



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“ LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA SUBGRUPO
EQUIPAMIENTO Y UTENSILIOS PARA EL HOGAR, PRODUCTO
REFRIGERADORA EN LA DETERMINACION DEL INDICE DE
INFLACION EN LA ZONA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR ”

CLAUDIA DARINA MELARA DE GARAY
DILSIA ROSMERY RODRIGUEZ LARA

Para optar al grado de:

LICENCIADA EN: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Noviembre 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES

LICENCIADO JOSE MAURICIO LOUCEL

RECTOR

INGENIERO NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

VICERRECTOR ACADÉMICO

INGENIERO DANILO ADOLFO DÍAZ PÉREZ

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LICENCIADO JOSE ROBERTO MORENO HERNÁNDEZ

PRESIDENTE

LICENCIADA DORA ESTELA BATRES

PRIMER VOCAL

LICENCIADO RENE HUMBERTO PANIAGUA

SEGUNDO VOCAL

Noviembre 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Gracias te doy Señor,

Por todas tus bondades, por poner en mi camino a tantas personas a mis padres, familiares, compañeros de trabajo que durante todo el proceso de la carrera me brindaron su apoyo y comprensión, a mi esposo e hijos que siempre estuvieron dispuestos a esforzarse y sacrificarse por mí. A todos aquellos amigos que fueron capaces de aguantar mis flaquezas y que de una u otra forma ayudaron a que pudiera coronar este primer peldaño.

Desde el momento en que nací, tu haz llenado mi vida de ilusiones, escollos, dificultades, alegrías y metas, y me haz enseñado que con tu ayuda se puede hacer todo Señor,

Agradezco que con tu infinita misericordia me dieras un poco de entendimiento, para comprender todo lo que me enseñaron, paciencia y sabiduría para analizar y desarrollar todo cuanto aprendía.

Y por último y más importante, te pido que me des un poco de humildad para poder ayudar y dar a conocer lo que con tu ayuda he aprendido.

Claudia Darina Melara de Garay.

AGRADECIMIENTOS

Deseo agradecer y dedicar este triunfo primeramente al Señor Jesucristo por concederme el culminar mi carrera, sabiendo que todo Don perfecto viene de Dios y reconociendo que todo lo que tengo y todo lo que soy es por su infinito amor.

También quiero agradecer a mis padres que son un regalo de Dios, a mis hermanos y amigos que siempre me apoyaron y ayudaron para alcanzar mi objetivo.

” Bendice alma mía a Jehová y bendiga todo mi ser su Santo Nombre... Y no olvides ninguno de sus beneficios.” Salmo 103: 1y2

Dilsia Rosmery Rodríguez Lara

INDICE

CAPITULO I

MARCO TEORICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA

CONTENIDO	PAGINA
INTRODUCCIÓN	i
1. MARCO TEORICO	1
1.1 Marco conceptual	3
1.2 Tipos de inflación	3
1.2.1 Inflación abierta	3
1.2.2 Inflación galopante	3
1.2.3 Inflación importada	4
1.2.4 Inflación internacional	4
1.2.5 Inflación latente	4
1.2.6 Inflación reprimida	4
1.2.7 Inflación reptante	5
1.3 Índice de inflación	5
1.4 Índice de precios al consumidor	6
1.5 Como medir la inflación	7
1.5.1 Consideraciones sobre los índices de precios	9
1.5.2 Indicadores para medir la inflación	11
1.6 Canasta de mercado	12
1.6.1 Generalidades de la canasta de mercado	13

1.6.2 Características de la canasta de mercado	15
CONTENIDO	PAGINA
1.6.3 Importancia de la canasta de mercado	16
1.6.4 Criterio para determinar los productos que conforman la canasta de mercado	17
1.6.5 Aspectos regulativos de la canasta de mercado	18
1.7 Efectos económicos que resultan de la inflación	19
1.7.1 Factores internos de la economía	19
1.7.2 Factores externos de la economía	24
1.8 Distribuidores de refrigeradoras	26
1.9 Variación en los precios de las refrigeradoras y productos sustitutos	27
1.9.1 Diferentes tipos de precios de venta	29
2. MARCO HISTORICO	30
2.1 El gobierno y la inflación	31
2.2 Inflación y papel moneda	31
2.3 Inflación internacional	32
2.4 Inflación en El Salvador	33
2.5 Variación del índice de inflación según diferentes instituciones para los años 2000-2001	36
3 MARCO LEGAL	37
3.1 Política monetaria	37

3.2 Política fiscal	38
3.3 Constitución de La República de El Salvador	40
CONTENIDO	PAGINA
3.4 Ley de protección al consumidor	42
3.5 Impuestos aduanales y tributarios para importación del producto refrigeradora	43

CAPITULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1 GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	45
1.1 Importancia de la investigación	45
1.2 Objetivos de la investigación	47
1.2.1 Objetivo general	47
1.2.2 Objetivos específicos	48
1.3 Delimitación del problema	48
1.3.1 Delimitación espacial	48
1.3.2 Delimitación social	49
1.3.3 Delimitación temporal	49
1.4 Limitantes de la investigación	49
1.5 Alcances de la investigación	51
1.6 Metodología de la investigación	52
1.6.1 Tipo de estudio	52
1.6.2 Población en estudio	53

1.6.3 Tamaño muestral	53
-----------------------	----

CONTENIDO	PAGINA
2 MÉTODOS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	54
2.1 Métodos y técnicas de la investigación	54
2.2 Fuentes de recolección de datos	55
2.3 Instrumentos de captación de datos	56
2.4 Prueba piloto	57
2.5 Operación de campo	57
2.6 Consistencia y procesamiento de datos	58
2.6.1 Consistencia de la información	58
2.6.2 Procesamiento de los datos	59
3 EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA	60
3.1 Análisis y presentación de resultados	61

CAPITULO III

DETERMINACION DE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA SUBGRUPO EQUIPAMIENTO Y UTENSILIOS PARA EL HOGAR, PRODUCTO REFRIGERADORA EN EL ÍNDICE DE INFLACIÓN EN LA ZONA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

1. GENERALIDADES	69
------------------	----

1.1 Importancia de la refrigeradora	69
1.2 Comportamiento histórico de los índices del producto refrigeradora	70
CONTENIDO	PAGINA
1.3 Determinación de la importancia del precio de la refrigeradora en el índice de inflación	80
1.3.1 Definición de variables	80
1.3.2 Derivación de la fórmula	82
1.3.2.1 Desarrollo de la fórmula	84
1.3.3 Determinación de la importancia del precio de la refrigeradora en el índice de inflación	86
1.3.4 Efectos sobre el poder adquisitivo	90
1.4 Propuesta metodológica	94
1.4.1 Objetivo de la propuesta metodológica	94
1.4.2 Parámetros	94
1.4.3 Propuesta de un nuevo IPC	100
1.4.4 Construcción de la canasta del IPC	104
1.4.5 Criterios de selección de productos para la canasta del IPC	107
1.4.6 Selección de lugares para la toma de precios	108
1.4.7 Ventajas del nuevo IPC	110

1.4.8 Nueva canasta de bienes	111
1.4.9 Programa permanente de actualización	115
2. CONCLUSIONES	118
FUENTES DE CONSULTA	119
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

La inflación es un problema que atañe a todos los países del mundo, unos en mayor grado que otros, esto se debe al grado de avance económico, el manejo de las finanzas públicas, el alto grado de inversión nacional y extranjera, etc. Todos estos aspectos impactan de manera directa en la economía creando procesos inflacionarios en donde los gobiernos buscan medidas alternativas que ayuden a minimizar el incremento en la subida de los precios, ya que es como una cadena que día a día va creciendo y normalmente no se detiene a menos que los gobiernos trabajen arduamente para equilibrar las economías.

La presente investigación se refiere específicamente al índice de precios al consumidor del producto refrigeradora, en la zona Metropolitana de San Salvador.

Es importante mencionar que inflación es un incremento continuo de los precios en los productos y es en base a ello que se realizará la pesquisa. El Salvador en el año 2001, se vio inmerso dentro de un entorno bastante difícil, tanto interno como externo, comenzando con el golpe de los terremotos, la baja en los precios del café, sequías, fluctuaciones en el precio del petróleo y por último el problema del ataque sufrido en Estados Unidos, esto agudizó los problemas de índole económicos, sin embargo es de hacer notar que El Salvador, ha tratado de mantenerse con un incremento económico del 1.5%

esto se debe a la ayuda en inversión extranjera, y las remesas familiares, que si bien es cierto no cubren todas las necesidades de la población, en gran medida ayudan a palear los grandes problemas económicos que enfrentó el país durante el año 2001.

El desarrollo de este documento en el capítulo I, radica en dar a conocer en primer lugar que es una canasta de mercado, cual es su importancia dentro del IPC y como impacta la participación de los distintos productos que la conforman para la determinación del mismo IPC.

En el capítulo II se presenta la metodología utilizada para la investigación, el objetivo de la investigación es determinar en que medida la variación de los precios del producto refrigeradora incide en la construcción del índice de precios. Además se enumeran las limitantes y los alcances de la investigación.

En el capítulo III se presenta una propuesta metodológica el cual tiene por objeto la creación de un nuevo IPC más actualizado y más acorde a la economía actual de mercado.

CAPITULO I

MARCO TEORICO Y CONCEPTUAL DE REFERENCIA

1. MARCO TEORICO

1.1 Marco conceptual

Se conoce la inflación como la enfermedad que desgasta el valor del dinero, y es un proceso acumulativo, es decir que una vez puesta en marcha se autoalimenta, de forma general se puede decir que la inflación es el alza generalizada en el nivel de los precios o la elevación en el tipo de cambio de las divisas extranjeras, el financiamiento de un nivel creciente de salarios, también un aumento de la renta total de la sociedad.

Lo esencial de la inflación reside en que se trata de un desequilibrio en el mercado en la cual aumenta una de las corrientes la monetaria, y no aumenta por lo menos en la misma proporción la del dinero real, dicho lo mismo de otra forma, es que origina un desequilibrio en el incremento de la demanda en general.

Según el economista K. KURIHARA, expone la inflación como “ La Brecha inflacionista es un exceso de gastos anticipados sobre una producción total

disponible a precios base”¹ lo cual significa que la alza de precios de carácter inflacionario tiene un origen de tipo monetario o sea producido por una expansión generalizada de la demanda.

Otro autor la define como “Aumento continuo y permanente de los precios. Es equivalente a una pérdida continua y permanente del valor del dinero”²

Además se puede mencionar que la inflación es un aumento desproporcionado del circulante en relación con el aumento de bienes producidos. El aumento de circulante puede ser por medio de papel moneda, créditos, emisión de bonos o valores del estado, el alza de precios es un reflejo de inflación.

También es un aumento general de precios que se refleja en una baja del poder adquisitivo del dinero. Al decir alza general, nos referimos a que productos y servicios tales como habitación, comida, vestuario, transporte y demás bienes de uso diario y común, suben de precio.

La baja en el poder adquisitivo del dinero, debido a una abundancia del circulante en relación con los bienes que existen en el mercado.

¹ Dornbusch.Fisher Macroeconomía 3era. Edición editorial McGraw-Hill México 1985

² Cortes Hernan Economía : Principios y Problemas.1era edición ediciones Universidad Católica de Chile 1982, pág. 187

La inflación se manifiesta por medio de un alza causada de los precios, un déficit demasiado elevado de la balanza de pagos, escasez de bienes y servicios, que va aumentando al mismo ritmo que la inflación.

Algunos de los efectos que podría manifestarse debido a la inflación son: Alteración en los recursos productivos, impuesto general, la escasez, desanima y destruye el ahorro y la especulación en el terreno económico.

1.2 Tipos de inflación

1.2.1 Inflación abierta

"La que ya es palpable"³; es decir que ya se está viendo o tocando con las manos, es evidente y se siente.

1.2.2 Inflación galopante

"Se da este tipo de inflación cuando el desequilibrio entre oferta y demanda adquiere tal magnitud que los precios se disparan hacia arriba en proporción notable, se le llama también hiperinflación"⁴.

Esto es consecuencia de la llamada espiral inflacionista en la que los incrementos de precios y salarios se influyen mutuamente y de forma continua la cual puede alcanzar a más del 50.% de incremento mensual.

³ Ibid. Pág.212

⁴ Enciclopedia Autodidáctica Océano grupo editorial Océano ediciones Océano S.A. vol. 3 año/98 pág. 749

1.2.3 Inflación importada

"Se habla de inflación importada cuando las causas de la inflación son ajenas al sistema monetario nacional, esto sucede cuando suben los precios de las materias primas, y artículos manufacturados que necesita importar un país, cuando el país importa en grandes cantidades y tienen un saldo a favor o superávit y cuando hay una gran afluencia de capitales de otros países en un corto período de tiempo"⁵.

1.2.4 Inflación internacional

"Es un aumento de los precios mundiales. Es decir que hay una relación de precios entre los bienes nacionales y el resto del mundo y depende en gran medida por el tipo de cambio de las monedas"⁶.

1.2.5 Inflación latente

"Cuando se encuentra disimulada y aún no ha sido puesta en evidencia".⁷

1.2.6 Inflación reprimida

"En ella, a pesar del desequilibrio del mercado, el gobierno congelando precios y salarios consigue eliminar temporalmente la subida de los precios"⁸

⁵ Pazos Luis, Ciencia y Teoría Económica, Editorial Diana México, pág.252 y 253

⁶ Cortes Hernan op. cit pág. 223

⁷ Pazos Luis op. cit. pág. 249

⁸ Enciclopedia Autodidactica op. cit pág. 749

1.2.7 Inflación reptante

“Este tipo de inflación se caracteriza por un alza suave pero constante en los niveles de precios”⁹. Es tolerable y no es percibida por el grueso de la población.

1.3 Índice de inflación

Existen diferentes alternativas para aproximarnos a la medición del proceso inflacionario, éste lo podemos determinar o definir en cada una de las fases de la comercialización, ya que en cada una de ellas se incrementa uno a uno los valores del mercado.

En el caso de El Salvador que en su mayoría importa materias primas o productos terminados esto ingresan con inflación internacional o inflación importada, lo cual afecta la economía nacional porque incrementa el precio de los productos, esto sumado a todos los costos y gastos durante el proceso de producción como mano de obra, incremento en el pago de transporte por aumento en el precio de la gasolina, impuestos varios como luz eléctrica y otros.

Todo esto genera inflación la cual se vive a diario y puede ser medida durante todo el proceso de producción desde que es introducida al país como materia prima, hasta el momento en que el consumidor final adquiere el producto para

⁹ Id.

su consumo sumandole además a este todos los gastos del establecimiento que ha adquirido el producto para su distribución y venta en el mercado.

1.4 Índice de precios al consumidor

"El índice de precios al consumidor es el indicador que expresa el costo de una canasta de bienes y servicios de consumo, comprados por una familia representativa."¹⁰

Entre diferentes alternativas estudiadas para la estimación de este número índice, la metodología que ha tenido la aplicación práctica más generalizada es la que lleva implícita la fórmula de Laspeyres, en razón de su bajo costo y la propiedad de permitir su cálculo, manteniendo fijos el tipo y las cantidades consumidas de artículos que conforman la canasta en el período base, lo cual significa que las variaciones detectadas en el costo de esta última se deberán únicamente a cambios en los precios y en los patrones de consumo.

Como consecuencia de lo anterior las variaciones del índice indicarían más bien los cambios en el costo de la canasta cuya estructura responde a los patrones de consumo del año base y no reflejarían a plenitud la elevación en el costo de vida del consumidor si dichos patrones cambian con el tiempo lo cual es altamente probable en períodos de deterioro de los salarios reales, puesto que

¹⁰ Melgar Oscar, Guía para elaborar anteproyecto de graduación UTEC 2001 SS pág.2

en estos casos el consumidor generalmente tiende a dar prioridad al consumo de los bienes y servicios más esenciales, que son precisamente los que experimentarían una mayor tendencia inflacionaria como consecuencia de su mayor tendencia.

Las principales limitaciones de diseños basados en la metodología de Laspeyres son derivadas entonces de la dificultad de registrar en el corto plazo el efecto sustitución que ocurre al readecuarse el consumo y trasladarse la demanda hacia bienes sustitutos ante incrementos de precios de los bienes que constituyen la canasta de mercado en períodos marcadamente inflacionarios.

1.5 Como medir la inflación

Para medir la inflación se puede hacer en base a tres índices:

- Índice de Precios al Consumidor IPC
- Índice de Precios al por Mayor IPM
- Índice de Precios Deflactor (Triplicador del Producto Bruto IPDTPB)

Para efectos de estudio es importante mencionar que el IPC se calcula utilizando la formula de LASPEYRES MODIFICADA¹¹

¹¹ Melgar Oscar, op.cit. Pág 5

$$I_{n,0} = \frac{\sum P_{n,i} q_{0,i}}{\sum P_{0,i} q_{0,i}} * 100$$

En donde:

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

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

$q_{0,i}$: Cantidad del rubro i en el período base

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

Índice de Precios al Por Mayor (IPM):

"Se diferencia del IPC, al incluir las materias primas y bienes semiacabados.

Además tiene por objeto medir los precios de una fase anterior del sistema de distribución"¹²

Adicionalmente el IPM, incluye productos exportados que son consumidos fuera del mercado nacional.

La información sobre precios que se utiliza para su cálculo no es la que se genera en las transacciones del consumidor final, sino los precios a los que se

¹² Melgar Oscar, op. Cit. S/n

compran y venden los diferentes bienes y servicios en cantidades importantes durante las primeras transacciones comerciales, es decir los precios al por mayor. En este sentido un cambio en el IPM puede dar señales de que un cambio en el IPC va a suceder poco tiempo después.

Indice de Precios Deflactor (IPD):

" Consiste en enlazar la serie de producción o de precios multiplicando las tasas de crecimiento entre un período o el siguiente"¹³

El deflactor implícito del IPB (DI) es un índice de precios estrechamente ligado a las cuentas nacionales que nos permite calcular el crecimiento real de una economía y sus niveles de inflación. En periodos inflacionarios la producción de un país valuada a los precios corrientes que prevalecen en el mercado, presenta una significativa tendencia al crecimiento aunque físicamente no sufra cambio alguno.

Dicho de otra manera se contabiliza un crecimiento aparente de la producción, expresada en colones, pero el mismo se explica por el aumento de los precios y no por un aumento real de dicha producción.

1.5.1 Consideraciones sobre los índices de precios.

Los índices analizados IPC, IPM Y IPD reflejan variaciones en los precios de diferentes grupos de bienes y servicios. Si es cierto se ha difundido más el uso

¹³ Id.

del IPC como indicador de la inflación la decisión de cual de ellos es el más adecuado para medir dicho fenómeno dependerá del objeto del estudio del investigador. Así por ejemplo, si lo que se busca es medir la pérdida en el poder adquisitivo del consumidor será mas adecuado el uso del IPC pero si se intenta medir el impacto de un aumento en el precio del petróleo sobre la economía será más conveniente analizar primero el IPM que incluye insumos importados y después del IPC y el ID cuando los incrementos se materialicen en los costos de producción y por tanto en los bienes de consumo.

Las diferencias en las estimaciones sobre inflación a partir de los distintos índices, no deberían ser significativas ya que la magnitud de los cambios en los precios ante la presencia de procesos inflacionarios en la economía tendrían que reflejarse en proporciones aproximadas en cada uno de los índices descritos.

Algunas limitaciones o debilidades que los índices de precios experimentan, son generadas al estar sustentadas con técnicas estadísticas como el muestreo; por ejemplo una de las críticas mas frecuentes a estos números índices es que no son indicadores exactos de la inflación, precisamente por que la información sobre el cambio de precios se refiere solo a la muestra de bienes y servicios que conforman la canasta de mercado y no con base en la totalidad de compras y transacciones efectuadas por los consumidores y que el error muestral presente podría afectar ligeramente los resultados.

Otra fuente de error podría originarse durante la recolección de datos al reportar datos incorrectos dados por los establecimientos visitados o por errores de anotación de los recolectores de información.

En relación a la periodicidad con la que deben calcularse estos índices es necesario mencionar que el nivel de precios en una economía es un concepto de “stock” y no de “flujo” lo cual significa que en cada instante del tiempo puede haber un nivel de precios diferente.

Como consecuencia de lo anterior los índices de precios podrían tabularse teóricamente en una diversidad de periodos como: días, semanas, quincenas, meses, años, etc. Sin embargo son tabulados con ciertas limitaciones económicas y técnicas de acuerdo a los objetivos para los que se han diseñado.”¹⁴

1.5.2 Indicadores para medir la inflación

1. Tasa de inflación mensual

Se comparan los precios investigados y actualizados de un mes en relación con el mes anterior del mismo año.

¹⁴ Cruz Hernández, Carlos Mario, Cáceres Juan José, El estudio de la canasta básica en El Salvador. San Salvador, Abril 1995, Pag.63

2 Tasa de inflación acumulada del año

Se comparan los primeros seis meses de enero a julio del 2001 con relación al mes de diciembre del 2000.

3 Tasa de inflación anual punto a punto

Se comparan los precios del mes de julio /01 en relación con el mes de junio/00, en otras palabras se establece una comparación entre el mes presente con relación al mes del año anterior.

4. Tasa de inflación promedio anual

"Se compara el promedio hasta el mes de julio del 2001, con el mes de junio del 2000, y este a su vez con el promedio de mayo del /99"¹⁵

1.6 Canasta de mercado

La canasta de mercado del IPC, se estableció con la encuesta nacional de ingresos y gastos de hogares urbanos, entre el período de abril de 1990 a marzo de 1991.

Según los datos proporcionados por la encuesta el gasto promedio a diciembre de 1992 es de ¢ 3,160.39 y esta conformado por cuatro grupos principales que son:

¹⁵Melgar Oscar, op. cit s/n

PRODUCTO	BIENES Y SERVICIOS	GASTO BASE	PONDERACION
ALIMENTOS	78	1,313.38	41.56%
VESTUARIO	53	223.05	7.06%
VIVIENDA	35	728.30	23.04%
MISCELÁNEOS	75	895.66	28.34%
TOTAL	241	3,169.39	100.00%

Fuente: Melgar Oscar, Guía para elaborar Anteproyecto de Graduación UTEC 2001 S.S. pág. 14

La canasta de mercado se forma a partir de una canasta base en donde se mide la capacidad de compra por familia es decir que se establece en base a los ingresos de la misma; para ello se establece una muestra significativa la cual consta de 241 productos, en donde se toma en cuenta tanto el área urbana como rural. Sin embargo para efectos de estudio la universidad tecnológica ha considerado trabajar con 62 artículos los cuales a su juicio son los de mayor porcentaje de participación en el mercado.

1.6.1 Generalidades de la canasta de mercado

Dentro de la gran gama de aspectos que encierra la economía nacional, existe uno sumamente fundamental para el mantenimiento de la misma, esto es: La canasta de mercado. Lo anterior se confirma con el hecho de que dentro de las metas mínimas que el gobierno central tiene, está el lograr mantener los niveles adecuados de oferta de los productos que la forman, y que los precios de esta

estén dentro de los márgenes posibles de todos los habitantes del país, ya que la inaccesibilidad a los productos de la canasta de mercado por la mayoría de los consumidores haría elevar en grado superlativo la crisis económica nacional.

La canasta de mercado en su aspecto global, es uno de los termómetros o indicadores más grandes del nivel económico existente en un país.

El término de canasta de mercado, es manejado por el departamento de Estadística y Censo del Ministerio de Economía, como “Canasta de mercado” que comprende los artículos de servicios elementales para la supervivencia de una familia promedio en nuestro país.

En cambio, el centro para la defensa del consumidor maneja este término como “Canasta mínima familiar” estipulado para un promedio familiar de 4 a 5 personas la cual es definida como todos aquellos productos y servicios esenciales ya sea alimentos o artículos de primera necesidad así como también servicios públicos y aquellos servicios que satisfagan las necesidades primordiales de la comunidad.

Según el centro para la defensa del consumidor el término del índice de precio al consumidor (IPC) se empezó a manejar a partir de 1978 con lo cual por

medio de un mecanismo sistematizado, se inicio a medir la inflación, utilizando como guía los productos contemplados dentro de la canasta básica .

1.6.2 Características de la canasta de mercado

- La canasta de mercado tiene diferentes aplicaciones de acuerdo a los intereses institucionales sean estos de tipo social o económico.
- Se aplica en la estimación de necesidades alimentarias a nivel nacional y en proyecciones de la población.

En este caso las cifras corresponden al mínimo que la población debería disponer para cubrir sus requerimientos alimentarios.

- Permite la identificación de brechas alimentarias a nivel de población, al comparar las necesidades alimentarias con la disponibilidad alimentaria para consumo humano.
- Con base en lo anterior, se pueden diseñar y proponer políticas orientadas a diversos aspectos, tales como: Producción, importación, exportación y comercialización interna de alimentos.
- La canasta de mercado constituye un instrumento valioso de referencia para el consejo nacional de salario mínimo, en la determinación de tarifas salariales en los diferentes sectores. “Considerando que a la fecha el

salario mínimo es de ¢1,260.00 y según acuerdo del mismo consejo no recibirá ningún cambio”¹⁶.

- El costo de la canasta de mercado ha sido utilizado para cuantificar e identificar a los grupos de población en condición de pobreza y extrema pobreza, con el propósito de analizar la magnitud de este problema; y para poder tomar medidas que tiendan al bienestar de la población en general.

1.6.3 Importancia de la canasta de mercado

La canasta de mercado ha sido utilizada como parámetro de referencia en diversas ocasiones. En 1983, cuando se actualizó el diagnóstico alimentario nutricional de El Salvador, esta se actualizó como base para estimar las necesidades nacionales de los alimentos básicos, las que comparadas con las cifras de disponibilidad permitieron identificar el déficit en algunos de esos alimentos. En el plan nacional de alimentación y nutrición 1985-1989, se utilizaron dos opciones de la canasta de mercado calculada en 1983 para estimar los déficits alimentarios.

El Ministerio de Planificación y Coordinación del Desarrollo Económico y Social (MIPLAN) ha utilizado los costos de la canasta de mercado como parte de los indicadores sociales y además, en 1990 realizó un análisis del

¹⁶ La Prensa Gráfica, No aumentará salario mínimo, miércoles 6 de febrero del 2002

comportamiento de 1989. En la actualidad el Consejo Nacional de Salario Mínimo ha venido usando dicho costo como referencia para determinar las tarifas salariales.

Como se observa la canasta de mercado constituye un instrumento de importancia en el proceso de la planificación alimentaria, por lo que ante los intereses y experiencias de los usuarios, el ministerio de salud pública considero oportuno revisar el contenido de la canasta de mercado, tomando en cuenta que se dispone de información actualizada sobre el patrón de alimentos, no solo a nivel nacional sino también por área de residencia, metropolitana, resto urbano y rural.

1.6.4 Criterio para determinar los productos que conforman la canasta de mercado.

La canasta de mercado fue actualizada con base a criterios técnicos y conforme a las necesidades de los usuarios de este instrumento.

Entre los criterios económicos se tomo en cuenta la calidad nutricional de la dieta propuesta, el patrón alimentario de la población salvadoreña, las necesidades energéticas (calóricas) de la población de referencia, la disponibilidad nacional y los precios de los alimentos.

Las necesidades de los usuarios fueron identificadas mediante una encuesta realizada en 1990 entre las personas de instituciones nacionales y de

organismos internacionales que de una u otra forma hacen uso de la canasta de mercado.

De acuerdo a las sugerencias señaladas por los usuarios y los criterios técnicos indicados anteriormente, se elaboró en 1990 una propuesta de canasta de mercado a nivel nacional y por área de residencia.

1.6.5 Aspectos regulativos de la canasta de mercado.

La canasta de mercado esta regulada, establecida y protegida por el gobierno, de una forma muy cuidadosa y hasta técnica.

En este control gubernamental participa el Ministerio de Economía por medio de la Dirección General de Protección al Consumidor, el Ministerio de Planificación y hasta el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, quien contribuyo a establecer la canasta de mercado actual.

Dentro de las leyes que regulan la canasta de mercado se puede mencionar la ley de protección al consumidor, que toca ciertos aspectos relacionados con el comercio de los productos de la canasta de mercado mas específicamente en cuanto a sanciones por pesos y medidas, sanciones a los acaparadores.

También la Dirección General de Estadísticas y Censos tiene un instructivo en donde se da un listado de los productos que conforman la canasta de mercado, su porcentaje de consumo y sus indicadores de precios.

1.7 Efectos económicos que resultan de la inflación

1.7.1 Factores internos de la economía

- Alteración en la detención de la riqueza

En términos general se puede definir como retener lo que no es suyo, es decir que este es un factor que favorece a los deudores a expensa de los acreedores, además favorece a los que tienen ingresos variables y afecta directamente a las personas que gozan de un salario fijo.

Esto significa que las empresas encargadas de las finanzas o actividades crediticias se ven beneficiadas al dar créditos a tasas de interés alto, generando riquezas al mismo propietario y el asalariado se ve afectado al tener que pagar tasas de interés altas que en muchas ocasiones le causa la pérdida no solo de su salario fijo sino también de sus propiedades.

- Incremento en impuestos generales

El incremento en los impuestos es una forma oculta que utilizan los gobiernos para hacer uso del dinero de la población, es decir que a través de los impuestos utiliza el ahorro de las familias, esto para dar vías alternas de solución a los problemas inflacionarios.

Según La Prensa Gráfica: " recaudación apoyó el incremento en los ingresos corrientes del gobierno se basó en un aumento de la recaudación de impuestos.

El 90 por ciento provino de los ingresos tributarios, que registraron un incremento del 58.1 millones de dólares.

El impuesto a la transferencia de bienes muebles y prestación de servicios IVA representa el 54.7 por ciento de la recaudación tributaria, la renta el 32.1 por ciento, los aranceles el 9.3 por ciento y los impuestos por consumo y transferencias el 3.9 por ciento"¹⁷

Con esto se pone de manifiesto que los gobiernos buscan solucionar los problemas económicos a través de la vía del uso de impuestos, lo cual genera descontento entre la población, sin embargo en países subdesarrollados no hay medidas que permitan generar economías más sólidas con programas económicos más reales y no basados en incremento de impuesto que afecten el bolsillo de la población.

- Alteración de los recursos productivos

"Por falta del cálculo en los costos y el clima de incertidumbre, muchas empresas dejan de producir o alteran su producción"¹⁸.

"El organismo dependiente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), explicó que durante este año las economías de la región han tenido que desempeñarse en un escenario crecientemente hostil, con una rápida

¹⁷ Prensa Gráfica, Gobierno Sigue Gastando más de lo que recibe, martes 30-10-2001, pág.4b

¹⁸ Pazos Luis op. cit. pág. 251

desaceleración del comercio mundial y de la economía Norteamericana y la caída de los precios internacionales de las materias primas.

Entre los coletazos que incidieron en esta fuerte baja están las caídas de las bolsas mundiales y la incertidumbre posterior a los atentados terroristas del 11 de septiembre en Estados Unidos.

A ello se suman además los desastres naturales como los dos terremotos en El Salvador"¹⁹

- Escaséz

Esto es consecuencia del aumento en la demanda excesiva en el mercado, cuando se supone nuevas alzas de precios en los productos principalmente de la canasta básica debido a la especulación, el consumidor final tiende a comprar más en espera de un nuevo incremento de los precios ocasionando que efectivamente suban los precios por el exceso de demanda existente.

- Desanima y destruye el ahorro

Cuando la inflación es mayor que la tasa de interés que ofrecen las empresas financieras, la población opta por no ahorrar.

¹⁹ Prensa Gráfica, PIB de América Latina del 0.5%, Jueves 20-12-2001, pág.53

- Especulación en el terreno económico

Se da cuando los inversionistas especulan en espera de nuevas alzas de precios invirtiendo en diferentes sectores de la economía, que a la larga genera descontento al no obtener los beneficios esperados.

Como ejemplo: " la OPEP se disponía ayer a reducir su producción en un 6.%, cuando varios ministros petroleros apoyaron la medida pese a que deseaban mayores reducciones de parte de productores extra- OPEP el Ministro del petróleo de Arabia Saudí, Alí Naimi, dijo que seguramente la OPEP recortará su producción oficial en 1.5 millones de barriles diarios. Los recortes entrarían en efecto el 1 de enero y se mantendrían por seis meses, dijo el funcionario a la prensa.

La OPEP espera impulsar los altos precios del crudo mediante el recorte a la producción. Una reducción general en la actividad económica mundial había comenzado ya a abatir los precios antes de los atentados terroristas del 11 de septiembre en Estados Unidos"²⁰

- Desempleo

Con el desempleo se reduce la inflación sin embargo este es un fenómeno contradictorio de tal suerte que si no se aplica adecuadamente esta política, sus efectos pueden invertirse considerablemente.

²⁰ El Diario de Hoy, OPEP evalúa subir precios del petróleo, viernes 28-12-2001, pág. 39

La reducción del desempleo requiere de una estrategia sostenida de crecimiento económico elevado para evitar inflación. Por otro lado el desempleo elevado ejerce un fuerte efecto amortiguador sobre la inflación haciendo que esta disminuya paulatinamente.

En la economía se producen discrepancias entre precios y salarios lo cual crea un problema político para decidir con cuanto desempleo obtener un equilibrio entre esta y la inflación.

Por tanto el gobierno se ve en la difícil tarea de gestionar políticas económicas que aplaquen los efectos secundarios por una mala aplicación de las medidas correctivas en el presupuesto gubernamental.

Por ejemplo: el continuo y excesivo despido en el sector maquilero y gubernamental: " Este es el segundo caso que se reporta en la semana de despidos en el sector maquilero, ya que la empresa Laitex dejo sin empleo a más de 400 trabajadores. El hecho lo investiga el Ministerio de Trabajo"²¹

" La tasa de desempleo aumentó en el presente año según lo detalló la CEPAL debido a la conflictiva situación económica de la región"²²

²¹ El Diario de Hoy, Siguen los despidos en el sector maquila, Jueves 10-01-2002, pág.31

²² La Prensa Gráfica, Empleos afectados por bajo crecimiento, jueves 20-12-2001, pág.54

1.7.2 Factores externos de la economía

- Desequilibrio en la balanza comercial

El Salvador importó 280.6 millones de dólares más de lo que exportó durante el tercer trimestre del año, una brecha de 23.9%. Para FUSADES, representa una balanza comercial muy negativa.

El saldo negativo fue empujado por una combinación de factores. El costo para importar aumentó en un 7.8% y se registro una contracción en las exportaciones 1.7% el ingreso por las exportaciones tradicionales como café, camarón y azúcar cayeron en un 42.7%. El volumen de las ventas al extranjero de camarón y azúcar si aumentaron, pero su precio en el mercado internacional decayó.

En particular, la crisis del café a producido daños sensibles en la balanza comercial, luego de que su precio en todo el mundo se viniera abajo.

Los terremotos de principio de año golpearon a las exportaciones, un sector que también se vio perjudicado por las condiciones desfavorables de la economía mundial, principalmente la de Estados Unidos.

Además el mercado Centroamericano esta pagando las consecuencias de la inestabilidad política y social de Guatemala.

- Atracción de importaciones suplementarias

Las importaciones suplementarias son un complemento a la economía de cualquier país ya que esto permite la libre competencia debido a factores como calidad, cantidad y precio , a través del Tratado de Libre Comercio (TLC) el gobierno persigue no solo poder exportar los productos nacionales, sino obtener un mercado diversificado en donde el equilibrio entre oferta y demanda permita mantener una inflación moderada, ya que al ingresar productos de mejor calidad y a más bajo precio, los productores nacionales deben equipararse con los países oferentes para poder competir y mover sus productos en el mercado, ya que como bien es sabido que el mejor mediador del mercado es el consumidor final ya que tiene la opción de comprar en donde se presente la mejor oferta.

- Fuga de capitales

En los casos en donde los países enfrenta problemas de orden políticos como guerras, naturales como terremotos, económicos etc. La inversión extranjera disminuye o desaparece ya que la incertidumbre por los problemas subsiguientes ocasionan que los inversionistas pierdan la confianza y no incrementa su producción y en muchos casos se retiran del mercado.

En el caso de El Salvador, en el período de la guerra, sumando el terremoto de 1986, luego en la década de los noventa los problemas de sequías y el desastre del Mitch, todos estos problemas crearon incertidumbre entre los inversionistas

extranjeros cerrando sus empresas, por ejemplo en el caso de las maquilas que estaban en esa época que aunque eran pocas, generaban más fuentes de trabajo pero por la misma situación se retiraron del mercado, así se puede mencionar otras empresas como Sears, sin embargo cabe mencionar que hoy en día por la firma de la paz, nuevas estructuras de gobierno, nuevas políticas de inversión, el TLC, etc. Han permitido atraer inversionistas que aumenten los ingresos a través de la creación de nuevas fuentes de trabajo que de alguna forma ayudan a balancear los problemas económicos y sociales de la población salvadoreña.

1.8 Distribuidores de refrigeradoras

El distribuidor de la refrigeradoras cetron es La Curacao de procedencia Mexicana. Además en El Salvador, se hace el ensamblado de la refrigeradora por la empresa Industrias de Centro America (INDECA .)

El ensamblado de la marca super cool, lo realiza la empresa Prado y a la vez distribuye el producto.

La marca Whirpool, es importada como producto terminado y es vendido y distribuido por almacenes Simán.

Las refrigeradoras de General Electric solo tiene presentación de frío seco, a diferencia de las marcas antes mencionadas que son de frío húmedo en su mayoría.

1.9 Variación en los precios de las refrigeradoras y productos sustitutos

En este apartado se pretende dar una idea de la variación de los precios en la venta de refrigeradoras, las cuales se presenta según marca y tamaño que es presentado en pies, obtenidos en diferentes puntos de venta del centro de San Salvador.

MARCA	PRECIO
CETRON DE 16'	¢5,499.00
CETRON DE 11'	4,299.00
CETRON DE 9'	3,599.00
MABE DE 13'	3,999.00
MABE DE 16'	4,499.00
GENERAL ELECTRIC 4'	2,699.00

Fuente: Omnispor sucursal Metrocentro y Almacenes Prado sucursal Centro San Salvador

La venta de refrigeradoras es realizada en diferentes tipos de empresas comerciales, algunas especializadas en venta de electrodomésticos y otras con venta de diferentes líneas de productos.

Las cuales van acordes a las necesidades, gustos y preferencias del consumidor final, ya que no todos tienen la misma capacidad de compra, es decir que la compra la realizan dependiendo de sus ingresos como grupo familiar representativo, es importante mencionar que no toda la población tiene acceso a adquirir una refrigeradora y en otros casos que tiene la posibilidad de adquirir una lo hacen en base al precio más que al tamaño y la calidad, es decir que la población compra para satisfacer una necesidad, la cual puede ser para mantener refrigerados sus alimentos o para poder realizar una segunda actividad como negocios que puede ser cafetería, tienda, venta de productos refrigerados, etc.

Por otro lado hay otra gran parte de la población que no tiene acceso a adquirir una refrigeradora, por una serie de inconvenientes, como pueden ser: sus ingresos no cubren la canasta básica, por tanto no pueden optar por comprar una refrigeradora; en la zona donde viven no hay energía eléctrica entonces no tiene sentido tener refrigeradora; el lugar en donde habita el grupo familiar es muy pequeño y no tiene espacio en donde colocar el electrodoméstico, etc. Es decir hay muchos factores que pueden incidir para no adquirir el producto.

En el caso particular del producto que se investiga que es la refrigeradora marca Cetron de 11' (once pies) frío húmedo (Hace escarcha), en los lugares en donde no tienen acceso a tener el producto existen hoy en día en el mercado muchas alternativas para conservar los productos alimenticios como hieleras, el

empaque tetra pack, el cual permite tener al menos una semana los productos sin refrigeración y sin problemas de descomposición, lo cual ha venido a dar alternativas de solución a la población más desprotegida económicamente hablando.

1.9.1 Diferentes tipos de precios de venta

Los precios están liberalizados y sujetos a libre mercado sin embargo el gobierno siempre ejerce control para determinar en parte los precios que se ponen en juego dentro de la libre oferta permitiendo en algunos casos señalar máximos de precios para el mercado para la canasta de mercado.

- Precios con descuento
- Artículos al contado y al crédito
- Precios al regateo
- Ventas especiales
- Precios de liquidación

2. MARCO HISTORICO

"En el año 1700 A.C. en la época de Aristóteles, el mismo pudo observar como en la ciudad de Siracusa se había desatado un aumento extraordinario de los precios, esto significaba que había inflación pero esto fue causa de una decisión tomada por Platon maestro de Aristóteles, quien ordenó al monarca de esta nación, Dionisio, gastar las reservas de dinero que tenia la ciudad al principio fue bueno, pues reflejó prosperidad sin embargo provocó inflación lo cual trajo consecuencias no muy buenas para esa ciudad"²³.

Han pasado miles de años y la teoría se mantiene cuando dice que “ Un aumento excesivo de la cantidad de dinero genera un aumento sustancial de los precios”²⁴, ahora más que nunca podemos observar que el dinero esta perdiendo su valor cada vez más con la misma cantidad de dinero se pueden comprar cada vez menos bienes y esto es precisamente lo que significa inflación.

Podemos mencionar un ejemplo muy verídico apoyando lo dicho anteriormente que el aumento de dinero provoca inflación en los siglos XV y XVI Europa utilizaba el oro y la plata como dinero y cuando realizaron el descubrimiento de América dotaron el país con grandes cantidades de metales provenientes de

²³ Cortes Hernan op. cit , pág. 223

²⁴ Ibid , pág.187

América, es lógico que incrementó el oro y plata en Europa como nunca antes visto y el resultado fue una gran inflación del 312.% .

2.1 El gobierno y la inflación

La inflación proviene siempre de un aumento excesivo de la cantidad de dinero, los gobiernos imprimen dinero para no recurrir a otras formas de financiamiento de sus gastos y generan inflación.

Con esto no se está diciendo que el imprimir dinero siempre sea inflacionario, no es inflacionario en la medida que se imprima dinero de acuerdo al crecimiento de la producción, el gobierno puede optar por aumentar sus ingresos a través de impuestos pero esta vía es demasiado impopular y cuesta mas manejarla, es por eso que opta por producir dinero creando así inflación.

Lo importante es como financia el gobierno sus gastos, si los financia con impuestos no producirá inflación, pero si los financia imprimiendo dinero, generara inflación.

2.2 Inflación y papel moneda

Los países que utilizan papel moneda, tienen un nivel más alto de inflación que los países que utilizan metales, este argumento se sustenta agregando que

bajo el sistema de papel moneda, es más fácil aumentar el gasto del gobierno imprimiendo dinero. Bajo un sistema en que el dinero es el oro se necesita aumentar los impuestos si se desea aumentar el gasto, un sistema basado en el oro tiene la gran ventaja que no puede ser usado por los gobiernos con propósitos inflacionarios los costos de producir oro establecen un límite al aumento en la cantidad de dinero en el caso del papel moneda no hay límites.

2.3 Inflación internacional

“Hay una relación entre los precios internos y los precios internacionales para cada uno de los bienes ello depende en primer lugar del tipo de cambio, pero también de los costos de transporte de los impuestos de aduana y otras variables”²⁵ Existe inflación internacional porque el mundo tiene cantidades excesivas de dinero sustancialmente más de lo que sería compatible con estabilidad de precios, Estados Unidos por su tamaño y por ser el dólar la moneda internacional es el principal portador de la inflación internacional.

"Es importante mencionar que con base a los índices de inflación para el 2000 El Salvador en América Latina ocupa el cuarto lugar con los índices más bajos considerando siempre la subida en los precios del petróleo.”²⁶

²⁵ Ibid., Pág. 226

²⁶ León de Martínez Ruth Resultados de la inflación durante 2000 Boletín Económico del Banco Central de Reserva dic.2000 pág. 29

2.4 Inflación en El Salvador

A través de la historia El Salvador ha sufrido cambios en su estructura económica, considerando los efectos ocasionados por la guerra sufrida durante doce años, los terremotos, los famosos paquetazos a los que fue sometido el país durante la presidencia del Señor Napoleón Duarte, en fin una serie de acontecimientos de orden político- social que sin duda afectaron la económica nacional.

Cabe mencionar que las economías de los países Centroamericanos han mejorado sustancialmente en la década de los 90's al restaurarse la paz, lo cual ha permitido acelerar las exportaciones de bienes y servicios, implementarse mejoras estructurales en el ambiente macroeconómico, sectorial e industrial, adoptándose medidas que permitan levantar sociedades modernas, democráticas y civiles donde se le de mayor importancia a la igualdad de derechos en cuanto a economía se refiere.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo BID “El Salvador tiene el desafío de poner los ingresos fiscales en línea con los requerimientos crecientes en los gastos públicos, después de haber mejorado considerablemente su situación macroeconómica, esta implementando un buen número de reformas económicas estructurales”²⁷

²⁷ Estudio Sectorial Departamento Regional II BID, jul./98.

Los sectores financieros regionales tienen la capacidad para mejorar drásticamente la atracción de recursos, asumiendo la continuación del proceso de privatización y racionalización no obstante, este proceso todavía se encuentra frenado por los desestabilizadores déficit fiscales, lo cual causa expectativas inflacionarias y fuga de capitales.

Desde 1999, los precios internacionales del petróleo experimentaron alzas significativas, afectando los resultados de la inflación durante el 2000, con un impacto acumulado del 0.2%. lo cual provocó que los precios internos se vieran afectados por incremento en los precios internacionales del petróleo, ajustes y eliminación del subsidio a la energía eléctrica y eliminación de la exención del Impuesto de Transferencia al Valor agregado (IVA) a los productos alimenticios y medicina.

Sin embargo Claudio De Rosa Director Ejecutivo de Asociación de Banqueros Salvadoreños (ABANSA) señaló que "la incipiente recuperación en medio de 2 terremotos, es alentadora, especialmente si se considera que después de desastres naturales, las economías tienden a recuperarse gracias a la inyección de recursos externos y el espíritu emprendedor que busca superar los daños sufridos. De Rosa también detalló que para el año 2001 el análisis económico de la asociación de banqueros obtuvo los siguientes resultados: La inflación en El Salvador al cierre del primer trimestre fue la menor de Centro América: 4.89%, el costo del capital se redujo significativamente, con una tasa de interés

activa ponderada de 10.55% en marzo; esto es menos de la mitad que se cobra en otros países Centroamericanos"²⁸.

Por otra parte es importante mencionar que referente al grupo de productos a investigar, " la inflación del sector vivienda el subgrupo de equipamiento y utensilios para el hogar en donde incluye el producto refrigeradora sufrió un leve incremento del 0.1% tomando como base julio 2001 en relación a diciembre 2000"²⁹

Es importante mencionar que al cierre del año 2001, la inflación fue de 1.4% menor que la registrada a diciembre del año 2000 con un 4.3%, esto debido a factores como una leve baja en los precios de los productos como "bienes de origen agrícola a consecuencia a una buena oferta de estos bienes en el mercado.

Vestuario con una disminución del 0.2%, y misceláneos que agrupa gastos varios con 0.1% caso contrario el costo de vivienda y servicios relacionados aumento un 0.6% en términos generales"³⁰, el incremento de la ayuda en remesa familiar debido a los 2 terremotos de enero y febrero, incremento en ayuda extranjera por la catástrofe, además de los tratados de libre comercio con

²⁸ Revista AMCHAM El Salvador segunda edición 2001 pág. 33

²⁹ IPC DIGESTYC Min. De Economía Julio 2001 pág.1

³⁰ La Prensa Gráfica jueves 10012002, Inflación subió 1.4% en 2001, pág 30

Guatemala y México, aumento de la inversión extranjera, todos estos son factores que ayudaron a que la economía nacional no se viera muy afectada.

2.5 Variación del índice de inflación según diferentes instituciones para los años 2000-2001

INSTITUCION	2000 % INFLACION	2001 % INFLACION
ABANSA	4.89	1.4
ANEP	4.3	1.4
BCR	4.3	1.4
CAM. DE COMERCIO	2.71	1.4
DIGESTYC	4.1	1.4
FUSADES	3.81	1.4

La Cámara de Comercio para el año 2000 presenta el índice de inflación más bajo, debido a que sus datos fueron obtenidos con un promedio tomado de los datos reflejados por diferentes entidades como son: Banco Central de Reserva, Bolsa de Valores, Ministerio de Economía y Ministerio de Hacienda.

Además según los datos que se presentan el índice de inflación para el 2001 cerró con una tasa más baja que la que presentó durante todo el año.

3. MARCO LEGAL

3.1 Política monetaria

Hay una serie de elementos que dan origen a la normativa que rige el comportamiento económico y más aún cuando a materia de inflación se refiere ya que juegan un papel importante muchas variables tanto internas como externas.

Es importante mencionar que cuando la inflación es baja es bueno ya que esto ayuda en gran medida a que los empresarios puedan invertir y generar empleo y a la vez inyectar más movimiento a la economía, para ellos hay tres reglas que dan solución a los problemas:

- Regla monetaria:

"Consiste en que la autoridad se compromete a que la liquidez de la economía crezca en forma estable en el tiempo de un modo consistente con la estabilidad de precios."³¹

- Tipo de cambio fijo:

El gobierno garantiza la convertibilidad de una moneda con valor interno y debe tratar de mantenerlo fijo durante todo el tiempo que se pueda.

³¹ Regla Monetaria Boletín Económico B.C.R. año 8 julio 1995 No.85 pág.3

Para ello se requiere de un mercado laboral flexible y exigente así como también un mercado financiero altamente estable y eficiente.

- Autonomía del banco central:

Esta alternativa puede ser beneficiosa ya que el gobierno y el banco central trabajan por separado de manera que si uno decide algo, el otro puede contrarrestar el ataque con tal suerte que quien se ve beneficiado es el pueblo ya que en este caso se asume que ambas partes trabajan por el bien social de manera que tratan de bajar los índices de inflación hasta el punto que beneficie ambas partes.

3.2 Política fiscal

En economías como la de El Salvador, existe la costumbre que cuando se tiene más se tiende a gastar más, esto es un problema que a la larga ha venido afectando la economía porque genera déficit fiscal, ya que no se puede cubrir las deudas con lo que se tiene, para ello es importante que se implementen algunas políticas como por ejemplo: Incremento en la tasa de interés, incremento en los impuestos, incremento al impuesto de la transferencia de bienes muebles y prestación de servicios (I.V.A.), esto de alguna manera hace que la inversión tanto nacional como extranjera se detenga y es como un ciclo que afecta el crecimiento económico.

Hoy en día se tiene una política de gobiernos más compactos pero mejor distribuidos que permitan el crecimiento del sector privado, ya que el papel del gobierno es más cualitativo, esto indica que es más observador y no actor de la economía.

Sin embargo es de hacer notar las marcadas dificultades que enfrenta el gobierno debido a los problemas coyunturales que enfrenta como el arrastre de 2 terremotos, sequías, deterioro progresivo de las carreteras, generando más déficit económico que si bien es cierto son problemas que deben solucionarse en el corto y mediano plazo obteniendo beneficios a largo plazo es una deuda agregada que el país tiene al hombro y para muestra:

"La inversión pública ha crecido fuertemente en 2001 y se proyecta que siga la misma tendencia en 2002. Esto tiene su lado positivo, en cuanto que es congruente con la necesidad de realizar una política fiscal anticíclica, pero lo negativo es que está siendo financiada en buena medida con endeudamiento"³²

"La caja de ahorros del gobierno se mantiene vacía. Los esfuerzos de reconstrucción generados tras los terremotos ha hecho que se gaste más de lo que tiene, llevando las cuentas del fisco a saldo rojo, además de la

³² La Prensa Gráfica, hay que reducir el Déficit Fiscal, martes 30-10-2001, pág. 6b

desaceleración económica, y otros factores adversos como la caída de los precios del café, explicó Roberto Rivera Campos"³³

3.3 Constitución de la República de El Salvador

Art.1

" El Salvador reconoce a la persona humana como el origen y el fin de la actividad del estado, que está organizado para la consecución de la justicia, de la seguridad jurídica y del bien común. Asimismo reconoce como persona humana a todo ser humano desde el instante de la concepción.

En consecuencia, es obligación del estado asegurar a los habitantes de la república, el goce de la libertad, la salud, la cultura, el bienestar económico y la justicia social."³⁴

Art. 101

"El orden económico debe responder esencialmente a principios de justicia social, que tiendan a asegurar a todos los habitantes del país una existencia digna del ser humano.

³³ La Prensa Gráfica op.cit. pág. 4b

³⁴ Vásquez López Recopilación de Leyes 2000 Constitución de El Salvador pág 1

El estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos. Con igual finalidad, fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores".³⁵

Art. 102

"Se garantiza la libertad económica, en lo que no se oponga al interés social. El estado fomentará y protegerá la iniciativa privada dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y para asegurar los beneficios de ésta al mayor número de habitantes del país".³⁶

Art. 111

"El poder de emisión de especies monetarias corresponde exclusivamente al estado, el cual podrá ejercerlo directamente o por medio de un instituto emisor de carácter público. El régimen monetario bancario y crediticio será regulado por la ley.

El estado deberá orientar la política monetaria con el fin de promover y mantener las condiciones más favorables para el desarrollo ordenado de la economía nacional".³⁷

³⁵ El Diario de Hoy op.cit.pág.31

³⁶ Id.

³⁷ Ibid. Pág. 34

3.4 Ley de protección al consumidor

Art. 1

"La presente ley tiene por objeto salvaguardar el interés de los consumidores, estableciendo normas que los protejan del fraude o abuso dentro del mercado".³⁸

COMENTARIO

Conocer sobre la ley de protección al consumidor, es primordial para todos los ciudadanos, ya que tiene como objetivo proteger los intereses del mismo ofreciéndole de esta manera la oportunidad de poder defenderse de abusos de los vendedores en los diferentes productos que se ofrecen en el mercado.

Hoy en día uno de los problemas más grandes a que se enfrenta la población es el cambio de la moneda de colones a dólares, lo cual afecta de manera directa el bolsillo del comprador, ya que por la falta de conocimiento y de información por parte de los responsables de dicho cambio hace que los vendedores no les vendan productos o en caso de venderles, no les dan el tipo de cambio oficial y esto a corto, mediano o largo plazo beneficia a ciertos sectores y perjudica a la gran mayoría de la población.

³⁸ las Leyes de La República decreto 666 la Asamblea Legislativa de la República de El Salvador, Ley de Protección al Consumidor

Por otra parte hay que recalcar que tanto el Banco Central de Reserva como la Dirección de Protección al Consumidor siempre han manifestado su interés por la población al capacitar a la micro y pequeña empresa sobre tipo de cambio de la moneda sin embargo por los vacíos que presenta la misma ley en la que se ampara el proceso de dolarización y por moverse en el mercado ambas monedas han perjudicado a la población ya que hay muchos establecimientos que no reciben dólares de denominaciones mayores a los veinte dólares, lo cual afecta el proceso de compra y venta de los artículos del mercado, por tal efecto es necesario que los ciudadanos conozcan sus derechos para poder defenderse de los abusos de los oferentes en el mercado.

3.5 Impuestos aduanales y tributarios para importación del producto refrigeradora.

Según información recabada con un agente aduanal, para cualquier ingreso de refrigeradoras en aduana, es necesario cancelar una serie de impuestos como los Derechos Arancelarios de Importación (DAI) el 15.% Costo de Seguro y Flete (CIF) sobre el valor del bien reflejado en la factura proforma y sobre eso el impuesto a la transferencia de bienes muebles y prestación de servicios (IVA) pagadero al estado, haciendo un total del 28.%. Cabe mencionar que en el total de impuestos pagados se tiene derecho al ingreso gratuito de 700 libras por cantidad total del producto recibido.

Es importante mencionar que a partir del 01 de enero del 2002 entró en vigencia el teledespacho o autoliquidación vía internet, y el 14 de febrero comenzó a exigirse a los importadores y exportadores realizar sus operaciones por el sistema, el cual es un sistema informático obligatorio para los importadores en donde tienen que ingresar la declaración de mercadería vía internet, para lo cual existe un software especial para realizar las transacciones.

Para que un importador cumpla con el teledespacho, es necesario que adquiera el software o programa de computación respectivo en la Dirección General de Renta de Aduanas (DGRA), puede adquirirse de forma gratuita el disco compacto con el programa y las claves de acceso las proporciona la Cámara de Comercio.

Esto pretende agilizar las operaciones aduanales a través de la firma electrónica y el certificado digital, para llevar un mejor control en la recaudación de impuestos aduanales y tributarios con el propósito de suprimir la evasión fiscal, y minimizar el contrabando.

CAPITULO II

METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

1. GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Importancia de la investigación

La inflación es un tema importante de estudiar y de investigar, porque sus efectos inciden en todos los aspectos de la vida económica y social principalmente los países en vías de desarrollo, como El Salvador ya que el impacto que genera el incremento en los índices de precios, son palpables en todos los sectores de la economía nacional.

Sin embargo en zonas como San Salvador por ser de mayor movimiento económico, debido a la mayor concentración poblacional y comercial la fuerza con que golpea es más notoria, por esta razón se ha considerado como tema de estudio.

Existen muchos factores macroeconómicos como el desempleo, tasa de interés, oferta monetaria, tipo de cambio, etc. Que ayudan a crear procesos inflacionarios los cuales son necesarios identificar para conocer el efecto que causarán en la realidad social, es decir, todas las personas deben conocer

porque aumenta el precio de los productos ó dicho de otra manera, porque cada día se tiene menos dinero disponible para gastar y el impacto que genera sobre el bolsillo de la población es cada día mayor debido a las fluctuaciones del mismo.

Conocer porque ocurren los incrementos de precios en los productos, es una necesidad para toda la población ya que esto permite hacer juicios de valor con respecto a la realidad económica del país y conocer además la capacidad de compra que tienen las diferentes clases sociales.

Es de suma importancia para los estudiantes, de igual manera para la universidad realizar investigaciones de campo con temas de gran relevancia como la inflación ya que se pone de manifiesto la capacidad de ambas partes en desarrollar análisis de gran envergadura que puedan dar un aporte social que beneficie a toda la población.

Además de poder dar alternativas de solución que propicien cambios significativos en la sociedad, crear una base de datos en la cual se pueda identificar una cantidad real de productos que hoy en día forman parte de la canasta de mercado dando origen a un nuevo índice de precios al consumidor y este a su vez impactará en la formación de nuevos estudios de mercado más orientados a la realidad, ya que la industria y el comercio a través de la

promoción hacen que la población haga uso de nuevos productos que con el tiempo se convierten en parte de su propia canasta de bienes.

Partiendo de todo lo antes expuesto, el propósito del estudio es conocer de una forma objetiva el índice de precios del consumidor actual, tomando en cuenta que el índice de precios se encuentra desfasado en una década lo cual no permite hacer juicios más apegados a la realidad si se considera que además el salario base sobre el cuál se calcula actualmente el índice de precios al consumidor (IPC) es de ¢3,160.39 y el salario mínimo real es de ¢1,260.00 o un 39.86% del salario base con que se calcula dicho índice.

Con esto puede observarse la importancia de realizar estudios de campo para la actualización de la canasta de mercado y obtener un índice de precios al consumidor más cercano a la realidad.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Determinar en que medida la variación de los precios del producto refrigeradoras incide en la construcción del índice de precios del grupo vivienda subgrupo equipamiento y utensilios para el hogar en la zona metropolitana de San Salvador.

1.2.2 Objetivos específicos

1. Establecer un marco de referencia sobre la inflación en los productos refrigeradoras dentro del grupo vivienda subgrupo equipamiento y utensilios del hogar en la zona metropolitana de San Salvador.
2. Investigar la variación de precios de los 62 productos seleccionados que integran la canasta de mercado.
3. Presentar un informe sobre los resultados obtenidos de las variaciones de los precios dentro de los productos que conforman la canasta de mercado, en especial en el grupo vivienda subgrupo equipamiento y utensilios del hogar producto refrigeradora.

1.3 Delimitación del problema

1.3.1 Delimitación espacial

La investigación a realizar sobre el efecto de la inflación en el grupo vivienda subgrupo equipamiento y utensilios para el hogar, producto refrigeradora se desarrollará en la zona Metropolitana de San Salvador, el cual esta conformado por 14 municipios, sin embargo la Dirección General de Estadísticas y Censos para efecto de estudio en la elaboración del cálculo del índice de precios lo hace con base a 10 municipios de los cuales son ocho en San Salvador:

Ayutuxtepeque, Ciudad Delgado, Cuscatancingo, Ilopango, Mejicanos, San Marcos, San Salvador, Soyapango y dos del departamento de La Libertad: Antiguo Cuscatlán y Nueva San Salvador.

1.3.2 Delimitación social

El censo se realizará en establecimientos que venden refrigeradoras en la zona Metropolitana de San Salvador, con base al listado de establecimientos proporcionado por la Dirección General de Estadísticas y Censos. (DIGESTYC) (Anexo 1)

1.3.3 Delimitación temporal

La investigación sobre los índices de precios, tendrá un período de desarrollo de un año comprendido entre el 01 de septiembre del 2001 al 31 de agosto del 2002.

1.4 Limitantes de la investigación

Es importante mencionar algunos problemas a los que se enfrenta el encuestador a la hora de llevar a cabo el proceso del levantamiento de los datos, ya que en la mayoría de los casos el entrevistado tiene dudas referente al encuestador y casi siempre la información que se obtiene no es del todo confiable. Sin embargo a medida que transcurrió el tiempo creció la confianza

entre el encuestador y encuestado logrando que los datos fueran más reales y se pudiera lograr el fin de la pesquisa.

Al inicio de la investigación los errores más frecuentes fueron:

1. Algunas de las direcciones proporcionadas no eran del todo exactas y se perdió tiempo en conseguir el lugar en donde se realizaría el levantamiento de la información, sin embargo a medida que transcurrió el tiempo como ya se conocía el lugar, fue más sencillo.
2. Otro problema es que las personas no querían proporcionar información y se les tenía que ir explicando que era una investigación de la Universidad Tecnológica de El Salvador para la elaboración del trabajo de grado, sin embargo siempre había recelo para proporcionar la información.
3. Cada mes que se visitaban los establecimientos la mayoría eran las mismas personas y en otros a pesar que se tenía la persona responsable no quería proporcionarlos, o no se encontraba, lo que ocasionaba pérdida de tiempo en volver a explicar la situación a otro dependiente del lugar y convencerlo de que colaborará con los datos.
4. En general se puede observar que los problemas en el levantamiento de la investigación fueron mínimos lo cual ayuda a que la información recopilada sea

confiable, considerando que según datos estadísticos el grado de error debe ser mínimo para que la investigación sea confiable y representativa de lo que se quiere presentar.

1.5 Alcances de la investigación

A través de la pesquisa lo que se persigue es:

- ✓ Conocer el impacto que tiene el producto refrigeradora en cuanto a costos en la creación del índice de precios al consumidor.
- ✓ Dentro del grupo de productos seleccionados por la Universidad Tecnológica para la investigación que porcentaje de participación tiene el producto refrigeradora y como afecta la canasta de mercado de una familia representativa.
- ✓ El producto refrigeradora es un producto de primera necesidad o es secundario, cual es su relevancia dentro de una familia representativa y cual es su grado de consumo dentro de la misma.
- ✓ Puede ser la refrigeradora un producto sustituible dentro del mercado.
- ✓ A partir de estos enfoques cual es el aporte para la construcción de un índice de inflación, y como se puede mejorar tal problema.

- ✓ Otro elemento importante es dar alternativas de solución creando programas de control en donde se pueda medir la inflación con datos recientes y no con base a datos que sobrepasan al menos una década.
- ✓ Sugerir una nueva canasta de mercado que proporcione datos más reales en cuanto a los bienes que actualmente consumen las familias representativas con base a su salario real y no al salario sobre el cual se mide la canasta de mercado.

1.6 Metodología de la investigación

1.6.1 Tipo de estudio

El tipo de investigación a realizar es exploratoria no experimental.

Se define como no experimental porque “se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, es una investigación en donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes.”¹

Es decir que este tipo de investigación se basa primordialmente en hechos que ya ocurrieron o que se dan en la realidad.

Además es un tipo de pesquisa longitudinal de tendencias:

Longitudinal: se refiere a realizar cambios a través del tiempo en

¹ Hernández Sampieri, Metodología de la Investigación, 1era Edición, McGraw Hill 1991 pág.189

determinadas variables o en las relaciones entre estas. Entonces "se dispone de los diseños longitudinales, los cuales recolectan datos a través del tiempo en puntos o períodos especificados para hacer inferencias respecto al cambio, sus determinantes y consecuencias."²

Tendencia: "Son aquellos que analizan cambios a través del tiempo en variables o sus relaciones dentro de la población en general"³

1.6.2 Población en estudio

La unidad de análisis será una encuesta dirigida a los propietarios o encargados de los establecimientos que distribuyen los 62 productos de la canasta básica a estudiar según la Universidad Tecnológica de El Salvador previamente asignados y seleccionados de la zona metropolitana de San Salvador.

(Anexo 2)

1.6.3 Tamaño muestral

El sondeo estará orientado a los 10 municipios de la zona metropolitana de San Salvador, de los cuales son ocho en San Salvador: Ayutuxtepeque, Ciudad Delgado, Cuscatancingo, Ilopango, Mejicanos, San Marcos, San Salvador, Soyapango y dos del departamento de La Libertad: Antiguo Cuscatlan y Nueva

² Cortes Hernan, op.cit. pág.196

³ Ibid. pág.197

San Salvador. en lo que se refiere a los 62 productos de la canasta básica según la Universidad Tecnológica de El Salvador, sin embargo hay que tomar en cuenta que para efectos de análisis el producto con que se trabajará será las refrigeradoras marca Cetron de 11 pies frío húmedo (hace escarcha).

2 METODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

Es importante que en todo estudio de investigación se tome en cuenta la determinación del perfil del encuestado ya que de esta forma se esta dando una clara idea al encuestador de lo que se espera obtener.

Cada elemento de estudio es una pieza valiosa para proponer una solución a un problema en particular, en este caso se utilizará un instrumento de investigación adecuado a las necesidades del análisis.

2.1 Métodos y técnicas de la investigación

ENCUESTA: Se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan para obtener información de las personas.

Para la investigación de campo se ha diseñado un formato de encuesta, la cual consta de dos partes en la que se especifica características anteriores y actuales de los productos a consultar, además de contar con datos de cantidad y precio, procedencia del producto, tamaño, marca, presentación, etc. datos de control como: nombre del encuestador, lugar y fecha, nombre del establecimiento encuestado, teléfono y dirección del mismo.

ENTREVISTA: Para establecer contacto directo con las personas que se consideran fuentes de información.

Es más flexible que la encuesta y el propósito es tener información espontánea y abierta.

OBSERVACIÓN DIRECTA: "Permite obtener información directa y confiable, siempre que se haga mediante un procedimiento sistemático y controlado."⁴

2.2 Fuentes de recolección de datos

PRIMARIAS: Es la información directa que se obtendrá de las personas propietarias o encargadas de los establecimientos comercial a los cuales se pasará la encuesta.

⁴ Melgar Oscar, op. cit. pág.2

SECUNDARIAS: Se refiere a la información recopilada de libros, revistas, tesis, documentos escritos, Internet, etc. y no son fuentes originales o primarias.

2.3 Instrumentos de captación de datos

Para realizar la investigación se utilizaron 4 formularios de acuerdo a los grupos de productos que conforman la canasta de mercado para la determinación del índice de precios al consumidor: Formulario No. 1 Alimentos, Formulario No. 2 Vivienda, Formulario No. 3 Vestuario, Formulario No. 4 Misceláneos.

Estos formularios son similares en cuanto a su forma e información la diferencia radica en que están separados por rubros para facilitar al analista la recopilación de los datos.

Cada formato contiene: fecha, precio, código de proceso, código de artículo, nombre del artículo, nombre de establecimiento, código del establecimiento, dirección y teléfono del establecimiento, luego presentan códigos de recolección de datos, posteriormente presenta un comparativo con características anteriores y actuales, en donde se coloca los datos de precios y cantidad o peso del producto a investigar, con todo esto se puede establecer la variación de los precios de cada producto seleccionado.

Cada formato de encuesta presenta diferencias dependiendo del formulario así por ejemplo alimento pide peso en libras, gramos, en vivienda se piden marcas, procedencia, modelo, en vestuario talla, presentación, marca y así para cada rubro en los cuales se llenan las casillas según corresponda al tipo de producto de cada rubro investigado. (Anexo 3)

2.4 Prueba piloto

De todos es conocido el proceso a seguir en las pruebas piloto en donde se recoge un pequeño grupo de encuestas de los diferentes rubros con el objeto de determinar que la investigación a realizar cumpla con los requerimientos necesarios para dar marcha a la recolección de los datos.

En este caso y debido al tipo de investigación que se realizó según los lineamientos de la Universidad Tecnológica de El Salvador, no se realizó prueba piloto.

2.5 Operación de campo

La operación de campo consistió en el levantamiento de las encuesta durante cuatro meses para verificar la variación en los precios de los productos, en estas fechas:14,15,y16 de diciembre del 2001, 26,27 y 28 de enero del 2002, tercera fecha 23 y 24 de febrero del 2002, y cuarta investigación los días 15,16 y 17 de marzo del 2002.

Se visitaron los establecimientos previamente asignados por la Universidad Tecnológica de El Salvador y se entrevistó al encargado o dueño del establecimiento que es el mismo que entrevista anualmente la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC).

Al obtener los precios de los productos que correspondían a la lista proporcionada por la universidad los cuales son: antigripales, antibióticos, gasolina regular, blusas para damas mayores de 15 años, pescado fresco, leña y alquiler de vivienda.

Una vez tomados los datos se le informaba al entrevistado que se visitaría nuevamente hasta completar las 4 encuestas.

(Anexo 4) (Anexo 5)

2.6 Consistencia y procesamiento de datos

2.6.1 Consistencia de la información

En esta parte de la investigación se debe poner énfasis en el cuidado que deberán tener los encuestadores de manera tal que la realización armónica y eficiente del grupo permita que la pesquisa se desarrolle con la mayor transparencia a fin de que el margen de error sea mínimo para que no afecte el análisis de los datos.

Al analizar el producto refrigeradora marca Cetron frío húmedo de 11' pies (hace escarcha) se utiliza un conjunto de información pertinente como elementos de juicio, en donde se raciocina con la finalidad de descubrir causas, efectos, cualidades, motivos, posibilidades, riesgos, etc.

El Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) Quién es el responsable de la tabulación de las encuestas, debe tomar en consideración que para realizar el análisis de los datos es muy importante que tanto el instrumento como el encuestador no suponga o asuma datos sobre la investigación.

Por otra parte el aporte intelectual del analista de la información es muy valiosa porque de ello dependerá el enriquecimiento del documento que servirá para dar soluciones concretas.

2.6.2 Procesamiento de los datos

Los datos han sido proporcionados por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) de acuerdo a las cuatro investigaciones de campo. (anexo 6)

INDICE DE PRECIOS NO. 2 VIVIENDA

CODIGO: 204.001 NOMBRE: REFRIGERADORA CANT./ PESO 1

PRECIO PRESENTADO EN COLONES

CODIGO No.	NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO	INVESTIGACIÓN			
		1era.	2da.	3era.	4ta.
6010127	OMNISPORT	3,500.00	3,966.00	4,278.00	4,275.00
6010128	ALMACEN OMNISPORT	4,759.00	4,672.00	4,950.00	4,672.00
6010683	COMERCIAL TRES ESTRELLAS	3,400.00	3,400.00	3,400.00	3,400.00
5010001	CASA ZELADA	3,335.00	4,004.00	4,004.00	4,004.00
6010621	CIA. COMERCIAL TROPIGAS	3,399.00	3,499.00	3,499.00	3,499.00
6030001	ALMACEN LA CURACAO, S.A.	3,698.98	3,698.98	8,700.60	3,698.98
6010117	ALMACEN PRADO S.A. DE C.V.	3,607.00	3,607.00	3,300.00	3,607.00
6010708	LA CURACAO	3,499.00	3,499.00	3,499.00	3,499.00

3 EVALUACIÓN DE LA ENCUESTA

A la hora de presentar los resultados es importante hacer mención de los meses durante los cuales se realizó el levantamiento de la información, ya que las cuatro investigaciones se desarrollaron durante los meses de diciembre, enero, febrero y marzo del presente año, ya que de ello depende en gran medida la variación que se pudiera presentar en relación a los precios del producto.

En diciembre por ejemplo que es la época navideña en donde gran parte de la población recibe ingresos adicionales o mayores a los meses anteriores y

puede comprar electrodomésticos, para tal efecto se presenta un resumen por establecimiento y sus respectivas variaciones absolutas de los precios de las cuatro investigaciones de campo.

3.1 Análisis y presentación de resultados

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO: OMNISPORT

UBICACIÓN : Calle Rubén Darío No. 634 San Salvador

CODIGO: 6010127

INVESTIGACIÓN	PRECIO ¢	VARIACION ¢	VARIACIÓN %
1	3,500.00	0.00	00
2	3,966.00	466.00	13.31
3	4,278.00	312.00	7.87
4	4,275.00	3.00	0.070
TOTAL		781.00	

ANÁLISIS:

Se determinó que el producto refrigeradora sufrió una variación porcentual del 13.31% sobre el precio que presentaba el producto en el mes de diciembre, luego presentó para el mes de febrero un aumento del 7.87%, sufriendo una baja del 0.070 % para la tercera investigación.

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO: ALMACEN OMNISPORT

UBICACIÓN: Metrocentro, San Salvador

CODIGO: 6010128

INVESTIGACIÓN	PRECIO ¢	VARIACION ¢	VARIACIÓN %
1	4,759.00	0.00	00
2	4,672.00	(87.00)	1.83
3	4,950.00	278.00	5.95
4	4,672.00	(278.00)	5.62
TOTAL		643.00	

ANÁLISIS:

Según los datos tabulados para este establecimiento en el mes de enero se presentó una disminución en el precio del producto de un 1.83% en relación al precio del mes de diciembre, sin embargo para el mes de febrero que se realizó la tercera investigación se presenta un incremento de precio en un 5.95%, posteriormente para marzo nuevamente hay un decremento del 5.62% en el precio del bien.

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO: COMERCIAL TRES ESTRELLAS

UBICACIÓN : entre 1era y 3era calle poniente San Salvador

CODIGO: 6010683

INVESTIGACIÓN	PRECIO ¢	VARIACION ¢	VARIACIÓN %
1	3,400.00	0.00	00
2	3,400.00	0.00	00
3	3,400.00	0.00	00
4	3,400.00	0.00	00
TOTAL			

ANÁLISIS:

En las investigaciones realizadas pudo determinarse que el precio del producto refrigeradora no sufrió ninguna variación en el mercado.

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO: CASA ZELADA

UBICACIÓN: 4ta Calle Pte. No. 6-8 Centro Santa Tecla

CODIGO: 5010001

INVESTIGACIÓN	PRECIO ¢	VARIACION ¢	VARIACIÓN %
1	3,335.00	0.00	00
2	4,004.00	669.00	20.06
3	4,004.00	0	0
4	4,004.00	0	0
TOTAL		669.00	

ANÁLISIS:

En las investigaciones realizadas se observó una variación del 20.06% sobre el precio que se presentaba durante el mes de diciembre, sin embargo durante las siguientes encuestas de los meses de febrero y marzo se mantuvo el mismo precio que presentó en enero.

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO: CIA. COMERCIAL TROPIGAS

UBICACIÓN: Calle Rubén Darío 9na y 11 Av. Sur, San Salvador

CODIGO: 6010621

INVESTIGACIÓN	PRECIO ¢	VARIACION ¢	VARIACIÓN %
1	3,399.00	0.00	00
2	3,499.00	100.00	2.94
3	3,499.00	0.00	00
4	3,499.00	0.00	00
TOTAL		100.00	

ANÁLISIS:

Según el cuadro, en las investigaciones realizadas se observó una variación del 2.94% sobre el precio que se presentaba durante el mes de diciembre, sin embargo durante las siguientes encuestas de los meses de febrero y marzo se mantuvo el mismo precio que presentó en enero.

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO: ALMACEN LA CURACAO S.A.

UBICACIÓN: Centro Comercial Unicentro local 24-26 Soyapango

CODIGO: 6030001

INVESTIGACIÓN	PRECIO ¢	VARIACION ¢	VARIACIÓN %
1	3,698.98	0.00	00
2	3,698.98	0.00	00
3	4,949.38	1,250.41	33.80
4	3,698.97	(1,250.48)	25.26
TOTAL		2,500.89	

ANÁLISIS:

Como se observa en este establecimiento durante los meses de diciembre y enero no se presentó ninguna variación en el precio, posteriormente para la tercera investigación en el mes de febrero hay un incremento del 33.80%, luego en el mes de marzo bajó el precio en un 25.26%.

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO: ALMACEN PRADO S.A. DE C.V.

UBICACIÓN: 1era Calle Pte. Av. España San Salvador

CODIGO: 6010117

INVESTIGACIÓN	PRECIO ¢	VARIACION ¢	VARIACIÓN %
1	3,607.00	0.00	00
2	3,607.00	0.00	00
3	3,300.00	(307.00)	8.51
4	3,607.00	307.00	9.30
TOTAL			

ANÁLISIS:

Los precios se mantienen constantes durante los primeros dos meses de diciembre y enero, posteriormente para la tercera investigación en el mes de febrero hay un decremento del 8.51%, luego en el mes de marzo se observa un pequeño aumento del 9.30% en el precio del bien.

NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO: LA CURACAO

UBICACIÓN: Metrocentro 5ta etapa San Salvador

CODIGO: 6010708

INVESTIGACIÓN	PRECIO ¢	VARIACION ¢	VARIACIÓN %
1	3,499.00	0.00	00
2	3,499.00	0.00	00
3	3,499.00	0.00	00
4	3,499.00	0.00	00
TOTAL			

ANÁLISIS:

Como puede verse a simple vista el precio se mantuvo durante las cuatro investigaciones.

CAPITULO III

DETERMINACION DE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA SUBGRUPO EQUIPAMIENTO Y UTENSILIOS PARA EL HOGAR, PRODUCTO REFRIGERADORA EN EL INDICE DE INFLACION EN LA ZONA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR

1. GENERALIDADES

1.1 Importancia de la refrigeradora

La refrigeradora se ha convertido en un bien necesario pero no indispensable, ya que es claro que debido a la falta de empleo y los problemas socio-económicos del país un gran porcentaje de la población no cuenta con los recursos para poder comprar ni siquiera alimentos, mucho menos adquirir una refrigeradora, la cual trae consigo otros gastos secundarios como lo es la energía eléctrica.

Sin embargo, y a pesar de ello se puede mencionar elementos que hacen que este bien sea de mucha utilidad entre la población salvadoreña:

1. La refrigeradora es un aparato eléctrico que se utiliza para almacenar alimentos y conservarlos en buen estado, como carnes, verduras y cualquier otro tipo de alimento que necesite refrigeración.
2. Por ser un aparato eléctrico, puede servir para la venta de productos helados y a la vez cumple una función de servir como fuente de ingresos únicos o secundarios de una familia representativa.
3. Por mantener los productos alimenticios en buen estado, permite que la familia que consume estos alimentos pueda contar con una alimentación sana lo cual como consecuencia ayuda a mantener una buena salud y evitar enfermedades gastrointestinales por comer productos en mal estado.

1.2 Comportamiento histórico de los índices del producto refrigeradora

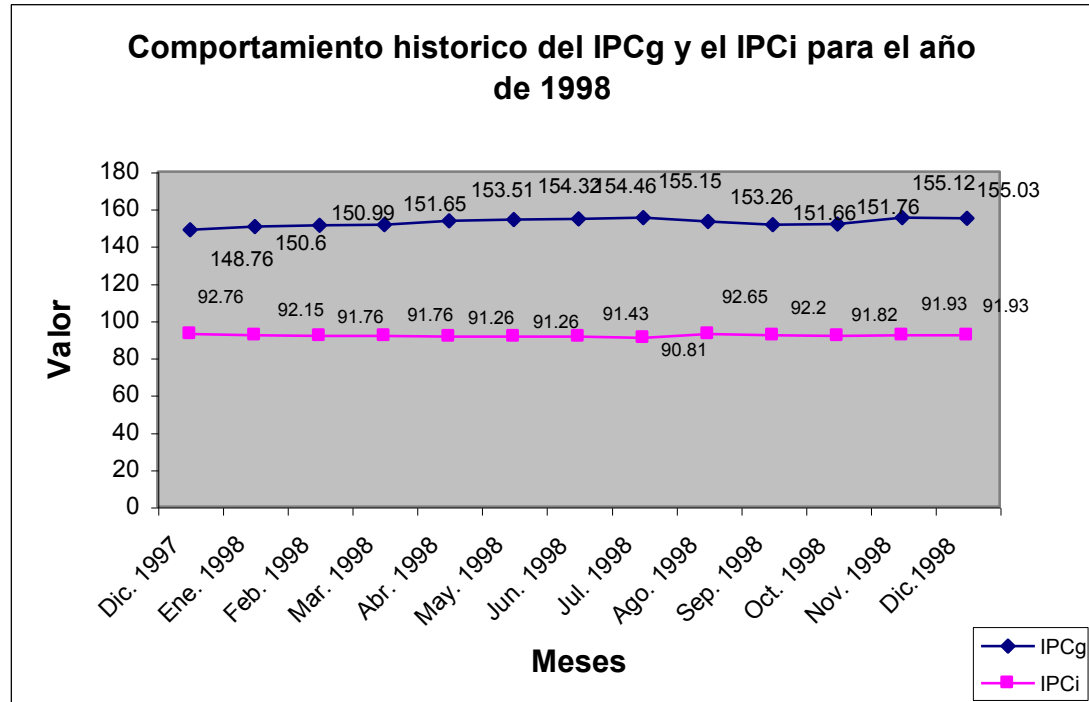
A continuación se presenta un comparativo sobre el comportamiento histórico que ha presentado el índice de precios al consumidor general (IPCg) y en particular el índice de precios al consumidor producto refrigeradora (IPCi) desde los años de diciembre 1997 hasta febrero 2002, con su respectivo gráfico y análisis.

Determinación del Impacto en el IPC (ene 98 / feb 02)

Comportamiento histórico de la refrigeradora por año

Diciembre 1997 a diciembre 1998

Determinación del impacto en el IPC del año 1998		
Meses	IPCg	IPCi
Diciembre 1997	148.76	92.76
Enero 1998	150.60	92.15
Febrero 1998	150.99	91.76
Marzo 1998	151.65	91.76
Abril 1998	153.51	91.26
Mayo 1998	154.32	91.26
Junio 1998	154.46	91.43
Julio 1998	155.15	90.81
Agosto 1998	153.26	92.65
Septiembre 1998	151.66	92.20
Octubre 1998	151.76	91.82
Noviembre 1998	155.12	91.93
Diciembre 1998	155.03	91.93



Análisis

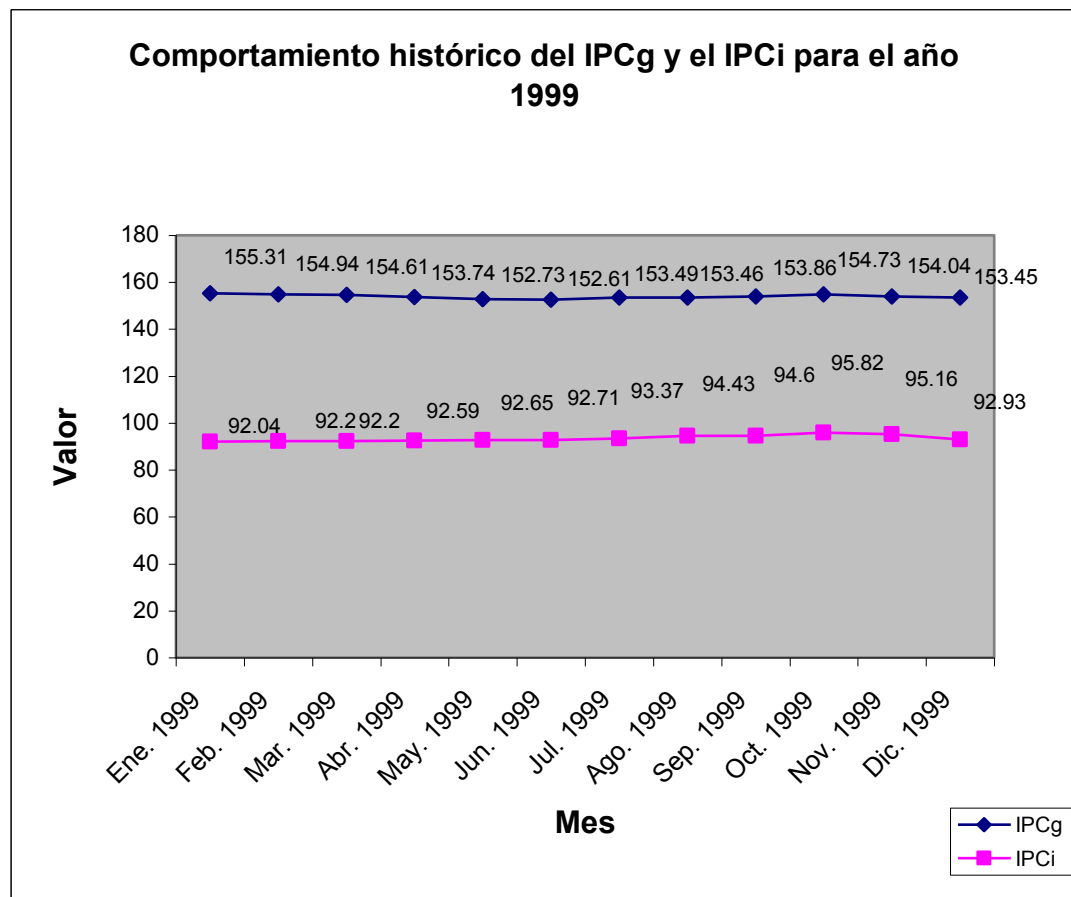
El comportamiento histórico del IPCg general para el año de 1998, muestra la variación más baja para enero con un valor de 150.60 luego la variación más alta para el mes de julio con un valor de 155.15, luego para los meses subsiguientes de agosto, septiembre y octubre hay una leve tendencia hacia la baja; sin embargo nuevamente se aprecia un crecimiento hacia los meses de noviembre y diciembre con valores de 155.12 y 155.03 respectivamente.

El comportamiento del IPCi, que se refiere al producto refrigeradora, es más o menos uniforme, es decir que su tendencia es casi estable porque no presenta mucha variación, prueba de ello es que su valor mínimo oscila de 90.81 para el mes de julio lo cual es curioso porque la tendencia a la baja es a mitad de año, siendo así que para enero inicia con un valor de 92.15 y finaliza con un valor de 91.93. Sin embargo el nivel más alto se observa en el mes de agosto un mes después que se presenta el valor más bajo, y posteriormente sigue la tendencia hacia la baja.

Comportamiento histórico de la refrigeradora por año

Enero a Diciembre 1999

Determinación del impacto en el IPC para el año 1999		
Meses	IPCg	IPCi
Enero	155.31	92.04
Febrero	154.94	92.20
Marzo	154.61	92.20
Abril	153.74	92.59
Mayo	152.73	92.65
Junio	152.61	92.71
Julio	153.49	93.37
Agosto	153.46	94.43
Septiembre	153.86	94.60
Octubre	154.73	95.82
Noviembre	154.04	95.16
Diciembre	153.45	92.93



Análisis

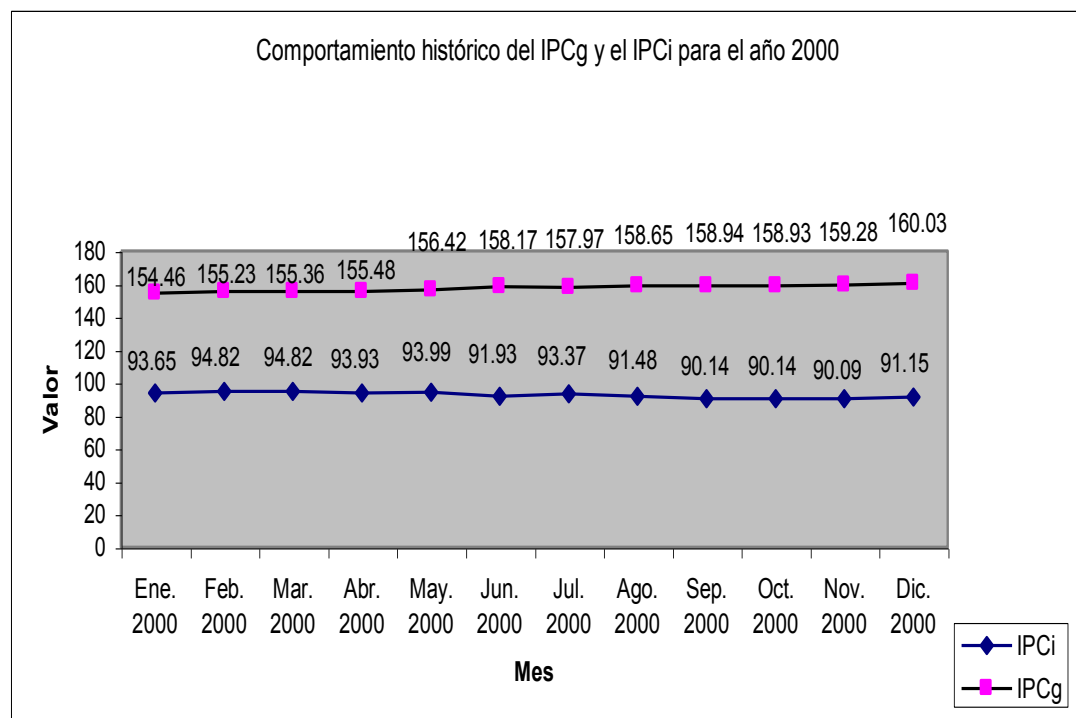
El impacto que genera el comportamiento histórico del IPCg general según se muestra en el gráfico, va en forma descendente, es decir, que para enero el valor es de 155.31, pero luego va descendiendo gradualmente hasta llegar a su nivel mas bajo que es de 152.61 el cual se da en junio. Para los meses siguientes vuelven a presentarse incrementos hasta el final del año.

El comportamiento que presenta el IPCi refrigeradora, para este año es estable para el inicio de enero con 92.04, posteriormente va en aumento hasta que llega a su punto mas alto en octubre con un valor de 95.82, pero luego vuelve a tomar el mismo rumbo que al inicio del año.

Comportamiento histórico de la refrigeradora por año

Enero a Diciembre 2000

Determinación del impacto en el IPC para el año 2000		
Meses	IPCi	IPCg
Enero	93.65	154.46
Febrero	94.82	155.23
Marzo	94.82	155.36
Abril	93.93	155.48
Mayo	93.99	156.42
Junio	91.93	158.17
Julio	93.37	157.97
Agosto	91.48	158.65
Septiembre	90.14	158.94
Octubre	90.14	158.93
Noviembre	90.09	159.28
Diciembre	91.15	160.03



Análisis

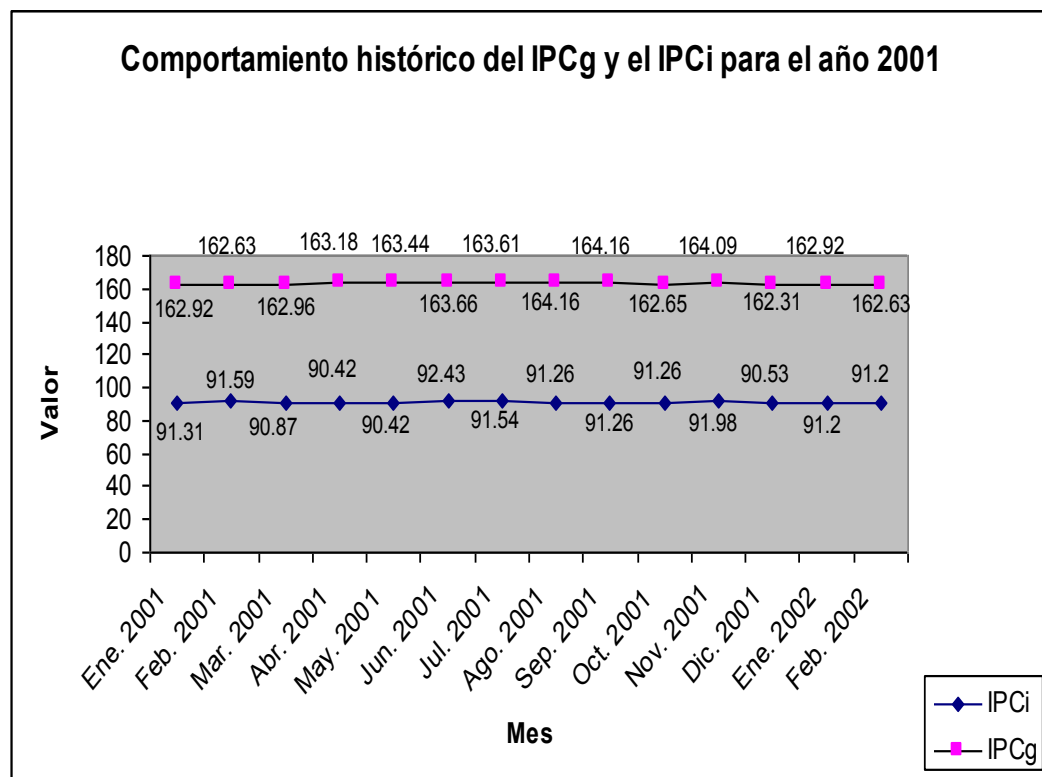
El IPCg general de los productos de la canasta básica, para este año tiene un comportamiento ascendente, el cual es muy notorio, pues solo se muestra una pequeña desviación en julio con un valor de 157.97, lo cual parecería como si va hacia la baja pero luego sigue en forma creciente hasta llegar al valor de 160.03 que es en diciembre dato con el que finaliza el año.

La trayectoria que se muestra en el gráfico que representa al IPCi del producto refrigeradora es un tanto cambiante y tiende a subir para los primeros meses, pero luego en el mes de junio se muestra un dato de 91.93 que es mucho mas bajo que el de los datos anteriores, sin embargo en julio vuelve a subir a 93.37, y luego para los próximos meses va en descenso hasta que en noviembre alcanza su nivel mas bajo con un valor de 90.09 y en diciembre parece que la tendencia a subir persiste.

Comportamiento histórico de la refrigeradora por año

Enero a Diciembre 2001 y Enero y Febrero 2002

Determinación del impacto en el IPC para el año 2001			
Meses		IPCi	IPCg
Enero	2001	91.31	162.92
Febrero	2001	91.59	162.63
Marzo	2001	90.87	162.96
Abril	2001	90.42	163.18
Mayo	2001	90.42	163.44
Junio	2001	92.43	163.66
Julio	2001	91.54	163.61
Agosto	2001	91.26	164.16
Septiembre	2001	91.26	164.16
Octubre	2001	91.26	162.65
Noviembre	2001	91.98	164.09
Diciembre	2001	90.53	162.31
Enero	2002	91.20	162.92
Febrero	2002	91.20	162.63



Análisis

El IPCg general representado en el gráfico muestra una tendencia hacia el alza la cual permanece constante hasta que en el mes de octubre baja hasta 162.65, pero el siguiente mes vuelve a subir, mas sin embargo para los últimos tres meses la tendencia es hacia la baja.

El índice del precio de la refrigeradora para los primeros dos meses del año tiende a incrementar no en gran escala, sin embargo para los próximos tres meses hay un descenso y para el mes de junio se presenta el nivel mas alto que de 92.43, luego de este cambio vuelve nuevamente a tomar la posición de bajada llegando a diciembre con un valor 90.53, y para enero del 2002 incrementa a 91.20 el cual se mantiene en febrero.

1.3 Determinación de la importancia del precio de la refrigeradora en el índice de inflación

1.3.1 Definición de variables

El impacto o influencia que puede tener el producto refrigeradora dentro del índice de precios al consumidor está determinado al menos por las siguientes variables

1. “La variación mensual (VMi) en términos porcentuales que muestra el índice del producto refrigeradora (IPCi) con relación al mes inmediato anterior del año 2001 y los meses de enero y febrero 2002”¹.

AÑO	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001
MESES	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.
UPCI	91.31	91.59	90.87	90.42	90.42	92.43	91.54	91.26	91.26	91.26	91.98	91.53
VMi	0.18%	0.31%	-0.79%	-0.50%	0.00	2.22%	-0.96%	-0.31%	0.00%	0.00%	0.79%	-1.58%

AÑO	2002	2002
MESES	ENE.	FEB.
UPCI	91.20	91.20
VMi	0.74%	0.00%

2. “La variación del índice del producto refrigeradora (IPCi) analizado con relación al período base (IPCb)”².

¹ Análisis del sector eléctrico de El Salvador, Carlos Porfirio Martinez Castro, pág. 5

² Id.

AÑO	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001
MESES	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.
UPCI	91.31	91.59	90.87	90.42	90.42	92.43	91.54	91.26	91.26	91.26	91.98	91.53
IPCb	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ΔIPCi	0.9131	0.9159	0.9087	0.9042	0.9042	0.9243	0.9154	0.9126	0.9126	0.9126	0.9198	0.9053

AÑO	2002	2002
MESES	ENE.	FEB.
UPCI	91.20	91.20
IPCb	100	100
ΔIPCi	0.9120	0.9120

3. “El valor del índice de precios general (IPCg) de todos los productos”³.

AÑO	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001	2001
MESES	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.
IPCg	162.92	162.63	162.96	163.18	163.44	163.66	163.61	164.16	164.16	162.65	164.09	152.31

AÑO	2002	2002
MESES	ENE.	FEB.
IPCg	162.92	162.63

4. “La importancia relativa del producto refrigeradora dentro del índice general de precios al consumidor en la economía”⁴

En cuanto a esta variable según los datos proporcionados por el centro de investigación de la opinión pública salvadoreña (CIOPS), se observa para todo el período analizado comprendido entre diciembre 1997 a febrero 2002, una importancia relativa del producto refrigeradora de 0.57000, lo cual indica que el bien analizado dentro de la canasta de mercado de una familia representativa, en orden de importancia el producto mantiene un nivel del 0.57 de un total de

³ Id.

⁴ Id

ø1.10 que se tiene disponible para gastar por persona que conforman el grupo familiar y que esta disponible para la compra de una refrigeradora.

1.3.2 Derivación de la fórmula

En base a las variables antes expuestas, la determinación del impacto o influencia de las variaciones de los precios del producto refrigeradora dentro del IPC_G seria 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

(Expresada 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 periodo 1 hasta el periodo "j". Expresada en términos porcentuales acumulados, el impacto o la influencia que tienen estas variaciones de precios del bien o servicio en el periodo analizado).

VM $_i$ = Variación Mensual

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

ΔIPC_i = Variación del IPC = $\{ \text{IPC}_i(i) / \text{IPC}_b(i) \}$

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

IPC $_{t(i)}$ = Índice de precios al consumidor del producto o servicio "i" en

el periodo “t”.

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

IPC_{b (i)} = Índice de precios al consumidor del producto o servicios “i” en el periodo base. (Indica la base de comparación del índice).

IR_{b (i)} = Importancia relativa del producto o servicio “i” en el índice general de precios del periodo base.
(Indica la ponderación que el producto o servicio “i” tiene en índice general de precios del periodo base).

IPC_G = Índice de precios al consumidor general.
(Es el índice general de precios de todos los productos y servicios durante el periodo analizado).

1.3.2.1 Desarrollo de la fórmula

Para efectos de facilitar su comprensión se han tomado como parámetros los datos de los meses de diciembre 2001 y enero 2002.

Variación Mensual :

$$VM_i = \frac{IPC_i \text{ actual} - IPC_i \text{ anterior}}{IPC_i \text{ anterior}} * 100$$

$$VM_i = \frac{91.20 - 90.53}{90.53} * 100$$

$$VM_i = 0.0074 * 100 = \underline{0.74}$$

Variación del IPCi :

$$\Delta IPC_i (\text{ ene 02 }) = IPC_i / 100$$

$$\Delta IPC_i (\text{ ene 02 }) = 91.20 / 100 = \underline{0.9120}$$

$$IR_b(i) = 0.57000$$

Impacto Mensual : Para enero 2002

$$Impacto_M = \frac{VM_i * \Delta IPC_i * IR_b(i)}{IPC_G}$$

$$Impacto_M = \frac{0.74 * 0.9120 * 0.57000}{162.63}$$

$$\text{Impacto}_M = \frac{0.3847}{162.63}$$

$$\text{Impacto}_M = \boxed{0.00236}$$

Esto significa que el grado de importancia que tiene el bien dentro de la canasta de mercado , en este caso el producto refrigeradora es de un impacto mensual igual a 0.00236 para el mes de enero del año 2002

1.3.3 Determinación de la importancia del precio de la refrigeradora en el índice de inflación

Meses	IPCg General	IPCi Refrigerador	Incrementos	IPC Base	Ponderación	Impacto Mensual	Impacto Anual
Dic.1997	148.76	92.76		100.00	2.48	0.00%	
Ene.1998	150.60	92.15	-0.66%	100.00	2.48	-0.01%	
Feb.1998	150.99	91.76	-0.42%	100.00	2.48	-0.01%	
Mar.1998	151.65	91.76	0.00%	100.00	2.48	0.00%	
Abr.1998	153.51	91.26	-0.54%	100.00	2.48	-0.01%	
May.1998	154.32	91.26	0.00%	100.00	2.48	0.00%	
Jun.1998	154.46	91.43	0.19%	100.00	2.48	0.00%	
Jul.1998	155.15	90.81	-0.68%	100.00	2.48	-0.01%	

Ago.1998	153.26	92.65	2.03%	100.00	2.48	0.03%	
Sep.1998	151.66	92.20	-0.49%	100.00	2.48	-0.01%	
Oct.1998	151.76	91.82	-0.41%	100.00	2.48	-0.01%	
Nov.1998	155.12	91.93	0.12%	100.00	2.48	0.00%	
Dic.1998	155.03	91.93	0.00%	100.00	2.48	0.00%	-0.01%
Ene.1999	155.31	92.04	0.12%	100.00	2.48	0.00%	
Feb.1999	154.94	92.20	0.17%	100.00	2.48	0.00%	
Mar.1999	154.61	92.20	0.00%	100.00	2.48	0.00%	
Abr..1999	153.74	92.59	0.42%	100.00	2.48	0.01%	
May.1999	152.73	92.65	0.06%	100.00	2.48	0.00%	
Jun.1999	152.61	92.71	0.06%	100.00	2.48	0.00%	
Jul.1999	153.49	93.37	0.71%	100.00	2.48	0.01%	
Ago.1999	153.46	94.43	1.14%	100.00	2.48	0.02%	
Sep.1999	153.86	94.60	0.18%	100.00	2.48	0.00%	
Oct.1999	154.73	95.82	1.29%	100.00	2.48	0.02%	
Nov.1999	154.04	95.16	-0.69%	100.00	2.48	-0.01%	
Dic.1999	153.45	92.93	-2.34%	100.00	2.48	-0.04%	0.02%
Ene.2000	154.46	93.65	0.77%	100.00	2.48	0.01%	
Feb.2000	155.23	94.82	1.25%	100.00	2.48	0.02%	
Mar.2000	155.36	94.82	0.00%	100.00	2.48	0.00%	
Abr.2000	155.48	93.93	-0.94%	100.00	2.48	-0.01%	

May.2000	156.42	93.99	0.06%	100.00	2.48	0.00%	
Jun.2000	158.17	91.93	-2.19%	100.00	2.48	-0.03%	
Jul..2000	157.97	93.37	1.57%	100.00	2.48	0.02%	
Ago.2000	158.65	91.48	-2.02%	100.00	2.48	-0.03%	
Sep.2000	158.94	90.14	-1.46%	100.00	2.48	-0.02%	
Oct.2000	158.93	90.14	0.00%	100.00	2.48	0.00%	
Nov.2000	159.28	90.09	-0.06%	100.00	2.48	0.00%	
Dic.2000	160.03	91.15	1.18%	100.00	2.48	0.02%	-0.02%
Ene.2001	162.92	91.31	0.18%	100.00	2.48	0.00%	
Feb.2001	162.63	91.59	0.31%	100.00	2.48	0.00%	
Mar.2001	162.96	90.87	-0.79%	100.00	2.48	-0.01%	
Abr.2001	163.18	90.42	-0.50%	100.00	2.48	-0.01%	
May.2001	163.44	90.42	0.00%	100.00	2.48	0.00%	
Jun.2001	163.66	92.43	2.22%	100.00	2.48	0.03%	
Jul.2001	163.61	91.54	-0.96%	100.00	2.48	-0.01%	
Ago.2001	164.16	91.26	-0.31%	100.00	2.48	0.00%	
Sep.2001	164.16	91.26	0.00%	100.00	2.48	0.00%	
Oct.2001	162.65	91.26	0.00%	100.00	2.48	0.00%	
Nov.2001	164.09	91.98	0.79%	100.00	2.48	0.01%	
Dic.2001	162.31	90.53	-1.58%	100.00	2.48	-0.02%	-0.01%
Ene.2002	162.92	91.20	0.74%	100.00	2.48	0.01%	

Feb.2002	162.63	91.20	0.00%	100.00	2.48	0.00%	0.01%
----------	--------	-------	-------	--------	------	-------	-------

Análisis

Sobre esta base se puede determinar la importancia que tiene el precio del producto refrigeradora en la configuración del índice de precios al consumidor.

En el cuadro anterior se presentan los cálculos efectuados para la cuantificación de este impacto en donde se observan variaciones tanto de alza como de tendencia a la baja del precio de las refrigeradoras. Se puede determinar que este ha sido de -0.01% , en el total del índice de precios al consumidor (IPC) al mes de diciembre de 1998, indicando que no se refleja inflación, sino por el contrario un decremento de inflación del producto refrigeradora para este año.

Para el año de 1999 en diciembre se cierra con un 0.02% lo cual refleja un leve incremento inflacionario del precio de la refrigeradora. Caso contrario sucede para el año 2000 que presenta un decremento del -0.02% en el precio del bien y para diciembre del año 2001 el precio se mantiene libre de inflación. Sin embargo para el año 2002 hay una tendencia a incrementar hasta un 0.01% para los primeros dos meses de este año.

1.3.4 Efectos sobre el poder adquisitivo

Meses	Poder adquisitivo General ¢	Poder adquisitivo Refrigeradora ¢	Promedio Anual
Dic.1997	0.67	1.08	
Ene.1998	0.66	1.09	
Feb.1998	0.66	1.09	
Mar.1998	0.66	1.09	
Abr.1998	0.65	1.10	
May.1998	0.65	1.10	
Jun.1998	0.65	1.09	
Jul.1998	0.64	1.10	
Ago.1998	0.65	1.08	
Sep.1998	0.66	1.08	
Oct.1998	0.66	1.09	
Nov.1998	0.64	1.09	
Dic.1998	0.65	1.09	1.09
Ene.1999	0.64	1.09	
Feb.1999	0.65	1.08	
Mar.1999	0.65	1.08	

Abr.1999	0.65	1.08	
May.1999	0.65	1.08	
Jun.1999	0.66	1.08	
Jul.1999	0.65	1.07	
Ago.1999	0.65	1.06	
Sep.1999	0.65	1.06	
Oct.1999	0.65	1.04	
Nov.1999	0.65	1.05	
Dic.1999	0.65	1.08	1.07
Ene.2000	0.65	1.07	
Feb.2000	0.64	1.05	
Mar.2000	0.64	1.05	
Abr.2000	0.64	1.06	
May.2000	0.64	1.06	
Jun.2000	0.63	1.09	
Jul.2000	0.63	1.07	
Ago.2000	0.63	1.09	
Sep.2000	0.63	1.11	

Oct.2000	0.63	1.11	
Nov.2000	0.63	1.11	
Dic.2000	0.62	1.10	1.08
Ene.2001	0.61	1.10	
Feb.2001	0.61	1.09	
Mar.2001	0.61	1.10	
Abr.2001	0.61	1.11	
May.2001	0.61	1.11	
Jun.2001	0.61	1.08	
Jul.2001	0.61	1.09	
Ago.2001	0.61	1.10	
Sep.2001	0.61	1.10	
Oct.2001	0.61	1.10	
Nov.2001	0.61	1.09	
Dic.2001	0.62	1.10	1.10
Ene.2002	0.61	1.10	
Feb.2002	0.61	1.10	1.10

Análisis

El proceso inflacionario es un efecto que impacta directamente el bolsillo de toda familia, para el caso se hace necesario cuantificar dicho valor, para poder especificar el impacto monetario que este significa dentro del hogar.

El poder adquisitivo calculado como la relación existente entre una unidad monetaria y el correspondiente índice de precios, muestra la forma en que históricamente el poder de compra de los consumidores se ha deteriorado.

En base al cuadro se observa que el índice de precios general muestra un deterioro de ¢0.67 centavos como el valor más alto y el mínimo de ¢0.64 para el año de 1998. Sin embargo el índice de precios de la refrigeradora muestra que se determina un valor de ¢1.09 para este mismo año.

Para el año de 1999, el poder adquisitivo general es de ¢0.65 centavos y con respecto a la refrigeradora es de ¢1.07 .

En el año 2000, el índice de precios general tiende a bajar con relación a los años anteriores, hasta un valor de ¢0.62 centavos y para la refrigeradora es de ¢1.08 centavos. En el año 2001, se sigue deteriorando el poder de compra en el IPC general con ¢0.61 centavos manteniéndose constante hasta los primeros dos meses del año 2002, sin embargo el poder adquisitivo para la compra de una refrigeradora es mejor para el 2001 y los primeros meses del año 2002 con un valor de ¢1.10

Se puede concluir que por cada unidad monetaria se destina en promedio ¢1.10 de colón para cubrir el suministro de este producto, considerando además que la base sobre la cual se calcula este dato es sobre una base salarial de ¢5,200.00

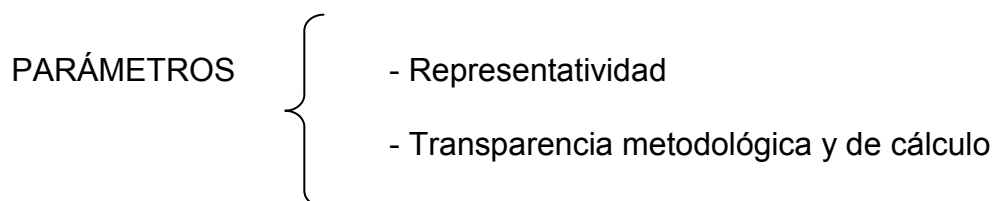
1.4 Propuesta metodológica

1.4.1 Objetivo de la propuesta metodológica

Elaborar una propuesta metodológica, que permita actualizar la canasta de mercado actual y que refleje las variaciones de los precios de los productos teniendo como base una canasta ampliada que sea más representativa y nos permita conocer sus repercusiones en el índice de inflación.

1.4.2 Parámetros

A continuación se presenta el esquema de los parámetros que se consideran claves para elaborar un nuevo índice de precios



1. Representatividad

Para elaborar una nueva canasta de consumo que exprese las necesidades reales de una familia representativa en cuanto a consumo de productos se han considerado dos variables básicas:

a. Actualización de la plaza

Este apartado se refiere a la necesidad que existe de ampliar la cobertura nacional en cuanto a zona geográfica para la toma de muestras y datos que permitan identificar el consumo de productos que conforman la canasta de mercado, ya que actualmente “ La cobertura geográfica del IPC, abarca el área Metropolitana de San Salvador y las cabeceras departamentales de Santa Ana, San Miguel y Sonsonate. El IPC, se considera representativo del consumo de todo el país, ya que por las características geográficas de El Salvador, los hábitos de consumo de las familias no varían significativamente de región en región.”⁵

Por lo tanto debe elaborarse un nuevo muestreo que incluya los 19 municipios de San Salvador : El Paisnal, Aguilares, Guazapa, Nejapa, Apopa, Tonacatepeque, San Martín, Ayutuxtepeque, Mejicanos, Cuscatancingo, San Salvador, Ciudad Delgado, Soyapango, Ilopango, San Marcos, Santiago

⁵ Melgar Oscar, op. cit. Pág. S/n

Texacuangos, Santo Tomas, Panchimalco y Rosario de Mora, ya que la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) no considera estos municipios a la hora de realizar la investigación haciéndola menos representativa.

El objetivo de esto es hacer que la encuesta adquiriera mayor cobertura nacional y peso, con esto los resultados serían mucho más objetivos y reales, es decir de más actualidad, ya que el momento en que se delimitó el espacio en donde se realizaría la encuesta nacional de ingresos y gasto fue en el período comprendido entre abril 1990 y marzo de 1991, época en que el país todavía se encontraba en guerra, lo cual de alguna manera propició que la selección de lugares fuera en la zona metropolitana ya que no se podía transitar libremente en todas las zonas del país.

Además es necesario ampliar la cobertura en cuanto a cantidad de establecimientos que a la fecha se utilizan para la recolección de los datos para la elaboración de la canasta de mercado, ya que actualmente se cuenta con una serie de establecimientos que facilitan la adquisición de los productos que conforman la canasta, ofreciendo precios más bajos, por comodidad o porque brindan al consumidor una gran variedad de artículos que los hace más cómodos, además permite al usuario desplazarse a ellos para comprar los productos, sin embargo hay que considerar si a la fecha todavía se desplazan los mismos productos que hasta hace diez años se consumían.

Por otra parte se debe verificar todos aquellos establecimientos que a la fecha ya no existen, ya que esto también obstaculiza que los resultados que se presentan no sean reales.

b. Actualización del producto

La DIGESTYC mantiene una canasta de mercado de 241 productos que considera los de mayor consumo de un universo seleccionado de 887 los cuales fueron tomados en 1991 cuando se elaboró la canasta de mercado que se maneja actualmente.

Pero en vista que el país se encuentra en un proceso de modernización, así también existen nuevos productos que se ofrecen en el mercado y que son consumidos por los hogares salvadoreños, es por eso que la nueva encuesta nacional de ingresos y gastos de hogares (ENIGH), debe considerar el ingreso de los nuevos productos que ya están formando parte de su propia canasta de mercado.

“Esta encuesta debe ir orientada a determinar si el gasto mensual per cápita real vario desde 1992 hasta la fecha.

En tal sentido es lógico suponer que estos valores han ido cambiando a través del tiempo y se esperaría que se hiciera acorde a la tendencia del crecimiento

mostrado por el producto interno bruto por habitante”⁶, según se muestra en el siguiente cuadro.

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

2. Transparencia metodológica y de cálculo

Los datos estadísticos tienen como parte esencial la transparencia de sus resultados. Lo cual no significa que el actual índice de precios al consumidor

⁶ Martínez Castro, Carlos op.cit. pág. 10

(IPC) no sea transparente, ya que este cuenta con dos variables de igual importancia las que vienen a dar mayor soporte y representatividad al IPC.

1. Confiabilidad

“ Es la capacidad del mismo instrumento para producir resultados congruentes, cuando se aplica por segunda vez en condiciones tan parecidas como sea posible, hace referencia a la consistencia de las puntuaciones obtenidas”⁷

2. Validez

“ Se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir, tiene que ver en la mayoría de los casos con lo que mide el cuestionario y cuan bien lo hace.”⁸

El desarrollo del nuevo IPC debería inscribirse como parte del proceso de modernización de la dirección general de estadísticas y censos, ya que es la institución responsable del control de dicho índice, creando una imagen de transparencia en el desarrollo de sus funciones tanto administrativas como técnicas.

⁷ Melgar Oscar, op.cit. pág s/n

⁸ Id.

También se deberá contar con la experiencia de especialistas de alto nivel de las universidades del país y centros académicos, además considerar especialistas de otros países a fin de capitalizar las experiencias.

La metodología a utilizar para el cálculo del IPC y de las variaciones mensuales, deberá ser de uso público a fin de informar a la población sobre los precios de los productos que conforman la canasta, con el propósito que todas las personas tengan los elementos necesarios para estimar la variación mensual del IPC.

1.4.3 Propuesta de un nuevo IPC

El primer índice de precios del país fue calculado en 1978 y fue creado a partir de la encuesta nacional de ingresos y gastos de hogares (ENIGH) conducida por el departamento de investigación muestral, este índice estuvo en vigencia hasta 1992 el cual ha permanecido invariable por más de una década. A partir de esta fecha la DIGESTYC, actualiza mensualmente los valores de éste a fin de mostrar el cambio en los precios de los productos de la canasta de mercado.

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

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 van orientadas con la forma de clasificar los artículos, con la introducción de un mayor número de variedades de productos.

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

Los cambios sugeridos a implementar podrían modernizar la nomenclatura y homogenizarla con aquella utilizada en países de Latinoamérica.

Se consideran cinco aspectos importantes para la elaboración de un nuevo IPC:

1. se debe conocer los bienes y servicios que consumen habitualmente las familias de un período anual, denominado año “ base “ y cual es la ponderación del gasto en dichos productos. Es decir, hay que determinar la canasta familiar. Mientras más actualizada se encuentra esta información, el índice será más eficiente y real.

El conocimiento de esta estructura de consumo solo es posible mediante la ejecución de una encuesta de ingresos y gastos a las familias.

2. Se deben conocer los precios promedio en el período base seleccionado para cada bien o servicios de la canasta familiar. La información proviene de

una muestra de establecimientos comerciales y de servicios de las diferentes zonas del país.

3. Durante todos los meses de análisis, se deben captar los precios promedios mensual de los bienes y servicios de la canasta familiar. Las visitas se realizan a los mismos establecimientos comerciales y mercados de la muestra dicha investigación debe ser durante un año para que la información recopilada sea más confiable y veraz. Esto permitirá identificar la estacionalidad de los diferentes productos que se consumen principalmente frutas y verduras.
4. En cuanto a la modalidad de venta, el precio que se toma para el índice es el valor al contado de la compra, esto es el importe que hay que pagar si la compra y el pago se efectúan en el mismo momento. Pero en los casos que la compra se efectúe con tarjeta de crédito no quedan cubiertos para este cálculo, sin embargo es un punto que debería ser considerado ya que el consumidor paga más por la compra en el establecimiento y en el tiempo en que realiza su pago a los diferentes banco, lo cual duplica el valor del bien adquirido.
5. Uno de los cambios más importantes que deberían ser considerados es las ofertas y rebajas, ya que esto producirán un cambio significativo en el IPC con la entrada en vigor de la inclusión de los precios rebajados por ejemplo

en el caso de farmacias que normalmente mantienen un descuento del 10.0% este es el precio que debería tomarse siempre y cuando sea una política que se mantenga durante un determinado período de tiempo. De igual manera en los meses festivos como semana santa, fiestas navideñas que desde un mes anterior se ofrecen ofertas en los diferentes centros comerciales los cuales son utilizados por la mayoría de la población para realizar sus compras.

Con base a lo antes mencionado lo que se pretende es:

- El IPC se adapte a los cambios del mercado y de los hábitos de consumo en el plazo sugerido de un año.
- Poder detectar la aparición de nuevos bienes o servicios en el mercado para su inclusión en el nuevo IPC, así como la desaparición de los que se consideran poco significativos.
- Poder detectar la aparición de nuevos establecimientos en el mercado para su inclusión en el nuevo IPC, y la eliminación de los que se consideran poco significativos o que ya no existen.

Una vez establecido el nuevo sistema del IPC, el proceso constará de dos partes

- a. Adaptación continua del IPC: consistirá en la revisión anual de las ponderaciones para determinados niveles de desagregación geográfica y funcional; en ella se estudiarán cada año la conveniencia o no de ampliar la composición de la cobertura de productos así como la posibilidad de modificar alguno de los tratamientos empleados en el cálculo del índice.
- b. Revisión estructural de IPC: Cada cinco años se realizará un completo cambio de base; por lo tanto, las operaciones a realizar consistirán en determinar la composición de la cesta de compra, las ponderaciones para los niveles más desagregados y la selección de la muestra. También vendrá acompañada de una revisión mucho más profunda de todos los aspectos metodológicos que definen el IPC. De esta forma se conseguirá un indicador más dinámico y que se adapte de forma más rápida a los movimientos del mercado.

1.4.4 Construcción de la canasta del IPC

La nueva encuesta nacional de ingresos y gastos de hogares (ENIGH) permitirá conocer el gasto real de los hogares para cada uno de los bienes de consumo y servicio que se utilizan. Esta información será muy útil porque

permitirá conocer cuales son los nuevos componentes de la nueva canasta de mercado y sus ponderaciones para una familia representativa.

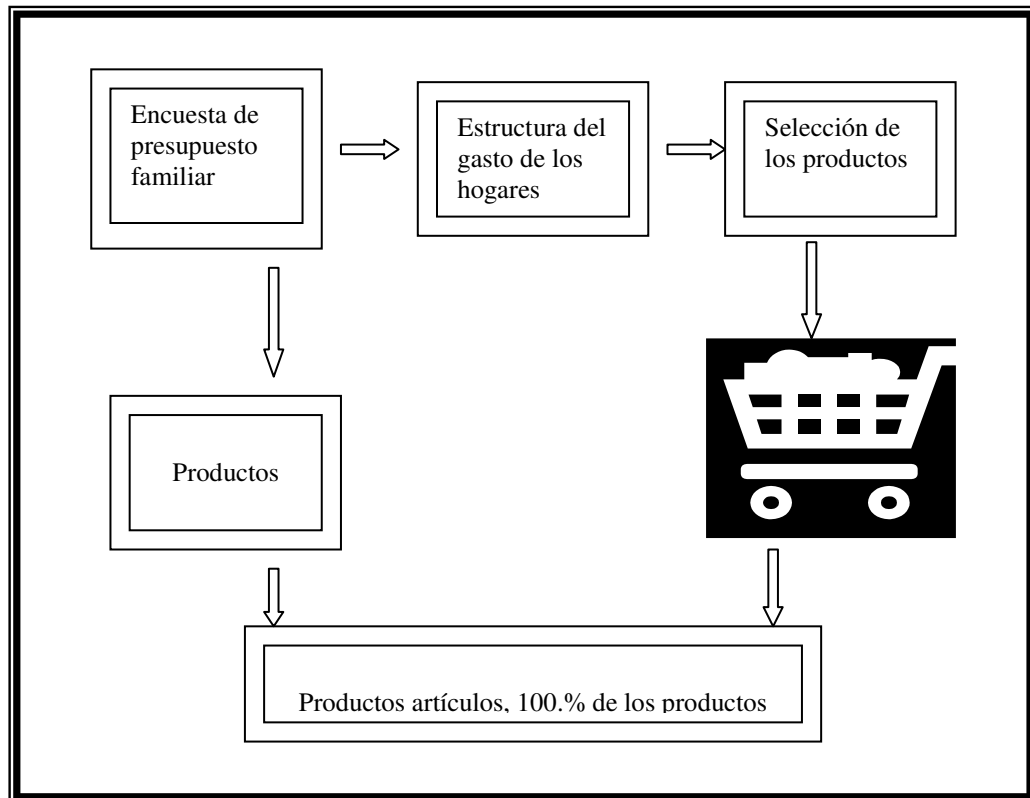
Con la nueva encuesta se podrá detectar el consumo de un mayor número de productos ya no solo de la zona Metropolitana de San Salvador sino también de los departamentos mas importantes del país. Y por consiguiente a toda la república. Con ello se tendría una cifra significativa mayor que la ENIGH de 1992.

El proceso a seguir será el siguiente:

- Los hogares previamente elegidos sobre una base muestral probabilística, anotará todos sus gastos durante quince días en un formato ó libreta especial elaborado por la DIGESTYC.
- La encuesta completa se realizará durante todo un año, para lo cual se rotarán cada quince días a las familias para que la muestra sea más representativa.
- Del conjunto de gastos declarados por los hogares, se escogerá un número más reducido de artículos representativos de las mayores proporciones de gastos y así poder elaborar la canasta para el cálculo mensual del IPC.
- El resultado obtenido de la nueva canasta que integran el nuevo IPC serán por consiguiente el conjunto de bienes y servicios consumidos por una familia representativa.

- La estructura del gasto de los hogares, permitirá asimismo, establecer los pesos o ponderaciones de cada artículo en el IPC.
- Por último la canasta del IPC quedará conformada por todos los productos y artículos, lo cual a su vez representa prácticamente el cien por ciento del gasto de los hogares salvadoreños.

Construcción de la canasta del IPC



1.4.5 Criterios de selección de productos para 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 familiar con la eficacia en la toma de precios para entregar oportunamente las variaciones del IPC cada mes, como se requiere.

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

Lo más importante es tener en cuenta que la metodología actual del “gasto correspondiente a los artículos que no fueron seleccionados para integrar la canasta de mercado fue a incrementar el gasto de los ya elegidos, aún cuando la selección se hiciera en forma complementaria atendiendo a los criterios de afinidad y diversidad”⁹

La disminución de la ponderación mínima requerida para formar parte de la canasta refleja la mayor diversificación en el consumo de los hogares

⁹ Melgar Oscar, op.cit. pág. S/n

Salvadoreños, ya que el gasto es repartido entre una mayor cantidad de bienes y servicios diversos.

En el nuevo IPC, a diferencia del anterior los productos no necesariamente tienen que estar presentes todo el año, lo que permite reflejar el consumo estacional especialmente en lo que se refiere a frutas y verduras.

1.4.6 Selección de lugares para toma de precios

En el IPC actual la selección de establecimientos y especificaciones de artículos se consideraron como establecimientos a tiendas, supermercados, empresas o entidades de servicios, hogares, etc. Que venden el artículo relacionado y/o proveen el servicio a investigar.

Para ello se consideraron algunas características:

1. Ser un lugar fijo y permanente
2. Poseer una abundante clientela
3. Que el establecimiento ofrezca variedad de productos.

Al mismo tiempo se consideró la distribución espacial combinando lugares céntricos y periféricos.

En este sentido el criterio para seleccionar los tipos de establecimientos deben ser el que presente mayor proporción de gastos 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 que los hogares informantes realicen, en promedio, el mayor gasto de ese producto en ese tipo de establecimiento y no de cuantas veces vayan a un lugar.

Sobre la base de un directorio de establecimientos y de una encuesta de puntos de compra, 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 hacerse el cambio propuesto el número se incrementaría incluyendo las grandes multitiendas, multiferreterías, farmacias, colegios, y almacenes varios.

Esto permitirá tomar una mayor cantidad de precios de los productos en cada establecimiento e incrementar el número de precios tomados.

De esta forma se podrá mejorar la representatividad del IPC en establecimientos que han incrementado de manera importante su presencia en el mercado en la última década.

1.4.7 Ventajas del nuevo IPC

Entre las ventajas más relevantes del nuevo IPC se presentan las siguientes:

- El nuevo IPC representaría 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 adecuada, de acuerdo a una concepción de canasta desde el punto de vista de los usuarios y consumidores.
- Considera un número superior de variedades, de productos y establecimientos por tipo de productos o servicios.
- Tiene una mayor capacidad de adaptación a la introducción de nuevos bienes y servicios, en el mercado, ya que incorporara 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 más periódicas a través de la encuesta de puntos de compra y de la muestra de establecimientos.

1.4.8 Nueva canasta de bienes

1. Ponderaciones del IPC

La nueva canasta del IPC reflejaría una variación en la participación del gasto en todos los grupos y subgrupos. Ello producto de las variaciones que pudieron haberse dado en los últimos nueve 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 a otros bienes, con relación a sus gastos en el grupo respectivo.

Sin duda, el principal factor que pudiera determinar los cambios en la estructura del gasto de los hogares y por consiguiente, en las ponderaciones del IPC, son las variaciones del ingreso real de los hogares en esta década.

Si el ingreso aumenta genera cambios en las preferencias de los consumidores y una mayor diversificación de consumo que ya no busca solo satisfacer necesidades básicas.

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

Si se parte de la hipótesis de un aumento del ingreso de la nueva ENIGH:

- Reflejaría una masificación del consumo de bienes y servicios que hace una década tenía 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; artefactos electrodomésticos; servicios de recreación y cultura; comunicaciones telefónicas; artículos de computación; automóviles, gastos en centros e institutos de educación superior; etc.
- 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. Algunos ejemplos de esta diversificación en el consumo podrían

ser los siguientes: TV cable, juegos electrónicos, teléfono celular, horno microondas, lentes de contacto, viajes turísticos y discos compactos entre otros.

2. Estructura de la canasta

La estructura de la nueva 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.

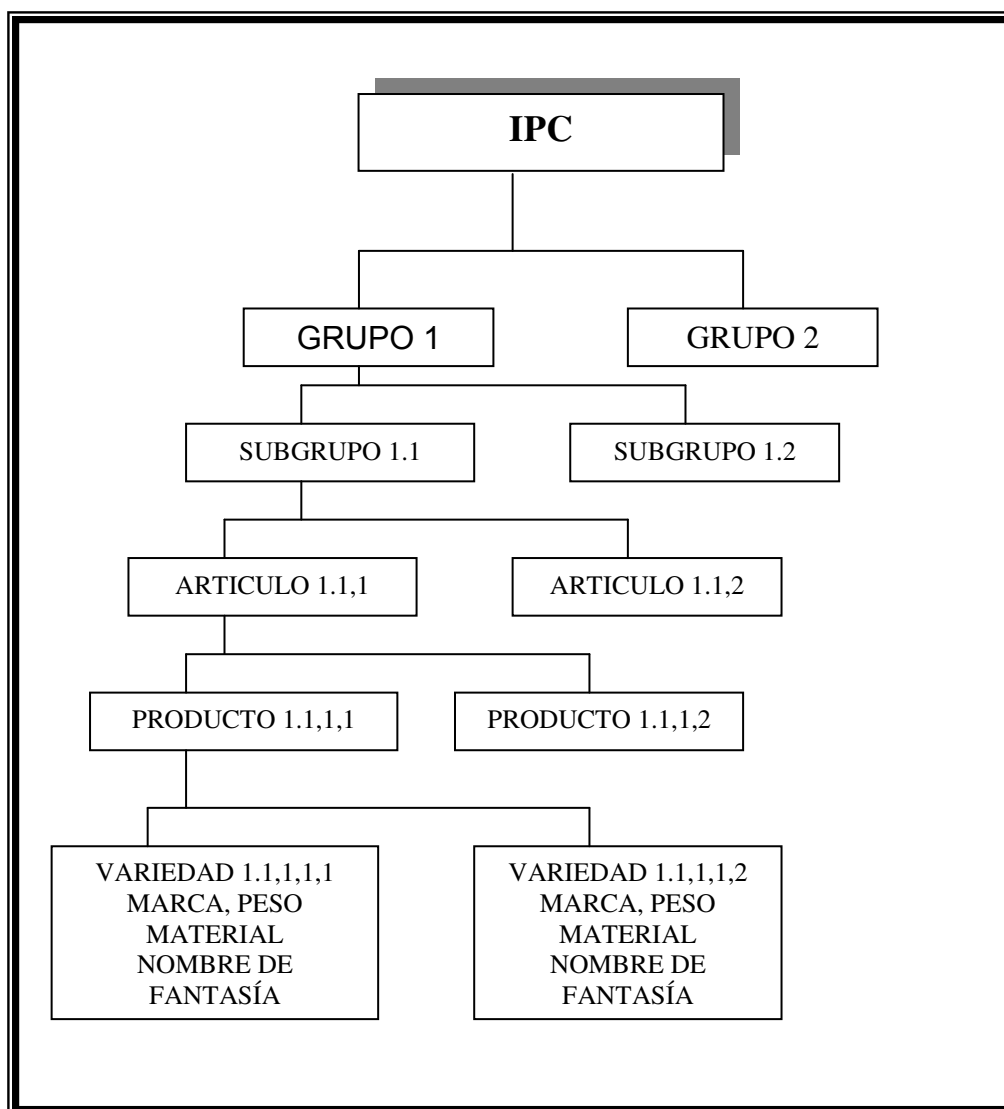
Por ejemplo el grupo vivienda, que incluye siete subgrupos: alquiler y gasto en vivienda, electricidad y combustible, servicios, equipamiento y utensilios para el hogar, equipo del hogar, artículos textiles, materiales de limpieza.

Cada subgrupo a su vez estaría formado por artículos y estos 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, pero además se incluirá para cada producto, una mayor cantidad de variedades o marcas de mayor presencia en el mercado.

Conformación de la estructura de la canasta



1.4.9 Programa permanente de actualización.

Esta nueva metodología para el IPC se ha realizado sobre la base de suponer procesos de actualización permanentes y estables para los próximos años y requiere de la manutención de un sistema y de un equipo de apoyo técnico, actualizaciones metodológicas y encuestas. Parte de las limitaciones que presentaba el IPC anterior se relaciona con la imposibilidad de sustituir variedades y servicios que se mantenían a lo largo de 10 años, en el IPC, aún cuando en el mercado estuvieran obsoletas, como así mismo en problemas planteados por el añejamiento de la muestra de establecimientos en el caso de aquellos que ya no existen.

El envejecimiento de la muestra ha constituido históricamente una limitación.

La recuperación de establecimientos perdidos se realizaba en el propio terreno como buscando símiles en tamaño, cercanía geográfica, y con precios similares.

Sin embargo, los cambios de estructura en el mercado revelan generalmente la necesidad de sustituir pequeños establecimientos por supermercados y cadenas, no por negocios similares. Con la actual metodología, se propone llevar encuesta de puntos de compra y actualizaciones muestrales con una periodicidad anual.

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

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

- “Programación de estudios de mercados anuales, con el objeto de actualizar las ponderaciones de los productos y de ir cambiando las especificaciones de las variedades.
- El cambio de ponderaciones de artículos del IPC debe ser más frecuente, pues estas se mantienen constantes entre dos encuestas de presupuestos familiares, lo que hace necesario actualizar la canasta en un período límite de cinco 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.

- 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.
- Estudio sobre el ajuste de calidad en el IPC, que deben incluir al menos:
 - a. 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.
 - b. El tratamiento de los cambios de la unidad de medida, envases, marcas, o mejoramiento tecnológico simple (número de afeitadas de una máquina de afeitar) o más calcio en la leche entre otros.
 - c. Además, deben desarrollarse metodologías de ajuste de calidad (métodos hedónicos y otros) para algunos bienes con ponderación significativa y que sufren fuertemente el cambio tecnológico (automóviles, computadores). Adicionalmente, se estudiará el problema de calidad asociada 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 y otros.
- Armonización de las metodologías de cálculo del IPC en el ámbito regional”¹⁰.

¹⁰ Martinez Castro Carlos, op.cit pág. 24

2. CONCLUSIONES

Con base a lo antes expuesto se puede concluir que:

- ✓ La presente propuesta pretende realizar una actualización de la canasta de mercado, de tal manera que el IPC refleje datos más reales incluyendo productos que hasta hace diez años no existían en el mercado y que forman parte del consumo de las familias salvadoreñas.
- ✓ Realizar la sustitución de productos que ya no son parte del consumo familiar y que están contemplados en la canasta de mercado actual.
- ✓ La inclusión de productos estacionales como frutas y verduras que no están dentro de la canasta de mercado permitirán ampliar y diversificar la cantidad de productos con que se cuenta actualmente, así también incluir precios de ofertas, rebajas y fechas festivas.
- ✓ Con la propuesta del nuevo IPC se pretende realizar revisiones anuales y una reestructuración general del mismo cada cinco años, con el propósito de mantener un IPC y una canasta de mercado que se adapte a los hábitos de consumo de la población salvadoreña.

BIBLIOGRAFIA

- Cortes Hernán, Economía Principios y Problemas. Universidad Católica de Chile 1982, pág. 187-229
- Dornbusch, Rudiger; Fischer, Stanley. Macroeconomía 3a. Edición, McGraw-Hill, México, D.F, 1985, pág. 465-564
- Océano Enciclopedia Autodidáctica, España Barcelona, 1998, pág. 748-749, Vol. 3
- Fernández García, Raúl. Metodología de la Investigación, Trillas, México, D.F. 1983 pág. 151-172
- Hernández Sampieri, Roberto. Metodología de la Investigación, McGraw Hill, México D.F. 1991 pág. 189
- Lloréns Camps, María. Diccionario de Sinónimos y Antónimos, Ibérica Grafic, España, 1995 pág. 32
- Pazos, Luis. Ciencia y Teoría Económica, Diana México,D.F. pág. 245 – 256
- Vásquez López, Luis. Recopilación de Leyes, (reformas al 2000), FOCET El salvador, San Salvador. 2000, pág. 7,31-34.
- Cruz Hernández ,Carlos Mario; Cáceres Torres, Juan José Tesis " El estudio de la Canasta Básica en El Salvador y los lineamientos para la protección al consumidor y la propuesta para obtener el Índice de Precios al

Consumidor". Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 1995, pág. 1-130

- Reyes Rodríguez, Ana Gladis. Et al. Tesis "El perfil del administrador de empresas para el siglo XXI, desde la perspectiva de la banca privada de El Salvador". Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 2001, pág. 1 - 149
- "Economía Salvadoreña ve la luz" Revista Cultural " AMCHAM El Salvador", Cámara Americana de Comercio de El Salvador, 2001, pág. 33
- Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) Revista, Índice de Precios al Consumidor, Ministerio de Economía, El Salvador, San Salvador. 2001 pág. 1 y 7
- León de Martínez, Ruth Marina. Boletín Económico, Resultados de la inflación durante 2000. Banco Central de Reserva de El Salvador, San Salvador, 2000 pág. 20-29
- Martínez Castro, Carlos Porfirio. Folleto, Análisis del sector eléctrico de El Salvador, San Salvador, 2001 pág. 1 - 25
- Banco Central de Reserva de El Salvador. Boletín económico, Control de la inflación: Política monetaria y cambiaria año 8 # 85 San Salvador, 1995, pág. 2 - 8

- Banco Interamericano de Desarrollo, Boletín, Estudio Sectorial: Las economías de los países centroamericanos: Desafíos comunes de cara al siglo XXI. El Salvador, San Salvador, 1998, pág. 1 - 5
- Índice de precios al consumidor, resumen metodológico, Instituto Nacional de Estadísticas e informática. Perú, 2001 pág. 1 - 6
- Mejía. Revista Informe de Coyuntura Económica correspondiente al tercer trimestre de 2001. Departamento de Estudio Económicos y Sociales, Gerencia de Comunicaciones, pág. 1 - 4
- Instituto Nacional de Estadísticas encuesta de presupuestos familiares 1990, septiembre 1992, Bolivia, La Paz, 1997 pág. 1 - 29
- Melgar, Oscar. guía para elaborar el anteproyecto de graduación. Universidad Tecnológica de El Salvador, San Salvador, 2001 pág. 1 - 12
- Instituto Nacional de Estadísticas, Boletín, Nuevo sistema IPC base 2001, España, Madrid , 2001, pág. 1 - 5
- URL:<http://www.asamblea.gob.sv/leyes/19960666.htm>.
- [www / fusades.com. sv](http://www.fusades.com.sv)
- ceninf@ine.gov.bo
- info@ine.es

ANEXOS

ANEXO No. 1

- Asignación de Municipio para la investigación

PROCESO DE GRADO AGOSTO DE 2001

INFLACION

ASESOR METODOLOGICO: LIC. OSCAR ARMANDO MELGAR NAJERA

15	11-5247-96	MELARA DE GARAY CLAUDIA DARINA	LIC. PANIAGUA BARAHONA RENE HUMBERTO	SAN SALVADOR
	11-1567-94	RODRIGUEZ LARA DILSIA ROSMERY	LIC. PANIAGUA BARAHONA RENE HUMBERTO	SAN SALVADOR

ANEXO 2

Áreas de investigación por productos, marca, especificaciones y lugares

ANEXO 3

Formulario de encuesta

ANEXO 4

Mapas de ubicación geográfica de muestra de establecimientos

ANEXO 5

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
PROCESO DE GRADO AGOSTO 2001
MUESTRA DE ESTABLECIMIENTOS Y CANASTA DE MERCADO

No	CODIGO DE ARTICULO	ARTICULO	ESTABLECIMIENTOS	ESTABLECIMIENTO	DIRECCION	TELEFONO
SAN SALVADOR. GRUPO 38						
1	401302	ANALGESICOS ANTIGRIPALES	6010752	FARMACIA SANTA EMILIA	CALLE ARCE Y AVENIDA MORAZAN	222-4676
2	401307	ANTIBIOTICOS	6010752	FARMACIA SANTA EMILIA	CALLE ARCE Y AVENIDA MORAZAN	222-4676
3	202002	LEÑA (4 E 5 RAJITAS)	6010756	VENTA DE LEÑA	AV. 29 DE AGOSTO Y BLDR. VENEZUELA #820 FTE. A MOTEL CENTRAL	
4	103001	PESCADO FRESCO	6010759	VTA. DE MARISCOS (AURELIA VENTURA)	MDO SAN MIGUELITO PUESTO 3255	
5	201001	ALQUILER	6010762	ALQUILER (OSCAR RODRIGUEZ)	COL. BERNAL 2da CALLE ORIENTE #3-1	
6	304001	BLUSA PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS		TIENDA ST.JACK'S	CENTRO COMERCIAL SAN LUIS LOCAL 1A Y 7ª	226-8202
7	403301	GASOLINA (REGULAR)	6010776	ESSO LOS HEROES	BLVD LOS HEROES Y CALLE GABRIELA MISTRAL	260-2764
8	403301	GASOLINA (REGULAR)	6010777	TEXACO LA GARITA	CALLE CONCEPCION Y CALLE AGUA CALIENTE	276-4053
9	403301	GASOLINA (REGULAR)	6010778	SHELL LAS AMERICAS	10a AV SUR Y AV CUBA (CALLE A SAN MARCOS)	270-3340

10	403301	GASOLINA (REGULAR)	6010779	ESSO GUADALUPE	BLVD VENEZUELA Y CALLE AMBERES	
11	403301	GASOLINA (REGULAR)	6010780	SHELL MONUMENTAL	BLVD LOS PROCERES FTE. A ENTRADA A REPARTO LOS HEROES	273-9505
ASESOR: LIC. RENE HUMBERTO PANIAGUA						

ANEXO 6

Cuadro de resultados proporcionado por el Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS).

INDICE DE PRECIOS NO. 2 VIVIENDA

CODIGO: 204.001 NOMBRE: REFRIGERADORA CANT./ PESO 1

PRECIO PRESENTADO EN COLONES

CODIGO No.	NOMBRE DE ESTABLECIMIENTO	INVESTIGACIÓN			
		1era.	2da.	3era.	4ta.
6010127	OMNISPORT	3,500.00	3,966.00	4,278.00	4,275.00

6010128	ALMACEN OMNISPORT	4,759.00	4,672.00	4,950.00	4,672.00
6010683	COMERCIAL TRES ESTRELLAS	3,400.00	3,400.00	3,400.00	3,400.00
5010001	CASA ZELADA	3,335.00	4,004.00	4,004.00	4,004.00
6010621	CIA. COMERCIAL TROPIGAS	3,399.00	3,499.00	3,499.00	3,499.00
6030001	ALMACEN LA CURACAO, S.A.	3,698.98	3,698.98	8,700.60	3,698.98
6010117	ALMACEN PRADO S.A. DE C.V.	3,607.00	3,607.00	3,300.00	3,607.00
6010708	LA CURACAO	3,499.00	3,499.00	3,499.00	3,499.00