño, Tania Liseth y otros. Propuesta de políticas y estrategias para contrarrestar el impacto de la inflación en la clase media baja de la sociedad Salv. Trabajo de Graduación UTEC. El Salvador. 1997. Pags. 17-23.

¹³ Ibíd. 12

¹⁴ Op.Cit. 12

➤ **Inflación hiperinflación o galopante.**

Es la velocidad con que circula el dinero y aumenta en gran cantidad y los precios de los productos se vuelven muy inestables.¹⁵

➤ **Inflación latente.**

Esta inflación se refiere a las variaciones de bienes y servicios que aun no han sido puestos en evidencia en el mercado, es decir que los niveles son los más bajos que por lo general es el inicio de los procesos inflacionarios.¹⁶

➤ **Inflación abierta.**

Consiste en el proceso inflacionario desarrollado en forma acelerada en niveles relativamente bajos, ya que se puede percibir en todos los sectores de la economía y su estudio es de mucho interés para los planificadores de la política económica.¹⁷

➤ **Inflación reprimida.**

Es la inflación que se maneja a través de los controles de precios y políticas macroeconómicas que se establecen en la economía de un país, orientadas a disminuir los procesos inflacionarios.¹⁸

¹⁵ Op.Cit.12

¹⁶ Op.Cit.12

¹⁷ Op.Cit.12

¹⁸ Op.Cit.12

1.3.1.2. Comportamiento en el mercado.

Según **Pazos Luis**, en su libro **Ciencias y Teoría Económica**, nos dice que “existen otras clasificaciones de la inflación, que se establecen de acuerdo al comportamiento que se da en el mercado”, siendo estas las siguientes:

➤ **Inflación por demanda.**

Cuando la demanda de un bien es mayor que las cantidades que se ofrecen en el mercado, los precios de los productos suben debido al exceso de la demanda, la cual puede ser provocada por un incremento en la capacidad de compra o por variaciones en los gustos y preferencias.

➤ **Inflación por oferta.**

Se da cuando se produce una reducción en la oferta de bienes en el mercado, lo que puede ser producto de problemas climatológicos, tecnológicos, especulaciones, escasez de materias primas y otros factores sociales.

➤ **Inflación por costos.**

Se da cuando aumentan los precios de las materias primas, por las presiones sindicales que dan como resultado un incremento salarial o mayores prestaciones sociales.

1.3.1.3. Localización geográfica.

Dependiendo de la localización geográfica, **Pazos Luis en su libro Ciencia y Teoría Económica**, se clasifican de la siguiente manera:

➤ **Inflación importada.**

Es cuando las causas de la inflación son ajenas al sistema monetario nacional.

➤ **Inflación internacional.**

La causa eficiente del alza general de los precios en un país, es el aumento del medio circulante.

➤ **Inflación local.**

Esta inflación es provocada internamente en la economía de cada país, sin tomar en consideración los factores externos en la cual se estaría hablando de una economía cerrada, la cual no tiene relación con el resto del mundo.

En la actualidad el tipo de inflación que más se adapta en El Salvador, es la inflación moderada, ya que no todos los precios de los bienes y servicios que integran la canasta de mercado fluctúan en forma acelerada.

1.3.2. Causas de la inflación.¹⁹

Dependiendo del desarrollo de un país, así serán las causas que influirán en una inflación, estas causas son:

1.3.2.1. Causas internas.

Estas se generan en el interior del país y pueden darse por:

- Emisión excesiva de papel moneda.
- Oferta insuficiente de productos agropecuarios con relación a la demanda de mercancías.
- Excesivo afán de lucro de los capitalistas industriales y comerciales.
- Acaparamiento de mercancías.
- Altas tasas de financiamiento bancario que encarecen el crédito.
- La devaluación de la moneda.

1.3.2.2. Causas externas.

En forma general, las causas externas se dan por acontecimientos surgidos en países del exterior y de una manera u otra afectan a la economía interna; entre las más principales se mencionan:

¹⁹ Méndez Morales, José Silvestre. Fundamentos de Economía. 3ra. Edición Editorial MacGraw-Hill. México. D.F. 1998. Pág. 24.

- Importación excesiva de mercancías a precios altos.
- Afluencia excesiva de capitales externos, sea en forma de créditos o de inversiones que no canalizan la producción.
- Exportación excesiva de ciertos productos que incrementan la entrada de divisas al país y por lo mismo la cantidad de dinero en circulación.
- Excesivo servicio de la deuda externa que no permita la formación interna de capitales productivos.

1.4. Tipos de canasta en El Salvador.

El estudio de la canasta, es importante por tratarse de una base para el cálculo del índice de precios al consumidor (IPC), ya que si los precios de los bienes y servicios que la integran varían constantemente se puede determinar el porcentaje de inflación de un período a otro. Actualmente, se conocen 3 clases de canasta; estas se clasifican de acuerdo al número de productos necesarios para subsistencia de una familia, denominándose de la siguiente manera:

1.4.1. Canasta de mercado.

Comprende los bienes y servicios elementales para la supervivencia de una familia promedio de El Salvador²⁰

²⁰ Cruz Hernández, Carlos Mario y otro. El estudio de la canasta básica en El Salvador y los lineamientos para la protección al consumidor y la propuesta para obtener el índice de precios al consumidor. UTEC.El Salvador.1995.Pág.20.

La canasta de mercado, está Integrada por 241 bienes y servicios para la subsistencia de una familia promedio salvadoreña, sirve para el cálculo del índice de precios al consumidor (IPC), que se utiliza para medir la tasa de inflación oficial, esta fué medida en 1992, según censo de hogares realizado por la Dirección General de Estadísticas y Censos (Digestyc), el cual indicó 1100 establecimientos distribuidos en los Departamentos de San Salvador, Santa Ana, San Miguel y Sonsonate, clasificándola en cuatro grupos, los cuales son alimentos, vivienda, vestuario y misceláneos.²¹

En el cuadro No.1, se presentan los bienes y servicios que incluye la canasta de mercado, establecida en 1992 por la Dirección General de Estadísticas y Censos.²²

²¹ Op.Cit.2
²² Op.Cit.2

Cuadro # 1.
Canasta de mercado.

Base diciembre 1992= 100										
1- Grupo alimentación, bebidas y tabaco.										
Nº	Subgrupo.	%	producto.	%	Nº	Subgrupo.	%	producto.	%	
1	Cereales y derivados.	21.59		21.59	8	Vegetales y legumbres.	10.49		10.49	
	Cereales y derivados.	21.59	Pan francés.	6.16		Vegetales y legumbres.	10.49	Frijol rojo de seda.	2.86	
			Macarrones.	0.53				Papa.	1.26	
			Maíz.	1.95				Cebolla.	1.1	
			Tortillas de maíz.	6.56				Zanahoria.	0.36	
			Pan dulce.	3.98				Chile verde.	0.52	
			Arroz.	2.15				Tomate.	3.09	
			Galletas.	0.26				Guisquil.	0.31	
2	Carnes: Vacuna,porcina y aves.	12.74		12.74				Repollo.	0.28	
	Carne de res.	6.72	Angelina.	1.22				Yuca.	0.23	
			Posta negra.	2.16				Rabano.	0.15	
			Lomo corriente(rollizo).	1.45				Lechuga.	0.2	
			Solomo.	0.42				Pipian.	0.13	
			Carne molida (corriente).	0.68	9	Azúcar y dulces.	3.78		3.78	
			Hígado.	0.3		Azúcar y dulces.	3.78	Azúcar.	2.78	
			Hueso corriente.	0.49				Miel de abeja.	0.16	
	Carne de cerdo.	0.82	Lomo.	0.46				Caramelos.	0.34	
			Costilla.	0.21				Gelatina.	0.09	
			Chicharron.	0.15				Helados (sorbetes).	0.41	
	Otras carnes.	0.78	Mortadela.	0.78	#	Condimentos.	1.08		1.08	
	Aves.	4.42	Pollo refrigerado.	4.42		Condimentos.	1.08	Ajo.	0.13	
3	Pescado y mariscos.	2.41		2.41				Sal de cocina.	0.18	
	Pescado y mariscos.		Pescado fresco.	1.52				Salsa de tomate.	0.26	
			Sardina enlatada.	0.19				Mayonesa.	0.29	
			Camaron de mar.	0.7				Otras especies (relajo).	0.22	
4	Aceites y grasas.	3.73		3.73	#	Alimentos preparados.	15.13		15.13	
	Mantecas y grasas anim	0.16	Manteca de cerdo.	0.16		Comida preparada.	1.57	Pupusa de maíz.	1.15	
	Aceites y grasas vegetal	3.57	Aceite corriente envasado.	2.42		Comida preparada		Churros.	0.42	
			Margarina.	0.54		envasada.	0.9	Colado de frutas para		
			Manteca vegetal.	0.61				niños.	0.38	
5	Huevos.	4.86		4.86				Sopa de pollo con		
	Huevos.	4.86	Huevos de gallina.	4.86				fideos.	0.52	
6	Productos lacteos.	11.39		11.39		Comida fuera del hogar.	12.66	Almuerzo completo.	9.66	
	Leche.	4.04	Leche fresca de vaca.	0.95	#	Bebidas.	5.25	Desayuno.	3.00	
			Leche en polvo.	2.52		Bebidas no alcohólicas.	4.16	Café envasado.	1.87	
			Leche homogen y pasteur.	0.57				Gaseosa.	2.09	
	Queso.	5.17	Queso fresco.	2.97				Chocolate para prepara	0.20	
			Queso duro blanco.	2.2		Bebidas alcohólicas.	1.09	Vino blanco.	0.28	
	Otros productos lacteos.	2.18	Crema fresca.	2.18				Cerveza.	0.49	
7	Frutas frescas y envas	6.44		6.44				Agua ardiente envasada	0.13	
	Frutas frescas.	6.44	Naranja.	1.58				Vooka.	0.19	
			Plátano.	2.08	#	Tabaco.	1.11		1.11	
			Guineo.	1.33		Tabaco.	1.11	Cigarrillos.	1.11	
			Manzana.	0.47						
			Limón.	0.3						
			Papaya.	0.21						
			Aguacate.	0.35						
			Coco.	0.12						
	Totales					Subgrupos.		100.00	Productos.	100.00

Fuente: Ministerio de Economía.Revista Digestyc.IPC.

Continuación cuadro # 1 Canasta de mercado.

Base diciembre 1992= 100									
2- Grupo vivienda.									
Nº	Subgrupo.	%	producto.	%	Nº	Subgrupo.	%	producto.	%
1	Alquiler y gasto en vivienda	48.64		48.64	5	Equipo del hogar.	6.02		6.02
	Alquiler y mantenimiento.	48.64	Alquiler.	47.38		Muebles y otros.	5.45	Juego de sala.	1.75
			Pintura y mano de obra.	1.26				Juego de comedor.	1.04
2	Electricidad y combustible.	16.38		16.38				Cama individual.	1.09
	Electricidad y combustible.	16.38	Servicio de energía eléctrica	8.42				Cama matrimonial.	0.78
			Lea	3.69				Gabetero tocador.	0.79
			Gas propano	2.40		Decoraciones.	0.57	Espejo de pared.	0.57
			Fósforos	0.62	6	Artículos textiles.	0.37		0.37
			Pilas	0.52		Artículos textiles.	0.37	Cubrecama.	0.09
			candelas	0.45				Sabana.	0.12
			focos.	0.28				Hamaca.	0.16
3	Servicios.	14.97		14.97	7	Materiales y limpieza.	7.42		7.42
	Servicios.	14.97	Agua	3.75		Materiales y limpieza.	7.42	Jabón para lavar.	3.94
			Teléfono	2.69				Jabón en polvo.	2.14
			Empleada doméstica.	8.53				Desinfectante.	0.95
			(puerta adentro)					Escoba.	0.39
4	Equipos y utensilios para el hogar.	6.20		6.20					
	Equipos y utensilios para la cocina.	4.91	Refrigeradora.	2.48					
			Cocina de gas.	1.09					
			Cocina eléctrica.	0.42					
			Vajilla.	0.92					
	Otros equipos y herramientas.	1.29	Plancha.	0.32					
			Máquina de coser.	0.32					
			Máquina de escribir.	0.22					
			Lavadora.	0.15					
			Huacal plástico.	0.08					
			Olla.	0.20					
	Totales					Subgrupos.	100.00	Productos.	100.00

Fuente: Ministerio de Economía.Revista Digestyc.IPC.

Continuación cuadro #1 Canasta de mercado.

Base diciembre 1992= 100									
3- Grupo vestuario y servicios relacionados.									
Nº	Subgrupo.	%	producto.	%	Nº	Subgrupo.	%	producto.	%
1	Prendas para hombres				6	Accesorios para muujeres	1.65		1.65
	mayores de 15 años.	17.52		17.52		y niñas mayores de 3 años.			
	Camisas.	7.16	Camisa.	2.85		Accesorios para muujeres			
			Camisa sport.	2.36		y niñas mayores de 3 años.	0.65	Cartera.	0.29
			Camiseta.	1.95				Reloj.	0.36
	Pantalones y trajes.	6.43	Pantalones.	2.00	7	Telas para confeccionar ropa.			
			Jeans.	2.43		(ambos sexos).	1.00		1.00
			Traje completo.	2.00		Telas para confeccionar ropa.	1.00	Telas ambos sexos.	0.51
	Ropa interior.	3.93	Calzoncillos.	1.98				Tela para mujer.	0.31
			Calcetines.	1.95				Tela para hombre.	0.18
2	Prendas para niños de 3 a				8	Vestido y accesorios para			
	5 años.	1.25		1.25		niños menores ó igual de 3 añ	0.54		0.54
	Camisas.	0.44	Camisa.	0.44		Ropa.	0.54	Cuturina.	0.26
	Pantalones.	0.53	Pantalón.	0.38				Pañales.	0.21
			Jeans.	0.15				Biberón pacha.	0.07
	Ropa interior.	0.28	Calzoncillo.	0.13	9	Calzado.	1.29		1.29
			Calcetines.	0.15		Hombres mayores de 15 años.	1.29	Calzado de cuero.	0.93
3	Accesorios para hombres y							Calzado deportivo.	0.36
	niños mayores de 3 años.	0.60		0.60		Niños de 3 a 15 años.	0.72	Calzado de cuero.	0.43
	Accesorios para hombres y							Calzado deportivo.	0.29
	niños mayores de 3 años.	0.60	Reloj.	0.40		Mujeres mayores de 15 años.	1.32	Calzado tacón bajo.	0.77
			Cinturon.	0.12				Calzado tacón alto.	0.55
			Pañuelo.	0.08		Niñas de 3 a 15 años.	0.61	Calzado tacón bajo.	0.43
4	Prendas para mujeres							Calzado tacón alto.	0.18
	mayores de 15 años.	3.73		3.73	#	Hechura de ropa y mantenimiento			
	Blusas.	0.50	Blusa.	0.35		de calzado.	0.82		0.82
			Camiseta.	0.15		Hechura de ropa.	0.42	Hechura pantalón de	
	Pantalón.	0.46	Jeans.	0.34				hombre.	0.25
			Pantalón.	0.12				Hechura vestido de	
	Faldas y vestidos.	1.75	Falda.	0.22				mujer.	0.17
			Vestido.	1.53		Mantenimiento de calzado.	0.40	Reparación de	
	Ropa interior.	1.02	Bloomer ó calzón.	0.49				calzado.	0.16
			Fustan.	0.15				Betun.	0.24
			Brassier.	0.15					
			Panty Hose.	0.16					
			Camison para dormir.	0.07					
5	Prendas para niñas de								
	3 a 15 años.	1.47		1.47					
	Blusas.	0.17	Blusa.	0.17					
	Pantalones y faldas.	0.29	Short.	0.19					
			Falda.	0.10					
	Vestidos.	0.71	Vestido.	0.71					
	Ropa interior.	0.30	Bloomer ó calzón.	0.16					
			Calcetines.	0.14					
Totales							29.87		29.87

Fuente: Ministerio de Economía.Revista Digestyc.IPC.

Fuente: Ministerio de Economía.Revista Digestyc.IPC.

1.4.2. Canasta básica alimenticia.

Conjunto de productos considerados básicos en la dieta de la población residente en el país, en cantidades suficientes para cubrir adecuadamente las necesidades energéticas y proteínas de un individuo promedio.²³

La canasta básica alimenticia cuenta con 11 productos de la canasta de mercado a diferencias de otras, se caracteriza por incluir únicamente alimentos, los cuales se detallan a continuación:²⁴

Cuadro #2.
Canasta básica alimenticia.

No. de artículo.	Producto.	Gramos por persona.
1	Pan francés.	49
2	Tortilla.	223
3	Arroz (San Francisco).	55
4	Carnes (res, cerdo, aves.).	60
5	Grasas (aceite, margarina, manteca).	33
6	Huevo blanco mediano.	28
7	Leche fluida.	106
8	Frutas (naranja, plátano, güineo).	157
9	Frijoles.	79
10	Verduras (papa, tomate, güisquil, cebolla).	127
11	Azúcar.	69

Fuente: Ministerio de Economía.Revista DIGESTYC. IPC.

²³ www.businesscol.com/resources/glecon-hijk.htm Colombia, Glosario Económico

²⁴ Op.Cit.2

1.4.3. Canasta básica ampliada.

Incluye los productos de la canasta básica alimenticia y otros alimentos considerados de consumo no indispensable, estos son:²⁵

Cuadro # 3.
Canasta básica ampliada.

No. de artículo.	Producto.	Gramos por persona.
1	Pan francés.	49
2	Tortilla.	223
3	Arroz (San Francisco).	55
4	Carnes (res, cerdo, aves.).	60
5	Grasas (aceite, margarina, manteca).	33
6	Huevo blanco mediano.	28
7	Leche fluida.	106
8	Frutas (naranja, plátano, güineo).	157
9	Frijoles.	79
10	Verduras (papa, tomate, güisquil, cebolla).	127
11	Azúcar.	69
12	Bebidas no alcohólicas.	
13	Pagos por servicios de salud.	
14	Educación.	
15	Electricidad. *	154 kw/h
16	Agua. **	33 m3

* Precios regulados por la Superintendencia General de Eléctricidad y Telecomunicaciones (SIGET).
 ** Precios regulados por el Ministerio de Economía.

Fuente: Ministerio de Economía.Revista DIGESTYC. IPC.

1.5. Índice de precios al consumidor (IPC).

En El Salvador la institución encargada de elaborar el IPC es la Dirección General de Estadísticas y Censos, la cual es una dependencia del Ministerio de

²⁵ Op.Cit.4

Economía; para su cálculo, es necesario establecer una cantidad de bienes y servicios que se van a mantener fijos en un período llamado base, por tal razón se define como índice:

“A la razón que se utiliza para medir los cambios relativos que ocurren en dos períodos”.²⁶

Algunas de las características que la distinguen de otras son:

- Se establece una base de bienes y servicios que se mantienen constantes.
- Generalmente indican la variación de precios de un período a otro.
- Su medición ayuda a los países a establecer políticas monetarias.

1.5.1. Tipos de índices.

Existen varias teorías para el cálculos de índices, entre los cuales se encuentran los siguientes:²⁷

➤ Índice de Laspeyres.

“Permite conocer en términos cuantitativos el cambio en algunos aspectos de un grupo de artículos a lo largo del tiempo, y es el índice que se utiliza en El

²⁶ J.Steveson, Willian.Estadística para Admón. y Economía. 2da.Edición.Edit.Harla México 1981 Pág. 474.

²⁷ H.Wonnacott, Thomas.Fundamentos de Estadística para Admon y Economía, 1ra. Edición.Editorial Limusa.México.1979.Pág.540-546.

Salvador, su fórmula”²⁸ según revista del Ministerio de Economía se representa de la siguiente manera:

$$I_{n,o} = \frac{\sum G_{n-1,i} R_{n,n-1,i}}{\sum G_{o,i}} \times 100$$

Donde:

- $I_{n,o}$: Índice del período n, referido al período base.
- $G_{n-1,i}$: Costo o gasto actualizado al período n-1, para el rubro i.
- $R_{n,n-1,i}$: Relativo de precios entre el período actual n y el período n-1, para el rubro i.
- $G_{o,i}$: Costo o gasto del rubro i, en el período base.

Matemáticamente, se expresa de la siguiente manera:²⁹

$$I_{n,o} = \frac{\sum P_{n-1,i} Q_{o,i} \frac{P_{n,i}}{P_{n-1,i}}}{\sum P_{o,i} Q_{o,i}} \times 100$$

Donde:

- $P_{0,i}$: Precio del rubro i en el período base.
- $Q_{o,i}$: Cantidad del rubro i en el período base
- $\frac{P_{n,i}}{P_{n-1,i}}$: Relativo de precios entre el período actual n y el período n-1 para el rubro i.

²⁸ Op.Cit.26

²⁹ Ministerio de Economía.Revista Digestyc IPC.El Salvador.Junio 2000.Pág.14.

➤ **Índice de Paasche.**

“Establece el cambio de un grupo de datos a través del tiempo, usando ponderaciones basadas en valores actuales, más que en valores pasados”,³⁰ su fórmula se representa así:

$$\pi = \frac{P_n \cdot Q_n}{P_o \cdot Q_n}$$

Donde:

P_n : Precios del período dado.

Q_n : Cantidad del período dado.

P_o : Precios del período base.

➤ **Índice ideal de Fischer.**

Establece un punto promedio entre el índice de Laspeyres y Paasche y se representa de la siguiente manera:

$$\pi = \sqrt{\left(\frac{P_n \cdot Q_o}{P_o \cdot Q_o} \right) \left(\frac{P_n \cdot Q_n}{P_o \cdot Q_n} \right)}$$

$$\frac{P_n \cdot Q_o}{P_o \cdot Q_o} \quad \text{Índice de Laspeyres}$$

$$\frac{P_n \cdot Q_n}{P_o \cdot Q_n} \quad \text{Índice de Passche}$$

³⁰ Op.Cit.26

Donde:

P_n	:	Precios del período dado.
Q_n	:	Cantidad del período dado.
P_o	:	Precios del período base.
Q_o	:	Cantidad del período base.

1.5.2. Medición del índice inflacionario.

Para el cálculo del índice de inflación de un período, es necesario conocer el comportamiento de los precios en el mercado y establecer el índice de precios al consumidor: el índice inflacionario se define como:

“El índice que mide la variación de precios que sufre una serie de bienes y servicios que son siempre los mismos y que se consideran representativos del gasto del consumidor urbano.”³¹

Con los datos obtenidos mediante la Dirección General de Estadísticas y Censos se seleccionó una lista de productos representativos de cada uno de los grupos; es la llamada “canasta básica alimenticia”, se considera que un producto seleccionado es representativo de su grupo si su precio varía en la misma proporción que lo hace la medida de todos los de su grupo.

³¹ www.eumet.net/cursecon/13/13-1.htm/ Octubre 2001.

Los precios de la canasta son controlados mensualmente, para ello se calcula la cantidad del producto representativo que podría ser comprada en el año base (1992); el índice correspondiente de cada mes es la cantidad de dinero necesario para comprar esa cantidad.³²

Los datos del IPC se publican mensualmente, con un par de semanas de retraso sobre el último mes que haya entrado en el cálculo, en la canasta están incluidos productos importados, el IPC refleja variaciones en los precios debido a factores externos y por lo tanto no debería considerarse inflación. Otras causas de variación en los precios no inflacionistas son originadas en los productos agrícolas por razones estacionales o fluctuaciones climáticas.³³

1.5.2.1. Formas de calcular la inflación.

Para que un gobierno pueda implementar mejoras económicas que ayuden al desarrollo de un país, es necesario conocer la inflación y la manera más común de medirla es a través del índice de precios al consumidor, partiendo de este indicador, se puede clasificar en cuatro formas, las cuales se detallan a continuación:

³² Ministerio de Economía. DIGESTYC. IPC.El Salvador. Junio-00.Pág. 1-2.

³³ Op.Cit.32.

➤ **Mensual.**

Establece la variación de un mes a otro y se expresa de la siguiente manera:

$$\pi = \left\{ \left\{ \frac{\text{Octubre 2001}}{\text{Septiembre 2001}} \right\} - 1 \right\} \times 100$$

Ejemplo:

El IPC en septiembre-2001 fue de: 164.16

El IPC en octubre-2001 fue de: 162.65

Aplicando la fórmula obtendremos un resultado de -0.9% , esto significa que durante octubre del año 2001 los precios disminuyeron con respecto a los precios vigentes del mes anterior.

➤ **Acumulada.**

Se caracteriza por conservar el IPC del último mes del año anterior, expresándose así:

$$\pi = \left\{ \left\{ \frac{\text{Octubre 2001}}{\text{Diciembre 2000}} \right\} - 1 \right\} \times 100$$

Ejemplo:

El IPC en diciembre-2000 fue de: 160.03

El IPC en octubre-2001 fue de: 162.65

Aplicando la fórmula obtendremos un resultado de 1.6%, esto significa que para octubre-2001 los precios incrementaron con respecto a diciembre-2000.

➤ Punto a Punto.

Su cálculo sirve para establecer políticas monetarias, y se expresa comparando el mismo mes pero de períodos distintos, expresándose de la siguiente manera:

$$\pi = \left\{ \left\{ \frac{\text{Octubre 2001}}{\text{Octubre 2000}} \right\} - 1 \right\} \times 100$$

Ejemplo:

El IPC en octubre.2000 fue de: 158.93

El IPC en octubre.2001 fue de: 162.65

Aplicando la fórmula obtendremos un resultado de 2.3%, esto significa que durante el lapso de un año, el índice de inflación incrementó.

➤ Promedio Anual.

Se encarga de medir el índice de inflación mensualmente y se expresa de la siguiente manera:

$$\pi = \left\{ \left\{ \frac{\text{Suma del IPC año actual} / 12}{\text{Suma del IPC año anterior} / 12} \right\} - 1 \right\} \times 100$$

Ejemplo:

El IPC del año actual será la suma de :

Nov.00	Dic-00	En-01	Feb-01	Mar-01	Abr-01	May.01	Jun-01	Jul-01	Ago-01	Sep-01	Oct-01
159.28	160.03	162.92	162.63	162.96	163.18	163.44	163.66	163.61	164.16	164.16	162.65

El IPC del año anterior será la suma de:

Nov.99	Dic-99	En-00	Feb-00	Mar-00	Abr-00	May.00	Jun-00	Jul-00	Ago-00	Sep-00	Oct-00
154.04	153.45	154.46	155.23	155.36	155.48	156.42	158.17	157.97	158.65	158.94	158.93

Aplicando la fórmula obtendremos un resultado de 4.0%, esto significa que para octubre-2001 los precios incrementaron con respecto al año anterior es decir que la tasa de inflación es de 4%.

2. Muebles de comedor.

2.1. Aspectos históricos.

En El Salvador las producciones artesanales de muebles de madera dan paso a los procesos productivos a través de máquinas, constituyendo una labor combinada con la fuerza del hombre, surgiendo pequeñas fábricas de muebles de madera; su evolución para algunos data desde la primera década del siglo

pasado; pero en general, la gran industria de muebles de madera se inicia por el año de 1960, logrando un mayor auge en los últimos veinte años.³⁴

Las primeras civilizaciones históricas han transmitido una valiosa información a través de los restos arqueológicos y artísticos, en los cuales se expresa el uso generalizado de los asientos, y sobre todo la importancia del trono, íntimamente asociado a la idea del poder. El mueble ha servido al hombre para hacerle más agradable su vivencia; así mismo, los muebles decorados o realizados con ricos materiales han servido como símbolo de poder y prestigio de las clases dominantes.³⁵

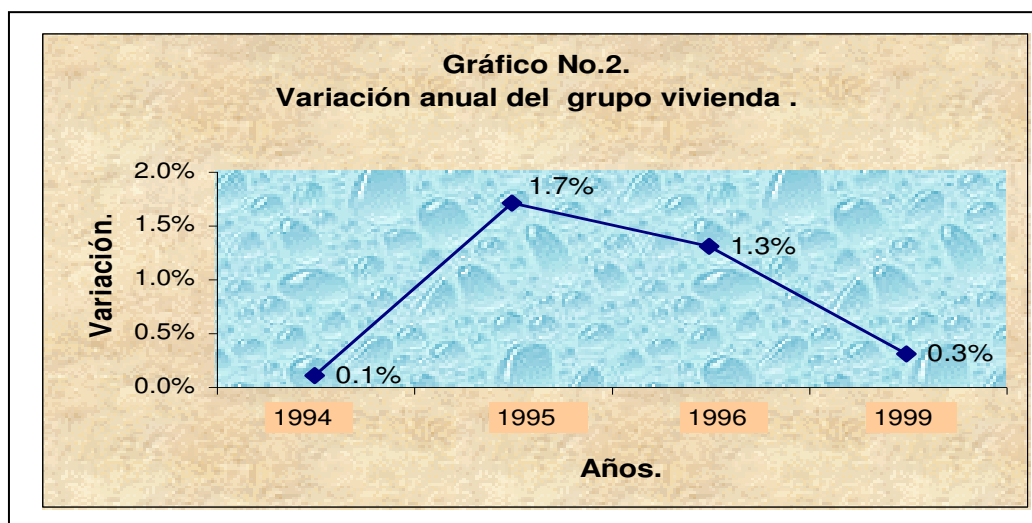
Para realizar un análisis del índice de inflación del sub-grupo equipos y utensilios para el hogar, es necesario conocer la variación del grupo vivienda en forma global, ya que su porcentaje de participación puede incrementar o disminuir, pero esto no indica que los sub-grupos que lo conforman hayan tenido el mismo comportamiento.

³⁴ Ventura Sosa, José Antonio. Sistemas de costos para la gran industria de muebles de madera de El Salvador, Trabajo de graduación UTEC. El Salvador. Abril 1991. Págs.3-4

³⁵ Castaneda Gallegos, Ana del Carmen y otros, Estrategias del mercado aplicada a la pequeña empresa fabricantes de muebles de madera para el hogar. Trabajo de Graduación UTEC. El Salvador. Mayo 1995. Pág.2.

2.2. Comportamiento inflacionario del grupo vivienda.

2.2.1. Variación anual del grupo vivienda.



Fuente: Ministerio de Economía.Revista DIGESTYC. IPC.El Salvador.1994-1999.

El gráfico No. 2 muestra el porcentaje de variación del grupo vivienda a diciembre de cada año; como se puede observar en 1994, el grupo vivienda reflejo un alza leve en el índice de precios al consumidor del 0.1% con relación a los demás años presentados.³⁶

En el año de 1995, se experimentó la tasa de inflación más baja, sin embargo el grupo vivienda incrementó el 1.7%.³⁷

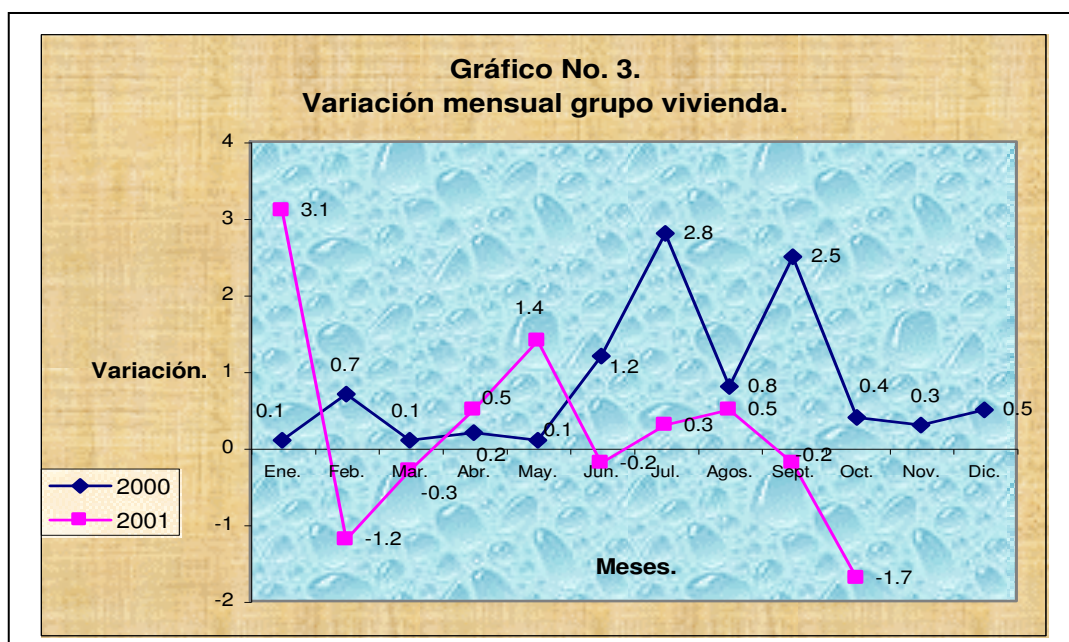
³⁶ Ministerio de Economía. Revista DIGESTYC. IPC. El Salvador. Septiembre 1994.Pág.1-2.

³⁷ Ministerio de Economía . Revista DIGESTYC. IPC. El Salvador. Diciembre 1995.Pág.1-2.

En diciembre de 1996 se experimentó un incremento general en la inflación del 0.3%, influenciado significativamente en el costo del grupo vivienda con un aumento del 1.3%.³⁸

En los años 1998 y 1999, el grupo vivienda presentó una variación sostenida de los precios, finalizando en diciembre de 1999 con una estabilidad del 0.3% con relación al mes de noviembre de 1999.³⁹

2.2.2. Variación mensual del grupo vivienda.



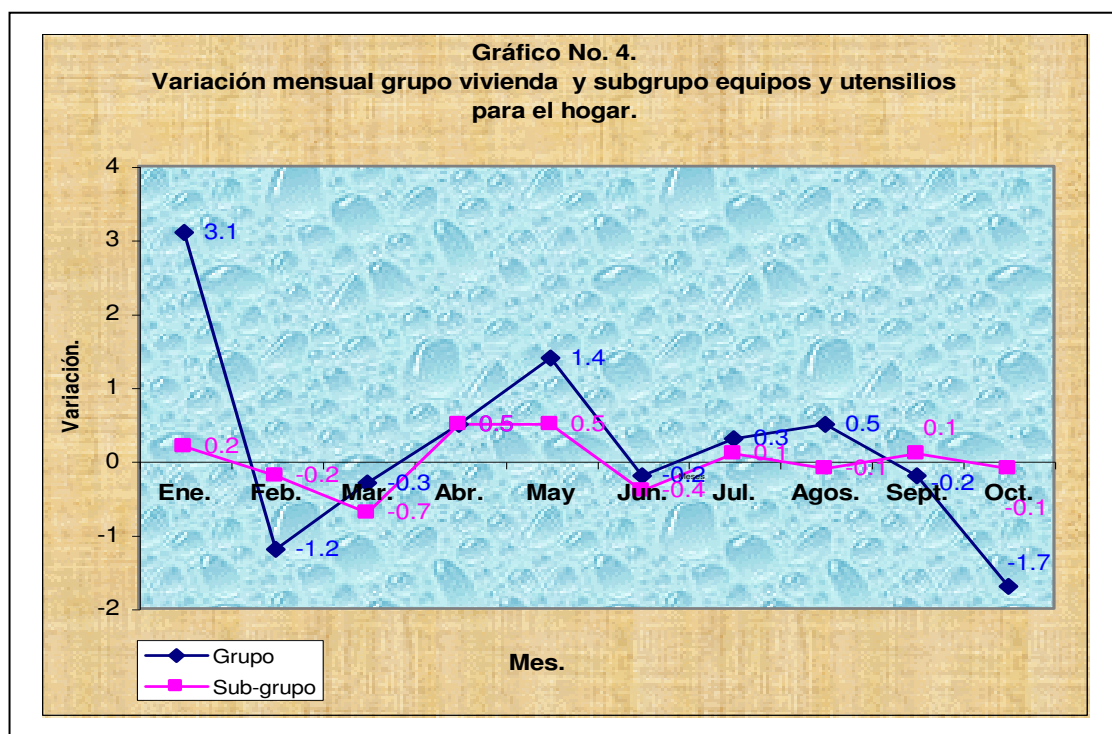
Fuente: Ministerio de Economía. Revista DIGESTYC. IPC 2000-2001.

³⁸ Ministerio de Economía. Revista DIGESTYC. IPC. El Salvador. Diciembre. 1996. Pág. 1-2.

³⁹ Ministerio de Economía. Revista DIGESTYC. IPC. El Salvador. Diciembre 1999. Pág. 1-2.

Como puede notarse la variación porcentual en forma mensual del grupo vivienda durante el período de enero a diciembre 2000, se caracterizó por un incremento sostenido de la inflación, sin embargo en el año 2001, debido al proceso de dolarización y los desastres naturales que surgieron a inicio del año, el comportamiento fue variante en incrementos y disminuciones. (Ver gráfico No.3).

2.2.3. Variación del grupo vivienda vrs. subgrupo equipos y utensilios para el hogar.



Fuente: Ministerio de Economía. Revista DIGESTYEC. IPC. El Salvador. 2000-2001.

El gráfico No. 4 detalla la variación mensual del grupo vivienda y subgrupo equipos y utensilios para el hogar durante el período 2001, analizándolas de la siguiente manera:

En el mes de enero, el grupo incremento del 3.1% y en el subgrupo un 0.2%, sin embargo en febrero, el grupo reflejó un descenso del 1.2% y el subgrupo el 0.2%.⁴⁰

En el mes de marzo, el grupo disminuyó en un 0.3%, sin embargo el subgrupo reflejó un incremento del 0.7%; en abril tuvo un aumento del 0.5%, tanto en el grupo y en el subgrupo.⁴¹

En mayo, los precios experimentaron una leve alza, al registrar el IPC una variación de 0.2% , esta mínima variación de los precios fue motivada al aumentar el grupo el 1.4% y el subgrupo el 0.5%.⁴²

Los precios al consumidor tuvieron en el mes de junio una ligera alza de 0.1%, ésta variación fue general propiciando una disminución del 0.2% en el grupo, y el subgrupo disminuyó en 0.4%.⁴³

⁴⁰ Ministerio de Economía. Revista DIGESTYC. IPC. El Salvador. enero-febrero. 2001. Pág.2.

⁴¹ Ministerio de Economía. Revista DIGESTYC. IPC. El Salvador. marzo-abril. 2001. Pág.2.

⁴² Ministerio de Economía. Revista DIGESTYC. IPC. El Salvador. mayo. 2001. Pág.2.

⁴³ Ministerio de Economía. Revista DIGESTYC. IPC. El Salvador. junio. 2001. Pág.2.

En el mes de julio el IPC se mantuvo estable, sin embargo; el grupo incrementó el 0.3% y el subgrupo en 0.1%, para el mes de agosto el grupo incremento el 0.5% y subgrupo disminuyó en un 0.1%. ⁴⁴

El IPC en septiembre no sufrió variación con relación al mes anterior, ya que las alzas de precios de unos grupos, fueron contrarrestadas por las bajas en otros, incidiendo en una disminución en el grupo del 0.2%, sin embargo el subgrupo incremento en 0.1%. ⁴⁵

Los precios en octubre disminuyeron en 0.9% a consecuencias de bajas significativas en la energía eléctrica y la gasolina, los cuales tienen ponderaciones de 2.03% y 1.58% respectivamente dentro de la estructura del IPC, por lo que repercuten considerablemente en los resultados del grupo ya que disminuyó en un 1.7% y el subgrupo en un 0.1% ⁴⁶

2.3. Generalidades de los muebles de comedor.

Los muebles de comedor son un conjunto de enseres destinado al uso común de los hogares, conformado por una mesa y un juego de sillas; es una pieza importante para la comodidad y bienestar de una familia salvadoreña, porque permite el desarrollo físico e intelectual.

⁴⁴ Ministerio de Economía. Revista DIGESTYC.IPC. El Salvador. Julio - agosto. 2001. Pág.1-2.

2.3.1. Tipos de muebles.

Existe una variedad de modelos y tamaños que son ofrecidos en el mercado, y la adquisición dependerá de la situación económica en que se encuentre cada familia, así también, del grado de aceptación que tiene el producto en el mercado.

Entre los modelos se mencionan: el familiar, grande, mediano y pequeño; conformados de ocho, seis y cuatro piezas, elaborados en diferentes materiales tales como: hierro, madera, plástico, etc.

3. Aspectos normativos e informativos.

En la actualidad no existen leyes que regulen el índice inflacionario, pero sí, leyes que establecen la equidad entre los derechos del consumidor y el productor, para lo cual mencionamos lo siguiente:

3.1. La Ley de Protección al Consumidor.

Nace según Decreto Legislativo No. 666 y actúa como protector de los derechos del consumidor, citándose los siguientes artículos:

⁴⁵ Revista del Ministerio de Economía. El Salvador. septiembre. 2001. Pág.1-2.

Art.1. “La presente ley tiene por objeto salvaguardar el interés de los consumidores, estableciendo que los proteja del fraude o abuso dentro del mercado”.

Art.4. “El órgano ejecutivo en el ramo de economía será encargado de aplicar las disposiciones de esta ley a través de la Dirección General de Protección al Consumidor, en el texto de la presente ley el Ministerio de Economía se denominara “el ministerio”.

Art.7. El consumidor dispondrá especialmente de los siguientes derechos:

- a) A ser protegido contra los riesgos de la vida y la salud.
- b) A ser debidamente informado de los productos y servicios que adquiera o reciba.
- c) Presentarse ante las autoridades competentes las denuncias a la presente ley.
- d) Exigir que se respeten los derechos plasmados en la presente ley.
- e) Reclamar vía judicial el resarcimiento de daños y perjuicios.

⁴⁶ Revista del Ministerio de Economía. octubre. 2001

3.2. Código de Comercio.

Rige a los comerciantes y actos de comercio, según Decreto Legislativo No. 671, existiendo numerosas ediciones, para efectos de estudio se consideró la 6° edición de la Recopilación de Leyes en Materia Mercantil de Luis Vásquez López, de lo cual se señalarán los siguientes artículos :

Art.17. “Son comerciantes sociales todas las sociedades independientes de los fines que persiguen”.

Sociedad es el ente jurídico resultante de un acto solemne, celebrado entre dos o más personas, que estipulan poner en común, bienes o industria, con la finalidad de repartir entre sí los beneficios que provengan de los negocios a que van a dedicarse.

3.3. Medios informativos.

Sobre la información básica y experiencia práctica, que la inflación adquiere para su cálculo, se puede consultar:

- Boletín informativo bimestral del Banco Central de Reserva de El Salvador.
- Revista trimestral del Banco Central de Reserva de El Salvador.

Capítulo II.

Investigación de campo sobre la importancia del grupo vivienda, subgrupo equipos y utensilios para el hogar, producto muebles de comedor para seis personas en el índice de inflación en el área metropolitana de San Salvador.

A continuación, se presenta la metodología utilizada en el desarrollo de la investigación:

1. Generalidades de la investigación.

1.1. Objetivo.

Realizar una investigación que permita conocer el comportamiento de los precios del grupo vivienda, subgrupo equipos y utensilios para el hogar, producto: muebles de comedor para seis personas, dentro del índice de inflación en el área metropolitana de San Salvador.

1.2. Importancia.

La investigación del producto muebles de comedor para seis personas, es importante porque contribuye a la actualización de precios y a la variación del porcentaje de participación con respecto al impacto que la inflación adquiere en la comercialización del producto.

1.3. Delimitación de la investigación.

Dentro de las delimitaciones de la investigación se tienen las siguientes:

1.3.1. Espacial.

La investigación se realizó en el área metropolitana de San Salvador, que actualmente consta de 14 municipios, para efectos de estudios, al recolectar los datos únicamente se consideró el municipio de San Salvador por ser una zona representativa en el ámbito nacional, además de considerarse un lugar accesible para la adquisición del producto muebles de comedor para seis personas.

1.3.2. Temporal.

La investigación de campo se desarrolló en el período comprendido de diciembre 2001 a marzo 2002, en el cual se realizaron cuatro visitas a los

establecimientos seleccionados; la primera fue realizada el sábado 15 de diciembre de 2001 y sirvió para establecer y distinguir el período base de las posteriores visitas, que a su vez, ayudaron a observar el comportamiento de precios de un mes a otro. Estas visitas se realizaron en las siguientes fechas:

Cuadro No.4.
Visitas de campo.

Visitas.	Fecha.
Segunda	26 de enero de 2002.
Tercera	23 de febrero de 2002.
Cuarta	26 de marzo de 2002.

1.3.3. Social.

La investigación se realizó en los establecimientos dedicados a la venta de muebles de comedor para seis personas en el área metropolitana de San Salvador.

1.4. Alcance.

En el desarrollo de la investigación, se tomó en cuenta la canasta de mercado UTEC, la cual consta de 62 bienes y servicios, y para efectos de

estudio, únicamente se consideró el producto muebles de comedor para seis personas.

1.5. Metodología de la investigación.

1.5.1 Tipo de estudio.

El tipo de estudio es no experimental, por haberse realizado sin manipulación deliberada de las variables independientes, éstas variables ya ocurrieron y se han dado en la realidad sin intervención directa, a la vez es longitudinal, porque se recolectaron datos en diferentes puntos estratégicos de la zona geográfica del área metropolitana de San Salvador.

1.5.2. Población.

Para realizar la investigación, se tomó como base la canasta de mercado establecida por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), la cual está integrada por 241 bienes y servicios; considerando los productos que la conforman, la Universidad Tecnológica de El Salvador creó la canasta de mercado UTEC.

1.5.3. Tamaño de la muestra.

La muestra está constituida por 62 bienes y servicios (ver anexo 1), los cuales fueron seleccionados por la Universidad Tecnológica de El Salvador, tomando

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

Para la obtención de la variación de precios, se consideró siete establecimientos dedicados a la venta de muebles de comedor para seis personas en el Área Metropolitana de San Salvador, estos fueron seleccionados con los mismos criterios de la canasta de mercado UTEC según listado de establecimientos del censo de hogares realizado en 1992 por la Dirección General de Estadísticas y Censos, entre los cuales se tienen:

Cuadro No. 5.
Establecimientos seleccionados.

Nombre del establecimiento	Ubicación
Comercial Tres Estrellas.	1ra. Ave.Nte. #232 ente 1ra. Y 3ra. C. Pte.
Omnisport.	Calle Rubén Dario 607-A entre 9 y 11 Ave.Sur.
Casa Zelada.	Calle Rubén Dario
Compañía Comercial Tropigas.	Calle Rubén Dario entre 9 y 11 Ave.Sur.
La Curacao. (Continuo a Rubén Darío)	Calle Rubén Dario 7 y 9 Ave. Sur continuo a Almacenes Siman
Almacen Prado.	Calle Rubén Dario
La Curacao 5ta. Etapa.	Metrocentro 5ta. Etapa

Fuente: Universidad Tecnológica de El Salvador. Año 2002.

Otras de las características que se tomaron en cuenta para la selección de establecimientos fueron:

- ✓ Que pertenezcan al área metropolitana de San Salvador (ver anexo N° 2).
- ✓ Dedicados a la venta de muebles de comedor para seis personas.
- ✓ Tener acceso a los precios del producto investigado.

2. Técnicas e instrumentos de la investigación.

2.1. Técnicas utilizadas.

La investigación se llevó a cabo mediante la recolección de precios en los diferentes establecimientos que fueron tomados como muestra, los cuales se dedican a vender muebles de comedor para seis personas, utilizándose la técnica de observación directa para la obtención de datos.

2.2. Instrumentos utilizados.

Como herramienta para la captación de datos se utilizaron cuatro formularios correspondientes a los grupos de alimentación, vivienda, vestuario y misceláneos (ver anexo N°.3), proporcionados por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS); en el estudio se utilizó el formulario N°.2 denominado vivienda, dicho instrumento permitió la anotación de precios; quedando así una evidencia escrita de los datos que han servido de base para identificar la variación de precios de los muebles de comedor para seis personas en el período comprendido de diciembre 2001 a marzo de 2002.

2.3 Prueba piloto.

Para darle validez al instrumento utilizado, se realizó una visita preliminar, la cual consistió en verificar el nombre comercial y la dirección de los establecimientos seleccionados, además se observó si tenían en existencia el producto a investigar, así mismo, se procedió a la recolección de los precios del producto.

2.4.Consistencia y procesamiento de la información.

La codificación, consistencia y tabulación de datos recolectados, estuvo a cargo de la CIOPS, la cual proporcionó la información para posteriormente hacer el análisis de los resultados.

3. Análisis de los resultados.

Al haber recopilado la información, mediante la encuesta de la UTEC a las casas comerciales que ofrecen los muebles de comedor para seis personas en el área metropolitana de San Salvador, se procedió a la tabulación de los datos que estuvo a cargo del Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña.

Los datos obtenidos en los establecimientos seleccionados, al realizar las visitas de campo, fueron los siguientes:

Cuadro No. 6.
Precios por establecimiento.

Nombre del establecimiento.	Precio base			
	1er. Visita.	2da. Visita.	3er.Visita.	4ta. Visita.
Comercial Tres Estrellas.	2,400.00	2,400.00	2,500.00	2,500.00
Omnisport.	4,150.00	4,300.00	2,431.00	4,300.00
Casa Zelada.	2,712.00	2,440.00	2,712.00	2,440.00
Compañía Comercial Tropicás.	3,799.00	3,403.75	2,791.25	2,599.00
La Curacao (Continuo Rubén Dario.).	3,053.75	1,995.00	4,156.25	3,053.00
Almacen Prado.	3,542.00	3,200.00	3,250.00	3,250.00
La Curacao (5ta. Etapa).	2,266.25	2,699.02	1,653.75	1,881.25

Fuente: Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS).

Antes de analizar los resultados obtenidos durante la investigación, se necesita eliminar aquellos datos que pueden hacer que el análisis sea inconsistente, por presentar precios considerados atípicos con relación a los recolectados en las otras visitas, como se observa en el cuadro anterior.

Sustituyendo los precios de La Curacao en segunda visita y almacenes Omnisport en tercer visita, tenemos:

Cuadro No. 7.
Sustitución de precio de Almacenes Omnisport en tercer visita.

Nombre del establecimiento.	2da. Visita.	3er.Visita.	Aplicando metodología de sustitución:
Comercial Tres Estrellas.	2,400.00	2,500.00	
Omnisport (no se incluye en suma).	4,300.00	2,431.00	3er. Visita. 17,063.25
Casa Zelada.	2,440.00	2,712.00	2da. Visita. 16,137.77
Compañía Comercial Tropigas.	3,403.75	2,791.25	
La Curacao (continuo a Rubén Darío).	1,995.00	4,156.25	Factor: 1.057348692
Almacén Prado.	3,200.00	3,250.00	
La Curacao (5ta. Etapa).	2,699.02	1,653.75	Multiplicando factor con precio de 3er. Visita
Total	16,137.77	17,063.25	tenemos precio sustituto: 2,570.41

Fuente: Elaborado por los autores con información proporcionada por la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Cuadro No. 8.
Sustitución de precio de La Curacao en segunda visita.

Nombre del establecimiento.	Precio base (1er. Visita).	2da. Visita.	Aplicación de la metodología de cálculo:
Comercial Tres Estrellas.	2,400.00	2,400.00	
Omnisport.	4,150.00	4,300.00	2da. Visita. 18,442.77
Casa Zelada.	2,712.00	2,440.00	1er. Visita. 18,869.25
Compañía Comercial Tropigas.	3,799.00	3,403.75	
La Curacao. (No se incluye en suma) continua a Rubén Darío.	3,053.75	1,995.00	Factor: 0.977398148
Almacén Prado.	3,542.00	3,200.00	
La Curacao (5ta. Etapa).	2,266.25	2,699.02	Multiplicando factor con precio de 2da. Visita
Total	18,869.25	18,442.77	tenemos precio sustituto: 1,949.91

Fuente: Elaborado por los autores con información proporcionada por la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Sustituyendo datos, se obtiene la siguiente tabla:

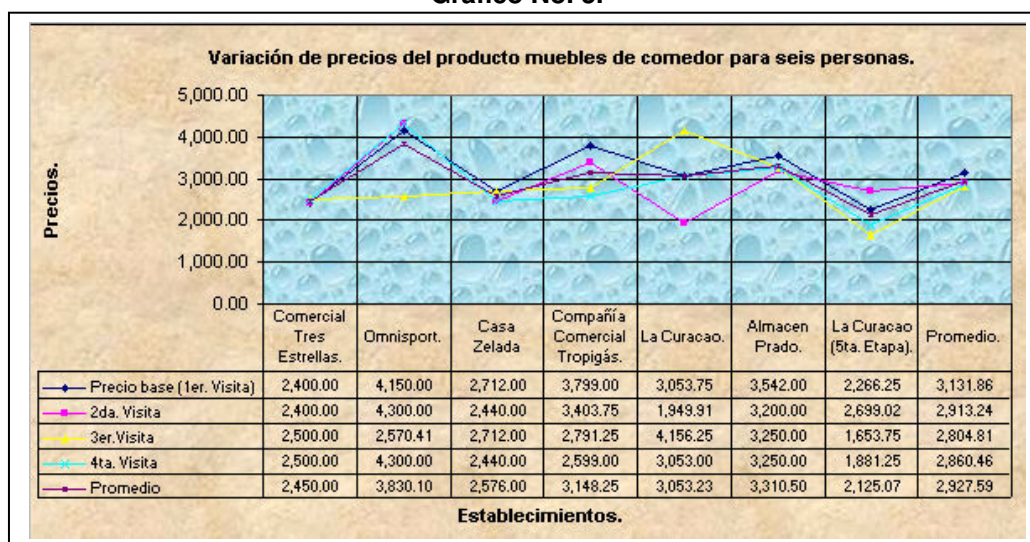
Cuadro No. 9.
Datos obtenidos para análisis del comportamiento de precios.

Nombre del establecimiento.	Precio base (1er. Visita).	2da. Visita.	3er.Visita.	4ta. Visita.	Promedio.
Comercial Tres Estrellas.	2,400.00	2,400.00	2,500.00	2,500.00	2,450.00
Omnisport.	4,150.00	4,300.00	2,570.00	4,300.00	3,830.00
Casa Zelada.	2,712.00	2,440.00	2,712.00	2,440.00	2,576.00
Compañía Comercial Tropigas.	3,799.00	3,403.75	2,791.25	2,599.00	3,148.25
La Curacao (Continuo a Rubén Darío).	3,053.75	1,949.91	4,156.25	3,053.00	3,053.23
Almacén Prado.	3,542.00	3,200.00	3,250.00	3,250.00	3,310.50
La Curacao (5ta. Etapa).	2,266.25	2,699.02	1,653.75	1,881.25	2,125.07
Total	21,923.00	20,392.68	19,633.25	20,023.25	20,493.05
Promedio	3,131.86	2,913.24	2,804.75	2,860.46	2,927.58

Fuente: Elaborado por los autores con información proporcionada por la Universidad Tecnológica de El Salvador.

Calculados los precios sustitutos y considerando los obtenidos en diciembre del 2001 que sirvieron para generar la base de datos y compararla con los resultados de las visitas, dos, tres y cuatro, se representa en forma gráfica así:

Gráfico No. 5.



Como se puede observar el comportamiento de precios de los muebles de comedor para seis personas fue variando en cada establecimiento, generando los siguientes resultados:

- ✓ El precio promedio general de los muebles de comedor para seis personas fue de ₡2,927.59 y los establecimientos que contribuyeron a la obtención de este fueron: La Curacao 5ta. etapa, que se encuentra con ₡802.52 colones abajo del promedio de establecimientos general, Comercial Tres Estrellas con ₡477.59 colones, Casa Zelada con ₡351.59 colones y los que contribuyeron menos fueron Omnisport, Compañía Comercial Tropigas, Almacén Prado y la Curacao Centro, ya que el precio promedio general de cada uno esta arriba del promedio general por establecimiento.
- ✓ En el ámbito de visitas, la segunda presentó una disminución de ₡218.62 colones, así mismo la tercer visita tuvo una disminución de ₡108.49 colones, con relación a la segunda y ₡327.05 colones con la primera, a diferencia de la cuarta que presentó un incremento de ₡55.65 colones con relación a la tercera, no obstante una disminución de ₡52.78 colones con la segunda y ₡271.40 colones con la base, es decir la primer visita.

Partiendo de estas variaciones en forma general, se presentan los siguientes análisis:

3.1. Variación de precios con relación al período base.

La comparación de estas variaciones, consiste en relacionar los precios de las tres visitas realizadas, con la base establecida en el mes de diciembre de 2001.

3.1.1. Comparación de precio visita No.2 con precio base.

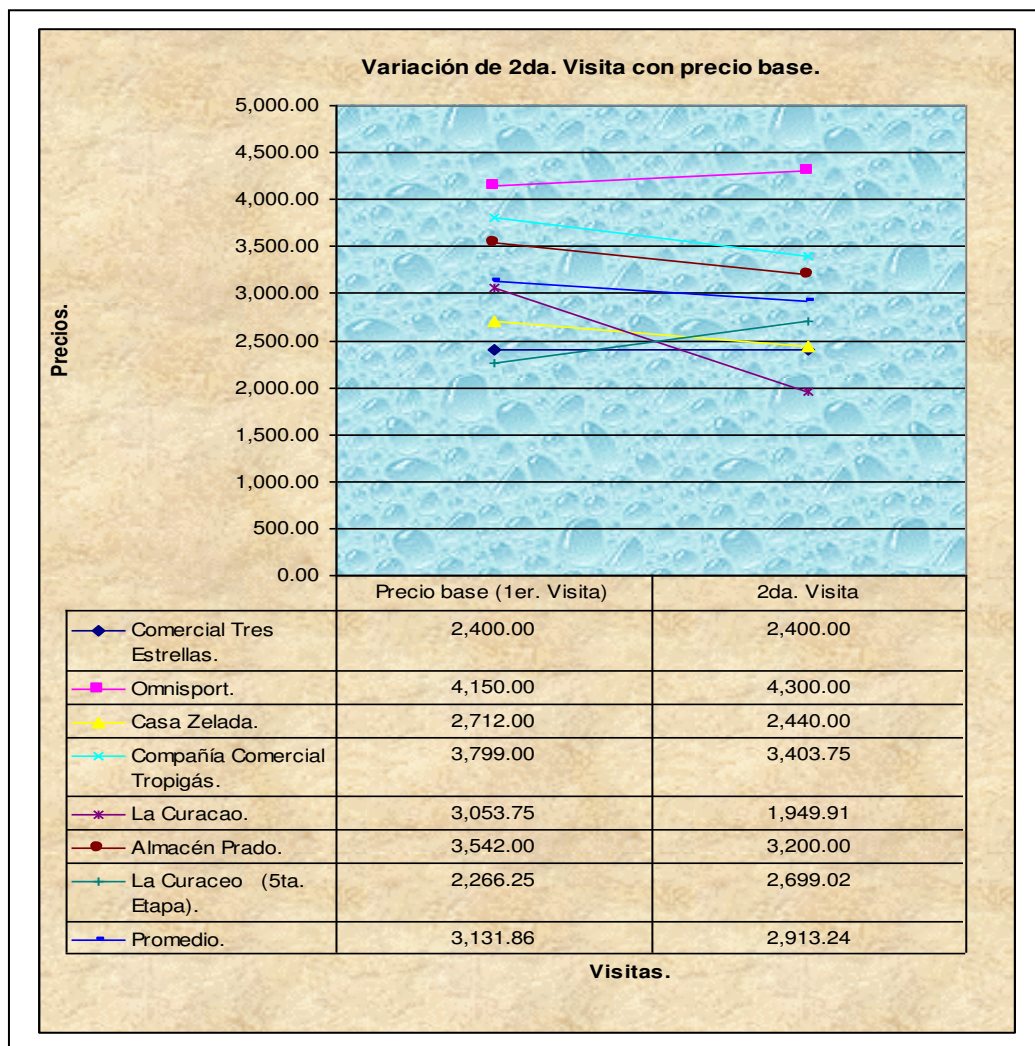
La segunda recolección sirvió para analizar la variación de precios con la base establecida en diciembre del 2001, la cual se llevó a cabo en enero del año 2002, consistiendo en tomar únicamente el precio del producto seleccionado. Los datos obtenidos fueron los siguientes:

Cuadro No. 10.

Cuadro comparativo 2da. Visita para establecer las variaciones de precio con relación a la primer visita.			
Nombre del establecimiento.	Precio base.	2º Visita.	Variación €.
Comercial Tres Estrellas.	2,400.00	2,400.00	0.00
Omnisport.	4,150.00	4,300.00	150.00
Casa Zelada.	2,712.00	2,440.00	(272.00)
Compañía Comercial Tropigas.	3,799.00	3,403.75	(395.25)
La Curacao (Continuo Rubén Dario).	3,053.75	1,949.91	(1,103.84)
Almacén Prado.	3,542.00	3,200.00	(342.00)
La Curacao (5º ETAPA).	2,266.25	2,699.02	432.77
Totales.	21,923.00	20,392.68	(1,530.32)
Precio promedio por visita.	3,131.86	2,913.24	(218.62)

Gráficamente se representan así:

Gráfico No. 6



Interpretación:

Se puede observar que la variación de precios promedio de diciembre 2001 a enero 2002, fue de (¢ -218.62) colones, esto significa que el precio de los muebles de comedor para seis personas, disminuyó en 6.98% con relación al

período base, los establecimientos que contribuyeron a la disminución de precios fueron La Curacao, Compañía Comercial Tropigas, Almacenes Prado y Casa Zelada.

3.1.2. Comparación de precio visita No.3 con precio base.

La tercera recolección se llevó a cabo en febrero del año 2002, al igual que la segunda consistió en tomar el precio del producto seleccionado.

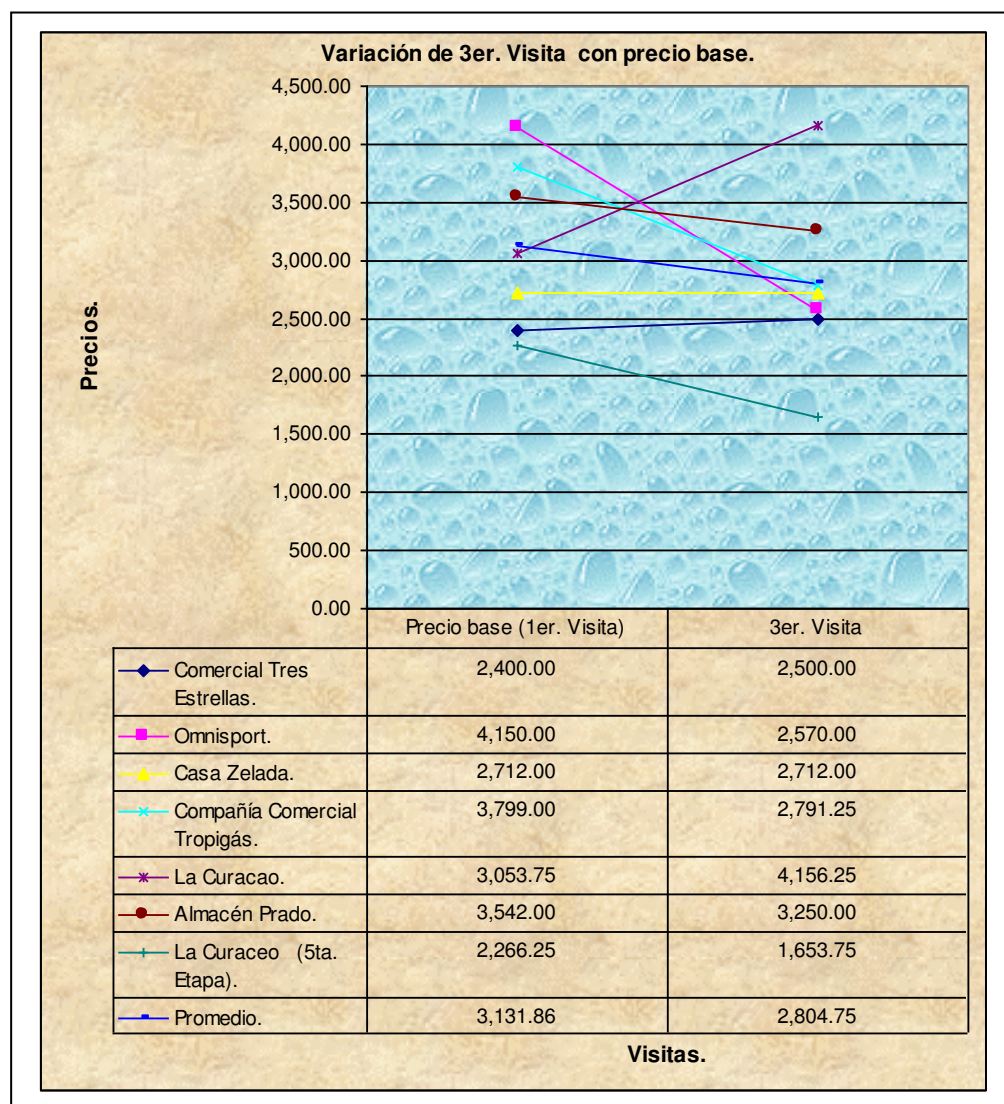
Los datos obtenidos fueron:

Cuadro No. 11.

Cuadro comparativo de 3er. Visita para establecer las variaciones de precio con relación a la primer visita.			
Nombre del establecimiento.	Precio base.	3º Visita.	Variación ¢.
Comercial Tres Estrellas.	2,400.00	2,500.00	100.00
Omnisport.	4,150.00	2,570.41	(1,579.59)
Casa Zelada.	2,712.00	2,712.00	0.00
Compañía Comercial Tropigás-	3,799.00	2,791.25	(1,007.75)
La Curacao (continuo Rubén Dario).	3,053.75	4,156.25	1,102.50
Almacen Prado.	3,542.00	3,250.00	(292.00)
La Curacao (5º Etapa).	2,266.25	1,653.75	(612.50)
Totales.	21,923.00	19,633.66	(2,289.34)
Precio promedio por visita.	3,131.86	2,804.81	(327.05)

Gráficamente tenemos:

Gráfico No.7.



Interpretación:

La variación de precios promedio de la tercer visita, con relación al precio base fue de (¢-327.02) colones, esto significa que el precio de los muebles de comedor para seis personas disminuyó en 10.44% con relación al precio base,

los establecimientos que contribuyeron a tal variación fueron Almacenes Omnisport, Compañía Comercial Tropigas, Curacao 5ta. Etapa y Almacenes Prado.

3.1.3. Comparación de precios visita No. 4 con precio base.

La cuarta recolección se llevó a cabo en marzo del año 2002 y al igual que las tres antes mencionadas, consistió en tomar el precio del producto seleccionado.

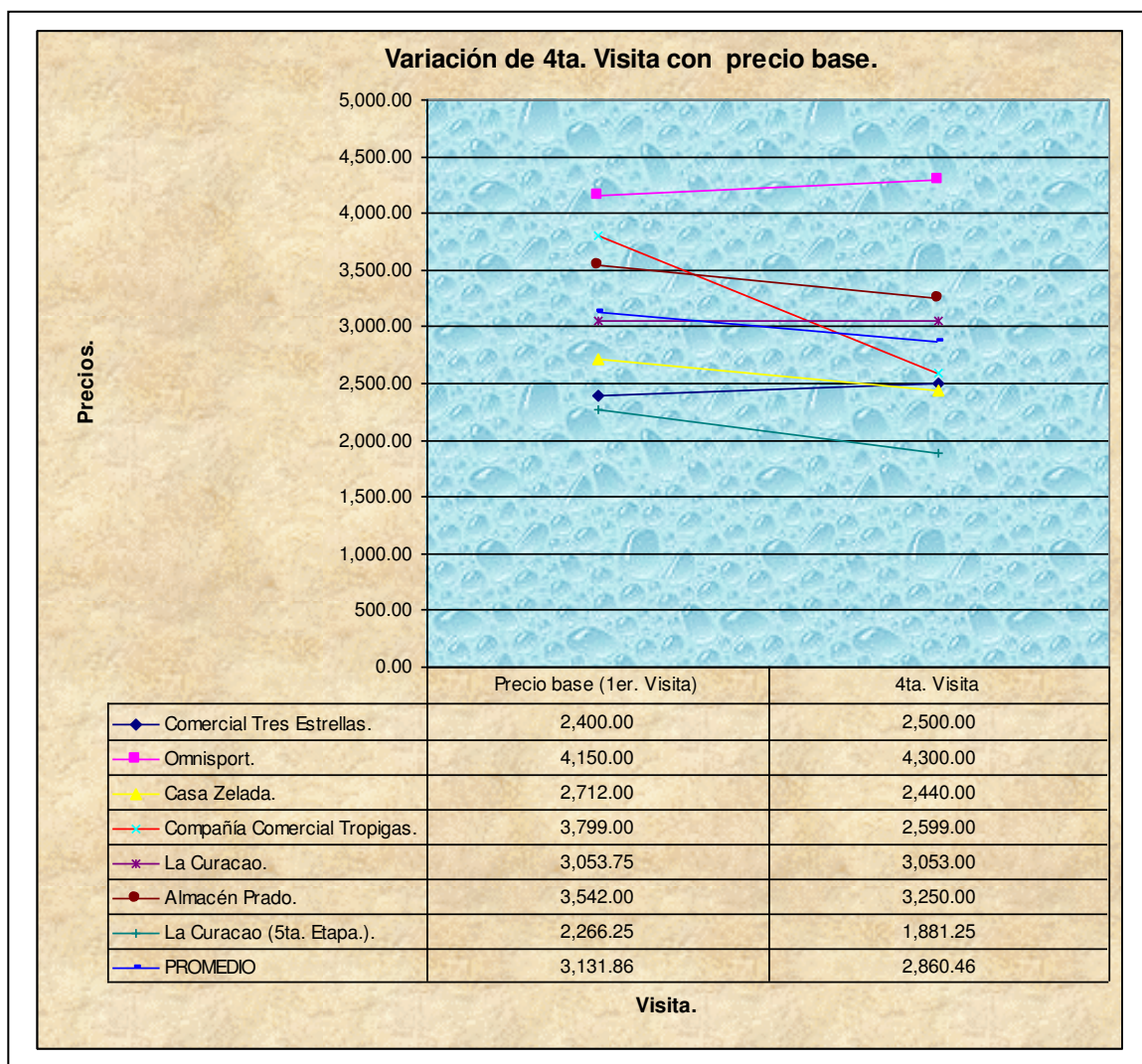
Los datos obtenidos fueron los siguientes:

Cuadro No. 12.

Cuadro comparativo de 4ta. Visita para establecer las variaciones de precio con relación a la primer visita.			
Nombre del establecimiento.	Precio base.	4ª Visita.	Variación ¢.
Comercial Tres Estrellas.	2,400.00	2,500.00	100.00
Omnisport.	4,150.00	4,300.00	150.00
Casa Zelada.	2,712.00	2,440.00	(272.00)
Compañía Comercial Tropigás.	3,799.00	2,599.00	(1,200.00)
La Curacao (Continuo Rubén Dario).	3,053.75	3,053.00	(0.75)
Almacen Prado.	3,542.00	3,250.00	(292.00)
La Curacao (5ª Etapa).	2,266.25	1,881.25	(385.00)
Totales.	21,923.00	20,023.25	(1,899.75)
Precio promedio por visita.	3,131.86	2,860.46	(271.39)

Gráficamente se representa:

Gráfico No.8.



Interpretación:

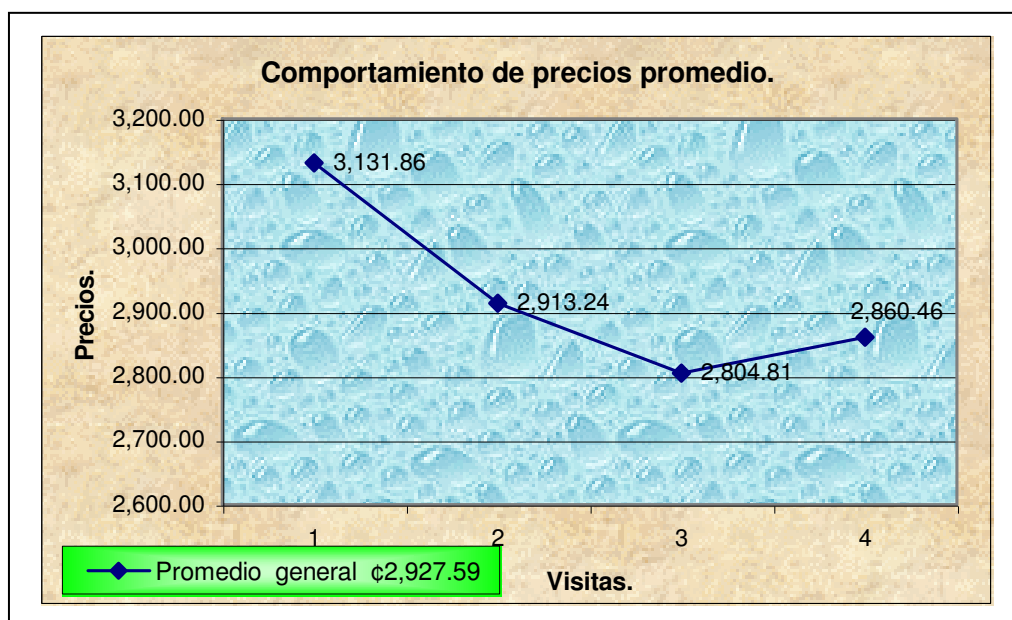
En la cuarta visita, hubo una variación de precios a nivel promedio de (¢-271.38) colones, con relación al período base, esto significa que los precios de los muebles de comedor para seis personas, tuvieron una disminución del 8.67% con relación al precio base, y los establecimientos que lograron dicha

variación fueron Compañía Comercial Tropigas, Curacao 5ta. Etapa, Almacenes Prado y Casa Zelada; se pueden observar que el precio de los muebles ha tenido una disminución en el mes de enero, febrero y marzo del año 2002.

3.2. Variación de precios a nivel promedio.

De manera general la variación de precios promedio del producto muebles de comedor para seis personas, ha presentado una disminución constante, debido al comportamiento de la economía nacional e internacional; a continuación se presenta en forma gráfica las variaciones que tuvo el producto durante las cuatro visitas de campo.

Gráfico No. 9



Como se puede observar, la visita 1 que fue la base, esta con ¢ 204.27 colones arriba del promedio general, mientras que la visita 2 se considera que esta en el promedio ya que únicamente son ¢ 14.35 colones de diferencia, la visita 3 presenta ¢122.78 abajo del promedio y la visita 4, se acerca un poco más, ya que posee ¢67.13 colones abajo del promedio

4. Conclusiones.

La variación de precios durante el período de diciembre 2001 a marzo 2002 del producto muebles de comedor para seis personas, presentó una reducción de precios a nivel promedio. El factor que más influyó fue la obtención de precios atípicos, a los cuales se les aplicó la metodología propuesta por la Universidad Tecnológica de El Salvador. Esta metodología consiste en dividir la suma de los precios de una determinada visita excluyendo el precio atípico; entre la visita anterior, de esta operación obtenemos un factor el cual es multiplicado por el precio a sustituir, dándonos como resultado un nuevo precio, el cual nos sirve para proceder al análisis de las variaciones de un período a otro.

Si los precios obtenidos en la investigación de campo, hubieran sido similares, no atípicos, la variación presentaría un comportamiento casi estables, debido a que los precios del producto muebles de comedor para seis personas a nivel promedio, sufrieron cambios decrecientes del 6.98% y 10.44% con relación a la

base, específicamente en los períodos donde se aplicó la metodología de sustitución.

5. Recomendaciones:

- Darle seguimiento al estudio para que tenga una secuencia de tal manera que se pueda tomar en cuenta los precios alternativos y no sólo el de DIGESTYC, ya que debe ser concurrente para ser objeto de comparación.
- Capacitar adecuadamente al personal encargado de recolectar la información, para que tenga consistencia, ya que es una parte fundamental en el desarrollo de la investigación.
- Apoyar y darle énfasis a la aplicación del cálculo de una nueva canasta de mercado, que proporcione datos estadísticos más aceptables a la realidad y al comportamiento de cada uno de los productos que la conforman.

Capítulo III.

Determinación de la importancia del grupo vivienda, subgrupo equipos y utensilios para el hogar, producto muebles de comedor para seis personas en el índice de inflación en el Área Metropolitana de San Salvador.

Para el estudio del índice inflacionario alternativo se dieron a conocer los resultados de las variaciones de precios de los muebles de comedor para seis personas, para ello se desarrolló lo siguiente:

1. Importancia del producto.

La investigación del producto muebles de comedor para seis personas, es importante, ya que es un artículo utilizado en la vida de todo ser humano, debido a que la cultura salvadoreña los utiliza en los hogares para la comodidad al momento del sustento diario; también son utilizados en los establecimientos comerciales, tales como restaurantes, comidas gourmets o kioscos de comida rápida, además permite el desarrollo intelectual de la misma, ya que sirve de apoyo a los estudiantes desde la primaria hasta estudio superiores.

2. Comportamiento histórico de los precios del producto.

A continuación, se tiene el comportamiento histórico del IPC del producto muebles de comedor para seis personas, durante el período de enero a diciembre del año 2001 (Ver anexo No.4):

Cuadro No. 13.

Comportamiento histórico del IPC de los muebles de comedor para seis personas. Período 2001.			
Mes	IPC Producto	Mes	IPC Producto
Enero	124.77	Julio	123.04
Febrero	125.03	Agosto	123.17
Marzo	124.10	Septiembre	123.17
Abril	123.97	Octubre	122.90
Mayo	123.04	Noviembre	123.17
Junio	123.04	Diciembre	122.24

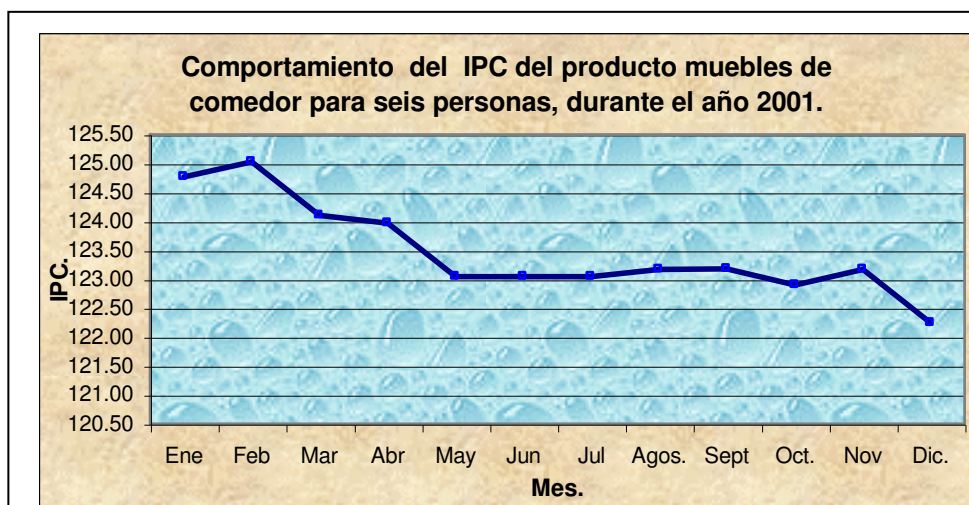
Fuente: Elaborado con base en datos estadísticos proporcionados por la unidad CIOPS Abril-2002.

Durante el año 2001, se puede observar una variación constante del IPC del producto muebles de comedor para seis personas, el mas alto que se registró durante el período 2001, fue de 125.03 que corresponde al mes de febrero y el mínimo es de 122.24, registrado en el mes de diciembre, el IPC promedio durante este período 2001, fue de 123.47, por lo tanto, se considera que los

meses de abril a septiembre y de noviembre están dentro del rango de comportamiento normal del producto.

En forma gráfica se presenta el comportamiento del IPC del producto durante el período del año 2001, el cual es el siguiente:

Gráfico No. 10.



Fuente: Elaborado con base en datos estadísticos proporcionados por la unidad CIOPS
Abril-2002

La variación mensual histórica del producto muebles de comedor para seis personas, fue obtenida mediante la siguiente fórmula:

$$\pi = \left\{ \left\{ \frac{\text{Mes comparado}}{\text{Mes anterior}} \right\} - 1 \right\} \times 100$$

Los datos obtenidos, son los siguientes:

Cuadro No.14.

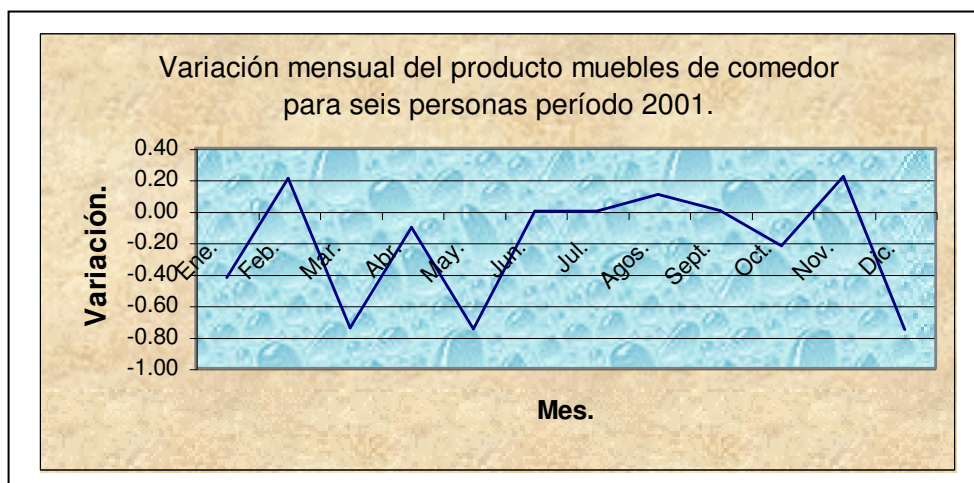
Variación mensual del IPC de los muebles de comedor para seis personas. Período 2001.					
Mes	IPC del producto	Variación mensual	Mes	IPC del producto	Variación mensual
Dic.2000	125.3	IPC del producto Muebles de Comedor			
Ene.	124.77	-0.42	Jul.	123.04	0.00
Feb.	125.03	0.21	Agos.	123.17	0.11
Mar.	124.10	-0.74	Sept.	123.17	0.00
Abr.	123.97	-0.10	Oct.	122.90	-0.22
May.	123.04	-0.75	Nov.	123.17	0.22
Jun.	123.04	0.00	Dic.	122.24	-0.76

Fuente: Elaborado con base en datos estadísticos proporcionados por la unidad CIOPS. Abril-2002

Durante el período 2001, el producto muebles de comedor para seis personas, presentó un comportamiento poco común, ya que incrementa y disminuye de un período a otro, pero con una tendencia de baja, se puede observar que únicamente el mes de febrero, agosto y noviembre, han presentado incrementos entre el 0.22% y 0.11%; la variación mas baja que se registró es de 0.76% en el mes de diciembre 2001.

En forma gráfica se representa:

Gráfico No.11.



Fuente: Elaborado con base en datos estadísticos proporcionados por la unidad CIOPS Abril-2002.

La variación acumulada histórica de los muebles de comedor para seis personas durante el período 2001, se obtuvieron mediante la fórmula que consiste en comparar el último mes del año anterior entre el mes que se está obteniendo la variación, como se presenta a continuación:

$$\pi = \left\{ \left\{ \frac{\text{Mes comparado}}{\text{Último mes año anterior}} \right\} - 1 \right\} \times 100$$

Los datos obtenidos, son los siguientes:

Cuadro No. 15.

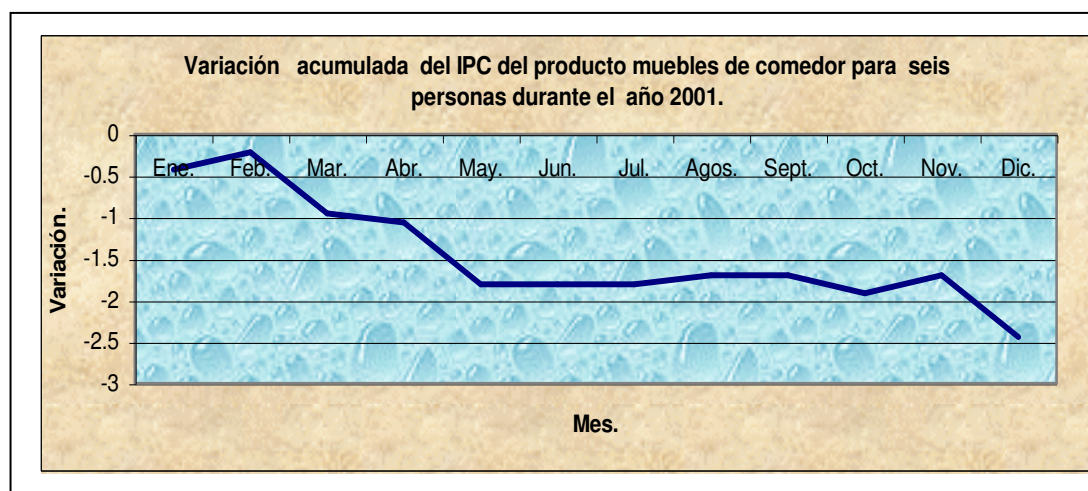
Variación acumulada de IPC de los muebles de comedor para seis personas. Período 2001.					
Mes	IPC del producto	Variación acumulada	Mes	IPC del producto	Variación acumulada
Dic.2000	125.3	IPC del producto muebles de comedor			
Ene.	124.77	-0.42	Jul.	123.04	-1.80
Feb.	125.03	-0.22	Agos.	123.17	-1.70
Mar.	124.10	-0.96	Sept.	123.17	-1.70
Abr.	123.97	-1.06	Oct.	122.90	-1.92
May.	123.04	-1.80	Nov.	123.17	-1.70
Jun.	123.04	-1.80	Dic.	122.24	-2.44

Fuente: Elaborado con base en datos estadísticos proporcionados por la CIOPS. Abril 2002.

La variación acumulada del IPC del producto durante el año 2001, nos indica un comportamiento descendente ya que durante todo el período disminuyó considerablemente, presentando el -2.44% con relación al año 2000.

Gráficamente, se representa así:

Gráfico No.12.



Fuente: Elaborado con base en datos estadísticos proporcionados por la unidad CIOPS . Abril-2002.

3. Determinación de la importancia del precio del producto en el IPC.

Al establecer la importancia del producto investigado se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

3.1. Definición de variables.

Para conocer el impacto que tiene el producto muebles de comedor para seis personas dentro del índice de precios al consumidor, es necesario establecer variables significativas que inciden en los resultados, entre ellas están:

- La variación mensual del producto.
- La variación acumulada del producto.
- La importancia relativa del producto dentro del índice general de precios al consumidor.

3.2. Derivación de la fórmula.

Para determinar la fórmula y obtener el impacto de la variación de precio del producto muebles de comedor para seis personas, se consideraron las variables mencionadas anteriormente, por lo que se tiene lo siguiente:

$$\text{Impacto mensual (IM)} = \frac{VM_i * \Delta IPC_i * IR_b (i)}{IPC_g}$$

$$\text{Impacto acumulado (IA)} = \sum \text{Impacto M}$$

Donde:

IM : Impacto mensual.

Expresa en términos porcentuales el impacto o influencia que tienen las variaciones de precios del bien o servicio en el mes analizado.

IA : Impacto acumulado.

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

VM_i : Variación mensual.

Expresa en términos porcentuales que muestra el índice del producto o servicio analizado con relación al mes inmediato.

ΔIPC_i : Variación del IPC = [IPC_t (i) / IPC_b (i)]

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

- $IPC_t (i)$: Índice de precios al consumidor del producto o servicio i en el período t . Indica el índice de precios del producto o servicio analizado en el período actual t o período analizado.
- $IPC_b (i)$: Índice de precios al consumidor del producto o servicio i en el período base. Indica la base de comparación del índice.
- $IR_b (i)$: Importancia relativa del producto o servicio i en el Índice general de precios del período base.
Indica la ponderación que el producto o servicio i tiene en el índice general de precios del producto base.
- IPC_g : Índice de precio al consumidor general.
Es el índice general de precios de todos los productos y servicios durante el período base y período analizado.

3.3. Determinación de la importancia.

La importancia del producto, se determina aplicando la fórmula anterior, ya que a través de ella se puede conocer el impacto de la variación de precios; los datos obtenidos son los siguientes:

Cuadro No. 16
Determinación del impacto del producto muebles de comedor para seis personas
(periodo Ene-98/Feb-02).

$IM = \frac{VM\ i) * (AIPC\ i) * (ir\ b(i))}{IPC\ g}$										
Mes	IPC g	IPC i	VM i	IPC base	IPC i	AIPC i	IR b (g)	IR b(i)	IM mensual	IM anual
	A	B	C	D	E	F= E/D	G	H	I	J=suma I
Ene-97	148.76	120.64		100.00	120.64	1.2064	1.04	0.24000	0.00000	
Ene-98	150.60	120.64	0.00	100.00	120.64	1.2064	1.04	0.24000	0.00000	
Feb-98	150.99	120.64	0.00	100.00	120.64	1.2064	1.04	0.24000	0.00000	
Mar-98	151.65	122.50	1.54	100.00	122.50	1.2250	1.04	0.24000	0.00299	
Abr-98	153.51	122.77	0.22	100.00	122.77	1.2277	1.04	0.24000	0.00042	
May-98	154.32	122.50	-0.22	100.00	122.50	1.2250	1.04	0.24000	-0.00042	
Jun-98	154.46	121.97	-0.43	100.00	121.97	1.2197	1.04	0.24000	-0.00082	
Jul-98	155.15	121.84	-0.11	100.00	121.84	1.2184	1.04	0.24000	-0.00020	
Ago-98	153.26	121.17	-0.55	100.00	121.17	1.2117	1.04	0.24000	-0.00104	
Sep-98	151.66	121.17	0.00	100.00	121.17	1.2117	1.04	0.24000	0.00000	
Oct-98	151.76	121.17	0.00	100.00	121.17	1.2117	1.04	0.24000	0.00000	
Nov-98	155.12	120.77	-0.33	100.00	120.77	1.2077	1.04	0.24000	-0.00062	
Dic-98	155.03	120.64	-0.11	100.00	120.64	1.2064	1.04	0.24000	-0.00020	0.00011
Ene-99	155.31	120.91	0.22	100.00	120.91	1.2091	1.04	0.24000	0.00042	
Feb-99	154.94	120.64	-0.22	100.00	120.64	1.2064	1.04	0.24000	-0.00042	
Mar-99	154.61	120.64	0.00	100.00	120.64	1.2064	1.04	0.24000	0.00000	
Abr-99	153.74	120.11	-0.44	100.00	120.11	1.2011	1.04	0.24000	-0.00082	
May-99	152.73	120.11	0.00	100.00	120.11	1.2011	1.04	0.24000	0.00000	
Jun-99	152.61	120.64	0.44	100.00	120.64	1.2064	1.04	0.24000	0.00084	
Jul-99	153.49	120.64	0.00	100.00	120.64	1.2064	1.04	0.24000	0.00000	
Ago-99	153.46	121.17	0.44	100.00	121.17	1.2117	1.04	0.24000	0.00083	
Sep-99	153.86	123.70	2.09	100.00	123.70	1.2370	1.04	0.24000	0.00403	
Oct-99	154.73	124.50	0.65	100.00	124.50	1.2450	1.04	0.24000	0.00125	
Nov-99	154.04	123.70	-0.64	100.00	123.70	1.2370	1.04	0.24000	-0.00124	
Dic-99	153.45	123.97	0.22	100.00	123.97	1.2397	1.04	0.24000	0.00042	0.00531
Ene-00	154.46	125.43	1.18	100.00	125.43	1.2543	1.04	0.24000	0.00230	
Feb-00	155.23	125.43	0.00	100.00	125.43	1.2543	1.04	0.24000	0.00000	
Mar-00	155.36	125.43	0.00	100.00	125.43	1.2543	1.04	0.24000	0.00000	
Abr-00	155.48	122.77	-2.12	100.00	122.77	1.2277	1.04	0.24000	-0.00402	
May-00	156.42	122.77	0.00	100.00	122.77	1.2277	1.04	0.24000	0.00000	
Jun-00	158.17	125.17	1.95	100.00	125.17	1.2517	1.04	0.24000	0.00371	
Jul-00	157.97	124.90	-0.22	100.00	124.90	1.2490	1.04	0.24000	-0.00041	
Ago-00	158.65	124.63	-0.22	100.00	124.63	1.2463	1.04	0.24000	-0.00041	
Sep-00	158.94	123.30	-1.07	100.00	123.30	1.2330	1.04	0.24000	-0.00199	
Oct-00	158.93	123.44	0.11	100.00	123.44	1.2344	1.04	0.24000	0.00021	
Nov-00	159.28	124.77	1.08	100.00	124.77	1.2477	1.04	0.24000	0.00203	
Dic-00	160.03	125.30	0.42	100.00	125.30	1.2530	1.04	0.24000	0.00080	
Ene-01	162.92	124.77	-0.42	100.00	124.77	1.2477	1.04	0.24000	-0.00078	
Feb-01	162.63	125.03	0.21	100.00	125.03	1.2503	1.04	0.24000	0.00038	
Mar-01	162.96	124.10	-0.74	100.00	124.10	1.2410	1.04	0.24000	-0.00136	
Abr-01	163.18	123.97	-0.10	100.00	123.97	1.2397	1.04	0.24000	-0.00019	
May-01	163.44	123.04	-0.75	100.00	123.04	1.2304	1.04	0.24000	-0.00136	
Jun-01	163.66	123.04	0.00	100.00	123.04	1.2304	1.04	0.24000	0.00000	
Jul-01	163.61	123.04	0.00	100.00	123.04	1.2304	1.04	0.24000	0.00000	
Ago-01	164.16	123.17	0.11	100.00	123.17	1.2317	1.04	0.24000	0.00020	
Sep-01	164.16	123.17	0.00	100.00	123.17	1.2317	1.04	0.24000	-0.00001	
Oct-01	162.65	122.90	-0.22	100.00	122.90	1.2290	1.04	0.24000	-0.00040	
Nov-01	164.09	123.17	0.22	100.00	123.17	1.2317	1.04	0.24000	0.00040	
Dic-01	162.31	122.24	-0.76	100.00	122.24	1.2224	1.04	0.24000	-0.00136	-0.00447
Ene-02	162.92	122.64	0.33	100.00	122.64	1.2264	1.04	0.24000	0.00059	
Feb-02	162.63	122.64	0.00	100.00	122.64	1.2264	1.04	0.24000	0.00000	0.00059

Fuente: Elaborado con base en datos estadísticos proporcionados por la unidad CIOPS . Abril-2002.

3.4. Efectos sobre el poder adquisitivo.

A continuación se presenta el poder adquisitivo general y del producto muebles de comedor para seis personas a nivel porcentual, durante el período de 1997 al 2002.

Cuadro No. 17.

Efectos sobre el poder adquisitivo general y del producto muebles de comedor para seis personas, período diciembre 1997 a febrero 2002.										
Años	1998		1999		2000		2001		2002	
Mes	General	Producto	General	Producto	General	Producto	General	Producto	General	Producto
Enero	0.66	0.83	0.64	0.83	0.65	0.80	0.61	0.80	0.61	0.82
Febrero	0.66	0.83	0.65	0.83	0.64	0.80	0.61	0.80	0.61	0.82
Marzo	0.66	0.82	0.65	0.83	0.64	0.80	0.61	0.81		
Abril	0.65	0.81	0.65	0.83	0.64	0.81	0.61	0.81		
Mayo	0.65	0.82	0.65	0.83	0.64	0.81	0.61	0.81		
Junio	0.65	0.82	0.66	0.83	0.63	0.80	0.61	0.81		
Julio	0.64	0.82	0.65	0.83	0.63	0.80	0.61	0.81		
Agosto	0.65	0.83	0.65	0.83	0.63	0.80	0.61	0.81		
Septiembre	0.66	0.83	0.65	0.81	0.63	0.81	0.61	0.81		
Octubre	0.66	0.83	0.65	0.80	0.63	0.81	0.61	0.81		
Noviembre	0.64	0.83	0.65	0.81	0.63	0.80	0.61	0.81		
Diciembre	0.65	0.83	0.65	0.81	0.62	0.80	0.62	0.82		
Promedio	0.65	0.83	0.65	0.82	0.63	0.80	0.61	0.81	0.61	0.82

Fuente: Elaborado con base en datos estadísticos proporcionados por la unidad CIOPS. Abril-2002.

Tomando como referencia el año 2001, observamos que en forma general la moneda en circulación (el colón) ha perdido su poder adquisitivo en 0.61%, así mismo, el poder de compra del producto muebles de comedor para seis personas es de 0.81%, porque hay una limitante entre los ingresos y los gastos, por lo tanto las familias salvadoreñas, ya no pueden comprar todos los artículos necesarios para su manutención y en algunos casos adquieren productos sustitutos para poder suplir sus necesidades.

4. Propuesta metodológica.

Al elaborar la propuesta metodológica, es necesario considerar el objetivo que se pretende para su desarrollo:

4.1. Objetivo .

Presentar un informe y dar seguimiento a los resultados obtenidos de las variaciones de los precios dentro de los bienes y servicios que conforman la canasta de mercado.

A continuación se presentan los lineamientos principales de la propuesta para la elaboración de un índice de precios al consumidor que refleje las variaciones de los precios sobre la base de la canasta de mercado, que se considera más

representativa que la canasta de mercado DIGESTYC, ya que posee más variedad de grupos, subgrupos y productos; y al estudiar dichas variaciones en los precios se puede conocer las repercusiones que tiene cada uno en el índice de inflación general.

4.2. Parámetros.

Algunos de los parámetros que se utilizaron en la investigación fueron los siguientes:

4.2.1. Transparencia metodológica y de cálculo.

Para que exista certeza en los indicadores económicos, es necesario la transparencia metodológica de la información al crear un nuevo IPC, ya que es necesario un mejoramiento en el cálculo que realiza la Dirección General de Estadísticas y Censos por ser la institución encargada del control y seguimiento mensual del IPC, así también las instituciones interesadas como el Banco Central de Reserva, Fusades, Ministerio de Hacienda, instituciones de investigación como CIOPS y asesores económicos nacionales como internacionales que aportan resultados del comportamiento económico del país.

El aporte de otras instituciones en conjunto, será unificado con el fin de establecer un IPC más aceptable, que brinde a la población los precios de la

canasta de mercado, ayudando de esta manera a establecer comparaciones en las variaciones mensuales de los bienes y servicios que tienen durante un período.

4.2.2. Comparabilidad de las mediciones.

Las comparaciones mensuales de las variaciones de precios de los productos de la canasta de mercado, permitirán ser analizados en un tiempo oportuno en el ámbito nacional como internacional, y estudiar las causas no favorables de su comportamiento y establecer medidas de prevención que ayuden al fortalecimiento de la economía, ya que sus efectos recaen en el poder adquisitivo.

4.3. Antecedentes del actual IPC.

4.3.1. Creación de un nuevo IPC.

Para su creación es necesario considerar los procedimientos históricos y así poder formar una adecuada metodología. Si nos remontamos a los hechos surgidos en El Salvador, el primer índice de precios fue calculado en 1978, este índice tuvo vigencia hasta el año 1992, ya que en este período fue elaborada una nueva canasta de mercado, mediante la encuesta nacional de ingresos y gastos de hogares urbanos (ENIGH), que fue conducida por el Departamento de Investigaciones Muestrales (DIM); a la fecha aún se encuentra vigente y en

este período, se asume que los hábitos de consumo han cambiado y la DIGESTYC, a pesar que mensualmente actualiza las variaciones, con el fin de mostrar el comportamiento de precios no ha cambiado la base de la canasta de mercado.

Algunos aspectos a considerar para la elaboración del IPC, es implementar para su cálculo una encuesta similar a la ENIGH, pero con una cobertura mayor ya que la anterior era representativa de la población urbana.

La encuesta permitirá actualizar la canasta de mercado y reflejar los cambios en los hábitos de consumo durante los últimos años; estas modificaciones están orientadas a clasificar más variedad de artículos, dándoles un tratamiento a la toma de precios y a la estacionalidad de productos.

4.3.2. Construcción de la canasta mercado.

La nueva ENIGH permitirá conocer el nuevo gasto de hogares, extendiéndose en toda la república de El Salvador y no solamente en el área metropolitana y las cabeceras departamentales de Sonsonate, Santa Ana y San Miguel.

Se elegirán productos que integren la canasta de mercado asignándoseles una ponderación a cada uno de los productos.

La investigación cubriría encuestas realizadas durante un año, lo que implicará encuestar a todas las submuestras e ir rotando los hogares cada 15 días.

4.3.3. Criterios de selección de productos para la canasta de mercado actual.

Los criterios utilizados para el nuevo IPC es debido a los gustos y preferencias de los productos y servicios que esta posee y establecer el grado de importancia que tienen en el gasto de los hogares que han sido encuestados.

Permitir la facilidad de recabar información sobre los precios cada quince días en los mismos lugares encuestados, con el fin que esta información sea constante y establecer un análisis de los productos que los hogares consumen para el sustento diario y así ampliar la canasta con los productos de primera necesidad.

4.4. Selección de lugares para la toma de precios.

En la canasta de mercado actual se consideraron establecimientos como tiendas, supermercados, empresas o entidades de servicio, hogares, etc. que venden o proveen el artículo investigado; esto servirá como punto de referencia

para comparar las variaciones de los precios periódicamente, tomando en cuenta los siguientes criterios para su selección:

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

Se recomienda que para seleccionar los establecimientos, debe ser el de mayor proporción de gasto y no el de mayor frecuencia de compra, es decir la elección de un establecimiento depende de que los hogares informantes realicen en promedio, el mayor gasto de ese producto en ese tipo de establecimiento y no de cuantas veces visiten la casa comercial.

4.5. Ventajas de la nueva canasta de mercado.

Entre las ventajas más importantes para el mejoramiento de la canasta de mercado se dan a conocer los siguientes aspectos:

- Se obtendrá una base actualizada.
- Se ocupará para modificar el IPC alternativo con el actual.
- Representará mejor el gasto de los hogares.
- Tendrá una estructura actualizada.

- Representará el nivel de ingresos de los hogares al incorporarse en el cálculo de la canasta.
- Revisión periódica de la adquisición constante de los productos para el consumo de hogares.
- Reflejará adecuadamente el consumo estacional de frutas y verduras.

4.6. Nueva canasta de bienes.

Las consideraciones para la nueva canasta de mercado son las siguientes:

4.6.1. Ponderaciones de la canasta de mercado.

La nueva canasta de mercado, reflejará el conjunto de artículos representativos del consumo de hogares encuestados y una variación en la participación del gasto en todos los grupos y subgrupos.

Reflejará la importancia relativa del gasto de los productos dentro del presupuesto de hogares.

4.6.2. Estructura de la canasta.

La estructura de la nueva canasta de mercado propuesta para la obtención del IPC, tendrá 8 grupos, que a su vez estarán sub – divididos por subgrupos, artículos y producto (Ver anexo No.5).

Este cambio implicará que ya no serán 241 productos, como lo presenta la Dirección General de Estadísticas y Censos, sino que se incrementarían, considerando que en la actualidad hay productos que las familias salvadoreñas están consumiendo con mayor frecuencia; así mismo se consideran algunos grupos como la educación, ya que para mejorar la economía de un país se necesita crear nuevos profesionales, capaces de tomar decisiones y fomentar algunos sectores que se encuentran en un estado de espera ya que a través de los años hay tendido a desaparecer eliminando fuentes de trabajo.

Cuadro No. 18.
Nueva canasta de mercado.

IPC base diciembre 1998 = 100.				
Grupos.	No. Subgrupos.	No. Artículos.	No. Productos.	Variedades.
Alimentación .	11	58	162	306
Vivienda.	5	12	29	47
Equipamiento y Vivienda.	7	25	84	149
Vestuario.	6	26	75	142
Transporte.	2	11	26	76
Salud.	3	9	44	90
Educación y recreación.	4	12	55	345
Otros.	3	3	8	44
Total.	41	156	483	1199

Fuente: Instituto de Estadísticas INE. www.inesdam@ctcreuna.cl.

4.7. Metodología de cálculo.

Los aspectos a tomar en cuenta para la metodología de cálculos del índice de precios son:

4.7.1. Cálculo del IPC.

La fórmula general para la obtención del IPC actual es la de Layspeyres, que se representa así:

$$I_{n,o} = \frac{\sum G_{n-1,i} R_{n,n-1,i}}{\sum G_{0,i}} \times 100$$

Donde:

- $I_{n,o}$: Índice del período n, referido al período base.
- $G_{n-1,i}$: Costo o gasto actualizado al período n-1, para el rubro i.
- $R_{n,n-1,i}$: Relativo de precios entre el período actual n y el período n-1, para el rubro i.
- $G_{0,i}$: Costo o gasto del rubro i, en el período base.

Matemáticamente, se expresa de la siguiente manera:

$$I_{n,o} = \frac{\sum P_{n-1,i} Q_{0,i} \frac{P_{n,i}}{P_{n-1,i}}}{\sum P_{0,i} Q_{0,i}} \times 100$$

Donde:

- $P_{0,i}$: Precio del rubro i en el período base.
- $Q_{0,i}$: Cantidad del rubro i en el período base
- $\frac{P_{n,i}}{P_{n-1,i}}$: Relativo de precios entre el período actual n y el período n-1 para el rubro i.

Obteniendo el IPC según la fórmula anterior se procederá a obtener el IPC de los grupos, subgrupos y productos por medio de la media aritmética que representará un IPC promedio general.

En forma esquemática, se representa:

Cuadro No. 19.
Formas para calcular el IPC.

Grupos Subgrupos Artículos	} IPC	Media aritmética
Productos, grupo alimentación Productos, otros grupos	→ →	Media geométrica Media aritmética
Variedad Variedad- Establecimiento	}	Media geométrica

Fuente: Instituto de Estadísticas INE. www.inesdam@ctcreuna.cl

Como producto final de la recolección de precios de una canasta de mercado se tiene el IPC, pero hay que considerar varios obstáculos y dudas que nacen al momento de obtener los datos, entre ellos están:

- Como agregar un artículo.
- Como sustituir un artículo.
- Como sustituir un establecimiento.

Para agregar un artículo hay que tomar en cuenta la demanda del producto, esto se obtendrá mediante una encuesta a hogares para determinar que artículos o productos son los que se necesitan en la actualidad y de acuerdo al porcentaje de representatividad que tenga, este pasará a formar parte de la canasta de mercado.

Al sustituir artículos se deben conocer las opciones que se tienen, generalmente son marcas, de esta manera, se obtendrá un precio del producto investigado, sin importar la marca y lo que importaría es que desempeñe la misma función del producto original.

Lo mismo sucede con los establecimientos, sino hay de los productos a investigar, se deben tener opciones, criterio y capacidad para escoger un establecimiento próximo que venda el mismo producto.

4.7.2. Nuevo algoritmo de cálculo sugerido del IPC.

El nuevo algoritmo de cálculo del IPC ha sido elaborado sobre la base de los nuevos conceptos utilizados en el IPC y refleja las modificaciones metodológicas.

Los aspectos a considerarse en el nuevo algoritmo son:

➤ **Agregación desde variedad - establecimiento a variedad.**

Al nivel más desagregado, es el nivel de variedad de establecimiento; se construyen índices de precios con respecto al mes anterior para las observaciones de cada una; si en el mes se observa más de un precio de una variedad establecimiento, entonces se calcula el precio promedio del mes (PPM). Para calcular estos índices se divide el precio promedio de la variedad - establecimiento del mes t por el precio promedio del mismo ítem mes $t-1$. Para cada variedad definida, el número máximo de índices de precios es igual al número de establecimientos de la muestra. Todas las observaciones (una por establecimiento) entran en el cálculo del promedio geométrico con igual peso o ponderación. La ausencia de una ponderación explícita se debe a que la muestra de establecimientos se ha "auto-ponderado" a partir de la Encuesta de Puntos de Compras.

El segundo paso consiste en agregar los múltiples índices de variedad - establecimiento a uno sólo: el índice de la variedad. En este paso, se reducen conceptualmente los establecimientos. Ahora, sólo habrá un índice básico de variedad del mes t con respecto al mes $t-1$, que representa la variación de precio de esta variedad en todos los establecimientos de la muestra. Para esta operación se utiliza la media geométrica.

Para calcular la variación mensual de cada variedad, sólo se compararán los mismos establecimientos en ambos meses. Esto implica que si la fuente está ausente en el período t , no se considerará en el cálculo de dicho mes. Una vez calculada la variación de la variedad en el mes t , se aplica esta variación al precio del mes $t-1$ de las variedad-establecimiento con observaciones faltantes.

Cálculo del los índices variedad - establecimiento (el nivel más desagregado):

$$I v_{t/t-1}^{(i)-e} = \frac{P_{i,t}^e}{P_{i,t-1}^e}$$

Fuente: Instituto de Estadísticas INE. www.inesdam@ctcreuna.cl

Donde:

$I v_{t/t-1}^{(i)-e}$ = Índice variedad – establecimiento $v(i) - e$ para el mes t con Respecto al mes t .

$P_{i,t}^e$ = Precio variedad (i) en establecimiento (e) en el mes t .

$P_{i,t-1}^e$ = Precio variedad (i) en establecimiento (e) en el mes $t-1$.

Cálculo del Índice de la Variedad $v(i)$ en el mes t con respecto al mes $t-1$:

$$I_{v \frac{V(i)}{v/t-1}} = \pi_e \left(I_{\frac{V(i)-e}{t/t-1}} \right)^{1/n}$$

Fuente: Instituto de Estadísticas INE. www.inesdam@ctcreuna.cl

Donde:

$I_{v \frac{V(i)}{v/t-1}}$ = Índice de la variedad $v(i)$ en el mes t con respecto al mes $t-1$.

$I_{\frac{V(i)-e}{t/t-1}}$ = Índice de variedad (i) en el mes t con respecto al mes $t-1$.

n = Número de establecimientos con precio observado en el mes t .

π = índice.

➤ **Agregación desde variedad a producto.**

Para obtener las variaciones de los productos se calcula el promedio geométrico ponderado de los índices de las variedades. Las ponderaciones de las variedades se obtienen de estudios de mercado. El uso de promedios geométricos a este nivel se explica por ser un operador que a nivel de variedades, refleja la substitución de una por otra.

Índice del producto P en el mes t con respecto al mes t-1:

$$I_{T, t-1}^P = \pi_e \left(I_{t/t-1}^{V(e)} \right)^{v(i)}$$

Fuente: Instituto de Estadísticas INE. www.inesdam@ctcreuna.cl

Donde:

$I_{T, t-1}^P$ = Índice del producto P en el mes t con respecto al mes t – 1.

$I_{t/t-1}^{V(e)}$ = Índice de variedad $v(i)$ del producto P en el mes t con respecto
Al mes t – 1.

$V(i)$ = Ponderación de la variedad i en el producto P, se tiene que
 $\sum v(i) = 10$.

➤ **Agregación desde producto a artículo.**

La agregación desde producto a artículo se realiza de dos modos: en el grupo alimentación se hace con la media geométrica; y en los demás grupos, con la media aritmética. La media geométrica es capaz de explicar la substitución de productos que se produce con cambios en los precios relativos, que se da

rápidamente en el grupo alimentación. En los otros grupos, la substitución será estudiada a través de estudios de mercado.

A partir de este nivel, se utilizan los niveles de los índices, y no los índices respecto al mes anterior. A continuación se exponen ambas fórmulas:

Agregación de producto a artículo con media geométrica.

$$MIART_{a,t} = \pi_p MIPRO_{p(a)-1,t}$$

Fuente: Instituto de Estadísticas INE. www.inesdam@ctcreuna.cl.

Donde:

$MIART_{a,t}$ = Nivel del índice del artículo a en el mes t.

$P(a)_t$ = Nivel del índice del producto P (a) en el mes t.

$P(a) - 1$ = Ponderación del producto P (p) en el artículo a.

P = Producto p del artículo a.

Agregación de producto a artículo con media aritmética.

$$MIART_{t,a} = \sum p_{P(a)-1} * MIPRO_{P(p)}$$

Fuente: Instituto de Estadísticas INE. www.inesdam@ctcreuna.cl.

Donde:

$MIART_{t,a}$ = Nivel del índice del artículo a en el mes t.

$MIPRO_{P(p)}$ = Nivel del índice del producto P (a) en el mes t.

$P(p)$ = Ponderación del producto P (p) en el artículo a.

P = Producto p del artículo a.

a = Artículo del IPC.

➤ **Agregación desde artículos a IPC.**

Finalmente, el índice general (IPC) se calcula a partir de los artículos como un índice de Laspeyres, es decir, a partir de los niveles de los índices de los artículos, ponderados según la estructura de gasto de la Encuesta de Presupuesto Familiar.

Cálculo del IPC del mes t:

$$IPC_t = \sum a P(a) * MIPRO_{a-t}$$

Fuente: Instituto de Estadísticas INE. www.inesdam@ctcreuna.cl

Donde:

IPC t = Índice de precios al consumidor en el mes t.

P (a) = Ponderación artículo a.

MIPRO a-t = Nivel del índice del artículo a en el mes t.

a = Artículo del IPC.

Todo este cálculo, se lograría con un programa permanente de actualización, considerando algunas variables que inciden en el cálculo del IPC.

La nueva metodología que se utilizará para el IPC se ha realizado sobre la base de suponer procesos de actualización permanentes y estables para los próximos años, y requiere de la manutención de un sistema y de un equipo de apoyo técnico, actualizaciones metodológicas y encuestas. Parte de las limitaciones que presentaba el IPC anterior se relacionan con la imposibilidad de sustituir variedades específicas de bienes o servicios que se mantenían a lo largo de 10 años, en el IPC, aún cuando en el mercado estuvieran obsoletas,

como asimismo en problemas planteados por el alejamiento de la muestra de establecimientos.

El envejecimiento de la muestra ha constituido históricamente una limitación. La recuperación de establecimientos perdidos se realizaba en el propio terreno, buscando cercanía en tamaño geográfico y con precios similares. Sin embargo; los cambios en la estructura de mercado revelan generalmente la necesidad de sustituir pequeños establecimientos por supermercados o cadenas, y no por negocios similares. Con la actual metodología, se propone llevar encuestas de puntos de compra y actualizaciones muestrales con una periodicidad vía anual.

Otro elemento por considerar, lo constituye la introducción de ajustes de precios ante cambios de calidad de los productos. Debido a la rapidez de los cambios tecnológicos, las alzas de precios de muchos productos pueden ser, en parte, el resultado de mejoramientos en la capacidad técnica de éstos, y el incremento neto de precios. Cuando el mejoramiento de la tecnología, significa en realidad un alza menor, o incluso una reducción del precio, ello debería reflejarse en el nuevo IPC.

4.7.3. Programa permanente de actualización del IPC.

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

- Programación de estudios de mercado anuales, con el objetivo de actualizar las ponderaciones de los productos y de cambiar las especificaciones de las variedades.
- El cambio de ponderaciones de los artículos del IPC debe ser más frecuente, pues éstas se mantienen constantes entre dos encuestas de presupuestos familiares, lo que hace necesario actualizar la canasta en un período límite de 5 años. Para esto, se debe estudiar la posibilidad de hacer encuestas de presupuestos familiares con muestras de hogares más reducidas; disminuyendo el número de variables por encuestar.
- Actualizar la muestra de establecimientos cada dos años, para ello se debe realizar una encuesta de puntos de compra a hogares.
- Estudios sobre el ajuste de calidad en el IPC, que deben incluir al menos:
 - ✓ La definición de criterios para realizar ajustes de calidad a las áreas especialmente para el caso del vestuario donde es posible encontrar

pequeñas variaciones (marginales) entre un modelo y otro.

- ✓ El tratamiento de los cambios de la unidad de medida, envases, marcas o mejoramientos tecnológicos simples.
- ✓ Además, deben desarrollarse metodologías de ajustes de calidad (Métodos Idóneos y otros) para algunos bienes con ponderación significativa y que sufren fuertemente el cambio tecnológico (automóviles, computadoras). Adicionalmente, se estudiará el problema de calidad asociado a los servicios de salud. En todos estos casos, se deberá operar con un comité de expertos en cada rubro que evalúe el valor de los cambios tecnológicos.

Glosario

Este apartado contiene definiciones relativas a la temática en investigación, entre ellas tenemos:

Balanza Comercial: Es la que refleja los movimientos en un período por lo general de un año de mercancías entre un país y el resto del mundo.¹

Balanza de Pagos: Es la presentación en tablas de las transacciones de crédito y débito de un país con los demás países e instituciones internacionales.²

Déficit: Es el exceso del pasivo sobre el activo o cuando una corriente de gastos u obligaciones es superior a la corriente de ingresos o de recursos de un fondo.³

¹ Op.Cit.49

² Op.Cit.47

³ Op.Cit.49

Deflación: Es la situación en que aumenta el valor de la unidad monetaria como resultado de las disminuciones en los precios.⁴

Demanda: Es la voluntad y capacidad de pagar una suma de dinero por alguna cantidad de un determinado artículo o servicio.⁵

Depresión: Es el período de poca actividad en los negocios en el cual los precios son bajos, el poder adquisitivo de la población reducido y el desempleo alto.⁶

Devaluación: Es la reducción del valor de la moneda nacional en términos de la moneda extranjera.⁷

Economía: Es la ciencia que trata de los aspectos del comportamiento social y las instituciones que se relacionan con el uso de recursos escasos para producir y distribuir bienes y servicios para satisfacer necesidades humanas.⁸

Escasez: Es la falta de una mercancía con relación a su demanda.⁹

Exportaciones: Son las salidas de mercancías, capitales y servicios con

⁴ Seldon, Arthur. Diccionario de Economía, 1ra. Edición, Editora oikos-tai, S.A. España 1968, Pág.58.

⁵ Op.Cit.49

⁶ Brand Salvador Oswaldo, Diccionario de Economía, 1ra. Edición. Editora Plaza&Hanes. Bogota. Pág.63

⁷ Op.Cit.47

destino al mercado exterior.¹⁰

Importaciones: Son los bienes y servicios que son introducidos a un país por medio del comercio exterior.¹¹

Inflación: Es el crecimiento generalizado y sostenido de precios de los bienes y servicios productivos de un país. Por lo tanto, implica la reducción de la capacidad adquisitiva del dinero¹²

Oferta: Es el flujo de un bien o servicio disponible en un mercado para satisfacer la demanda.¹³

Recesión: Es la disminución en la actividad económica caracterizada por una extensión del desempleo y un descenso de la producción, los beneficios y los precios.¹⁴

⁸ Graham Bannock Baxter Diccionario de Economía, 2da. Edición. Editorial Trillas enero/95. Pág.45

⁹ Op.Cit.47

¹⁰ Op.Cit.30

¹¹ Op.Cit.49

¹² Rossetti, José Paschoal, introducción a la Economía, enfoque Latinoamericano, 1ra. Edición/79, Edit.HARLA, México. Pág.158.

¹³ Op.Cit.49

¹⁴ Op.Cit.47

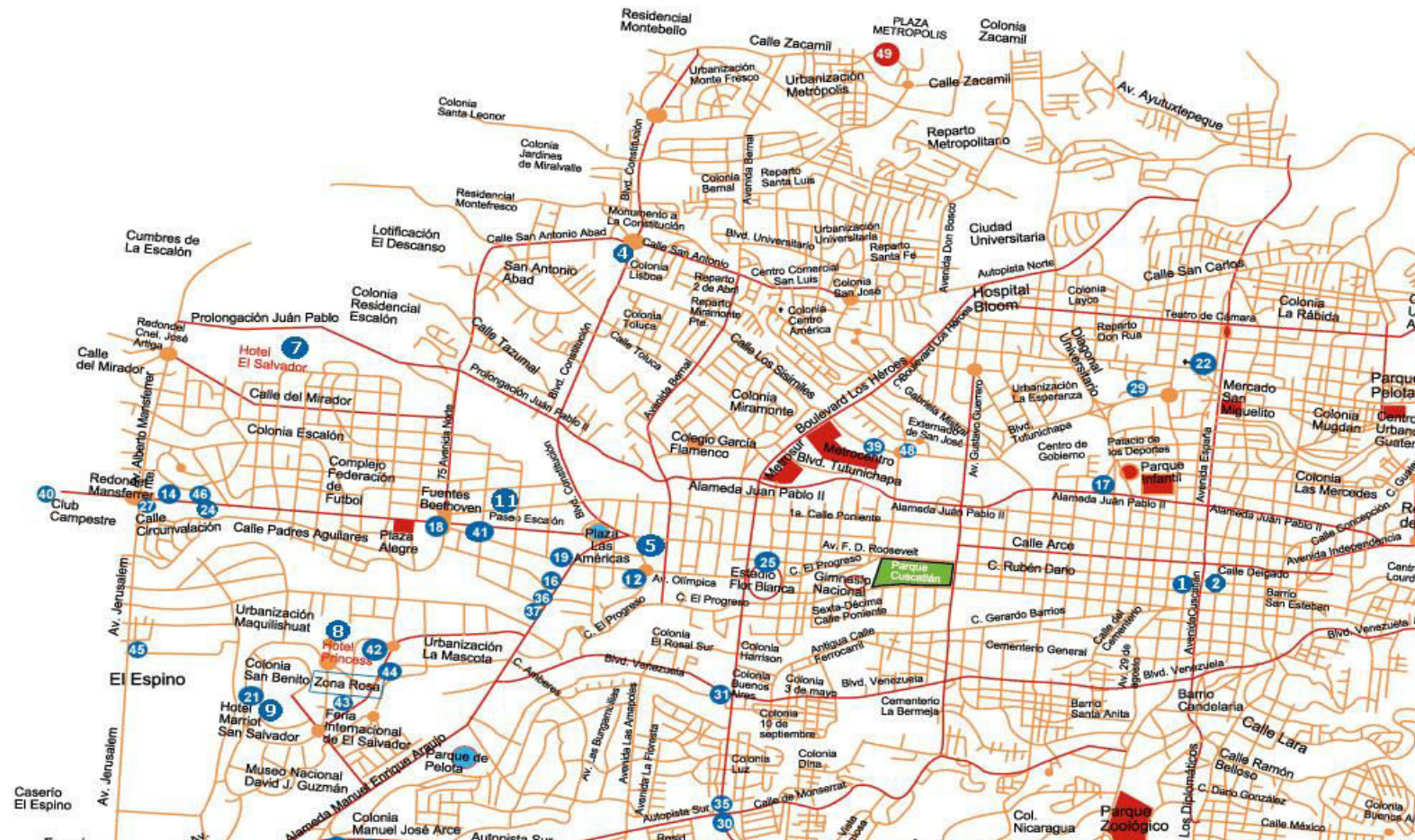
Anexo No. 1
Canasta de mercado UTEC

Alimentos	% por Grupo	# de produc.
Azucar sin refinar		1
Pan frances		1
Tortilla s maiz		1
Crema fresca		1
Macarrones		1
Frijol rojo de seda		1
Arroz		1
Pollo		1
Huevos de gallina		1
Posta negra		1
Aceite Vegetal		1
Margarina		1
Sardina Enlatada		1
Leche homogenizada		1
Pescado fresco		1
Queso fresco		1
Tomates		1
Naranjas		1
Platanos		1
Aguacate		1
Cebolla		1
Total grupo de Alimentos	33,87%	21
Vivienda	% por Grupo	# de produc.
Transporte de microbus		1
Transporte urbano		1
Transporte de bus intedepartamental		1
Maquina de coser		1
Juego de comedor para seis personas		1
Camas individuales		1
Energia electrica		1
Agua		1
Servicio Telefonico		1
Gas propano		1
Llantas		1
Gasolina		1
Refrigeradora		1

Anexo No. 1
Canasta de mercado UTEC

Cocina de gas		1
Alquiler		1
Plancha Electrica		1
Leña		1
Total grupo Vivienda	27,42%	17
Vestuario	% por Grupo	# de produc.
camisa		1
Brassier		1
Pantalon		1
Blusa		1
Jeans		1
Panty house		1
Yarda de dacrón		1
Pañales		1
Calzado deportivo		1
Calzado bajo para mujeres mayores de 15 años		1
Total grupo Vivienda	16,13%	10
Miscelaneos	% por Grupo	# de produc.
Jabon para baño		1
Pasta dental		1
Papel higienico		1
Shampoo		1
Desodorante		1
Consulta médica		1
Antigripales		1
Vitaminas		1
Antibioticos		1
Mensualidad de pre-primaria		1
Mensualidades universitarias		1
Rinse Acondicionador		1
Jabon para lavar ropa		1
Jabon en polvo		1
Total grupo Miscelaneos	22,58%	14
TOTAL CANASTA DE MERCADO UTEC	100,00%	62

Anexo No. 2







inta
J
~

Nueva canasta de mercado

Base diciembre 1998= 100

1- Grupo alimentación									
Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%	Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%
1			Pan, cereales y		4			Productos lácteos	
		4,62687	productos para coctel.	4,62687			2,47504	y huevos	2,47504
	Pan.	2,51511	Corriente.	2,31232		Leche.	0,93753	Leche líquida.	0,59630
			Especial.	0,20279				Leche en polvo.	0,34123
	Galletas.	0,29426	Galletas dulces.	0,25289		Yoghurt.	0,33226	Youhurt batido.	0,33226
			Galletas saladas.	0,04137		Otros productos	0,10027	Crema de leche.	0,07299
	Productos	0,22817	Papas saladas.	0,09764		lácteos.		Leche condensada.	0,02728
	para coctel.		Ramitas saladas.	0,04069		Queso.	0,65912	Queso gauda.	0,24186
			Maní.	0,02488				Queso chanco.	0,23844
			Aceitunas.	0,06496				Quesillo.	0,17882
	Masas dulces.	0,52274	Torta.	0,30804		Postres.	0,14929	Gelatina y flán en polvo.	0,04087
			Pasteles.	0,21470				Flan preparado.	0,05119
	Masas saladas	0,02862	Pre-pizza.	0,02862				Leche asada preparada.	0,05723
	preparadas.					Huevos.	0,29657	Huevos.	0,29657
	Arroz.	0,33530	Grado 2.	0,28721	5			Aceites, mantequillas	
			Grado 1.	0,04809			0,76189	y grasas.	0,76189
	Harina.	0,11828	Harina.	0,11828		Aceites.	0,46530	Aceite vegetal.	0,36907
	Complementos	0,20727	Avena.	0,02767				Aceite de maravilla.	0,09623
	Alimenticios.		Cereal.	0,12290		Mantequilla y	0,29659	Mantequilla.	0,10017
			Fortificante para leche.	0,05670		margarina.		Margarina.	0,19642
	Tallarines y	0,37712	Tallarines.	0,24999	6			Azúcares y bebidas	
	otras pastas.		Espirales.	0,09502			1,71077	estimulantes.	1,71077
			Corbatillas.	0,03211		Azúcar.	0,36822	Azúcar.	0,36822
2			Carnes, cecinas y			Café.	0,17555	Café instantáneo.	0,17555
		4,86963	embutidos.	4,86963		Té.	0,21434	Te envasado.	0,10285
	Carne de	2,45236	Asado carnívero.	0,09517				Te en bolsitas.	0,11149
	vacuno.		Asado de tira.	0,18845		Dulces para el	0,18018	Mermelada.	0,12728
			Asiento de picana.	0,23948		pan.		Manjar.	0,05290
			Lomo.	0,22481		Golosinas.	0,31297	Chocolate.	0,18448
			Posta.	0,88907				Caramelo.	0,09609
			Osobuco.	0,16291				Chicle.	0,03240
			Cazuela.	0,21975		Helados.	0,45951	Helado de caja.	0,39187
			Carne molida.	0,43272				Helado de paleta.	0,06764
	Cerdo.	0,28763	Chuletas.	0,16302	7			Sopas, condimentos	
			Costillar.	0,12461			0,49018	y aderezos.	0,49018
	Pollo y pavo.	1,21105	Pollo entero.	0,47404		Sal.	0,03271	Sal.	0,03271
			Pollo trozado.	0,66773		Condimento.	0,02371	Pimienta.	0,02371
			Pavo.	0,06928		Mayonesa.	0,11752	Mayonesa.	0,11752
	Cecinas y	0,91859	Vienesas.	0,13000		Aderezos.	0,06874	Ketchup.	0,06874
	embutidos.		Longanizas.	0,14709		Salsa de tomate.	0,15798	Salsa de tomate natural.	0,15798
			Jamón.	0,23035		Sopas instantá-	0,08952	Sopas.	0,01625
			Mortadela.	0,30895		neas.		Cremas.	0,01413
			Parte.	0,10220				Caldos.	0,05914
3		0,59692	Pescados y mariscos.	0,59692	8		2,50206	Bebidas Analcolicas.	2,50206
	Pescados	0,29558	Merluza fresca.	0,21994		Bebida gaseosa.	1,96064	Bebida en botella.	1,79724
	frescos y		Reineta fresca.	0,01913				Bebida en lata.	0,16340
	congelados.		Congrio fresco.	0,01773		Agua mineral.	0,08792	Agua mineral.	0,08792
			Pescado congelado.	0,03878		Jugo de fruta.	0,45350	Jugo larga vida.	0,18209
	Conservas de	0,13811	Jurel en conserva.	0,03651				Jugo en polvo.	0,27141
	pescado.		Atún en conserva.	0,06840	9		1,05306	Bebidas Alcolicas.	1,05306
			Sardina en conserva.	0,03320		Vino.	0,38102	Vino en caja.	0,19195
	Mariscos fresco	0,12780	Almejas frescas.	0,09716				Vino en botella.	0,18907
	y congelados.		Choritos frescos.	0,03064		Cerveza.	0,33951	Cerveza en botella.	0,31271
	Marisco en	0,03543	Choritos .	0,03543				Cerveza en lata.	0,02680
	Conserva.					Licores y otras	0,33253	Pisco.	0,19295
						bebidas		Whisky.	0,05319

					alcólicas.		Martini.	0,08639
--	--	--	--	--	------------	--	----------	---------

Fuente: www.ine.cl/ind-mens/canasta.htm. Año 2001.

Nueva canasta de mercado
Base diciembre 1998= 100

1- Grupo alimentación									
Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%	Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%
10			Alimentos fuera del		11	Sub-total.	1,07158	Sub-total.	1,07158
		4,02594	hogar para llevar.	4,02594		Total.	4,13472	Frutas y verduras.	4,13472
	Desayuno.	0,08412	Desayuno.	0,08412		Verduras frescas	2,78591	Paltas.	0,14025
	Once.	0,09238	Once.	0,09238		y congeladas.		Tomates.	0,48379
	Almuerzo.	2,69907	Menú.	2,61866				Lechugas.	0,16013
			Platos preparados.	0,08041				Repollo.	0,04519
	Sandwich.	0,34074	Sandwich.	0,21200				Coliflor.	0,04006
			Completo.	0,12874				Acelgas.	0,03543
	Platos preparado	0,45621	Pollo asado.	0,14228				Zapallo.	0,13932
	para llevar.		Empanada.	0,17260				Choclo fresco.	0,13157
			Papas fritas.	0,03471				Choclo congelado.	0,04576
			Comida china.	0,05841				Zapallo italiano.	0,02834
			Pizza.	0,04821				Pimentón.	0,07252
	Alimentos prepa-	0,04612	Alimentos colados.	0,02306				Arvejas frescas.	0,03767
	rados infantiles.		Alimentos picados.	0,02306				Arvejas congeladas.	0,02065
	Café.	0,08410	Café express.	0,08410				Porotos verdes frescos.	0,10602
	Refresco en	0,09548	Bebida gaseosa en mesón.	0,04774				Porotos verdes congelados	0,01837
	mesón.		Jugo de fruta en mesón.	0,04774				Porotos granados.	0,07138
	Bebidas alcohólicas	0,12772	Cerveza.	0,03326				Papas.	0,62390
	en mesón.		Combinado.	0,09446				Cebollas.	0,16151
11			Frutas y verduras.					Zanahorias.	0,09533
	Sub-total.	1,07158	Sub-total.	1,07158				Betarragas.	0,02052
	Frutas frescas.	1,07158	Duraznos.	0,14796				Limonas.	0,07631
			Manzanas.	0,17842				Ajos.	0,03735
			Melones.	0,07384				Verduras surtidas.	0,06151
			Naranjas.	0,18982				Champiñones.	0,02892
			Peras.	0,06316				Apio.	0,03952
			Plátanos.	0,17818				Pepino.	0,02292
			Sandías.	0,08053				Alcachofa.	0,04167
			Uvas.	0,04791		Conservas de	0,08744	Duraznos.	0,05017
			Frutillas.	0,02556		fruta.		Mix de fruta.	0,03727
			Cerezas y guindas.	0,01907		Conservas de	0,02775	Arvejas.	0,02775
			Kiwis.	0,01807		verdura.			
			Chirimoyas.	0,01614		Legumbres.	0,12126	Porotos.	0,07971
			Tunas.	0,01192				Lentejas.	0,04155
			Ciruelas.	0,01016		Frutas	0,04078	Huesillos	0,02039
			Pepinos dulces.	0,01084		deshidratadas.		Pasas.	0,02039
	Totales					Artículos	27,24708	Subgrupo y producto	27,24708

Fuente: www.ine.cl/ind-mens/canasta.htm. Año 2001.

Nueva canasta de mercado
Base diciembre 1998= 100

2- Grupo vivienda									
Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%	Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%
1			Arriendo y otros		4			Reparaciones y conser-	
		7,11066	gastos fijos.	7,11066			2,52963	vacación de la vivienda.	2,52963
	Arriendo.	4,43321	Arriendo.	4,43321		Servicios de	1,20296	Costo de mano de obra	1,16826
	Dividendo.	1,64918	Dividendo.	1,64918		mantención de la		de mantención.	
	Otros gastos fijos	1,02827	Contribuciones de bienes	0,81690		vivienda.		Mantención de ascensores.	0,03470
			raíces.			Artefactos de la	0,16817	Artefactos sanitarios.	0,08758
			Retiro de basura.	0,11636		vivienda.		Artefactos de cocina.	0,08059
			Seguro de vivienda.	0,09501		Artículos de	1,15850	Serrucho.	0,08897
2		4,54663	Servicios básicos.	4,54663		ferretería.		Martillo.	0,09043
	Agua.	1,11665	Agua potable.	1,11665				Taladro.	0,08532
	Combustible.	1,79124	Gas de ciudad.	0,36127				Llaves de agua.	0,15907
			Gas licuado.	1,21706				Cinta aisladora.	0,03500
			Carbón.	0,04190				Enchufe.	0,03216
			Parafina.	0,17101				Cable.	0,03317
	Electricidad.	1,63874	Electricidad.	1,63874				Pintura.	0,31967
3		3,00702	Comunicaciones.	3,00702				Cañería de PVC.	0,17249
	Comunicaciones	2,96911	Teléfono básico.	2,75345				Pasta de muro.	0,14222
	telefónicas.		Teléfono celular.	0,21566	5		2,95674	Servicio doméstico.	2,95674
	Correo.	0,03791	Correo.	0,03791		Servicio doméstico.	2,95674	Servicio doméstico.	2,95674
	Totales					Artículos	20,15068	Subgrupo y producto	20,15068

Fuente: www.ine.cl/ind-mens/canasta.htm. Año 2001.

Nueva canasta de mercado
Base diciembre 1998= 100

3- Grupo equipamiento de la vivienda									
Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%	Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%
1		1,63957	Mantenimiento y aseo.	1,63957	4		1,25654	Línea blanca.	1,25654
	Artículos de iluminación y batería.	0,21725	Ampolletas.	0,04680		Línea blanca.	0,84783	Refrigerador.	0,19981
			Tubos fluorescentes.	0,04369				Cocina.	0,15607
			Fósforos.	0,03718				Calefón.	0,07862
			Velas.	0,04328				Horno microondas.	0,14426
			Pilas.	0,04630				Lavadoras.	0,26907
	Detergentes y líquidos de limpieza para el hogar.	0,87917	Detergentes para vajilla.	0,11865		Electrodomésticos.	0,30269	Jugueras.	0,02501
			Detergentes para ropa.	0,63560				Batidoras.	0,02501
			Cloro.	0,08984				Aspiradoras.	0,03938
			Suavizante.	0,03508				Enceradoras.	0,03630
	Otros artículos de limpieza para el hogar.	0,42208	Cera para pisos.	0,16707				Estufa.	0,12452
			Desodorantes ambientales.	0,03528				Plancha.	0,02433
			Insecticidas.	0,06105				Máquina de coser.	0,02814
			Escobas y escobillones.	0,04485		Reparación de artículos de línea blanca.	0,10602	Lavadora.	0,03534
			Bolsas para basuras.	0,04507				Refrigerador.	0,03534
			Esponjas.	0,06876				Calefont.	0,03534
	Papeles absorbentes.	0,12107	Toallas de papel absorbente	0,07829	5			Ropa de cama y otros artículos para el hogar.	
			Servilletas.	0,04278			0,90785		0,90785
2		1,42459	Electrónica.	1,42459		Ropa de cama y colchón.	0,61395	Sábanas.	0,15503
	Televisor y equipo de video.	0,41942	Televisor.	0,37749				Almohadas.	0,02961
			Equipo de video.	0,04193				Cubrecama.	0,21278
	Equipos musicales.	0,40800	Minicomponentes.	0,14963				Frazadas.	0,04308
			Equipos modulares.	0,16501				Colchón.	0,17345
			Personal stereo.	0,05547		Artículos de tela para el hogar.	0,29390	Toallas.	0,07669
			Radio portátil.	0,03789				Cortinas.	0,14947
	Artículo fotografico	0,05662	Cámara fotográfica.	0,05662				Géneros.	0,06774
	Artículos de computación y calculadora.	0,41895	Computador.	0,30437	6			Jardín,alimentos y gastos en animales domésticos.	
			Impresoras.	0,04042			0,58735		0,58735
			Papel.	0,02378		Herramientas de jardín.	0,03572	Manguera.	0,03572
			Disquete.	0,02204					
			Calculadora.	0,02834		Flores y plantas.	0,21881	Flores.	0,12056
	Aparato telefónico.	0,05624	Teléfono.	0,05624				Plantas.	0,09825
	Reparación de artículos de electrónica.	0,06536	Televisores.	0,03664		Gastos en animal domésticos.	0,33282	Alimentos para animales.	0,27202
			Videos.	0,02872				Servicios veterinarios.	0,06080
3			Muebles, accesorios y decoración.		7		0,52138	Loza cristalería y vajilla	0,52138
		1,76803		1,76803		Juego de loza.	0,13998	Loza sin tazas.	0,10847
	Muebles.	1,12209	Juego de living.	0,31677				Tazas.	0,03151
			Juego de comedor.	0,23799		Cristalería.	0,08443	Vasos.	0,04222
			Juego de dormitorio.	0,22438				Jarros.	0,04221
			Muebles de cocina.	0,10092		Vajilla.	0,16370	Fuente para horno.	0,08043
			Biblioteca.	0,02865				Olla.	0,08327
			Mesa para televisor.	0,07124		Utencilios y cuchería de cocina.	0,13327	Utencilios.	0,09017
			Silla.	0,07124				Cuchería.	0,04310
			Cuna.	0,03665					
			Coche.	0,03425					
	Otros accesorios.	0,51778	Espejo.	0,05373					
			Alfombra.	0,13343					
			Lamparas.	0,07606					
			Reloj de pared.	0,12728					
			Candelabro.	0,12728					

	Mantenición y	0,12816	Mantenición de muebles.	0,08791					
	limpieza.		Limpieza de alfombras.	0,04025					
	Totales					Artículos	8,10531	Subgrupo y producto	8,10531

Fuente: www.ine.cl/ind-mens/canasta.htm. Año 2001.

Nueva canasta de mercado
Base diciembre 1998= 100

[illegible]

Fuente: www.ine.cl/ind-mens/canasta.htm. Año 2001.

Subgrupo y producto	%
Vestuario infantil.	0,75246
Pantalón de vestir verano.	0,02066
Pantalón de vestir invierno.	0,01755
Pantalón sport.	0,02345
Vestido verano.	0,03914
vestido invierno.	0,01964
Camisa.	0,03009
Polera.	0,12844
Suéter.	0,07192
Buzo.	0,09112
Calcetines.	0,02475
Pilucho.	0,03563
Osito verano.	0,05050
Osito invierno.	0,05150
Uniforme niño.	0,07636
Uniforme niña.	0,07171
Accesorios.	0,72726
Corbata.	0,07928
Reloj hombre.	0,04920
Reloj mujer.	0,26133
Cartera.	0,14606
Lentes de sol.	0,07800
Maletas.	0,11339
Calzado.	1,96157
Zapato.	0,35648
Zapatilla deportiva.	0,32157
Botín.	0,03229
Zapato niño.	0,16141
Zapato niña.	0,17555
Botas.	0,03809
Sandalias.	0,09818
Zapato de vestir.	0,62138
Zapatilla deportiva.	0,15662
Servicios para vestuario	
y calzado.	0,48386
Lana para tejer.	0,07427
Camisir.	0,06295
Viscosa.	0,06295
Limpieza de ropa.	0,11724
Reparación de calzado.	0,07904
Hechura de vestón.	0,08741
	7,90414

Nueva canasta de mercado
Base diciembre 1998= 100

5- Grupo Transporte					6- Grupo salud.				
Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%	Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%
1		5,42280	Transporte público.	5,42280	1		3,73706	Servicios médicos.	3,73706
	Transporte urbano.	3,75128	Micro.	2,74896		Consultas médicas.	1,46374	Particular.	0,47711
			Taxi.	0,51707				Fonasa.	0,98663
			Metro.	0,21034		Gastos en	1,79622	Honorario médico.	0,22563
			Taxi colectivo.	0,27491		intervención.		Extracción odontológica.	0,09623
	Transporte escolar.	0,35771	Escolar.	0,35771				Obturación odontológica.	0,57664
	Transporte	0,52298	Pasaje en ferrocarril.	0,03196				Valor día cama de hospital.	0,89772
	interurbano.		Pasaje bus interprovisional.	0,49102		Servicios urgentes.	0,04534	Servicio móvil de emergencia	0,04534
	Transporte aéreo.	0,79083	Pasaje en avión.	0,79083		Servicios de	0,43176	Rayos X.	0,13455
2		6,75742	Transporte privado.	6,75742		laboratorio.		Examen de sangre.	0,23708
	Gastos fijos de	0,99761	Seguro de vehículos.	0,46549				Ecografía.	0,06013
	transporte.		Patente de automóviles.	0,30817	2		2,23798	Productos médicos.	2,23798
			Peaje.	0,22395		Medicamentos.	1,82221	Analgésicos.	0,58892
	Automóvil.	1,79862	Nuevo.	0,67149				Antibióticos.	0,37236
			Usado.	1,12713				Antiácidos.	0,13447
	Mantenión de	0,21570	Afinamiento de motor.	0,12400				Antigripal.	0,10152
	automóvil.		Lavado de automóvil.	0,09170				Anticonceptivos.	0,14189
	Reparación de	0,94716	Reparación de frenos.	0,05094				Antihipertensivos.	0,03422
	Automóvil.		Cambio y pintura de capó.	0,17208				Vitaminas.	0,12620
			Parabrisas.	0,36207				Antitusivos y bronco dilatador	0,08371
			Amortiguadores.	0,36207				Tranquilizante y antidepresivo	0,04423
	Repuestos y	0,27941	Neumáticos.	0,09619				Antihistamínicos.	0,06911
	lubricantes para		Batería.	0,03206				Antiespasmódicos.	0,02855
	automóviles.		Aceite.	0,15116				Antisépticos intestinales y	
	Bencina.	2,22101	Sin plomo.	0,88820				antiadiarrecidos.	0,03584
			Con plomo.	1,33281				Cardiovasculares.	0,06119
	Otros gastos de	0,29791	Estacionamiento.	0,26594		Otros productos	0,41577	Alcohol.	0,01737
	transporte.		Mudanza.	0,03197		médicos.		Algodón.	0,02329
								Jeringas.	0,05239
								Cristales óticos.	0,12265
								Lentes de contacto.	0,12265
								Bastón.	0,03864
								Audífono.	0,03878
							3,41153	Cuidados personales.	3,41153
						Peluquería.	0,54793	Peluquería hombre.	0,11641
								Peluquería mujer.	0,43152
						Artículos de tocador	1,66240	Crema de belleza.	0,35551
								Jabón.	0,15412
								Pasta de dientes.	0,15720
								Champú.	0,30211
								Bálsamo.	0,07537
								Agua de colonia.	0,41584
								Desodorante.	0,20225
						Otros artículos de	1,20120	Toallas higiénicas.	0,10999
						aseo personal.		Pañales.	0,49173
								Papel higiénico.	0,38946
								Afeitadora desechable.	0,11114
								Cepillo de dientes.	0,09888
	Artículos	12,18022	Subgrupo y producto	12,18022		Artículos	9,38657	Subgrupo y producto	9,38657

Fuente: www.ine.cl/ind-mens/canasta.htm. Año 2001.

Nueva canasta de mercado
Base diciembre 1998= 100

7- Grupo educación y recreación									
Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%	Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%
1		6,22928	Servicios de educación.	6,22928	3-			Servicios de cultura y	
	Educación	0,31259	Jardín infantil.	0,31259			2,07851	recreación.	2,07851
	preescolar.					Entradas a	0,64770	Cine.	0,11034
	Educación	3,46875	Matrícula.	0,28997		espectáculos.		Teatro	0,08343
	escolar.		Mensualidad.	2,97700				Estadio	0,05180
			Cuota de centro de padres.	0,04822				Parque de diversiones.	0,20871
			Preuniversitario.	0,15356				Piscina.	0,04386
	Educación	2,20170	Matrícula universitaria.	0,15006				Discoteca.	0,14956
	superior.		Matrícula instituto profesional	0,04044		Gastos turísticos y	1,30227	Viajes turísticos completos.	0,16447
			Matrícula centro de formación			recreación.		Arriendo de video.	0,08378
			técnica.	0,03930				T.V. Cable.	0,60428
			Mensualidad universitaria.	1,28766				Juego de azar.	0,15999
			Mensualidad instituto					Cuota club deportivo.	0,28975
			profesional.	0,34705		Servicio fotográfico.	0,12854	Revelado fotográfico.	0,12854
			Mensualidad centro de		4		1,30021	Artículos de recreación.	1,30021
			formación técnica.	0,33719		Implementos	0,23649	Balón.	0,12558
	Otros servicios	0,24624	Clases de danza y música.	0,12312		deportivos.		Saco de dormir.	0,11091
	de servicio.		Clase deportiva.	0,12312		Juguetes y juegos.	0,68784	Muecas.	0,18412
2		1,51635	Artículos de educación.	1,51635				Juegos didácticos.	0,03414
	Publicaciones.	0,83808	Textos escolares.	0,22031				Juegos de mesa.	0,03227
			Textos no escolares.	0,28672				Rompecabezas.	0,03227
			Diario.	0,24121				Auto de juguete.	0,05901
			Revista.	0,08984				Camión de juguete.	0,05901
	Útiles escolares.	0,67827	Cuaderno chico.	0,08251				Patines.	0,06723
			Cuaderno universitario.	0,07411				Triciclo.	0,06857
			Lápiz de pasta.	0,05605				Bicicleta.	0,11061
			Lápiz de mina.	0,05710				Juegos electrónicos.	0,04061
			Bloc.	0,08405		Implementos de	0,37588	Disco compacto (CD).	0,16091
			Tempera.	0,07441		música y fotografía		Casete.	0,16889
			Cartulina.	0,06807				Rollo de foto.	0,04608
			Pegamento.	0,04255			11,12435		11,12435
			Flauta.	0,03542	8- Grupo otros.				
			Cuerda de guitarra.	0,03541	Nº	Artículos	%	Subgrupo y producto	%
			Fotocopia.	0,06859	1		0,21750	Servicios profesionales.	0,21750
						Servicios	0,21750	Honorarios de abogado.	0,12222
						profesionales.		Gastos de notoria.	0,09528
					2		1,14186	Tabaco.	1,14186
						Cigarrillos.	1,14186	Cigarrillos.	1,14186
					3-		2,54229	Otros gastos.	2,54229
						Gastos varios.	2,54229	Gastos en pensiones y	0,06472
								residenciales.	
								Servicio funerario.	0,09912
								Cuotas de asociaciones.	0,41444
								Gastos en asilos.	0,03994
								Gasto financiero.	1,92407
	Totales						3,90165		3,90165
	Gran total de IPC						100,00001		100,00001

Fuente: www.ine.cl/ind-mens/canasta.htm. Año 2001.

Bibliografía

Libros

- H. Wonnacott, Thomas. Fundamentos de Estadísticas para Admón y Economía. 1ra. Edición. Editorial Limusa. México, DP.1979.Pág. 540-546..
- Méndez Morales, José Silvestre. Fundamentos de Economía. Tercera Edición. Edit.MacGraw-Hill, México, DF. Pág. 24.
- Pazos Luis. Ciencia y Teoría Económica. Editorial Diana, México 1993. Tercera edición. Editorial Harla, México. Pág. 79.
- Rossetti, José Paschoal, Introducción a la Economía, enfoque Latinoamericano. 1ra. Edición. Editorial HARLA. México. 1979. Pág.158.
- Seldon, Arthur Diccionario de Economía . 1ra. Edición. Editorial Oikostai, S.A. España, 1968. Pag.58.
- William J. Stevenson, Estadísticas para Administración y Economía. Editorial HARLA, México 1981.Pág.474.

Internet

- www.bcr.gob.sv/informe00.pdf. Banco Central de Reserva, Información Económica 2000.
- www.5campus.com El Salvador, 2001.
- www.businesscol.com/resources/glecon-hijk.htm Colombia Glosario Económico.
- www.eunet.net/cursecon/13/13-1htm Octubre 2001. El Salvador.
- www.bcv.org.ve/conferencias.kadar.pdf año 2001
- www.inesdam@ctcreuna.cl Santiago Chile base 1998.
- www.ine.cl/ipc/metodo.htm Santiago Chile base 1998

Trabajos de graduación

- Castaneda Callegos, Ana del Carmen y otros. Estrategias del mercado aplicada a la pequeña empresa fabricantes de muebles de madera para el hogar. Trabajo de Graduación UTEC El Salvador. Mayo 1995. Pág. 2.

- Cruz Hernández, Carlos Mario. El estudio de la canasta básica en El Salvador y los lineamientos para la protección al consumidor y la propuesta para obtener el índice de precios al consumidor. UTEC El Salvador, 1995. Pág. 20.
- Díaz de Flores, Ana Elizabeth y otros. Estudio del Impacto Inflacionario en la clase social baja del Área Metropolitana de San Salvador en el período de 1990 a 1996, Trabajo de Graduación Universidad Tecnológica de El Salvador. UTEC. Noviembre 1997. Págs.14 - 20.
- Panameño, Tania Lizeth y otros. Propuesta de Políticas y estrategias para Castaneda Callejas, Ana del Carmen y otros. Estrategias del Mercado aplicada a la pequeña empresa, fabricantes de muebles de madera para el hogar. UTEC El Salvador, 1995. Pág.. 17-23.
- Ruíz Benítez y otros. Efectos de la inflación en la planeación financiera de la industria para contrarrestar el impacto de la inflación en la clase media baja de la sociedad Salvadoreña. UTEC. 1997.
- Ventura Sosa, José Antonio, Sistemas de costos para la gran industria de muebles de madera de El Salvador, UTEC. El Salvador, Abril 1991.Págs.3-4.

Leyes

- Código de Comercio. Decreto 671, Luis Angel López. Recopilación de Leyes en materia mercantir. 6ta. Edición. El Salvador. Pág. 7.
- Ley de Protección al Consumidor. Decreto 666, www.asamblea.gob.sv/leyes/19960666.htm. El Salvador. Pág. 1-3.

Otros

- Boletín Estadístico del Ministerio de Economía IPC. DIGESTYC. El Salvador. Junio 2000. Pág. 14.
- Boletín Estadístico del Ministerio de Economía IPC. DIGESTYC. El Salvador. Junio 2000. Pág. 1-2.
- Boletín Estadístico del Ministerio de Economía IPC. DIGESTYC. El Salvador. Septiembre 1994. Pág. 1-2. Diciembre 1995 pág.1-2. Diciembre 1996 Pág. 1-2. Diciembre 1999 Pág.1.2.