



**Facultad de Ciencias Sociales
Licenciatura en Administración de Empresas**



**LA IMPORTANCIA DEL GRUPO ALIMENTICIO SUB GRUPO
CEREALES Y DERIVADOS, PRODUCTO: LOS MACARRONES
EN LA DETERMINACIÓN DEL INDICE DE INFLACIÓN EN EL
ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR, MUNICIPIO DE
SAN MARCOS.**

**Trabajo de Graduación Presentado por:
ADA KAROLINA ESCOBAR LARIOS
YANCI MARISOL ALVARADO DE ARTIGA
TRINIDAD CASTILLO DE RODRÍGUEZ**

**Para Optar al Grado de:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Noviembre, 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCÉL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. DANILO ADOLFO DÍAZ PÉREZ
DECÁNO

JURADO EXAMINADOR

LIC. GRACIELA YACENY NIEVES
PRESIDENTE DEL JURADO

LIC. JORGE ALBERTO HERNÁNDEZ
PRIMER VOCAL

LIC. TERESA DE JESÚS FLAMENCO DE GUILLÉN
SEGUNDO VOCAL

NOVIEMBRE, 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMERICA.

DEDICATORIA

A DIOS TODOPODEROSO

Por la ayuda y las fuerzas que me dio durante la carrera y por haber culminado satisfactoriamente mi meta propuesta.

A MIS PADRES

A mi madre Sara Escobar por su paciencia, por su apoyo y consideraciones en todo momento. A mi padre Juan Ramón Larios por todo su apoyo.

A MI ESPOSO

Héctor Gilberto González, por su comprensión, amor, paciencia y apoyo en todo momento, durante el tiempo de estudio.

A MI AMIGA YANCI

Yanci Marisol Alvarado, agradezco a Dios por haberla puesto en mi camino ya que me brindó su apoyo incondicional durante la carrera, gracias por todos los ánimos que me brindó cuando más lo necesite.

ADA CAROLINA ESCOBAR LARIOS

DEDICATORIA

A DIOS TODOPODEROSO Y LA VIRGEN MARIA

Gracias Señor por haberme ayudado, fortalecido y guiado durante toda mi carrera y por estar conmigo en estos momentos de satisfacción. Y a ti Virgen María quién siempre has sido mi abogada ante mi Dios todopoderoso.

A MIS PADRES, PILAR CORNEJO Y JORGE ALVARADO

Con mucho cariño, que desde tan lejos me han brindando su amor, su apoyo incondicional y comprensión, por lo que siempre estaré agradecida.

A MI ABUELITA, ANCELMA CORNEJO

Por todas sus oraciones que fueron escuchadas y por todo el amor brindad desde siempre.

A MI ESPOSO, JUAN CARLOS ARTIGA

Con mucho amor, por el apoyo y comprensión en los momentos más difíciles brindándome paciencia y colaboración para lograr ésta meta.

A MIS HIJOS CARLOS, KARLA Y MI ANGELITO

Con amor, por que los privé de mucho tiempo que les pertenecía y por que a pesar de ser niños me comprendieron y apoyaron. A mi Angelito que durante el proceso de grado se fue al cielo y que desde ahí me está bendiciendo.

A MIS HERMANOS, TIOS Y AMIGOS

Por su apoyo y palabras alentadoras en todos los momentos.

YANCI MARISOL ALVARADO DE ARTIGA

AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIA

Este logro es el resultado de las múltiples bendiciones recibidas y del apoyo de todas aquellas personas que DIOS a lo largo de mis estudios puso en mi camino. Esta es una Estación de la Vida, cuyo recorrido ha sido largo y esforzado, pero que definitivamente ha valido la pena alcanzar, pues se traduce en una prueba fehaciente que me orienta a seguir el sendero de la fé, el conocimiento, la confianza y la perseverancia. Es por ello que dedico la culminación de mi carrera universitaria a :

DIOS: A El sea El Honor y la Gloria por sobre todas las cosas y como un agradecimiento conforme lo establece su sagrada palabra; desde lo más profundo de mi ser, para el Creador de toda la vida.

Mi Madre Trinidad Castillo Domínguez : Por haber hecho posible mi ciudadanía en este mundo, por toda su confianza y colaboración aún en aquellos momentos en los que sin darse cuenta realmente lo hizo.

Mi Esposo Nelson Ovidio Rodríguez: La herencia que DIOS guardo para mi, el complemento perfecto que me ha motivado y apoyado incondicionalmente en todo momento. El Amor que me inspira a ser mejor cada día.

Mi Hijo Nelson Josué: Fuente inagotable de inspiración y una de las razones primordiales de mis esfuerzos en la universidad. Por el tiempo que sacrifiqué para dedicarme a mis estudios y que no pude compartir con él, pero con la fé puesta en que este día realmente llegaría.

Mi Hija Gabriela Trinidad: Un maravilloso tesoro que DIOS me ha dado para que a través de mis esfuerzos como profesional, pueda orientarla por el camino del amor a DIOS, el bien y la rectitud.

Mi Familia: Por su paciencia y consideración a lo largo de mis años de estudio.

Mis Compañeras: Por su comprensión y esfuerzo en todo el proceso de Graduación.

Mis Amigos: Quienes me ayudaron en los momentos más necesarios.

TRINIDAD CASTILLO DE RODRIGUEZ

Introducción

i

Capítulo I Marco Teórico Conceptual de Referencia sobre el Índice de Inflación y el Producto Alimenticio los Macarrones

1. Antecedentes sobre la inflación en El Salvador	
1.1. Situación Actual	1
1.2. Planteamiento del Problema	8
1.3. Justificación del Problema	8
2. Marco Teórico Sobre la Inflación	
2.1. Marco Teórico Histórico sobre la Inflación	9
2.1.1. Causas y Efectos que Provocan la Inflación	10
2.1.1.1. Causas Internas	10
2.1.1.2. Causas Externas	11
2.1.1.3. Efectos	11
2.1.2. Los Precios en la Oferta y Demanda Agregada	12
2.1.2.1. Inflación Tendencial	12
2.1.2.2. Inflación de Demanda	13
2.1.2.3. Inflación de Costes	13
2.1.3. Grados de la Inflación	14
2.1.3.1. Inflación Moderada	14
2.1.3.2. Inflación Galopante	14
2.1.3.3. Estanflación	15
2.1.3.4. Hiperinflación	15
2.2. Marco Teórico Legal sobre la Inflación	16
2.2.1. Ley de Demanda de Pendiente Negativa	17
2.2.2. La Oferta del Producto Individual de un Artículo	20

2.3. Marco Conceptual sobre la Inflación y el Producto Alimenticio	
Los Macarrones	22

Capítulo II Investigación de Campo

3. Objetivos	
3.1. Objetivo General	33
3.2. Objetivos Específicos	33
4. Delimitación de la Investigación	34
4.1. Delimitación Espacial	34
4.2. Delimitación Social	34
4.3. Delimitación Temporal	34
5. Alcances de la Investigación	35
6. Metodología de la Investigación	35
6.1. Tipo de Investigación	35
6.2. Población y Muestra	36
6.3. Diseño de la Investigación	36
6.4. Técnicas e Instrumentos	37
6.5. Prueba Piloto	38
6.6. Operación de Campo	38
6.7. Consistencia de Datos	39
6.8. Presentación y Análisis de los Resultados	40

Capítulo III Determinación de la Importancia del Grupo Alimenticio Sub Grupo Cereales y Derivados, Productos los Macarrones en el Índice de Inflación en El Area Metropolitana de San Salvador.

7. Importancia de los Macarrones	45
----------------------------------	----

8. Comportamiento Histórico de los Precios de los Macarrones	47
9. Determinación de la Importancia del Precio del Producto los Macarrones en el Índice de Inflación.	
9.1. Definición de Variables	49
9.2. Derivación de la Fórmula	49
9.3. Determinación de la Importancia	52
9.4. Efectos sobre el Poder Adquisitivo.	55
10. Propuesta Metodológica	
10.1. Objetivo de la Propuesta Metodológica	57
10.2. Parámetros	58
10.2.1. Representatividad	58
10.2.2. Transparencia Metodológica y de Cálculo	58
10.3. Antecedentes del IPC Actual	
10.3.1. Ajuste al IPC Actual	59
10.3.2. Construcción de la Canasta del IPC	60
10.3.3. Criterio de Selección del Producto para Ingresar a la Canasta del IPC	62
10.3.4. Selección de Lugares para Toma de Precios	63
10.3.5. Ventajas del Ajuste al IPC	64
10.4. Nueva Canasta de Bienes	
10.4.1. Ponderación del IPC	65
10.4.2. Estructura de la Canasta	67
10.4.3. Programa Permanente de Actualización	69
11. Conclusiones	72
12. Recomendaciones	73
Fuentes de Consultas	74
Anexos	78

INTRODUCCIÓN

En El Salvador, la Dirección General de Estadística y Censos, tiene dentro de sus funciones el hecho de verificar las variaciones de los precios observados a lo largo de un período determinado; para efectos de comparar con períodos anteriores y determinar el Índice de Inflación.

El Primer capítulo está enmarcado a los antecedentes de la inflación en El Salvador tomando en cuenta la tendencia observada durante el año 2001 y puntualizando claramente en que períodos se presentaron disminuciones o aumentos y cuales fueron los rubros más afectados.

Por otra parte se define la base teórica histórica haciendo referencias a los diferentes tipos de inflación, causas, efectos y grados de la misma. Posteriormente se presenta la base legal mostrándonos la falta de leyes en nuestro país que regulen directamente la inflación, existiendo otras que se encargan de estudiar la tendencia de los precios desde puntos de vistas diferentes. Seguidamente se enmarca la parte conceptual definiendo términos que permiten mayor comprensión de éste capítulo.

En el Segundo Capítulo se define la Metodología de la Investigación enmarcando en ella el tipo de investigación que se ha realizado, se define la población y muestra, estableciendo el diseño de la investigación, métodos, técnicas, instrumentos;

posteriormente se obtiene la matriz de los resultados consolidando la información de las encuestas que fueron distribuidas en el Gran San Salvador, específicamente del Producto Alimenticio Los Macarrones marca Fama de 200 gramos, dicha información se utilizó para realizar el análisis respectivo y observar las variaciones de éste producto durante el período de diciembre 2001 a marzo del 2002.

Para finalizar el trabajo se presenta el Capítulo III en el que se define la importancia del Grupo Alimenticio Sub Grupo Cereales y Derivados, Productos los Macarrones en el Índice de Inflación en el Area Metropolitana de San Salvador. A su vez se establece la propuesta metodológica para elaborar un Índice de Precios que muestre de mejor forma la variación de los precios basándose en una canasta ampliada.

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA

SOBRE EL INDICE DE INFLACIÓN Y EL PRODUCTO

ALIMENTICIO LOS MACARRONES.

1. ANTECEDENTES SOBRE LA INFLACIÓN EN EL SALVADOR

1.1. Situación Actual

Cotidianamente se observa que los precios de los productos se ven afectados por incrementos inesperados; elevándose en porcentajes que al llegar a la caja y pagar en el supermercado creemos que nos hemos sobregirado con las compras, pero realmente no es así, simplemente durante esa semana los precios han percibido un aumento del cual no nos habíamos percatado. La tendencia inflacionaria que anteriormente se describe se ha mantenido durante mucho tiempo en El Salvador, al igual que en otros países en vías de desarrollo. Es de suma importancia destacar que “El Salvador ha sido uno de los países de América Latina que durante la década de los 90’s ha mostrado mayor estabilidad de precios¹”.

“En El Salvador el índice de inflación, se mide por medio de la variación del índice de precios al consumidor, de acuerdo al Grupo Empresarial de Análisis Económico y

¹ Gina Montiel, El Salvador, <http://www.laprensahn.com/caarc/0101/c08003.htm>

Financiero (GEA), el índice de inflación para este año va tomando el mismo comportamiento del año pasado.

Partiendo de ello durante el año 2000, la inflación anual, de **enero a diciembre** alcanzó un 4.3%” y al mes de **agosto** del 2001 cerró con un índice de inflación del 3.47%. Registrando al mes de **septiembre** del 2001, una variación mensual de 0.0%, la cual relaciona el mes en estudio con respecto al mes inmediato anterior; una variación de punto a punto de 3.3%, la cual relaciona el mes en estudio respecto al mismo mes del año anterior y una variación acumulada de 2.6% respecto a diciembre de 2000²”.

Según el reporte del Ministerio de Economía, El Índice de Precios al Consumidor durante el mes de **octubre** experimentó una baja de 0.9%, debido a la disminución de precios de la energía en un 2.03% y los combustibles en un 1.58%, manteniéndose estables los precios en el mercado salvadoreño. Los alimentos experimentaron una reducción del 0.4%, la vivienda 1.7%, el vestuario 0.6% y los misceláneos 0.1%. De acuerdo con el informe, la inflación acumulada asciende a 1.6%, la punto a punto 2.3% y el promedio anual a 4.0%.

Las bajas que se experimentaron fueron en los siguientes rubros: En el grupo de alimentos, los que redujeron los precios son las bebidas, huevos, cereales, productos

² Revista GEA, Informe Mensual 09-01

lácteos, alimentos preparados, azúcar y dulces; pero en el mismo rubro también se experimentaron alzas como en los vegetales, legumbres, pescado y mariscos, condimentos, aceites y grasas, carnes - vacuna, porcina y aves, frutas frescas y envasadas y el tabaco. En cuanto a la vivienda, los subgrupos que disminuyeron los precios son: electricidad y combustibles, artículos textiles, equipamiento y utensilios para el hogar. Los que incrementaron los precios son los materiales de limpieza; además, los que mantuvieron invariables los precios son los alquileres y los gastos en vivienda y servicios. En el grupo de vestuario, bajaron de costo el calzado, prendas para hombres mayores de 15 años, vestido y accesorios para niños menores de tres años, prendas para mujeres mayores de 15 años y prendas para niñas. También hubo alza de precios en los accesorios para hombres y niños, ropa de damas y niñas, telas para confección de ropa, hechura de ropa y mantenimiento de calzado. Con respecto a los misceláneos, reflejaron disminución de precios el transporte público y privado, ceremonias y gastos legales, recreaciones y comunicaciones. Por el contrario, aumentaron los costos de la educación y lectura, gastos de salud y aseo personal. Los bienes y servicios que experimentaron aumentos mayores al 5% fueron: repollo, rábano, frijol rojo de seda, cebolla, otras especies y guineo. Entre los alimentos que bajaron sus precios en más del 5%, están la papaya, pipián, la zanahoria, maíz, yuca, lechuga, güisquil, aguacate y limón. Además, la gasolina regular, servicios de energía eléctrica, consulta odontológica, calzado deportivo para hombres y el calzado de mujeres.

La Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC), evalúa la variación mensual de precios y de acuerdo a sus investigaciones el mes de **noviembre** cerró con una tasa de inflación del 0.9%, similar al comportamiento de octubre; de lo anterior se obtuvo que la tasa de inflación acumulada es el 2.5%, la inflación anual punto a punto tocó el 3% y la de promedio anual llegó al 4%. La evolución del Índice de Precios al Consumidor (IPC), cita que el grupo de alimentos se incrementó en los precios un 2.2%, en cambio, los grupos de vivienda y vestuario mostraron decrecimiento en sus precios de 0.1% y 0.2%, respectivamente, en el rubro de los misceláneos, los precios se mantuvieron estables. En el segmento del grupo de alimentos, los vegetales y legumbres se incrementaron en un 12.1%, en segundo lugar lo ocupan las frutas frescas y envasadas, que ascendieron el 11.7%, mientras los huevos y los pescados y mariscos registraron alzas del 2.8% y 1.8%, respectivamente; por el lado de las carnes vacuna, porcina y de aves, subieron un 1.2%, mientras los productos lácteos el 1.1%; en el caso de los alimentos preparados la alza fue de 0.8% y los aceites y grasas un 0.1%. En este mes disminuyeron los precios de las bebidas, con el 4%, los condimentos bajaron el 1.9%, los cereales y derivados el 1.5%, mientras los dulces, azúcar y tabaco se contrajo el precio el 0.1%. Con respecto a la vivienda los subgrupos que registraron alzas fueron los servicios con el 0.9%, y los artículos textiles un 0.7%; en el caso del equipamiento y utensilios para el hogar, los precios subieron el 0.4%, seguidos del equipo para el hogar con un 0.3%, en tanto que el alquiler y el gasto en vivienda se incrementó en 0.2%. Sin embargo, los subgrupos de electricidad y combustible bajaron un 2.2%, bajando los

precios de los materiales de limpieza, con una reducción del 0.4%. Respecto del vestuario, la hechura de ropa y mantenimiento de calzado incrementaron sus precios en 1.3%. Los accesorios para mujeres y niñas mayores de tres años apenas subieron el 0.4%, en cambio las prendas para mujeres mayores de 15 años registraron un alza de 0.2%. Otros artículos que bajaron de precios fueron el calzado, las prendas para hombres mayores de 15 años, las prendas para niños de 3 a 15 años y accesorios para hombres y niños mayores de tres años. En el rubro de misceláneos como las recreaciones, los gastos de salud, educación y lectura, transporte público y comunicaciones, los precios tendieron al alza.

El Banco Central de Reserva proyectó que al finalizar el año la inflación sería del 3% algo que podía lograr siempre y cuando los precios de los alimentos y combustible se mantuvieran estables.

Durante los cinco primeros meses del año el sector agropecuario reflejó la crisis del sector cafetalero, que continúa enfrentando un mercado internacional con un exceso de oferta y de inventarios. Ello ha ocasionado, conjuntamente con los daños causados por los terremotos, el abandono de fincas y la caída en la inversión, agudizando los problemas financieros que enfrentan los caficultores y generando mayor desempleo en las zonas rurales. Asimismo, la sequía ha causado pérdidas estimadas en los cultivos de maíz y frijol equivalentes al 16 % de la producción nacional, afectando 62 de los 262 municipios del país y registrándose daños severos en 19 de ellos. Se han visto afectadas 25 mil familias dedicadas a las actividades agropecuarias y se ha

notado un aumento en los precios de los granos básicos durante este período. El gobierno ha respondido de manera inmediata al problema, instrumentando acciones de corto y mediano plazo que abarcan la generación de empleo, el abastecimiento de granos a las poblaciones afectadas e incentivando la siembra de estos rubros. La sequía ha ocasionado una caída en la generación de energía hidroeléctrica, la cual está siendo sustituida por energía térmica, a precios más elevados. Luego del incremento inicial registrado en enero, producto de los problemas de abastecimiento ocasionados por el terremoto, los precios registraron una desaceleración en su tasa de crecimiento hasta el mes de junio, cuando se registró una inflación mensual de cero por ciento. Sin embargo, la tasa de inflación mensual se aceleró ligeramente en agosto para ubicarse en 0,3 por ciento, reflejando parcialmente el impacto de la sequía en los precios de los alimentos. Es así como en dicho mes la tasa de inflación con respecto al mismo mes del año anterior fue de 3,5 por ciento, que se compara con 3,4 por ciento en el 2000.

El impacto de la subida de los precios afecta a toda la economía de un país, no solo a grupos sociales, porque nadie se encuentra aislado de esta realidad que se vive día a día, “razón por la cual se deben de tomar medidas que mejoren el crecimiento de la actividad económica y mantengan la estabilidad de los precios³”.

³ Igual nota 1

Al remontarse un poco al pasado se puede observar que El Salvador ha sido una zona geográfica, castigado fuertemente con fenómenos naturales que han contribuido de alguna manera en los diferentes incrementos percibidos en los precios. Es de recordar que el fenómeno del huracán Mitch ocurrido en 1998, azotó fuertemente el oriente de El Salvador, dejando grandes pérdidas de cosechas y ganado; así como éste, otras fuertes tormentas tropicales han desbastado gran parte de las zonas cultivables. “Si a lo anterior agregamos que los pasados terremotos han dejado secuelas que afectan directamente los precios de la canasta de mercado; es necesario recalcar que debido a la Ley de Integración monetaria hubo un ajuste de precios en los productos, que ha venido a afectar las economías de las familias salvadoreñas; no obstante los salarios no han sido incrementados siendo el impacto de mayor cobertura⁴”.

Por razones ya expuestas, para mayor comprensión y para fines de investigación se planteará el siguiente problema, el cual está relacionado con uno de los 62 productos que se investigarán durante el proceso, y nos referimos al grupo alimenticio, sub grupo los cereales y derivados, producto: Los Macarrones rollizos, marca Fama de 200 gramos.

1.2. Planteamiento del Problema

⁴ Revista GEA, Informe Mensual 09-01, Pág. 11

¿En qué medida la variación en el precio del producto los macarrones rollizos, marca Fama de 200 gramos, del Area Metropolitana de San Salvador, incide en la determinación de la tasa inflacionaria?.

1.3. Justificación del Problema

El tema a investigar es de suma importancia para comprender y tener mayor conocimiento de lo que sucede en el mundo que nos rodea; todos los días escuchamos muchas cosas sobre ésta temática pero ¿Qué tan preparados estamos para comprenderla, dar una opinión más objetiva; y si desempeñamos un cargo a nivel de gerencia, qué decisiones podemos tomar al ver un índice de inflación muy elevado o muy bajo?.

El índice de inflación es una forma de medir la economía de un país, volviéndose una herramienta para los gobiernos en la toma de decisiones macro económicas y que permitirá un mejor desarrollo para la economía. También es un parámetro que tienen en cuenta los inversionistas para decidir sobre sus proyectos de inversión en un país determinado; todo dependerá de la tasa de inflación que se encuentre vigente.

Con la investigación de campo que se realizará se pretende actualizar la tendencia de precios del producto los macarrones, el cual forma parte de la canasta de mercado; específicamente mostrará las variaciones que presentan los precios en un período de cuatro meses, los cuales serán mostrados a través del cálculo posterior que servirá de

base para la realización del análisis que permitirá determinar las causas que originan y mantienen dicho comportamiento.

2. MARCO TEORICO SOBRE LA INFLACION.

2.1. Marco Teórico Histórico sobre la Inflación

Para efectos de la presente investigación, entenderemos como inflación lo siguiente: “Inflación, es el incremento continuo y generalizado de los niveles de precios”.

Es importante considerar que la inflación es un desequilibrio que puede ser entendido desde el punto de vista de la circulación monetaria y de la producción de mercancías.

Desde el punto de vista de la circulación monetaria, la inflación se entiende por un exceso de circulante monetario en relación con las necesidades de la circulación de mercancías. Es decir, un desequilibrio entre dinero circulante y producción, lo que provoca un incremento generalizado de precios.

Desde el punto de vista de la producción la inflación, se entiende como desequilibrio de la oferta y la demanda de mercancías y servicios, lo cual se explica por exceso de demanda o como insuficiencia de oferta, lo que provoca un incremento generalizado de precios.

La inflación no tiene una causa única. Como las enfermedades, se produce por numerosas razones, una se debe a causas relacionadas con la demanda, otras a causas relacionadas con la oferta. Pero una característica clave de las inflaciones modernas es el hecho de que adquieren una inercia propia difícil de detener una vez que han comenzado.

2.1.1. Causas y efectos que Provocan la Inflación

Todas las economías capitalistas utilizan el dinero como equivalente general de mercancía y servicios, por lo que el dinero es fundamental para la circulación de mercancías. Sin embargo, la presencia del dinero ocasiona una serie de problemas, dentro de los cuales se puede mencionar la inflación, que es provocada por algunas causas de tipo internas y externas.

2.1.1.1. Causas Internas

- Emisión excesiva de papel moneda en relación con las necesidades de la circulación de mercancías y servicios.
- Oferta insuficiente de productos agropecuarios, en relación con la demanda.
- Oferta insuficiente de mercancías industrializadas en relación con la demanda.
- Excesivo afán de lucro de los capitalistas industriales.
- Excesivo afán de lucro de los capitalistas comerciales.
- La especulación y acaparamiento de mercancías.
- La espiral de precios y el salario.

- Altas tasas de interés bancario que encarecen el crédito.
- Desequilibrada canalización de crédito bancario que no ayuda a las inversiones productivas, estimulando actividades especulativas.
- La devaluación.
- La inflación misma.

2.1.1.2. Causas Externas

- Importación excesiva de mercancías a precios altos.
- Afluencia de capitales externos, sea en forma de créditos o de inversiones que no se canaliza a 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.
- Especulación y acaparamiento a nivel mundial de mercancías básicas, sobre todo productos alimenticios y petróleo.

2.1.1.3. Efectos

- El dinero pierde su valor, por lo tanto; se pierde el poder de compra.
- Las inversiones disminuyen, por un índice de inflación elevado.
- Crea tensiones sociales.
- Deterioro en la economía.
- Disminuye la producción de los productos que serán distribuidos en el mercado.

2.1.2. Los Precios en el Modelo de la Oferta y Demanda Agregada

La inflación se produce por numerosas razones, algunas están relacionadas con la demanda, otras se relacionan con la oferta; por lo tanto, se considera necesario presentar tres tipos, los que a continuación se detallan:

2.1.2.1. Inflación Tendencial

En la economías industriales modernas, la inflación es extraordinariamente tendencial, es decir, se mantiene en la misma tasa hasta que los acontecimientos económicos la alteran. Puede compararse a un perezoso perro viejo. Si este no es “perturbado”, por una patada o por la tentación de seguir un gato; acabará tumbándose en otro sitio hasta que sea perturbado de nuevo.

La inflación tendencial puede persistir durante mucho tiempo, o por lo menos mientras la mayoría de las personas esperen que la tasa de inflación no varíe. En esta situación, la inflación se incorpora al sistema, pero la historia nos muestra que no se mantiene constante durante mucho tiempo. Frecuentes perturbaciones provocadas por las variaciones de la demanda agregada, por las grandes oscilaciones de los precios del petróleo, por las malas cosechas, por las fluctuaciones del tipo de cambio, por las variaciones de la productividad y otros innumerables acontecimientos económicos alejan a la inflación en sentido ascendente o descendente de su tasa tendencial. Los principales tipos de perturbaciones provienen de tirones de la demanda o de los empujones de los costes.

2.1.2.2. Inflación de Demanda

Se produce una inflación de demanda cuando la demanda agregada aumenta más de prisa que la actividad productiva de la economía; elevando los precios para equilibrar los precios de la oferta y la demanda agregada. De hecho el dinero de la demanda compite por la limitada oferta de mercancías y presiona al alza sobre sus precios. Cuando el desempleo disminuye y los trabajadores escasean los salarios suben y el proceso inflacionista se acelera.

Es frecuente observar la inflación de demanda en funcionamiento cuando los países recurren al dinero para financiar su gasto. El rápido crecimiento de la oferta monetaria eleva la demanda agregada, lo cual eleva a su vez el nivel de precios.

2.1.2.3. Inflación de Costes

Lo que diferencia a la inflación moderna del sencillo tipo de inflación de demanda es que los precios y los salarios comienzan a subir antes de que se alcance el pleno empleo. Suben incluso aunque el 30% de las fábricas permanezcan ociosas y el 10% de la población activa carezca de trabajo. este fenómeno se conoce con el nombre de inflación de costes o inflación provocada por una perturbación de la oferta.

La inflación provocada por un aumento de los costes durante los períodos de elevado desempleo y sub utilización de los recursos se denomina inflación de costes.

2.1.3. Grados de la Inflación

La Inflación muestra diferentes niveles de gravedad, por lo que es necesario clasificarla en diferentes categorías:

2.1.3.1. Inflación Moderada

Consiste en un lento incremento de los precios menor que el 10% anual, las expectativas como los valores relativos de los diferentes bienes tienden a permanecer constantes sin modificaciones importantes, mientras que el tipo real de interés se mantiene positivo. Sus costos son perfectamente soportables por la sociedad. Este tipo de inflación es característica de los países desarrollados donde la tasa de inflación no supera el 10%.

2.1.3.2. Inflación Galopante

Este tipo de inflación sobrepasa el 10% e inclusive logra alcanzar cifras de tres dígitos como 100 ó 200%, originando ciertas distorsiones en la economía. El dinero pierde rápidamente su valor, razón por la cual el público tiende a adquirir otro tipo de activos, como bienes inmuebles, electrodomésticos, etc.

2.1.3.3. Estancflación

La estanflación se origina cuando hay un estancamiento en la economía y la inflación es persistente.

Para que una economía se considere en situación de estanflación, es necesario que los niveles de inversión sean tan bajos que mantengan una tasa de desempleo elevada, provocando un nivel de indiferencia que no permita al sistema salir de este círculo vicioso en el cual la aplicación de políticas fiscales o monetarias no tendrían ningún efecto.

2.1.3.4. Hiperinflación

Aquellas economías que tienen un índice de precio con un crecimiento superior al 100% se considera que sufren de un proceso de hiperinflación. En estos casos el incremento en los precios es tan grande que desorganiza el ciclo productivo y los mercados en general; además, se constituye en un factor de regresión en la redistribución de la renta y la riqueza de la sociedad.

2.2. Marco Teórico Legal Sobre la Inflación

En El Salvador la encargada de regular los precios es la Dirección General de Protección al Consumidor (DPC), quien tiene como misión orientar, educar proteger y ayudar a los consumidores y proveedores en sus relaciones de mercado, a través de la divulgación y aplicación de la Ley de Protección al Consumidor.

Algunas de las funciones generales son las siguientes:

- Vigilar y supervisar el comportamiento de los precios y el cumplimiento de la calidad, pesas y medidas, información al consumidor, etc., de los productos básicos y estratégicos que se comercializan en el mercado interno.
- Vigilar el cumplimiento y la correcta aplicación de las tarifas de los servicios esenciales.
- Aplicar las medidas necesarias para evitar el alza inmoderada de precios, acaparamiento, escasez, mala calidad y cualesquiera otra práctica en la comercialización de los bienes esenciales y la prestación de servicios a los consumidores.
- Divulgar la Ley de Protección al Consumidor.
- Orientar al consumidor sobre las condiciones imperantes en el mercado, a fin de que haga valer sus derechos y coadyuve a la estabilidad y transparencia del mercado interno.
- Planificar acciones y diseñar políticas orientadas a la protección del consumidor.
- Hacer cumplir las disposiciones legales que rigen la actuación de la Dirección General de Protección al Consumidor.

Entre otras leyes que influyen en el índice de inflación son la Ley del IVA y la Ley de Integración Monetaria, otros aspectos que inciden en el comportamiento de los precios son la Ley de la Oferta y la Demanda que se enuncian a continuación.

2.2.1. Ley de la Demanda de Pendiente Negativa

La cantidad de un artículo que un individuo desea comprar en un período determinado, es una función que depende del precio de dicho artículo, del ingreso monetario de la persona, de los precios de otros artículos y de los gustos. Al variar el precio del artículo en cuestión, pero manteniendo constantes tanto el ingreso y los gustos del individuo, como los precios de los demás artículos (*ceteris paribus*), se obtiene la tabla de la demanda individual del artículo. La representación gráfica de la tabla de la demanda individual, da como resultado la curva de la demanda.

En otras palabras se puede decir: que cuanto más bajo es el precio de X, mayor es la cantidad de X que el individuo demanda. Esta relación **inversa** entre precio y cantidad se refleja en la pendiente **negativa** de la curva de la demanda, inclinándose siempre hacia abajo, e indica que a medida que baja el precio del artículo, se compra más cantidad del mismo. Esto se conoce generalmente como la **Ley de la Demanda**.

Cuando cambian cualesquiera de las condiciones **ceteris paribus** cambia toda la curva de la demanda. Esto se conoce como un **cambio en la demanda**, en contraposición a un cambio en la cantidad demandada, que es un movimiento a lo largo de la misma curva de la demanda.

Ejemplo 1. Suponga que una función de demanda individual del artículo X es $Cd_x = 8 - P_x$ *ceteris paribus*. Al sustituir diferentes precios de X en esta función de

demanda, se obtiene la tabla de la demanda individual que se muestra en la tabla 3.2.1

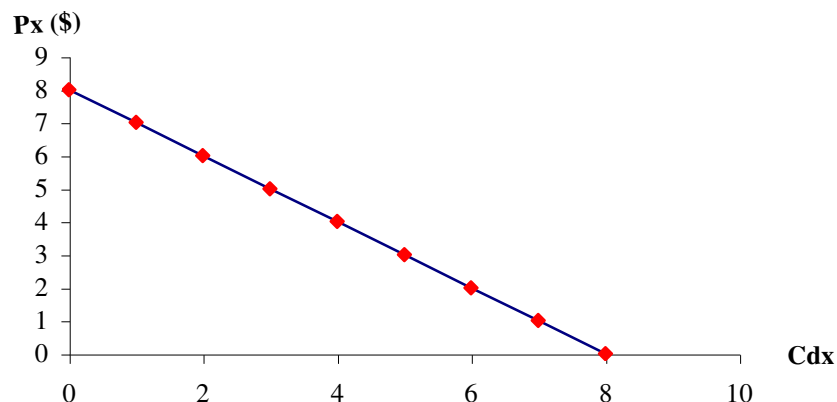
La tabla de la demanda individual del artículo X enseña las **diferentes** cantidades del artículo X que la persona está dispuesta a adquirir a cada uno de los diferentes precios del artículo X, permaneciendo todo lo demás constante.

Tabla 2.2.1

P _x (\$)	8	7	6	5	4	3	2	1	0
C _{dx}	0	1	2	3	4	5	6	7	8

Al trazar cada par de valores como un punto sobre una gráfica y unir los puntos resultantes, se obtiene la curva de demanda individual del artículo X (que se llamará dx) y que aparece en la figura 3.2.1. La curva de demanda de la figura 3.2.1. muestra que un punto particular en el tiempo, si el precio de X es \$7, la persona está dispuesta a comprar una unidad de X en el período **especificado** (El período especificado puede ser una semana, un mes, un año o cualquier intervalo “aprobado”). Si el precio de X es \$6, el individuo está dispuesto a comprar dos unidades de X en el **período especificado** y así sucesivamente, los puntos sobre la curva de la demanda representan las **diferentes opciones** que tiene el individuo en un momento determinado.

GRAFICO 2.2.1 LA CURVA DE LA DEMANDA



Ejemplo: Cuando aumenta el ingreso monetario de un individuo (mientras todo lo demás permanece constante), generalmente aumenta su demanda de un artículo (es decir, la curva de la demanda se desplaza hacia arriba), lo que indica que al mismo precio esa persona comprará más unidades del artículo por unidad de tiempo. Por lo tanto, si aumenta el ingreso monetario del individuo, su curva de demanda se desplazará hacia arriba, y así al no cambiar el precio, esa persona comprará más por mes.

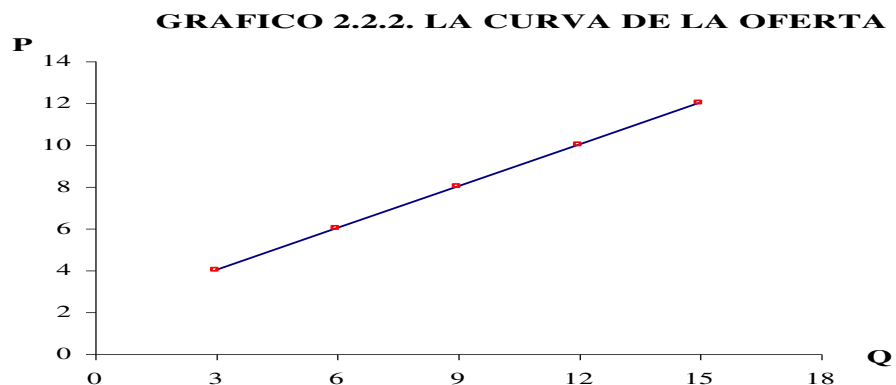
2.2.2. La Oferta del Producto Individual de un Artículo

La oferta señala las cantidades de un bien (o servicio) que el vendedor esté dispuesto y en posibilidad de proporcionar a diversos precios, *ceteris paribus*. Por medio del siguiente ejemplo hipotético de oferta de naranjas y la curva correspondiente de la

oferta se explicará dicho comportamiento. Al presentar en forma gráfica la oferta de nuevo se mide la cantidad sobre el eje horizontal y el precio sobre el vertical. En el examen tanto del programa de la oferta como de la curva de la oferta aparece otra vez un patrón. Según aumenta el precio del producto aumenta también la cantidad ofrecida; por lo tanto, la curva de la oferta tiene una pendiente y la cantidad ofrecida varía en forma directa. El programa de oferta dice lo siguiente: *ceteris paribus*, la cantidad ofrecida de una mercancía será mayor a precios de mercado más altos y menor a precios de mercado más bajos.

Tabla 2.2.2

Q ofrecida	3	6	9	12	15
Precio	4	6	8	10	12



Oferta se refiere a la relación completa entre el precio y la cantidad, *ceteris paribus*, de esta forma un programa de oferta completa o una curva de ésta pueden mostrarla.

Y correspondiendo a cualquier precio individual, existe una cantidad ofrecida individual. Por lo tanto el término cantidad ofrecida se refiere a un punto en particular sobre la curva de la oferta.

Al igual que con la curva de la demanda hay varios factores que producen desplazamientos en la curva de la oferta. Estos son: los nuevos descubrimientos, la disponibilidad de una nueva tecnología, cambios en los precios de producciones alternas, cambios en la oferta de insumos, cambios en el tiempo, entre otros. Si se ofrece más cantidad de una mercancía a cada precio, entonces se dice que hay un aumento en la oferta. La curva de la oferta se desplaza hacia la derecha, si se ofrece menos cantidad de una mercancía a cada precio, entonces se dice que existe una disminución en la oferta. La curva de la oferta se desplaza hacia la izquierda.⁵

2.3. Marco Conceptual sobre la Inflación y el Producto

Alimenticio los Macarrones

En el desarrollo del trabajo de investigación se escucharán muchos términos que es importante definir para efectos de comprender la temática planteada.

➤ Inflación

Fenómeno económico que se manifiesta a través de una reducción en el poder adquisitivo del dinero, a causa de una elevación de los precios. En términos generales

⁵Microeconomía, G.S. Maddala Ellen Miller, Segunda Edición 1991, McGraw Hill, Pág. 25 - 27

un proceso inflacionario se inicia cuando la demanda global es mayor que la demanda de bienes y servicios disponibles al consumidor, por lo que las empresas aumentan su producción y por lo tanto el empleo de factores productivos; si la economía dispone de recursos ociosos aumentará el nivel de empleo de factores hasta absorber aquellos que no han sido utilizados si no hay mayores recursos, el exceso de la demanda originará un alza de precios, lo que a su vez causará un incremento en los costos del producto y éstos mayores precios.

➤ **Inflación Importada**

Es aquella que la economía de un determinado país absorbe cada vez que realiza cualquier tipo de importación, cuando los precios de los bienes (materia prima o bienes de consumo) han sufrido incrementos.

➤ **Inflación de Origen Interno (Doméstica)**

Es la que se da como resultado de las políticas económicas que se implementan en el país, específicamente las políticas fiscales, crediticias y salariales.

➤ **Macarrones**

Es una pasta alimenticia seca que se hace con la parte exterior del grano del trigo (porque contiene la mayor cantidad de gluten), en figuras de tubos y canutos largos de paredes gruesas y de color blanco, amarillo y gris.

➤ **Trigo**

Trigo, nombre común de los cereales de un género de la familia de las Gramíneas cultivado como alimento desde tiempos prehistóricos por los pueblos de las regiones templadas; ahora es el cereal más importante de dichas regiones.

El trigo es una planta anual alta, de 1.2 Mts. de altura por término medio. Las hojas, parecidas a las de otras gramíneas, brotan muy pronto y van seguidas por tallos gráciles rematados por las espigas de grano.

Usos

Casi todo el trigo se destina a la fabricación de harinas para panificadoras y pastelería. En general, las harinas procedentes de variedades de grano duro se destinan a las panificadoras y a la fabricación de pastas alimenticias, y las procedentes de trigos blandos a la elaboración de masas pasteleras. El trigo se usa también para fabricar cereales de desayuno y, en menor medida, en la elaboración de cerveza, whisky y alcohol industrial. Los trigos de menor calidad y los subproductos de la molienda y de la elaboración de cervezas y destilados se aprovechan como alimento de mejor calidad para el ganado. Se destinan pequeñas cantidades a fabricar sucedáneos del café, sobre todo en Europa; el almidón de trigo se emplea como apresto de tejidos.

➤ **Gluten**

Es una sustancia pegajosa que puede servir para unir una cosa con otra.

➤ **Pastas**

Pasta, alimento hecho de masa seca que constituye la base de buena parte de cocina italiana, así como de muchos platos chinos, indonesios, japoneses y vietnamitas. Aunque la creencia popular dice que fue introducida en Europa por el explorador del siglo XIV Marco Polo, existen referencias anteriores a la pasta en Sicilia, durante el periodo del dominio árabe de la isla.

La pasta italiana clásica está hecha simplemente de sémola, el endospermo blanco y rico en almidón del trigo duro. Hoy en día puede llevar trigo blando, y la pasta se elabora también con trigo sarraceno, almidón del haba de mung y harina integral de trigo. El término genérico tallarín se aplica a las cintas o cilindros macizos de pasta preparados con toda una variedad de harinas, en ocasiones se añade huevo.

La masa de la pasta se prepara amasando la sémola o harina con agua; pueden añadirse otros ingredientes para darle sabor y color; los más comunes son la yema de huevo (pasta dorada), la espinaca (pasta verde), puré de tomate (pasta roja), tinta de calamar (pasta negra) y, a veces, leche. La masa se enrolla y se corta en la forma deseada o se hace pasar por una placa perforada para formar cilindros macizos o huecos. A continuación se seca parcialmente con aire caliente, y luego se deja secar con más lentitud. La pasta totalmente seca puede almacenarse durante un tiempo considerable sin que pierda calidad; la pasta fresca contiene más agua y sólo se conserva durante aproximadamente una semana, a menos que se congele.

La pasta puede añadirse a las sopas, cocerse y servirse con salsa, carne, queso o verduras, y también cocinarse al horno. Las diferentes formas de presentación, además de su estética, proporcionan diferentes sabores y texturas una vez cocinadas.

Los espaguetis son varillas macizas de alrededor de 0,2 cm de diámetro; los fideos tienen alrededor de un tercio de ese grosor; los fettucinis y los linguinis son cintas planas y estrechas; los tagliatellis tienen una anchura de 2-3 cm. La lasaña tiene forma laminada que normalmente se cocina al horno. Hay también pasta corta en forma de espirales o mariposas; las cintas más largas y los fideos pueden dejarse secar enrollados, formando pequeños nidos. Los ñoquis (literalmente pegotes) son unas bolitas de pasta que se añaden para enriquecer las sopas o se sirven con salsa. También pueden ser de harina de papa o patata.

Los macarrones tiene forma de tubo corto y hueco, de unos 0,5 cm de diámetro y 3-4 cm de longitud; y si es de 1,5 cm se denominan foratini o maccaroncelli. Pueden ser rectos, en espiral o acodados. Hay macarrones con forma de tubo hueco acabado en punta, como una pluma de escribir, de 2-3 cm de longitud. Los canelones son tubos de 1,5-2 cm de diámetro y 10 cm de longitud, normalmente rellenos de carne y horneados con salsa.

Para obtener mayor información sobre la elaboración de los macarrones marca Fama de 200 gramos, se convocó a una entrevista con la Gerente de Mercadeo de la Fábrica de Productos Alimenticios Ideal, S.A. de C.V.

LUGAR:	Fábrica de Productos Alimenticios Ideal, S.A. de C.V.
DIRECCIÓN:	Urbanización Industrial Plan de la Laguna, Antiguo Cuscatlán.
TELEFONO:	243-0188
FECHA:	08/02/2002
HORA:	11:00 AM
ENTREVISTADO:	Lic. Carolina de Agreda – Gerente de Mercadeo

Para su elaboración se utiliza como base el trigo de la especie Amber Durum, el cual es importado ya que su cultivo no puede darse a nivel nacional debido a los requerimientos que presenta. El segundo y último de los componentes es el agua.

Su proceso de producción es relativamente simple ya que en un recipiente es donde se da la mezcla de la harina de trigo y el agua, posteriormente una máquina especial con moldes desmontables se encarga de dar la forma de carrizo a la mezcla que es empujada a gran presión hacia el molde. El siguiente paso del proceso es la recolección de los carrizos en una bandeja para enviarlos directamente a través de fajas a tres grandes hornos de secado en los cuales se encuentra destacado cierto

personal especializado quienes se encargan de obtener muestras para determinar el momento en que se ha evacuado toda la humedad del producto.

Seguidamente se procede a evacuar la producción de los hornos y se traslada a la zona de empaque al vacío, en donde le es asignado un código de producción que permitirá identificar fácilmente el lote producido en casos necesarios.

El período de vencimiento a partir de la fecha de producción es de un año, aunque se ha comprobado que el producto puede utilizarse sin ningún problema después de cinco años.

El único problema ya identificado que presenta el producto es la aparición de manchas blancas y esto se debe a la presencia de humedad en él.

Es importante hacer referencia al hecho de que la presentación, objeto de la presente investigación (paquete de 200 gramos) representa el 90% del total de las ventas de este producto.

➤ **I.P.C. (Indice de Precios al Consumidor)**

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

La Encuesta de Ingresos y Gastos Urbanos realizada por la DIGESTYC (Dirección General de Estadística y Censos), que va de abril de 1990 a marzo de 1991, afirma que son 897 bienes y servicios en los que la familia gasta sus ingresos. Estos bienes y servicios fueron seleccionados para conformar la canasta de mercado del I.P.C. teniendo como base dos criterios:

- El Peso en el gasto del artículo o servicio seleccionado con respecto al gasto total.
- El porcentaje de hogares que incurren en ese gasto. Seleccionando un total de 241 bienes y servicios

Para el cálculo del IPC se debe tener en cuenta especificaciones de bienes y servicios tales como características, marca y calidad; para su correcta identificación.

En promedio se investigan 15 precios de cada bien o servicio, con lo que se suma un total de 3423 precios, para ello se hace una investigación espacial de los establecimientos fuentes de información, los cuales están ubicados en lugares estratégicos donde demandan el bien las diferentes clases sociales.

La determinación del IPC se realiza a través de la fórmula del Índice de Precios de Laspeyres, que se expresa de la siguiente manera:

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

$$\sum P_{o,i} q_{o,i}$$

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

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

$q_{o,i}$: Cantidad del rubro i en el período base.

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

➤ **Oferta Agregada**

Es la capacidad de los recursos totales de un país para producir bienes y servicios.

➤ **Demanda Agregada**

Suma total de los gastos personales de consumo, los gastos en inversiones de capital y los gastos gubernamentales.

➤ **Oferta Monetaria**

Término genérico para la suma total de dinero circulando en un país. Existen varias definiciones del mismo de acuerdo con la liquidez de los activos considerados en la definición.

➤ **Nivel de Precios**

Valor del dinero en comparación con un período específico que se toma como base.

➤ **Mercado**

Lugar o área donde se reúnen compradores y vendedores para realizar las operaciones de intercambio.

➤ **Interés**

Precio pagado por el uso de una mercancía prestada, generalmente dinero.

➤ **Tasa de Interés**

Porcentaje de intereses a pagar por un préstamo.

➤ **Tasa de Inflación**

Tasa porcentual media de incremento del dinero, medida y expresada en términos anuales.

➤ **Mercado Financiero**

Mercado monetario y de capital de una economía. Los mercados monetarios compran y venden instrumentos de créditos a corto plazo, los mercados de capitales compran y venden instrumentos de crédito a largo plazo y acciones.

➤ **Política Monetaria**

Se entiende como el control indirecto de precios, tipo de interés y nivel de empleo, a través del control de la cantidad de dinero o activos líquidos en mano del público.

➤ **Política Fiscal**

Política que estructura todo el sistema impositivo del Estado. Es el conjunto planeado de acciones sobre cuestiones presupuestarias.

➤ **Mercado de Capitales**

Conjuntos de instituciones financieras que canalizan la oferta y demanda de préstamos financieros a largo plazo.

➤ **Variables Independientes**

Variables cuyas variaciones no se consideran dependientes de otras. Experimentalmente, se manipula para medir el efecto de su variación sobre otra variable dependiente de ella.

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Determinar en que medida la variación en los precios del producto los macarrones rollizos, marca Fama de 200 gramos, del Area Metropolitana de San Salvador, incide en la tasa inflacionaria.

3.2. Objetivos Específicos

- 3.2.1. Formular un marco de referencia sobre la inflación y el producto los macarrones rollizos marca Fama de 200 gramos.
- 3.2.2. Determinar Generalidades, métodos técnicas e instrumentos bajo las cuales se regirá la presente investigación.
- 3.2.3. Indagar mediante la investigación de campo el comportamiento del precio los macarrones en el período contemplado de diciembre del 2001 a marzo del 2002.
- 3.2.4. Determinar las posibles causas que influyeron en el comportamiento de los precios durante el período investigado.

- 3.2.4. Presentar un informe que contenga conclusiones y propuesta de la investigación.

4. DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

Es importante definir el área espacial, social y temporal en la que se llevará a cabo la investigación.

4.1. Delimitación Espacial

La investigación se realizará específicamente en el Area Metropolitana de San Salvador, municipio de San Marcos.

4.2. Delimitación Social

Por estar dirigida a precios de un producto determinado se realizará en Supermercados, tiendas de conveniencias y otros puntos clave para la recolección de datos, ubicados en la zona.

4.3. Delimitación Temporal

El período comprendido en la investigación es de diciembre del 2001 a marzo del año 2002.

5. ALCANCES DE LA INVESTIGACION

La investigación comprenderá la variación de precios del producto Macarrones rollizos marca Fama de 200 gramos.

6. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

En la metodología se establecen los procedimientos a seguir en el proceso de la investigación.

6.1. Tipo de Investigación

En la investigación a realizar se examinarán las tendencias de precios que ha sufrido el producto los macarrones, en el Area Metropolitana de San Salvador, durante el período ya predeterminado, razón por la cual la investigación se considera como **descriptiva**, por que solamente se indagarán y describirán las características sobre los diferentes comportamiento de los precios existentes en los supermercados o tiendas de conveniencias.

6.2. Población y Muestra

La investigación tiene una población de 62 productos, los cuales forman parte de la canasta de mercado, y para efectos de la muestra se investigarán 6 productos

integrantes del grupo alimentos y 2 servicios del sector transporte colectivo. Se considera necesario aclarar que la investigación en su informe final únicamente abordará el producto alimenticio denominado macarrones marca Fama.

Para definir la población y la muestra de esta investigación se han utilizado los Criterios Administrativos, y aspectos tales como el peso del gasto específico de cada bien o servicio seleccionado con respecto al gasto total.

6.3. Diseño de la Investigación

La investigación se define como no experimental, por que se limita a observar la variación de los precios en diferentes períodos, dichas variaciones no han sido provocadas intencionalmente. No se puede tener control directo sobre las variables independientes, y no se puede influir sobre ellas porque ya sucedieron, al igual que sus efectos.

Los diseños longitudinales tratan de los cambios a través del tiempo en determinadas variables, razón por la que afirmamos que la investigación es **No Experimental con un diseño Longitudinal**.

Se recolectarán datos sobre la variable precio de los macarrones marca Fama; durante cuatro períodos y puntos específicos, con el fin de inferir en los cambios encontrados durante el tiempo establecido.

A su vez será considerada no experimental con un diseño longitudinal panel, por que en los cuatro períodos se investigará en las mismas tiendas, supermercados o puntos establecidos, para garantizar precisión en la información recolectada.

6.4. Técnicas e Instrumentos

La técnica a utilizar para la recolección de datos será la **encuesta**, y esto se debe a que sus características cumplen con los requerimientos de la investigación que nos ocupa, de igual forma se ha considerado la confiabilidad y validez que éste posee.

Complementando lo anterior se utilizará como herramienta el **cuestionario**, el cual ha sido construido bajo normas, criterios y variables predeterminadas, para garantizar la uniformidad y efectividad de la información a recolectar. Su contenido evalúa aspectos tales como precio, peso y marca dentro de otros, de cada producto y/o servicio a investigar; siendo necesario para recopilar la información abordar a los propietarios de los establecimiento y hacer las preguntas necesarias.

6.5. Prueba Piloto

Para efectuar la validación de los datos que contendría el cuestionario se coordinó con las autoridades de la Universidad una reunión con fecha doce de diciembre del año dos mil uno, teniendo por objetivo definir y afinar los aspectos que se incluirían para la realización de dicha prueba.

6.6. Operación de Campo

A continuación se describen los lugar visitados, la ubicación, fechas y horas de la visitas realizadas.

Tabla 6.6

No	ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	FECHA	HORA DE
				VISITA
6.	Venta de Cereales Alicia Archila	Mercado Municipal de San Marcos, puesto No. 34	15/12/01 26/01/02 23/02/02 16/03/02	08:00 A.M. 10:00 A.M.
7.	Ruta 11	Colonia 10 de Octubre, San Marcos	15/12/01 26/01/02 23/02/02 16/03/02	08:00 A.M. 10:00 A.M.
8.	Otilia Vásquez Sánchez	Mercado Municipal de San Marcos, puestos No. 201 y 202	15/12/01 26/01/02 23/02/02 16/03/02	08:00 A.M. 10:00 A.M.
9.	Venta de Verdura Sra. Adriana Marmol	Mercado Municipal de San Marcos, puestos No. 209 y 210	15/12/01 26/01/02 23/02/02 16/03/02	08:00 A.M. 10:00 A.M.
10.	Venta de Verdura Sra. María Estela Sánchez	Mercado Municipal de San Marcos, puestos No. 209 y 210	23/02/02 16/03/02	08:00 A.M. 10:00 A.M.
11.	Venta de Fruta Sra. Mirna Moreno	Mercado Municipal de San Marcos, puesto No. 192	15/12/01 26/01/02 23/02/02 16/03/02	08:00 A.M. 10:00 A.M.
12.	Venta de Fruta Sra. Mirna Moreno	Mercado Municipal de San Marcos, puesto No. 192	15/12/01 26/01/02 23/02/02 16/03/02	08:00 A.M. 10:00 A.M.
58.	Ruta “A” Preferencial	Colonia 10 de Octubre, San Marcos	15/12/01 26/01/02 23/02/02 16/03/02	08:00 A.M. 10:00 A.M.

6.7. Consistencia de Datos

Para la captura de datos en el desarrollo de la investigación, se utilizaron 4 formularios cuya estructura se presenta en anexos.

Vale la pena aclarar que la investigación de campo abarcó un total de 8 productos de los cuales ninguno era el objeto del presente trabajo, lo anterior se debió a que la universidad segmentó la investigación de los productos.

La tabla de precios de los macarrones proporcionados por el CIOPS se encontraba completa, no habiendo necesidad de hacer ninguna clase de cálculos para ajustes de precios.

6.8. Presentación y Análisis de los Resultados

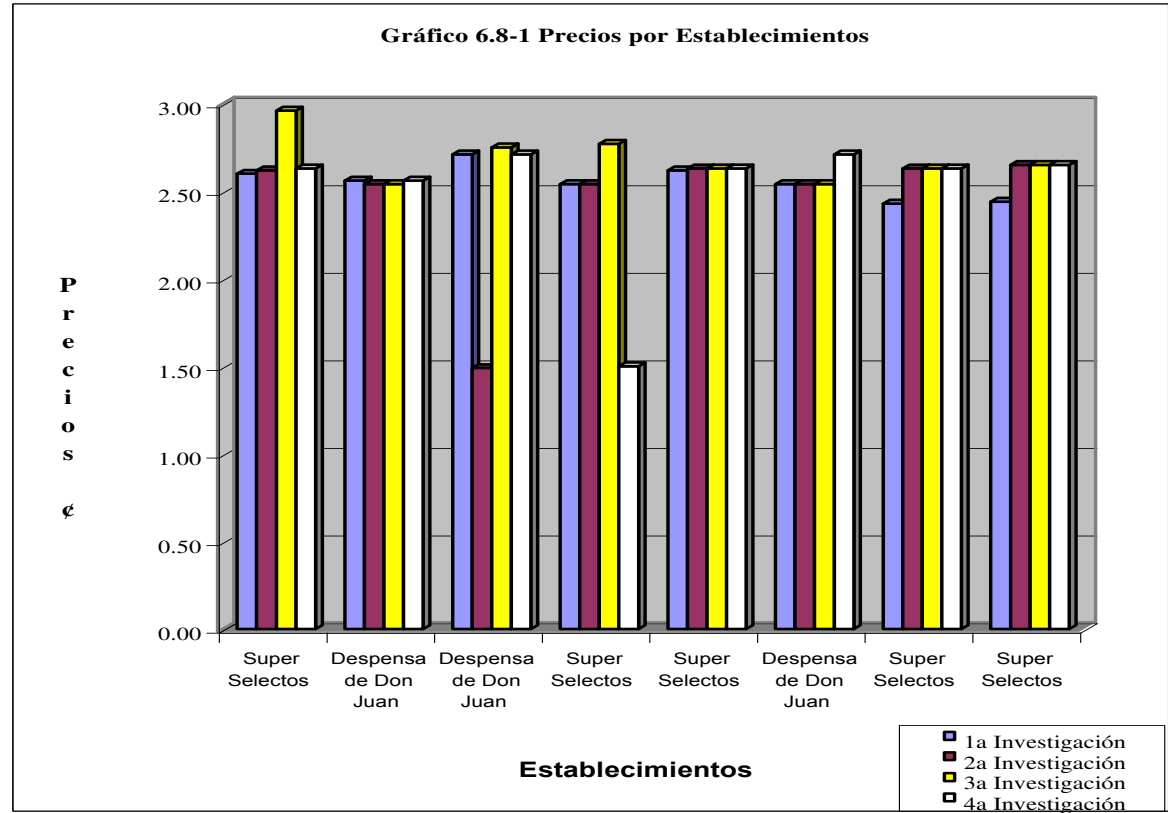
Una vez obtenidos los datos por medio de los cuestionarios, el CIOPS se encargó de agrupar toda la información de los 62 productos investigados, entregando posteriormente a cada grupo la información correspondiente, que se refleja en la tabla 6.8-1 que a continuación se presenta.

Tabla 6.8-1. Comparativo de Precios del Producto Alimenticio los Macarrones

Marca Fama de 200 gramos.

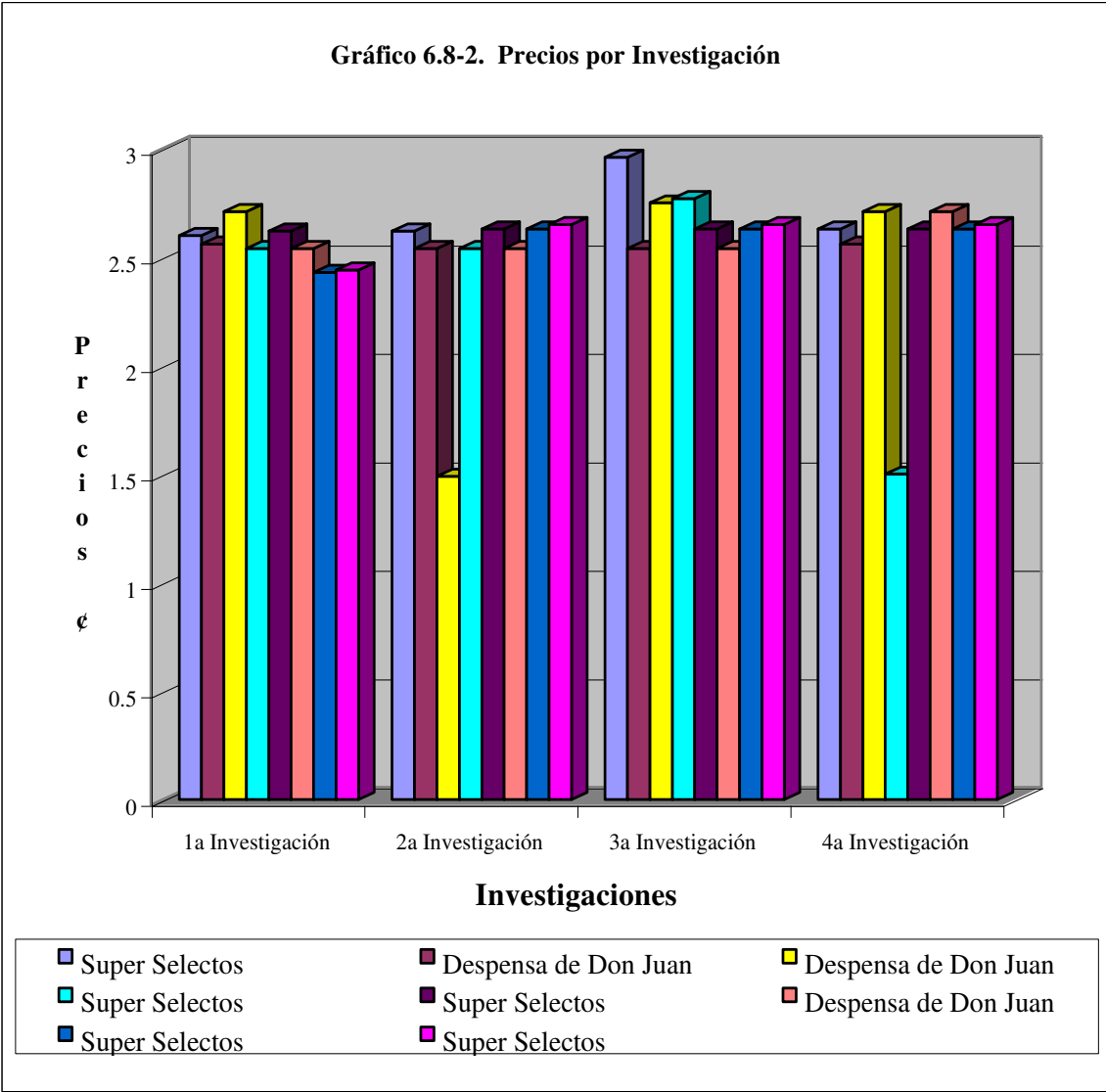
<i>CODIGO</i>	<i>ESTABLECIMIENTO</i>	<i>1ª</i>	<i>2ª</i>	<i>3ª</i>	<i>4ª</i>
		<i>INVESTIGACIÓN</i>	<i>INVESTIGACIÓN</i>	<i>INVESTIGACIÓN</i>	<i>INVESTIGACIÓN</i>
<i>6010052</i>	Super Selectos	¢ 2.60	¢ 2.62	¢ 2.96	¢ 2.63
<i>6010056</i>	Despensa de Don Juan	¢ 2.56	¢ 2.54	¢ 2.54	¢ 2.56
<i>5010010</i>	Despensa de Don Juan	¢ 2.71	¢ 1.49	¢ 2.75	¢ 2.71
<i>6020006</i>	Super Selectos	¢ 2.54	¢ 2.54	¢ 2.77	¢ 1.50
<i>6010058</i>	Calleja, S.A. de C. V.	¢ 2.62	¢ 2.63	¢ 2.63	¢ 2.63
	(Selectos)				
<i>6010789</i>	Despensa de Don Juan	¢ 2.54	¢ 2.54	¢ 2.54	¢ 2.71
<i>6030031</i>	Super Selectos	¢ 2.43	¢ 2.63	¢ 2.63	¢ 2.63
<i>6010736</i>	Super Selectos	¢ 2.44	¢ 2.65	¢ 2.65	¢ 2.65
	PRECIOS PROMEDIOS	¢ 2.55	¢ 2.45	¢ 2.68	¢ 2.50

Para efectos de realizar el análisis desde perspectivas diferentes, se presentan los siguientes gráficos.



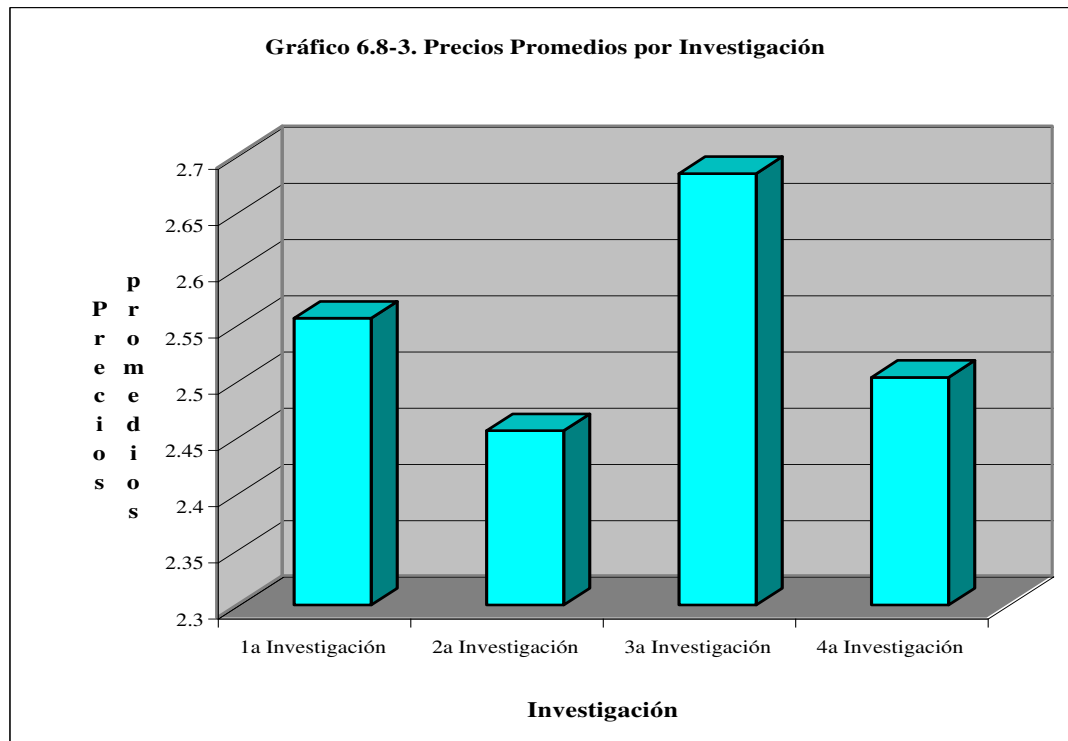
Retomando la información de la tabla 6.8-1 y reflejando estos datos en la gráfica 6.8-1, se puede observar que en los mismos establecimientos no mantienen los mismo precios. De acuerdo a la primera investigación, en varios establecimientos de Super Selectos se manejaron diferentes precios de los marcarrones marca Fama de 200 gramos durante el período investigado, siendo el menor precio de ¢1.50 y el mayor de ¢2.96, la misma tendencia se visualizó con respecto a los supermercados La Despensa de Don Juan existiendo un menor de ¢1.49 y el mayor de ¢2.75.

De acuerdo a lo anterior se determina que el precio menor de ambos supermercados presentó una mínima variación de ¢0.01ctvs, en relación al precio más alto existe una variación significativa de ¢0.21ctvs.



En la gráfica 6.8-2 se muestran los precios por investigaciones, demostrando cada una las diferentes oscilaciones en los precios. En la primera investigación hay incongruencia en los precios siendo el más bajo de ¢2.43 y el más alto de ¢2.71, en la segunda investigación el menor precio es de ¢1.49 y el mayor de ¢2.65 en este período es mayor la diferencia observada, en la tercer mes el precio más bajo fue de ¢2.54 y el más alto de ¢2.96 presentando la misma conducta con respecto al mes anterior y en la cuarta y última investigación el precio mínimo fue de ¢1.50 y el más alto de ¢2.71.

Se puede determinar que en los últimos tres meses los precios de los macarrones presentan diferencias de precios considerables, que pueden afectar el bolsillo del consumidor y dentro del mercado no se manejan precios equilibrados.



Para efectos de conocer los precios promedios por investigación, estos se muestran en la gráfica 6.8-3, con ello se pretende conocer la media que en la primera investigación es de ¢ 2.55; observando una disminución en la media de la segunda investigación que fue de ¢2.45 es decir que en promedio los precios en ésta investigación disminuyeron, teniendo en cuenta que en uno de los supermercados el precio se encontraba bastante bajo que afecto directamente este promedio; en la tercera investigación el precio promedio fue de ¢2.68 incrementándose con respecto a los 2 meses anteriores, ya que en uno de los establecimientos manejaban un precio alto y en el cuarto mes el promedio fue de ¢2.50 disminuyendo con respecto al mes anterior y se mantuvo con relación a los 2 primeros meses.

CAPITULO III

**DETERMINACION DE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO
ALIMENTICIO SUB GRUPO CEREALES Y DERIVADOS,
PRODUCTO LOS MACARRONES EN EL INDICE DE
INFLACIÓN EN EL AREA METROPOLITANA DE SAN
SALVADOR.**

7. IMPORTANCIA DE LOS MACARRONES

Como todo ser vivo, nuestro cuerpo se desarrolla; además sufre desgaste continuo por causa del constante trabajo que realizan las partes que lo componen. Para desempeñar debidamente sus funciones, el cuerpo necesita tomar del exterior, materia nueva y energía los cuales son proporcionados por los alimentos, los cuales se clasifican según el origen o procedencia en:

- **Animal :** carne, leche, huevos.
- **Vegetal:** cereales, legumbres, frutas, otros.
- **Minerales:** agua, sal común, otras sales.

Realizan dos papeles importantes:

- Son utilizados en el organismo para producir movimiento y calor, es decir; para obtener energía, estos son llamados **energéticos**.

- Otros suministran a las células las sustancias necesarias para reponer sus pérdidas, crecer y reproducirse, a éstos se les denominan **plásticos**, es decir formadores.

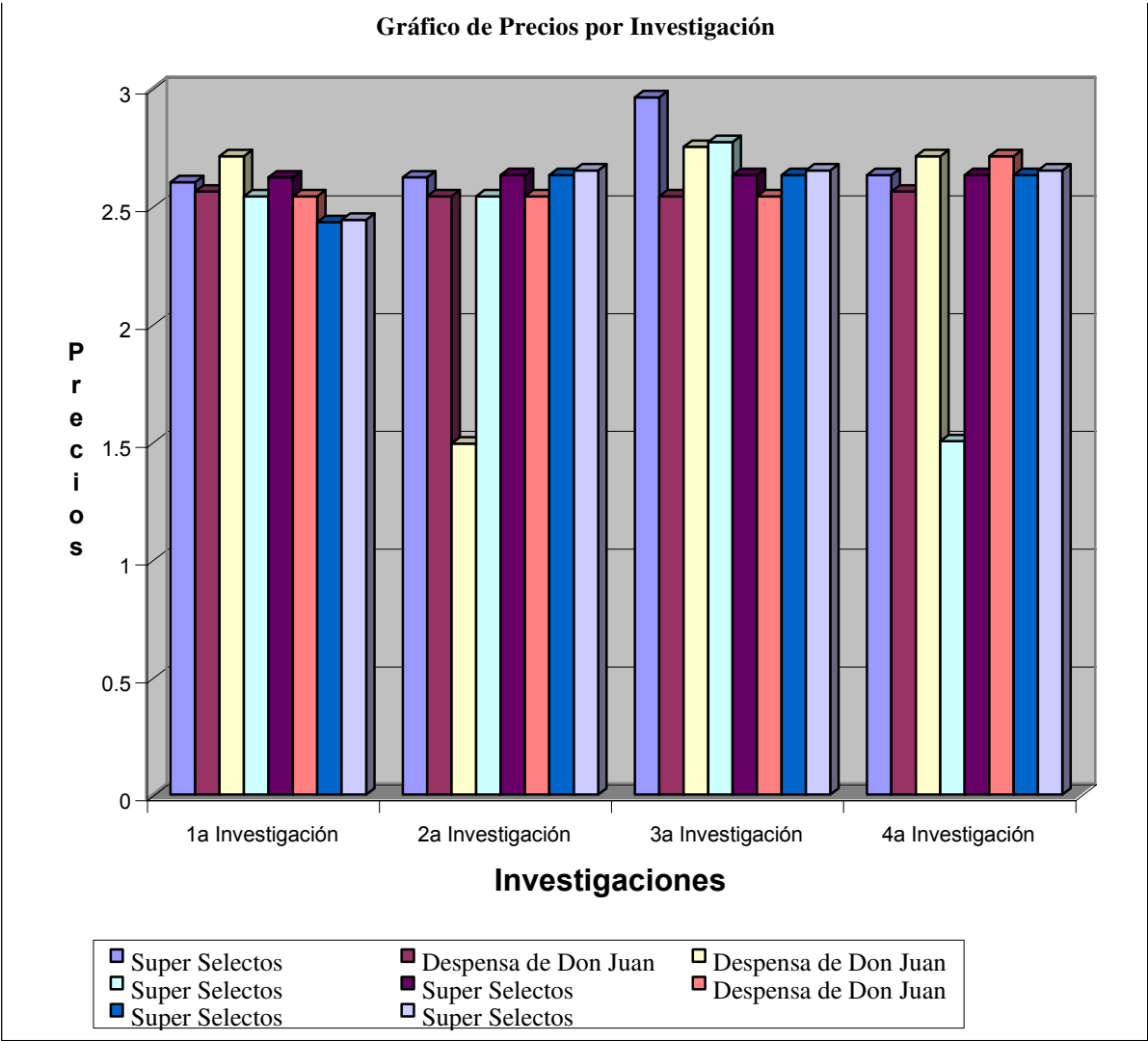
Los alimentos energéticos, son los que nos proporcionan las fuerzas para realizar todos los movimientos; pero también existen dos clases de alimentos energéticos que son: **los carbohidratos y las grasas.**

Los carbohidratos producen energía de consumo rápido, por ejemplo la energía que se necesita al correr, caminar, al hacer ejercicio o practicar algún deporte. Razón por la cual es necesario consumir alimentos ricos en carbohidratos pero con una dieta balanceada, tales como: leche, azúcar, papas, miel, macarrones, plátanos entre otros.

Por lo antes expuesto se concluye que los macarrones son un producto alimenticio proveniente del Reino Vegetal, generador de energía a través de los carbohidratos. Por tal razón muchos hogares mantienen una dieta alimenticia balanceada, siendo importante incluir en ella los alimentos que contienen vitaminas, proteínas, carbohidratos, entre otros; específicamente los macarrones por que nos permite un mejor desarrollo a nuestro organismo.

8. COMPORTAMIENTO HISTORICO DE PRECIOS DE LOS
MACARRONES.

Gráfico 8-1



En el gráfico 8-1 se observa que los precios de los macarrones varían durante el mismo período de un establecimiento a otro, incluso en establecimientos que pertenecen a la misma cadena de supermercados. En la primera investigación se

observa que el menor precio fue de ¢2.43 el paquete y el mayor de ¢2.71, en el segundo el precio menor es de ¢1.49 y el mayor de ¢2.55, en el tercer período el precio menor fue de ¢2.54 y el mayor de ¢2.96 y en el último período investigado se visualiza el menor precio de ¢1.50 y el mayor de ¢2.71; al revisar observamos que en el segundo período el precio menor es bastante bajo con relación a la primera y cuarta investigación, siguiéndole a éste el cuarto período; así mismo se observa que en el tercer período se elevó el precio del producto. Estos incrementos o disminuciones se pudieron generar por diferentes causas entre ellas se pueden mencionar la época, las ofertas, estrategias de venta, entre otros, de cada establecimiento. Pero al revisar los precios de un determinado establecimiento se mantuvieron en el transcurso del período estudiado, por lo que en otros se mantuvieron hasta por 3 meses cambiando el precio en el cuarto mes, y en otros establecimientos se observó una variación mínima de precios, ya sea de incremento o decremento.

Por lo anterior se concluye que generalmente el precio de éste producto alimenticio no es fijo, las variaciones pueden ser a favor o en contra del consumidor, pero aún así se encuentran siempre al alcance de las familias que lo consumen.

9. DETERMINACION DE LA IMPORTANCIA DEL PRECIO DEL PRODUCTO LOS MACARRONES EN EL INDICE DE INFLACIÓN.

9.1. Definición de Variables

El impacto o influencia que puede tener un producto o servicio dentro del Índice de Precios al Consumidor está determinado por las siguientes variables:

- La variación mensual en términos porcentuales que muestra el índice del producto o servicio analizado con relación al mes inmediato anterior.
- La variación del índice del producto o servicio analizado con relación al período base.
- El valor del IPC general de todos los productos.
- La importancia relativa del producto o servicio analizado dentro del Índice General de Precios al Consumidor en la economía.

9.2. Derivación de la Fórmula

En base a esto la determinación del impacto o influencia de las variaciones de los precios de un producto o servicio dentro del IPC general sería una función de cada una de las variables mencionadas anteriormente, de tal forma que su expresión funcional podría plantearse de la siguiente manera:

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

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

Donde:

Impacto_M = Impacto Mensual

(Expresa en términos porcentuales el impacto o la 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 1 hasta el período “j”. Expresa en términos porcentuales acumulados el impacto o la influencia que tienen estas variaciones de precios del bien o servicio en el período analizados).

VM_i = Variación mensual

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

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

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

$$IPC_t(i) = \text{Indice de Precios al Consumidor del producto o servicio “i” en el período “t”}.$$

(Indica el Indice de Precios del producto o servicios analizado en el período “t” o período analizado).

$$IPC_b(i) = \text{Indice de Precios al Consumidor del producto o servicio “i” en el período base}.$$

(Indica la base de comparación del índice).

$$IR_b(i) = \text{Importancia Relativa del producto o servicio “i” en el Indice General de Precios del período base}.$$

(Indica la ponderación que el producto o servicio “i” tiene en el Indice General de Precios del período base).

$$IPC_G = \text{Indice de Precios al Consumidor General}.$$

(Es el Indice General de Precios de todos los productos y servicios durante el período analizado).

9.3. Determinación de la Importancia

Sobre ésta base se puede determinar la importancia que tiene el precio de los macarrones en la configuración del Índice de Precios al Consumidor.

Tabla 9.3-1

Años	(IPCi)	Vmi	Δ IPC			Impacto Mes%	Impacto Anual
			IPC base	IPCi	Δ IPCi		
Dic-97	143.68	0.00	100	143.68	1.4368	0.00000	
Ene-98	143.82	0.14	100	143.82	1.4382	0.00020	
Feb-98	143.39	-0.43	100	143.39	1.4339	-0.00062	
Mar-98	143.39	0.00	100	143.39	1.4339	0.00000	
Abr-98	143.53	0.14	100	143.53	1.4353	0.00020	
May-98	143.53	0.00	100	143.53	1.4353	0.00000	
Jun-98	143.53	0.00	100	143.53	1.4353	0.00000	
Jul-98	143.53	0.00	100	143.53	1.4353	0.00000	
Ago-98	143.53	0.00	100	143.53	1.4353	0.00000	
Sep-98	143.53	0.00	100	143.53	1.4353	0.00000	
Oct-98	143.53	0.00	100	143.53	1.4353	0.00000	
Nov-98	143.53	0.00	100	143.53	1.4353	0.00000	
Dic-98	143.97	0.44	100	143.97	1.4397	0.00063	0.00041
Ene-99	143.1	-0.87	100	143.10	1.4310	-0.00122	
Feb-99	143.1	0.00	100	143.10	1.4310	0.00000	
Mar-99	142.96	-0.14	100	142.96	1.4296	-0.00020	
Abr-99	142.96	0.00	100	142.96	1.4296	0.00000	
May-99	142.96	0.00	100	142.96	1.4296	0.00000	
Jun-99	143.39	0.43	100	143.39	1.4339	0.00062	
Jul-99	143.97	0.58	100	143.97	1.4397	0.00083	
Ago-99	143.97	0.00	100	143.97	1.4397	0.00000	
Sep-99	143.97	0.00	100	143.97	1.4397	0.00000	
Oct-99	143.82	-0.15	100	143.82	1.4382	-0.00021	
Nov-99	146.41	2.59	100	146.41	1.4641	0.00377	
Dic-99	144.68	-1.73	100	144.68	1.4468	-0.00245	0.00114
Ene-00	144.11	-0.57	100	144.11	1.4411	-0.00081	
Feb-00	143.68	-0.43	100	143.68	1.4368	-0.00061	
Mar-00	143.68	0.00	100	143.68	1.4368	0.00000	
Abr-00	143.25	-0.43	100	143.25	1.4325	-0.00061	
May-00	142.82	-0.43	100	142.82	1.4282	-0.00060	
Jun-00	142.82	0.00	100	142.82	1.4282	0.00000	
Jul-00	143.25	0.43	100	143.25	1.4325	0.00060	
Ago-00	142.82	-0.43	100	142.82	1.4282	-0.00059	
Sep-00	142.82	0.00	100	142.82	1.4282	0.00000	
Oct-00	143.68	0.86	100	143.68	1.4368	0.00120	
Nov-00	140.52	-3.16	100	140.52	1.4052	-0.00427	
Dic-00	137.07	-3.45	100	137.07	1.3707	-0.00463	-0.01032

Ene-01	137.93	0.86	100	137.93	1.3793	0.00117	
Feb-01	138.07	0.14	100	138.07	1.3807	0.00019	
Mar-01	139.66	1.59	100	139.66	1.3966	0.00217	
Abr-01	141.95	2.29	100	141.95	1.4195	0.00314	
May-01	139.8	-2.15	100	139.80	1.3980	-0.00285	
Jun-01	140.37	0.57	100	140.37	1.4037	0.00077	
Jul-01	140.52	0.15	100	140.52	1.4052	0.00020	
Ago-01	139.94	-0.58	100	139.94	1.3994	-0.00077	
Sep-01	139.94	0.00	100	139.94	1.3994	0.00000	
Oct-01	140.37	0.43	100	140.37	1.4037	0.00058	
Nov-01	141.38	1.01	100	141.38	1.4138	0.00136	
Dic-01	141.95	0.57	100	141.95	1.4195	0.00078	0.00674
Ene-02	142.39	0.44	100	142.39	1.4239	0.00060	
Feb-02	141.67	-0.72	100	141.67	1.4167	-0.00097	-0.00037

En la tabla 9.3-1 muestra una serie de información relacionada directamente con el IPC de los macarrones.

En la primera columna se observa el comportamiento del IPC de los macarrones durante cuatro años, observándose cambios que no han sido tan significativos pues durante ese período el IPC menor fue en enero del 2001 por un valor de ¢137.93 y el mayor IPC se presentó en el mes de noviembre de 1999 por un valor de ¢146.41; al apreciar los diferentes comportamientos del IPC de los macarrones logramos ver que su tendencia se ha mantenido estable, no mostrando cambios radicales o significativos.

En la segunda columna se encuentran las variaciones mensuales, existiendo ciertas oscilaciones en los precios promedios mensuales. Estos incrementos han sido calculados como la tasa de variación mensual del mes analizado con respecto al mes

inmediato anterior, y aunque éstos comportamientos han sufrido modificaciones se puede destacar que: durante el mes de diciembre del 2000 se registró el mayor decremento mensual por un valor de -3.45%, es decir que en el mes anterior a la variación el precio fue de ¢140.52 y en el mes de la variación el precio fue de ¢137.07; el mayor incremento porcentual se dio en el mes de noviembre de 1999 por 2.59%, lo que significa que en ese mes se incremento el precio significativamente con relación al mes anterior.

En las columnas que abarcan la variación del IPC con respecto a la base (ΔIPC_i), se define que todos los IPC del los macarrones superan a la base (100%) en ningún momento se visualiza que IPC del producto sea inferior a la base.

Por último encontramos las columnas del Impacto Mensual y Anual las cuales emitieron los siguientes datos:

Dado que en el mes de diciembre el impacto mensual fue de -0.00463%, se puede afirmar que los precios promedios de los macarrones contribuyeron para que el índice de inflación disminuyera en el del año 2000; sin embargo, nos encontramos que en noviembre de 1999 los precios promedios de los macarrones contribuyeron en un mayor porcentaje 0.00377% para que el índice de inflación se incrementara durante ese período.

Al revisar el impacto anual en 1998 fue de 0.00041%, es decir que en ese año contribuyeron los precios de los macarrones para que el índice de inflación incrementara, la misma tendencia se observa en el siguiente año y el año 2002, por lo contrario en el año 2000 en donde se presentó un porcentaje negativo de -0.01032% , quiere decir que en ese año este producto contribuyó para que el índice de inflación disminuyera, observándose el mismo efecto en el año 2001.

9.4. Efectos sobre el Poder Adquisitivo

Un efecto inflacionario repercute también sobre el poder adquisitivo de los consumidores, siendo necesario cuantificar ese valor. A continuación se presenta el cuadro resumen del efecto sobre el poder adquisitivo.

Tabla 9.4-1

Años	PA General	Promedio Anual	PA Producto	Promedio Anual
Dic-97	0.67		0.70	
Ene-98	0.66		0.70	
Feb-98	0.66		0.70	
Mar-98	0.66		0.70	
Abr-98	0.65		0.70	
May-98	0.65		0.70	
Jun-98	0.65		0.70	
Jul-98	0.64		0.70	
Ago-98	0.65		0.70	
Sep-98	0.66		0.70	
Oct-98	0.66		0.70	
Nov-98	0.64		0.70	
Dic-98	0.65	65	0.69	0.70
Ene-99	0.64		0.70	
Feb-99	0.65		0.70	
Mar-99	0.65		0.70	
Abr-99	0.65		0.70	
May-99	0.65		0.70	
Jun-99	0.66		0.70	

Jul-99	0.65		0.69	
Ago-99	0.65		0.69	
Sep-99	0.65		0.69	
Oct-99	0.65		0.70	
Nov-99	0.65		0.68	
Dic-99	0.65	0.65	0.69	0.70
Ene-00	0.65		0.69	
Feb-00	0.64		0.70	
Mar-00	0.64		0.70	
Abr-00	0.64		0.70	
May-00	0.64		0.70	
Jun-00	0.63		0.70	
Jul-00	0.63		0.70	
Ago-00	0.63		0.70	
Sep-00	0.63		0.70	
Oct-00	0.63		0.70	
Nov-00	0.63		0.71	
Dic-00	0.62	0.64	0.73	0.70
Ene-01	0.61		0.73	
Feb-01	0.61		0.72	
Mar-01	0.61		0.72	
Abr-01	0.61		0.70	
May-01	0.61		0.72	
Jun-01	0.61		0.71	
Jul-01	0.61		0.71	
Ago-01	0.61		0.71	
Sep-01	0.61		0.71	
Oct-01	0.61		0.71	
Nov-01	0.61		0.71	
Dic-01	0.62	61	0.70	0.71
Ene-02	0.61		0.70	
Feb-02	0.61	61	0.71	0.70

La tabla 9.4-1 muestra un consolidado de los promedios generales durante el período analizado, notándose que:

Para efectos de calcular cualquiera de los dos poderes adquisitivos anteriores, se hace con relación a la unidad monetaria, es decir se divide ¢1.00 entre el IPC mensual, obteniéndose así el poder adquisitivo. Ya aclarado la forma de calcularlo se dice que:

En el año de 1998 el PA_G fue de $\text{¢}0.65$ es decir que la unidad monetaria presentó una pérdida de $\text{¢}0.35$, en ese mismo año el PA_i fue de $\text{¢}0.70$ obteniéndose una pérdida de $\text{¢}0.30$. La misma tendencia se observa para el año de 1999.

En el año de 2000 el PA_G fue de $\text{¢}0.64$ es decir que la unidad monetaria presentó una pérdida de $\text{¢}0.36$, y el PA_i fue de $\text{¢}0.70$ obteniéndose una pérdida de $\text{¢}0.30$.

En el año 2001 el PA_G fue de $\text{¢}0.61$ es decir que la unidad monetaria presentó una pérdida de $\text{¢}0.39$, y el PA_i fue de $\text{¢}0.71$ obteniéndose una pérdida de $\text{¢}0.29$.

En el 2002 al mes de febrero se observa que el PA_G fue de $\text{¢}0.61$ es decir que ha esta fecha la moneda ha tenido un pérdida de $\text{¢}0.39$ y el PA_i fue de $\text{¢}0.70$ obteniendo una pérdida de $\text{¢}0.30$.

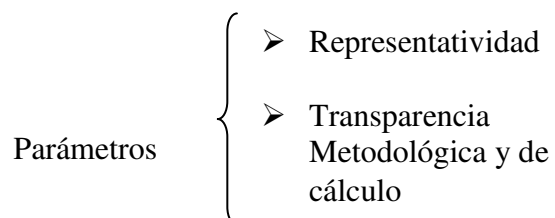
10. PROPUESTA METODOLÓGICA

10.1. Objetivo de la Propuesta Metodológica

Para efectos de establecer lineamientos generales se presenta la siguiente propuesta metodológica para determinar un Índice de Precios que refleje de mejor manera las variaciones de los precios sobre la base de una canasta ampliada, ya que de esta manera sería representativa la forma de monitorear las fluctuaciones en los precios y sus repercusiones en el índice de inflación.

10.2. Parámetros

A continuación se presentan los parámetros que se consideran importantes para la elaboración de un nuevo Índice de Precios.



10.2.1. Representatividad

La Canasta de Consumo ampliada se podrá definir a partir de una nueva Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares para recoger los cambios ocurridos en los patrones de consumo de los hogares salvadoreños. Es importante tener presente que en los últimos años en el mercado se encuentra una variedad de productos que no están considerados dentro de la canasta de consumo y que a través de una Encuesta Nacional se determinará si éstos califican para formar parte de ella.

10.2.2. Transparencia Metodológica y de Cálculo

La transparencia es un atributo esencial de la calidad de los indicadores estadísticos. El desarrollo del nuevo IPC deberá ser actualizado mediante los esfuerzos de modernización de la Dirección General de Estadísticas y Censos como institución encargada del control y seguimiento del IPC, el cual fortalecería la transparencia en toda su labor global y, particularmente, técnica.

10.3. Antecedentes del IPC Actual.

10.3.1. Ajustes al IPC actual.

El primer Índice de Precios del país fue calculado en 1978 este índice estuvo en vigencia hasta 1992. A partir de entonces, el IPC ha permanecido por aproximadamente una década.

Tras ese período, asumiendo que los hábitos de consumo van cambiando, la Dirección General de Estadísticas y Censos actualiza mensualmente los valores de éste a fin de mostrar el comportamiento de los precios ahí considerados.

Este IPC que está en vigencia desde 1992 fue elaborado a partir de los datos obtenidos en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos (ENIGH) que fuera conducida por el Departamento de Investigaciones Muéstrales (DIM).

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

Las modificaciones a considerar en la nueva canasta van orientadas con la introducción de un mayor número de variedades y con los cambios anuales de ponderaciones de productos.

Otras novedades en el mismo sentido se refieren a la metodología y frecuencia de toma de precios, es decir que la ENIGH se extenderá a todo el país.

A su vez, la nueva muestra de establecimientos donde se tomen los precios deberá permitir actualizar los cambios en los hábitos de compra de los hogares, derivados de la modernización de los canales de comercialización y de los cambios en la localización de la población en nuevas áreas geográficas.

10.3.2. Construcción de la Canasta del IPC

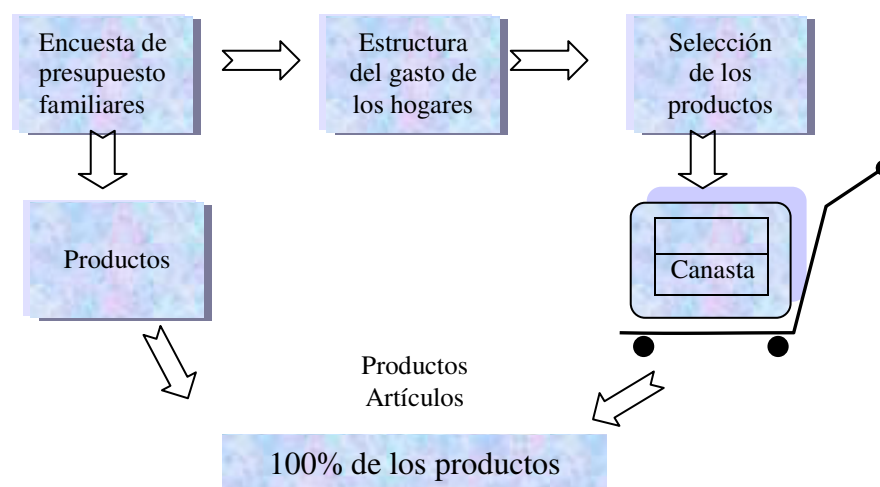
La nueva ENIGH permitirá conocer el gasto de los hogares para cada uno de los bienes y servicios consumidos. Esta información servirá de base para determinar que bienes y servicios de consumo componen la canasta del IPC y cuales son sus ponderaciones.

Esta encuesta permitirá detectar el consumo de un mayor número de productos (bienes y servicios) ya no solamente del área metropolitana de San Salvador y las cabeceras departamentales de Santa Ana, Sonsonate y San Miguel, sino que extender la investigación a toda la República. Con ello se tendría una cifra significativamente mayor que la ENIGH de 1992. Los hogares elegidos anotarán todos sus gastos durante quince días en una libreta especial elaborada por la DIGESTYC. La encuesta completa se realizará a lo largo de un año, lo que significará encuestar a todas las sub

muestras, e ir rotando los hogares cada quince días. La representatividad de la muestra deberá ser reforzada mediante estos cambios.

Del conjunto de gastos declarados por los hogares, se escogerá un número más reducido de artículos representativos de las mayores proporciones de gasto para elaborar la Canasta para el cálculo mensual del IPC. Estos artículos integrantes del IPC representan, por consiguiente, al conjunto de los bienes y servicios consumidos por los hogares. La estructura del gasto de los hogares, permitirá, asimismo, establecer los pesos o ponderaciones de cada artículo en el IPC. Lo antes mencionado se esquematiza a continuación:

Esquema sobre el procedimiento a seguir para la construcción de una nueva Canasta Básica.



10.3.3. Criterios de Selección de Productos para Ingresar a la Canasta del IPC.

En primer lugar; es necesario establecer un criterio operativo que considere la necesidad de combinar la mayor representatividad de la canasta de mercado con la eficiencia en la toma de precios para entregar oportunamente las variaciones del IPC cada mes, como se requiere.

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

La disminución de la ponderación mínima para formar parte de la canasta refleja la mayor diversificación en el consumo de los hogares salvadoreños, ya que, el gasto es repartido entre una mayor cantidad de bienes y servicios diversos.

El ajuste al IPC, a diferencia del anterior, es que los productos no necesariamente tienen que estar presentes todo el año, lo que permite reflejar el consumo estacional, especialmente de frutas y verduras.

La estacionalidad de la oferta de frutas es un fenómeno natural, si se consideran los ciclos productivos y su carácter esencialmente perecedero. El seguimiento de una canasta fija de fruta no resultaba adecuada ni representativa del consumo nacional. Para el nuevo IPC se deberá optar por ampliarla, incluyendo productos que pudieran no tener una alta representatividad anual, pero que sí la tienen al menos dos meses al año.

10.3.4. Selección de Lugares para Toma de Precios

En el IPC actual la selección de los establecimientos y especificaciones de artículos se consideraron como establecimientos aquellas tiendas, supermercados, empresas o entidades de servicios, hogares, etc. que venden el artículo relacionado y/o proveen el servicio a investigar. Se tomaron en cuenta algunas características tales como:

- Ser un lugar fijo y permanente
- Poseer una abundante clientela.
- Que el establecimiento ofrezca una diversidad de productos.
- De igual manera se tomó en cuenta su distribución espacial, combinando lugares céntricos y periféricos.

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

gasto de ese producto en ese tipo de establecimiento y no de cuántas veces vayan a ese lugar.

Sobre la base de un Directorio de Establecimientos y de una Encuesta de Puntos de Compras, se debería configurar una muestra por tipo de establecimientos. A partir de ese Directorio, se debe seleccionar una muestra de establecimientos que sirva como fuente de información para la toma de precios.

En la actualidad el tamaño muestral es de 1,100 establecimientos. De hacer el cambio propuesto el número se incrementaría incluyendo las grandes multitiendas, multiferreterías, farmacias, colegios y almacenes varios, así como las ferias. Esto permitirá tomar una mayor variedad de precios de productos en cada uno de estos establecimientos e incrementar el número de precios tomados. Mejorará así la representatividad del IPC en establecimientos que han incrementado de manera importante su presencia en el mercado en la última década.

10.3.5. Ventajas del ajuste al IPC

Todos los cambios sugeridos redundarán en un mejoramiento de la calidad del Índice de Precios al Consumidor. En resumen, entre las ventajas más relevantes del nuevo IPC se pueden destacar los siguientes:

- El ajuste en el IPC representa mejor el gasto de los hogares.
- Tiene una estructura más actualizada y exacta del patrón de gasto de los hogares.

- Presenta una configuración de canasta más completa y refleja una estructura de clasificación más lógica y adecuada, de acuerdo a una concepción de Canasta desde el punto de vista de los usuarios y consumidores y no de la oferta del bien o servicio.
- Considera un número superior de variedades, de productos y de establecimientos por tipo.
- Tiene mayor capacidad de adaptación a la introducción de nuevos bienes y servicios, en el mercado, ya que incorporará cada año una revisión de las variedades más vendidas dentro de cada producto.
- Refleja más adecuadamente el consumo estacional de frutas y verduras.
- Recogerá oportunamente los cambios en los hábitos de compra, mediante actualizaciones periódicas a través de la Encuesta de Puntos de Compra y de la muestra de Establecimientos.

10.4. Nueva Canasta de Bienes

10.4.1. Ponderaciones del IPC

La nueva canasta del IPC reflejaría así una variación en la participación del Gasto en todos los grupos y sub grupos. Estos presentan las variaciones que pudieron haberse dado en los últimos años.

Las posibles reducciones o ampliaciones en la ponderación de cada grupo indicarían que los hogares destinaron proporcionalmente más o menos ingresos a diversificar su consumo hacia otros rubros, con relación a sus gastos en el grupo respectivo.

Sin duda, el principal factor que pudiera determinar los cambios es el envejecimiento de los productos que forman parte del actual IPC.

El cambio en los patrones de consumo apunta, por una parte, hacia una mayor homogeneización del consumo a través de los diferentes estratos socioeconómicos, y a una diversificación del mismo.

La nueva ENIGH reflejaría:

- Una masificación del consumo de bienes y servicios que hace una década tenían un elevado consumo casi exclusivamente en los estratos de mayores ingresos. A nivel de artículos podrían destacar algunos bienes y servicios con importantes incrementos en su ponderación asociada a una extensión de su consumo a amplios estratos de hogares: comida fuera del hogar, productos lácteos, productos congelados y artefactos electrodomésticos.
- Una segunda característica de este aumento y modernización en el consumo de los hogares reflejaría la nueva canasta dada por la diversificación del patrón de consumo, mediante la incorporación de nuevos bienes y servicios en la canasta

de consumo familiar de los hogares. La experiencia podría sugerir que un significativo dinamismo económico se extendería en un período relativamente breve hacia los restantes estratos de hogares.

10.4.2. Estructura de la canasta

Desde el punto de vista de su estructura, la Canasta del IPC podría estar constituida por ocho grupos. Cada uno de los grupos, a su vez, estaría conformado por un determinado número de subgrupos.

Por ejemplo, el grupo Alimentos reúne a once subgrupos: Pan y Cereales; Carnes y Cecinas; Pescado y Mariscos, Productos Lácteos y huevos; Aceites, Mantequillas y Grasas, Azúcares y Bebidas estimulantes; Sopas, Condimentos y Aderezos, Bebidas Alcohólicas, Alimentos para el Hogar y Preparados para llevar, Frutas y Verduras. El Grupo Vivienda, en cambio, incluye cinco subgrupos: arrendamiento y otros gastos fijos, Servicios Básicos, Comunicaciones, Reparaciones y Conservaciones de la Vivienda.

Cada subgrupo, a su vez, estaría conformado por artículos y éstos por productos. Finalmente, el encuestador, lo mismo que el consumidor cuando adquiere un producto, se encuentra con la variedad que considera marca, nombre de fantasía y materiales que caracterizan a un producto.

El cambio de estructura del IPC significa que en lugar de los 241 productos de la antigua canasta, el nuevo tendría un número mayor, con sus respectivas variedades.

El nuevo IPC refleja una importante diversificación del consumo de los hogares, que sería considerada en el IPC, pero además se incluirá para cada producto, una mayor cantidad de variedades o marcas con mas presencia de mercado.

IPC Base diciembre 1998 =100				
Grupos	No. Subgrupos	No. de Artículos	No. Productos	No. Variedades
Alimentación	10	35	102	16
Vestimenta	5	20	26	5
Alquiler	1	1	1	1
Educación	5	2	2	2
Salud	2	2	2	2
Transporte	2	10	10	10
Recreación	5	5	5	5
Comunicación	1	1	1	1
Seguros	1	1	1	1
Impuestos	1	1	1	1
Reserva	1	1	1	1
Total	34	150	203	129

10.4.3 Programa Permanente de Actualización

Esta nueva metodología para el IPC se ha realizado sobre la base de suponer procesos de actualización permanente 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, así mismo en problemas planteados por el añejamiento 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 símiles en tamaño, cercanía geográfica, y precios. 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 Punto de Compra y Actualizaciones Muéstrales con una periodicidad bianual.

El Programa de Mejoramiento Permanente del IPC, debe comprender a lo menos los siguientes aspectos:

- ❖ Programación de estudios de mercado con el objeto de actualizar las ponderaciones de los productos y de ir cambiando 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; simplificar el número de variables por encuestar; no consultar los ingresos todos los años; y otras.

- ❖ Actualización de la muestra de establecimientos cada dos años, para lo cual se debe realizar con esta frecuencia la 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 en terreno, ello se hará 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, marca o mejoramientos tecnológicos simples (número de afeitadas de una máquina de afeitar o más calcio en la leche, entre otros).
 - Además, deben desarrollarse metodologías de ajuste de calidad 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 debiera operar con un comité de expertos en cada rubro que evalúe el valor de los cambios tecnológicos.
- ❖ Tratamiento posible de shocks de precios en casos de shocks económicos (petróleo), climáticos u otros.
- ❖ Armonización de las metodologías de cálculo del IPC en el ámbito regional.

11. CONCLUSIONES

Después de analizar los tipos de inflación y por los datos que provee mensualmente la Dirección General de Estadísticas y Censos se observa que El Salvador mantiene una inflación de tipo moderada, ya que se mantiene por cierto período y a demás el incremento de los precios es menor al 10% anual.

Se observa que los precios de los macarrones marca FAMA de 200 gramos varían de un período a otro, incluso; en la misma cadena de supermercados, en un mes determinado los productos no poseen los mismos precios; pero sí se visualizó que en la misma tienda los precios se mantuvieron por un período de tres meses, es decir que no son estables de un establecimiento a otro, pero sí dentro del mismo establecimiento.

Respecto a la conformación del Índice de Precios al Consumidor se puede apreciar que los precios de los macarrones no son determinantes en su configuración, pues el impacto presentado no es muy relevante.

Durante la investigación se pudo determinar que las diferentes temporadas inciden en la variación de los precios.

12. RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta que la actualización última del IPC en El Salvador fue en 1992, sería importante ampliar la canasta, porque pueden existir productos envejecidos que no tienen gran representatividad dentro del IPC, existiendo otros que pueden tener gran incidencia en la formación de éste, siendo el responsable de ésta actualización la Dirección General de Estadística y Censos.

Es importante que la Dirección General de Estadística y Censos realice con mayor frecuencia las actualizaciones de la canasta de mercado, por lo menos con períodos máximos de 5 años, a fin de evitar los problemas de obsolescencia.

Para efectos de actualizar la canasta de mercado es importante que la investigación se extienda a todo el país, ya que en la actualidad únicamente se realiza en San Salvador y en las cabeceras departamentales de Santa Ana, Sonsonate y San Miguel.

Es necesario que la Dirección General de Estadística y Censos establezca mecanismos de recolección de datos que estén orientados a disminuir los costos del actual método y a reducir el tiempo destinado a ésta actividad.

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

(Reverso)

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

US03



Índices de precios
Noviembre 2001
Formulario No. 1 Alimentos



Mes :		ARTÍCULO	ESTABLECIMIENTO
Año :		CÓDIGO :	CÓDIGO : CIUDAD :
Día :		NOMBRE :	NOMBRE :
Precio :			DIRECCIÓN :
Código de Proceso :	1.- Comparable 2.- No Comparable 3.- Estacional	TELÉFONO :	

Códigos de recolección : 1.- Completo 2.- Completo con corrección 3.- Sustitución de establecimiento 4.- No había sustitución
5.- Sust. De artículo y / o marca 6.- No hubo contacto 7.-Fuera de estación 8.- Sust. De variedad y / o clase

PREGUNTAS

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

CARACTERISTICA ANTERIOR		CARACTERISTICA ACTUAL	
1.- Precio:		1.- Precio:	
2.- Cantidad o Peso:		2.- Cantidad o Peso:	
3.- Unidad de medida : 1.- C1. Unidad 2.- C2. Libra 3.- C3. Kilogramo 4.- C4. Gramo 5.- C5. Onza 6.- C6. Botella 7.- C7. Litro 8.- C8. Garrafa 9.- C9. Pinta 10.- C10. Galón 11.- C11. Mililitro 12.- C99. Otros : (Especifique otros)	☐	3.- Unidad de medida : 1.- C1. Unidad 2.- C2. Libra 3.- C3. Kilogramo 4.- C4. Gramo 5.- C5. Onza 6.- C6. Botella 7.- C7. Litro 8.- C8. Garrafa 9.- C9. Pinta 10.- C10. Galón 11.- C11. Mililitro 12.- C99. Otros : (Especifique otros)	☐
4.- Marca, Variedad o Clase :		4.- Marca, Variedad o Clase :	
5.- Procedencia : 1.- E1. Nacional 2.- E2. Guatemala 3.- E3. México 4.- E4. E.E.U.U./Canada 5.- E5. Costa Rica 6.- E6. Panamá 7.- E7. Nicaragua 8.- E8. Japón 9.- E9. Honduras 10.- E13. Italia 11.- E14. Reino Unido 12.- E99. Otros : (Especifique otros)	☐	5.- Procedencia : 1.- E1. Nacional 2.- E2. Guatemala 3.- E3. México 4.- E4. E.E.U.U./Canada 5.- E5. Costa Rica 6.- E6. Panamá 7.- E7. Nicaragua 8.- E8. Japón 9.- E9. Honduras 10.- E13. Italia 11.- E14. Reino Unido 12.- E99. Otros : (Especifique otros)	☐
6.- Tamaño : 1.- G1. Pequeño 2.- G2. Mediano 3.- G3. Grande 4.- G99. Otros : (Especifique otros)	☐	6.- Tamaño : 1.- G1. Pequeño 2.- G2. Mediano 3.- G3. Grande 4.- G99. Otros : (Especifique otros)	☐

(Reverso)

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

USOA

FUENTES DE CONSULTAS

- Brand, Salvador Osvaldo, Diccionario Económico, Editorial Jurídica Salvadoreña, El Salvador, San Salvador, 1998, página 120.
- Maddala, G.S., Miller, Ellen. Microeconomía, 2ª. ed. Mc. Graw-Hill México, D.F. 1991, página 56.
- H. Branson, Willian; M. Litback, James. Macroeconomía, HARLA, México, D.F. 1991, página 175.
- Hernández Sampieri, Roberto et al., Metodología de la Investigación, 2ª. ed. Mc. Graw-Hill , México, D.F. 1991, página 25
- Rosenberg, J.M., Diccionario de Administración y Finanzas, Océano Grupo Editorial, España 1992, página 250.
- Lara Velásquez, Ciencia Salud y Medio Ambiente, 6º grado, El Salvador, San Salvador 2000, página 75.
- Salvatore, Dominick, Microeconomía, 3ª. ed. Mc Graw-Hill México, D.F. 1992, página 60.
- Melgar, Salvador. Director de Estadística y Censos. Charla sobre procesamiento y cálculo del IPC, ofrecida durante el Seminario de Graduación, en el período comprendido de septiembre a noviembre, El Salvador, San Salvador 2001.

- Buscador Yahoo, <http://www.laprensahn.com/caarc/0101/c08003.htm>
- Buscador Yahoo
[http://www.sieca.org.gt/publico/CA_en_cifras/Boletin_Estadistico/91/Inflacion/sv_tasas de inflacion 1995-2000.htm](http://www.sieca.org.gt/publico/CA_en_cifras/Boletin_Estadistico/91/Inflacion/sv_tasas_de_inflacion_1995-2000.htm)
- Buscador Yahoo
http://www.nacion.co.cr/CentroAmerica/Archivo/1997/abril/29/el_salvador.html
- Buscador Yahoo, <http://www.iadb.org/regions/re2/sep/es-sep.htm>
- Buscador Yahoo, [http://www.lafacu.com/apuntes/economía/ Inflación/default.htm](http://www.lafacu.com/apuntes/economía/Inflación/default.htm)
- Buscador Google, www.elsalvador.com/noticias/11/8/negocios.
<http://monedapa.terra.com/moneda/noticias/mnd2441.htm>
- Buscador Google
<http://www.elsalvador.com/noticias/2001/12/7/NEGOCIOS/negoc7.html>
- Buscador Google, <http://www.aidb.org/regions/re2/sep/es-sep.htm>
- Buscador Google, Enciclopedia Microsoft Encarta en Línea 2001
<http://encarta.msn.es>