

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



TEMA:
“LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS,
SUBGRUPO PRENDAS DE VESTIR PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS,
PRODUCTO PANTY HOSE, MARCA CORAZON, TALLA “M” EN LA
DETERMINACION DEL INDICE DE INFLACION EN EL AREA
METROPOLITANA DE SAN SALVADOR”.

Trabajo de Graduación presentado por:
CELIA SILVIA MARTINEZ DE ESTRADA
MARIA ANTONIETA FUENTES HERNÁNDEZ

Para optar al grado de:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

NOVIEMBRE, 2002

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCEL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. DANILO ADOLFO DIAZ PEREZ
DECANO

JURADO EXAMINADOR

ING. GUILLERMO ALFREDO GUANDIQUE PERAZA
PRESIDENTE

LIC. DENIS ABDIEL DUQUE
PRIMER VOCAL

LIC. GUILLERMO ALONSO LOPEZ COLOCHO
SEGUNDO VOCAL

NOVIEMBRE, 2002.

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA.

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

- A Dios Todopoderoso:** por darme la vida, la sabiduría necesaria, fuerza y constancia para alcanzar una meta más en mi vida.
- A María Santísima:** por ser la luz en mi camino e intercesora en mis peticiones para llegar a ser lo que soy.
- A mis amados padres:** Oscar Aníbal Martínez Olivares y Ana Silvia Menjívar de Martínez, por su confianza, apoyo y sabios consejos; pero sobre todo por su gran amor.
- A mis amados hermanos:** Ovidio Arturo y Oscar Aníbal, con cariño y amor fraternal. Gracias por el apoyo que me brindaron.
- A mi amado esposo:** Adán Antonio, por confiar en mí y ser el mayor de mis apoyos para alcanzar mis metas y sueños. Te amo mucho.
- A mi amado hijo:** Rodrigo Adán, por ser el más grande de mis motivos e inspiración para seguir adelante.
- A mi compañera de tesis:** por ser incondicional en los momentos más difíciles, por su confianza y apoyo, pero sobre todo por ser mi amiga.
- A mis familiares:** por sus consejos y colaboración en momentos determinantes de mi carrera.
- A mis compañeros y amigos:** con respeto y cariño fraternal.

CELIA SILVIA MARTÍNEZ DE ESTRADA

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

- A mi Dios Todopoderoso:** A quien debo lo más valioso que es la vida y la salud, que sin ello no hubiera logrado mis objetivos y metas trazadas.
- A mi madre Ana María:** Quien me demostró todo su amor, al darme con esfuerzos y sacrificios las bases para poder coronar una carrera.
- A mi esposo José Omar:** Que me brindo todo su apoyo, ayuda y tiempo sin despegarse ni un instante de mí, en los momentos que más lo necesite.
- A mi Padre y Hermanas:** Por estar presentes en todo momento.
- A mi amiga y compañera de Tesis:** Por la gran paciencia y la ayuda que me brindo desde mucho tiempo antes del proceso de grado, que para mí es de mucha importancia.
- A mis Jefes:** Lic. Magaña y Sr. Mejía por la comprensión y la ayuda que recibí de ellos, en el momento oportuno.
- A mis compañeros de trabajo:** Comprendiendo y dando más de su tiempo para apoyarme en el área que me he desempeñado, pudiendo así dedicar mas tiempo al objetivo que me propuse.

MARIA ANTONIETA FUENTES HERNANDEZ

INDICE

	Págs.
INTRODUCCION	i
 CAPITULO I	
 MARCO TEORICO	
1. Antecedentes	1
1.1 Situación Actual	1
2. Base Teórica	3
2.1 Historia de la Inflación en El Salvador	4
2.2 La Industria de la Confección en El Salvador	7
3. Definición de Términos Básicos	9
3.1 Causas de la Inflación	10
3.2 Tipos de Inflación	13
3.2.1 Inflación por Demanda	13
3.2.2 Inflación por Costos	17
3.2.3 Inflación por Beneficios	18
3.2.4 Inflación Abierta	18
3.2.5 Inflación Reprimida	19
3.2.6 Inflación por Sobreprecios	20
3.2.7 Inflación Importada	20
3.2.8 Inflación Internacional	20
3.2.9 Inflación Local	21
3.3 Otros Tipos de Inflación	21
3.3.1 Inflación Baja	21
3.3.2 Inflación Galopante	22
3.3.3 Hiperinflación	22
3.3.4 Inflación Tendencial	23
3.3.5 Inflación Anticipada	23
3.3.6 Inflación no Anticipada	24
3.4 Consecuencias de la Inflación	25
3.5 Indicadores tradicionales de Inflación	26
3.5.1 Índice de Precios al Consumidor	27
3.5.2 Índice de Precios al por Mayor	28
3.5.3 Deflactor Implícito del PIB	29
3.6 Análisis de la Inflación a partir del Índice de Precios	30
3.7 Cálculo del Índice de Precios al Consumidor	31
3.8 Clasificación de tipos de canasta según su ingreso familiar	35
3.8.1 Canasta Básica Mínima	35

	3.8.2 Canasta Ampliada	36
	3.8.3 Canasta de Mercado	36
	3.9 Composición de la Canasta de Mercado	36
4.	Marco Normativo	37
	4.1 La Inflación	37
	4.2 El Producto y el Consumidor	38

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO

1.	Generalidades	43
	1.1 Importancia	43
	1.2 Objetivos de la investigación	44
	1.2.1 Objetivo General	44
	1.2.2 Objetivos Específicos	44
	1.3 Delimitación de la investigación	44
	1.3.1 Delimitación espacial	44
	1.3.2 Delimitación temporal	45
	1.3.3 Delimitación social	45
	1.4 Limitantes de la investigación	45
	1.5 Metodología de la investigación	46
	1.5.1 Tipo de estudio	46
	1.5.2 Población de estudio	47
	1.5.3 Tamaño muestral	48
2.	Métodos, técnicas e instrumentos de la investigación	49
	2.1 Métodos y técnicas	49
	2.2 Instrumento de captación de la información	50
	2.3 Prueba piloto	51
	2.4 Operación de campo	52
	2.5 Consistencia y procesamiento de la información	52
	2.5.1 Codificación	52
	2.5.2 Entrada de datos	53
	2.5.3 Consistencia de la información digitada	53
	2.5.4 Indicadores a obtener para la evaluación del impacto	53
3.	Evaluación de la encuesta	54
	3.1 Presentación de los resultados	54
	3.2 Análisis de los resultados	57

CAPITULO III

DETERMINACION DE LA IMPORTANCIA DEL PRODUCTO PANTY HOSE MARCA CORAZON, TALLA “M” DEL GRUPO VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS

1	Generalidades	59
1.1	Importancia del bien	59
1.2	Objetivos de la importancia de las panty hose	59
1.2.1	Objetivo General	60
1.2.2	Objetivos Específicos.	60
1.3	Comportamiento histórico de los precios del bien	61
2.	Determinación de la importancia del precio del producto en el Índice de Inflación.	64
2.1	Definición de variables	64
2.2	Derivación de la fórmula	64
2.3	Determinación de la importancia	66
2.4	Efectos sobre el poder adquisitivo	67
3.	Propuesta metodológica	68
3.1	Objetivo de la propuesta metodológica	68
3.2	Parámetros	69
3.2.1	Representatividad	69
3.2.2	Transparencia metodológica y de cálculo	69
4.	Antecedentes del actual IPC	70
4.1	Ajustes al actual IPC	70
4.2	Reestructuración de la nueva canasta del IPC	71
4.3	Criterios de selección de productos para la nueva canasta del IPC.	73
4.4	Selección de lugares para toma de precios	74
5.	Ventajas del ajuste al actual IPC	76
6.	Nueva canasta de bienes	77
6.1	Ponderaciones del IPC	77
6.2	Estructura de la canasta	78
7.	Programa permanente de actualización	79
	Conclusiones	81
	Recomendaciones	82
	Bibliografía	83
	Glosario	86
	Anexos	88

Anexo No.1 “Composición de la Canasta de Mercado del IPC por Grupos”

Anexo No.2 “Establecimientos que comercializan el producto Panty Hose, marca Corazón, talla “M”.

Anexo No.3 “Muestra de Establecimientos y Canasta de Mercado”

Anexo No.4 “Formulario para la recopilación de datos (grupo vestuarios)”

Anexo No.5 “Determinación de la Importancia del Precio de las Panty Hose en el Índice de Inflación”

Anexo No.6 “Efectos del Poder Adquisitivo en las Panty Hose”

INTRODUCCION

La inflación es uno de los fenómenos que más afecta el sistema económico de una sociedad, porque incide en el poder adquisitivo de las familias, ocasionando la pérdida del valor de la moneda en circulación. Por ello es necesario que entidades como la Dirección General de Estadísticas y Censos, dependencia del Ministerio de Economía, se preocupe por mantener actualizada la información económica para su divulgación y análisis como el Índice de Precios al Consumidor y la composición de la Canasta de Mercado.

Por tal razón la investigación realizada, servirá de aporte a dichas entidades para que consideren la realidad actual existente en la sociedad salvadoreña, y con ello facilitar la toma de decisiones. Esta investigación es parte de un estudio realizado delimitado en un bien o servicio que conforma la canasta de mercado, determinando así la importancia de este en el índice de inflación.

El primer capítulo define un marco teórico conceptual sobre la problemática del fenómeno inflacionario, tipos de inflación, causas y consecuencias, así como también define el Índice de Precios al Consumidor a partir de la composición y clasificación de las canastas según el ingreso familiar.

El segundo capítulo contiene información relacionada con la metodología de la investigación de campo, utilizando los métodos y técnicas más adecuadas al tipo de estudio. En este también se plasman los resultados y análisis de los mismos, con la finalidad de interpretar el comportamiento de la variabilidad de los precios del producto panty hose marca corazón, talla “M”.

Finalmente el tercer capítulo comprende el comportamiento histórico y la importancia del producto panty hose en la determinación del índice de inflación en el Área Metropolitana de San Salvador y su efecto en el poder adquisitivo de las familias salvadoreñas. Además incluye una orientación que facilite y ayude a una nueva reestructuración de la canasta de mercado existente y un ajuste al actual Índice de Precios al Consumidor con datos actualizados y fidedignos.

CAPITULO I MARCO TEORICO

1. Antecedentes

1.1 Situación Actual

La sociedad salvadoreña se ve afectada económicamente a través de la variabilidad del índice de precios de los bienes y servicios demandados por las familias, siendo estos en ocasiones escasos, generando así una demanda global mayor que la cantidad de los bienes y servicios disponibles al consumidor, e incrementando así la actividad económica del país que conlleva a un proceso inflacionario.

“La inflación es un fenómeno económico que se manifiesta a través de una reducción en el poder adquisitivo del dinero, a causa de una elevación porcentual del nivel de precios y que se mide normalmente por la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC), que es el precio promedio de una canasta de bienes y servicios consumidos por una familia representativa”¹

El proceso inflacionario obedece a muchas causas endógenas y exógenas, participando cada una de estas en menor o mayor medida, de acuerdo al grado de apertura de que goce una economía determinada, así como también a los esfuerzos que realice en la consecución del desarrollo económico.

¹ Brand, Salvador Osvaldo. Diccionario de Economía, Editorial Jurídica Salvadoreña, 1994. Página 419.

El Salvador es un país con una economía de pequeña dimensión que principalmente depende del comercio exterior, así como de distintos planes de desarrollo económicos ejecutados, generando la inflación distorsiones en el sistema de precios y creando incertidumbre en la economía. El descontrol monetario que presiona los precios no es otra cosa que la manera de manifestarse el desequilibrio de la gestión fiscal.

“Un déficit fiscal puede evitarse mediante una combinación de reducciones de gastos y aumento de impuestos. El problema está en la dificultad para implementar políticas de este tipo que con frecuencia, requieren la conformación de una mayoría en el poder legislativo, que puede ser muy difícil de reunir”².

“El déficit fiscal interno es una variable de primer orden, para explicar la inflación en El Salvador por cuanto capta, por una parte, las expansiones monetarias de origen fiscal y las consiguientes presiones de demanda, y, por la otra, la formación de las expectativas del público sobre la forma en que se financia el déficit, ya sea mediante emisión o devaluación de la moneda como sucedió hasta diciembre de 2000”³.

En países latinoamericanos el alza en la inflación se puede deber a los grandes y persistentes déficits fiscales que el Banco Central monetiza, esto es, que se pagan imprimiendo moneda.

² Sachs Jeffrey D. Larraín B Felipe, Macroeconomía en la Economía Global, 1ª Edición. Página 323.

³ La Ley de Integración Monetaria entró en vigencia el primero de enero de 2001, con tipo de cambio fijo de ₡8.75 por US \$1.00

“La pesada carga de la deuda externa de los gobiernos latinoamericanos ha jugado un papel fundamental en este proceso al aumentar los déficit presupuestarios, limitando al mismo tiempo la capacidad de los gobiernos de financiarlos mediante préstamos en lugar de monetización”⁴.

2. Base Teórica

“Después de la I Guerra Mundial, varios países Europeos como Rusia y Alemania se vieron afectados por un proceso hiperinflacionista. En el caso de Alemania la causa fue la emisión de dinero que realizó el gobierno Alemán para afrontar la reconstrucción del país, dichas emisiones aumentaron el dinero en circulación en tal cuantía entre 1921 y 1923.

Este fenómeno apareció con mayor fuerza en muchos países después de la II Guerra Mundial, manteniéndose como una situación persistente en muchos países desarrollados desde la década de los sesenta y especialmente durante los efectos de la crisis del petróleo de 1973. Algunos autores explican que en las economías de éstos países se produce un estancamiento que impide la reducción de la tasa de crecimiento del nivel general de precios”⁵

Históricamente se han producido tanto etapas de aumento como disminución de los

⁴ Sachs, Jeffrey D. Larraín B Felipe. Macroeconomía en la Economía Global 1º Edición, Página.323.

⁵ <http://www.enciclonet.com>

precios; sin embargo éstas últimas no han sido las más habituales. La inflación se ha relacionado tradicionalmente con la acuñación de monedas cuyo valor venía determinado por la cantidad de oro y plata que contenían.

“Además el fenómeno inflacionario ha sido constante en muchas economías sudamericanas, por ejemplo en Argentina durante los años ochenta las tasas anuales medias de la inflación fueron del 450%. En algunos países la población ha buscado la estabilidad del dólar americano renunciando a su propia moneda nacional”⁶

2.1 Historia de la Inflación en El Salvador.

“Durante 1964-98 la economía salvadoreña experimentó una sola recesión⁷, que tuvo lugar en 1979-82, experimentando un estancamiento en la economía originada por necesidades insatisfechas como bajos niveles de producción, disminución del precio del café y alto índice de inflación, surgiendo el conflicto armado y viéndose muchos campesinos en la necesidad de emigrar a la ciudad, disminuyendo con esto la mano de obra del sector agrícola”⁸. El retroceso de la economía salvadoreña en términos de bienestar fue enorme ya que se registraron niveles de producción similares a los que ya tenían en los años 60 tardando 15 años en recuperarse.

⁶ En El Salvador se ha dado este fenómeno, ya que a partir del 1º de enero de 2001, entró en vigencia La Ley de Integración Monetaria fijando el tipo de cambio a ¢8.75 por US \$1.00

⁷ Recesión: es el período de poca actividad en los negocios, en el cual los precios son bajos, el poder adquisitivo de la población reducido y el desempleo alto.

⁸ POLITICA FISCAL y Ciclo Económico en El Salvador. Pág. 8

De 1984 a 1989, se suscitaron una serie de hechos que influyeron en la inestabilidad económica ya existente tales como: incremento en el nivel de desempleo, guerra, perturbaciones climáticas, terremotos, huracanes, desplazamiento de la población y las migraciones se dieron con mayor volumen.

“En los años 1990-98 la estabilidad económica retornó a EL Salvador y con ella también se recuperó el crecimiento económico y niveles inflacionarios bajos. La economía se expandió a 4.9% anual y la inflación promedio se ubicó en 9.9% por debajo de las tasas de los años anteriores, con esto se favoreció el proceso de integración económica regional”.⁹ Lo anterior es un reflejo de los esfuerzos del Gobierno por mantener políticas macroeconómicas apropiadas y coherentes para conservar la estabilidad y el poder de compra de los salvadoreños, así como una política fiscal¹⁰ que permitió reducir el déficit y la política monetaria prudente, manteniendo la liquidez en niveles acordes a los programados.

“En 1999 la inflación del año cerró en -1.0 %, la más baja y con el primer indicador negativo desde la introducción del índice base de diciembre de 1992”.¹¹

“En los meses de enero y febrero de 2000 la inflación acumulada alcanzó el 1.2% y de

⁹ Ibid. Página 9.

¹⁰ Política Fiscal acción estatal que influye sobre el volumen y la composición de los ingresos y gastos públicos sobre consumo y la inversión privada incluyendo la política de deuda externa e interna y las operaciones de la empresa estatal autónoma. Su rol principal es estabilizar el producto.

¹¹ Menjívar, Cristian. La inflación de abril fue de 0.1%. El Diario de Hoy. San Salvador. Mayo 6, 2000: 38

acuerdo a la evolución del IPC los grupos de alimentos y vivienda son los más costosos, aumentando 0.9% y 0.7% respectivamente, esto fue debido al incremento de los precios de algunos artículos que los conforman. No obstante, el grupo vestuario y misceláneos registraron bajas del 0.2%, siendo influenciado por el mantenimiento de precios”.¹²

“En el año recién pasado 2001 el promedio anual del IPC fue de 4% con la experimentación de una baja de 0.9% en el mes de octubre, debido a la disminución de los precios de la energía y los combustibles. Hasta este entonces los precios continúan estables en el mercado salvadoreño. Los alimentos experimentaron una reducción del 0.4%, la vivienda 1.7%, el vestuario 0.6% y los misceláneos 0.1%. De acuerdo con el informe del Ministerio de Economía la inflación acumulada asciende a 1.6%, la punto a punto 2.3% y el promedio anual a 4.0%. En el grupo vestuario bajaron de costo el calzado, prendas para hombres mayores de 15 años, vestidos y accesorios para niños menores de 3 años, prendas para mujeres mayores de 15 años y prendas para niñas.

Sin embargo hubo alzas de precios en los accesorios para hombres y niños, ropa de damas y niñas, telas para confección de ropa, hechura de ropa y mantenimiento de calzado.¹³”

“La desaceleración de la economía de los Estados Unidos, el deterioro de los términos

¹² Menjívar, Cristian. Inflación en febrero fue de 0.5%. El Diario de Hoy. San salvador. Marzo 4, 2000: 29

¹³ La inflación continúa disminuyendo. El Diario de Hoy. San Salvador. Noviembre 8, 2001: 39

de intercambio, los terremotos y las sequías, son circunstancias adversas capaces de afectar a cualquier economía pequeña y vulnerable como lo es la salvadoreña.

No obstante en materia fiscal se hace notar un incremento en la recaudación tributaria, básicamente por los aumentos del IVA, los ingresos totales del gobierno se vieron reducidos y desafortunadamente y contradictoriamente los gastos totales han mantenido su ritmo ascendente. El déficit fiscal consecuentemente, ha experimentado un ritmo ascendente lo cual es grave para la estabilidad monetaria. Lo que es más, la deuda pública interna y externa ha venido registrando un importante aumento¹⁴, que compromete los ingresos futuros de un país que consume mucho más de lo que produce y que por lo tanto tiene niveles bajos de ahorro”.¹⁵

2.2 La Industria de la Confección en El Salvador.

"La industria de la confección ha experimentado muchos cambios en El Salvador, comenzó con pequeños talleres y tiendas de confección de vestidos para mujeres, los cuales crecieron y dejaron de ser microempresas que satisfacían los gustos del ama de casa, convirtiéndose la máquina de pedal en una necesidad de los hogares salvadoreños."¹⁶

¹⁴ Esta deuda se ha visto incrementada debido a los terremotos sucedidos el 13 de enero y 13 de febrero de 2001, que ocasionó desbordante destrucción en todo el territorio nacional, siendo unas áreas más afectadas que otras.

¹⁵ UTEC. Los rasgos de la economía salvadoreña antes del atentado. Revista Entorno. San Salvador. No. XXII Diciembre 2001-Enero 2002.

¹⁶ La industria de la confección está inmersa en el grupo vestuario y servicios relacionados con la confección de prendas de vestir para hombres, mujeres y niños." Presentación del Sector Industria de la Confección, Alas, José Ricardo. Octubre 1991.FUSADES.

“Con el crecimiento de la población los talleres de confección de ropa femenina se desarrollaron, dándose los primeros pasos de la industrialización del sector hace aproximadamente 40 años, cuando pequeñas fábricas iniciaron produciendo camisas sport de hombres en cantidades mayores para ser comercializadas”¹⁷.

La industria de la confección se benefició en los años 50 y 60 con el surgimiento del Mercado Común Centroamericano y las políticas adoptadas por éste como: la sustitución de importaciones como estrategia económica básica, surgiendo con ello nuevas empresas de confección que buscaban satisfacer la demanda centroamericana.

“Históricamente la industria líder en la fabricación y distribución de panty hose marca Corazón, talla “M” ha sido la empresa Guatemalteca Nylontex S.A. fundada en 1963, el liderazgo de ésta se debe a la constante investigación en el desarrollo de nuevos productos que satisfagan las exigencias del consumidor como de las condiciones cambiantes de la moda del mercado mundial.

Nylontex S.A. se extendió en el mercado centroamericano en 1969, convirtiéndose en la pionera en el lanzamiento de panty hose. Actualmente cuenta con una organización de apoyo en mercadeo y ventas para mantener una estrecha comunicación de las necesidades del consumidor y, ajustándose al cambio dinámico del mercado para poder seguir compitiendo en precio y calidad. Las panty hose Corazón tradicional son

¹⁷ Ídem.

elaboradas con hilos de nylon texturizados de fino denier que dan suavidad y duración a la prenda, las hay en tallas pequeño, mediano, grande y extra grande; en colores verano, invierno, atardecer, piel canela, capricho, negro y adicionalmente gama especial de colores para el Caribe.”¹⁸

3. Definición de Términos Básicos

El fenómeno inflacionario afecta la economía de cualquier país, por tal razón antes de definir que es inflación, definamos que es economía.

- "Es la rama de las Ciencias Sociales que trata de la producción, distribución, consumo de bienes y servicios, así como la descripción de los acontecimientos que tienen relación con esto".¹⁹
- "Rama de las ciencias sociales que estudia los procesos de producción y distribución y el carácter de los ingresos reales".²⁰

Teniendo en mente estos conceptos podemos definir ahora la inflación:

- "La depreciación del valor de la moneda o la reducción del poder adquisitivo de la misma".²¹
- "Proceso mediante el cual aumentan los precios de la mayoría de los bienes y servicios de una economía. Es decir un aumento generalizado y sostenido del nivel

¹⁸ <http://www.nylontex.com/corazon.htm>

¹⁹ JM Rosenberg, Océano Centrum, Diccionario de Administración y Finanzas. Página 153.

²⁰ Clément, Norris C. et al. Economía Enfoque América Latina 2ª Edición. México, Mc Graw Hill, 1983. Página 354.

²¹ Rossetti, José Pascual. Introducción a la Economía. 15a. Edición. México, Harla, 1991. Cap. 9, Página 184.

promedio de los precios y no simplemente a un aumento temporal o de algún producto en particular".²²

- "Desequilibrio producido por el aumento de los precios o de los créditos, provocando una excesiva circulación del dinero y su desvalorización."²³

Por lo tanto, la inflación es una tendencia a desequilibrar la economía y se lleva a cabo a raíz del aumento persistente del nivel general de precios de los productos que conforman la canasta de mercado.

3.1 Causas de la Inflación

La causa de la inflación es muy sencilla y es única: una cantidad excesiva de dinero circulando en la Economía, sin importar el país ni el período. El aumento sostenido de los precios se produce cuando el dinero crece más deprisa que la producción de bienes y servicios. "El Banco Federal Alemán o El Banco Central de Alemania sostiene: apenas se discute que sin una expansión excesiva de la masa monetaria, no puede haber, a la larga una elevación general de precios".²⁴

Según la opinión pública la inflación tiene tres posibles causas:

- 1- Inflación por empuje de costos
- 2- Inflación por empuje de la demanda

²² Clément., Norris C. et al. Economía Enfoque América Latina. 2da. Edición. México, Mc Graw Hill, 1983. Página 253.

²³ Ídem.

²⁴ [http:// www.infoenlace.bancocentraldecostarica.com](http://www.infoenlace.bancocentraldecostarica.com) Centro de Información Álvaro Castro J. Vol. 3, No.2.

3- Exceso de liquidez.

Dentro del empuje de costos podemos mencionar: la devaluación de la moneda, aumento salarial, aumento en el precio del petróleo, aumento en la tasa de interés, aumento de los impuestos.

La inflación por empuje de la demanda sostiene que un cambio inicial en los gustos y preferencias de los agentes económicos hace que aumente la demanda de algún bien o servicio. Una mayor demanda por un bien genera un aumento en el precio de éste.

El aumento de los precios es causado cuando el Banco Central de Reserva emite dinero sin respaldo en la producción ya que este tiene el monopolio de la creación, impresión o emisión de monedas y billetes en el país.

“Al analizar la economía salvadoreña, se pueden encontrar diferentes causas que generan los actuales índices de inflación”²⁵, dentro de estas citamos las internas y externas:

Entre las causas internas se encuentran:

- Oferta insuficiente de productos agropecuarios en relación con la demanda.

²⁵ La inflación acumulada a junio de este año fue de 2.3% inferior al 3.1% de igual período al año anterior; evidenciando que a medida transcurre el período posterremoto, la inflación anual tiende a estabilizarse, a pesar de las alzas en los precios de la gasolina y en las tarifas de la energía eléctrica, Informe trimestral de coyuntura. Segundo trimestre de 2001. FUSADES

- Excesivo afán de lucro en los capitalistas comerciales e industriales.
- Altas tasas de interés bancario que encarecen el crédito.
- Desequilibrada canalización de crédito bancario que no ayuda a las inversiones productivas.

Entre las causas externas se mencionan:

- Excesivas Importaciones de mercancías a precios altos.
- Afluencia de capital externo, en forma de créditos o de inversiones que no se canalizan a la producción.
- Exportación excesiva de productos que incrementen la entrada de divisas al país, por lo mismo, la cantidad de dinero en circulación.
- “Por otra parte en el afán de financiar los déficit fiscales se toma la decisión de hacer uso de los préstamos externos los cuales en el mediano plazo generan inflación debido a que se están financiando operaciones del gobierno que no producen bienes reales y que por el contrario aumentan el circulante del dinero”.²⁶
- “El crecimiento poblacional que se ha experimentado en algunos países, ha provocado escasez de bienes y servicios, lo cual ha dado como resultado un incremento de precios en los bienes que se ofrecen al mercado. Al aumentar la

²⁶ Panameño Medrano, Tania Lizeth. Rivas de Rivas, Nubia Estela. Tesis: Propuesta de políticas y estrategias para contrarrestar el efecto de la inflación en la clase media baja de la sociedad salvadoreña. Noviembre de 1997. Página 25. UTEC.

población de un país las posibilidades de satisfacer sus necesidades disminuyen”.²⁷

- “Las políticas monetarias inflacionarias en algunos países de América Latina se han establecido para orientar a incrementar la masa monetaria sin ningún respaldo real; esta con el afán de cumplir con compromisos adquiridos por los gobiernos, principalmente cuando existen déficit fiscales o en aquellos casos en donde se requiere incrementar la actividad comercial de la economía. Esta política genera inflación porque provoca un incremento en la demanda, superando a la oferta”.²⁸
- “Políticas salariales no ajustadas al comportamiento productivo, las presiones sindicales por aumentar los salarios, generan inflación cuando dichos aumentos no generan productividad en el trabajo, principalmente los salarios que paga el Estado”.²⁹

Las causas antes mencionadas son comunes en la mayoría de países de América Latina.

3.2 Tipos de Inflación:

Las diferentes corrientes del pensamiento económico dieron lugar al surgimiento de los tipos de inflación clasificándolas según su nivel de gravedad o intensidad:

3.2.1 Inflación por Demanda

La inflación por Demanda se ha descrito como “demasiado dinero en pos de muy pocos

²⁷ Ídem.

²⁸ Ibíd. Página 27

²⁹ Idem.

artículos”, denominándosele también “inflación de atracción de la demanda”.³⁰

“La demanda dirigida a determinado producto se puede definir como las diferentes cantidades que los consumidores estarán dispuestos y en condiciones de adquirir, en función de los diferentes niveles de precios posibles, en determinado tiempo.

La demanda esta representada por una serie de posibles alternativas que varían inversamente con el nivel de los precios en condiciones normales, las cantidades demandadas dependen de los diferentes niveles de precios de mercado, generando un comportamiento modelo, según el cual cuanto más bajos se presenten los precios, más altas serán las cantidades demandadas.

La reacción característica de los consumidores ante los niveles de precios se debe a tres razones:

- Dominio general: los precios son un obstáculo para los consumidores; cuanto más alto sean, menos será el número de consumidores dispuestos y realmente aptos para entrar en el mercado.
- Sustitución: cuando aumenta el precio de “X” producto, permaneciendo invariable los precios de productos similares.

³⁰ Clément, Norris C. et al. Economía Enfoque América Latina. 2da. Edición, México, Mc. Graw Hill, 1983. Página 254.

- Subjetivo: cuanto mayor sean las cantidades disponibles de cualquier producto, menores serán los grados de su margen de utilidad. Esto ocasionará que el consumidor sólo adquiera unidades adicionales, si los precios registran bajas.

Cuanto más se eleven los precios de cualquier producto, menores serán las cantidades por período, que los consumidores estarán dispuestos y en condiciones de adquirir”.³¹

Dentro de las escuelas del pensamiento económico es importante destacar al Sr. John Maynard Keynes, notable economista inglés y el más importante de la primera mitad del siglo XX. Nació en 1883 y falleció en 1946.

Intentó investigar las causas fundamentales del terrible desajuste económico en que se encontraban sumergidas casi todas las economías del mundo occidental (la gran depresión de 1930). En la época de la gran depresión, Keynes se dedicó a reflexionar sobre los más graves problemas del sistema capitalista y en contra del Laissez-faire (la no intervención del estado en la economía), procuró encontrar la terapia exacta que hiciera posible la recuperación de los países afectados y, fue entonces que en 1936 publicó su exitosa obra “La Teoría General”, donde promovió lo que hoy se denomina revolución Keynesiana.³²

³¹ Rossetti, José Paschoal. Introducción a la Economía. 15ª. Edición, México. Harla. 1991. Pág. 10. Páginas 205-208.

³² Rossetti, José Paschoal. Introducción a la Economía. 15ª. Edición, México. Harla. 1991. Pág. 4. Página 81.

La teoría de Keynes se basa principalmente en tres proposiciones:

- El ahorro, referido al conjunto de un país, depende más de la renta global de este país que del tipo de interés existente en el mercado.
- El tipo de interés no desciende por debajo de un determinado nivel, aunque siga aumentando la liquidez del sistema.
- Las inversiones crecen cuando disminuye el tipo de interés; pero la experiencia muestra que, cuando el tipo de interés es bajo, ulteriores descensos en el mismo no implican modificaciones del total de inversiones.

Características de la Teoría General de Keynes:

- Su teoría es un rechazo del liberalismo económico (Laissez-faire) ya que se apoya en la intervención del Estado en la economía para impulsar la inversión.
- La teoría lleva directamente a la política económica que él mismo recomienda.
- Su teoría pretende explicar cuales son los determinantes del volumen de empleo.
- Esta se enfoca hacia el equilibrio cambiante.
- Su teoría está basada en la preferencia de liquidez.

“Según Keynes, los precios y los salarios son rígidos a corto plazo. En este tipo de economía la producción responde positivamente a los aumentos del nivel de demanda agregada o a un aumento de los costos de producción que restringen la oferta agregada o producción nacional. Durante los procesos inflacionarios es común que quienes tengan ingresos fijos reciban aumentos en sus salarios nominales y piensen que los hace más

puientes, sin embargo, pronto se dan cuenta que es una ilusión (ilusión monetaria), ya que los precios aumentan más que los salarios, por lo que su poder adquisitivo desciende con mayor rapidez.

Los keynesianos consideran que la falta de demanda efectiva se debe básicamente a que existe rigidez en los mercados de productos y de mano de obra de las economías capitalistas que impiden que los precios y los salarios se ajusten a las condiciones cambiantes de la economía. Keynes sugirió herramientas para solucionar los problemas de inflación y de desempleo dividiéndolas en dos partes: normas fiscales y normas monetarias. Utilizando las normas fiscales el gobierno puede aumentar o reducir las erogaciones según lo requiera la situación: un aumento en los gastos o una disminución de los impuestos, estimula la economía; un aumento en los impuestos o una disminución en los gastos, deprime la economía. Al utilizar normas monetarias el gobierno puede incrementar las existencias de dinero o reducir las tasas de interés para estimular las actividades económicas o la inversión para prevenir la inflación.”³³

3.2.2 Inflación por Costos

“También es llamada inflación de oferta, refiriéndose a un empuje en los salarios, apareciendo como costos de producción en aumento, lo que provoca el alza de los precios, denominándosele inflación de impulso de los costos”³⁴

³³ Clément, Norris C. et al. Economía Enfoque América Latina. 2da. Edición. México, Mc Graw Hill. 1983. Páginas 255-268

³⁴ Rossetti, José Paschoal. Introducción a la Economía. 15ª. Edición, México. Harla. 1991. Cap. 10. Páginas 208-209.

“La oferta de determinado artículo puede definirse como las diferentes cantidades que los productores estarán dispuestos y aptos a ofrecer en el mercado en función de los distintos niveles de precios posibles, en determinado tiempo. La oferta está representada inicialmente por una serie de posibles alternativas que siempre correlacionan las diferentes cantidades ofrecidas con los diferentes niveles de precios definidos por las estructuras de los costos de los productores.

La diferencia esencial en relación con la curva de demanda reside en que, en el caso de la oferta las variaciones en las cantidades están directamente relacionadas con los cambios en los niveles de los precios; por consiguiente las curvas de la oferta y la demanda son gráficamente opuestas”.³⁵

3.2.3 Inflación por Beneficios

Se obtiene a través de los esfuerzos que realizan las empresas por obtener mayores ingresos de rentabilidad, no elevando los precios, sino mediante la estrategia de aumento en la productividad y/o el volumen de ventas, ya que una elevación en el precio de venta puede hacer que este volumen disminuya la cuantía tal, que reduzca el beneficio total.

3.2.4 Inflación Abierta

“Es aquel proceso inflacionario que se está desarrollando en una forma acelerada, en niveles relativamente bajos pero que es palpable en todos los sectores de la economía,

³⁵ Ídem.

por lo que el estudio de la inflación es de mucho interés para los planificadores de la política económica”.³⁶

3.2.5 Inflación Reprimida

Es la que se maneja a través de los controles de precios y políticas macroeconómicas que se establecen en la economía de un país, orientada a frenar los procesos inflacionarios.

La principal medida adoptada por muchos gobiernos es el control de precios, sin embargo la mayoría de las veces agrava la situación que pretende resolver.

Los resultados reales del control de precio son la pérdida del cálculo económico, aumento de la escasez, la aparición del mercado negro y el racionamiento. Más que una medida económica, el control de precios es una medida política, pues da la impresión que el gobierno esta haciendo lo posible por mantener bajo el nivel de precios.

Además, mediante el control de precios y de cambio, o de salida de capitales al extranjero, para evitar la devaluación de la moneda, se va acumulando el poder adquisitivo en los habitantes de un país hasta que llega el momento en que nadie esta interesado en producir, sino en buscar la forma de gastar lo que tienen, siendo la principal preocupación de la gente gastar y no producir.³⁷

³⁶ Ídem.

³⁷ Ibíd. Página 20.

3.2.6 Inflación por Sobreprecios

“Se deriva de la inflación de costos y resulta del traslado que hacen los agentes económicos al precio final de los bienes y servicios, en igual o diferente proporción, dándose con mayor facilidad en los mercados imperfectos de los bienes y servicios de trabajo”.³⁸

Tomando como base su localización geográfica la inflación se puede clasificar en:

3.2.7 Inflación Importada

Se habla de este tipo de inflación cuando las causas son ajenas al sistema monetario nacional. Existen tres casos en los que se habla de inflación importada:

1. Cuando suben los precios de las materias primas y artículos manufacturados que se necesitan importar a un país.
2. Cuando el país importa en grandes cantidades.
3. Cuando hay una gran afluencia de capitales de otros países en un corto período de tiempo.³⁹

3.2.8 Inflación Internacional

La causa eficiente del alza general de precios en un país, es el aumento de medio circulante. En el aspecto internacional también nos encontramos con la creación de dinero-divisa por medio del Fondo Monetario Internacional.

³⁸ Ídem.

³⁹ Ídem.

En una enmienda a los estatutos del Fondo Monetario Internacional, puesta en vigor en julio de 1969, se proveen los llamados “derechos especiales de emisión” o de “giro”. Derechos que permiten a un país girar o, en otras palabras, hacer un cheque en contra del FMI por cierta cantidad de divisas, para que pueda disminuir el déficit de su balanza de pagos. Esos derechos especiales de emisión son los responsables de la inflación internacional y en gran parte del alza que observó el oro con respecto al dólar.⁴⁰

3.2.9 Inflación Local

La inflación local es provocada internamente en la economía de cada país; esta puede ser considerada como la inflación doméstica, implica el alza inmoderada de los precios de los bienes y servicios internos, sin tomar en consideración factores externos, donde se hablaría de una economía cerrada, la cual no tiene relación con el resto del mundo.⁴¹

3.3 Otros Tipos de Inflación

La inflación también es clasificada desde otros puntos de vista, haciendo mención a las siguientes categorías.

3.3.1 Inflación Baja:

“Es aquella que se caracteriza por una lenta y predecible subida de los precios. Considerando que una inflación es baja si las tasa anuales de inflación son de un dígito. Los precios son relativamente estables, el valor de dinero en un mes o en un año tendrá

⁴⁰ Ibíd. Página 23.

⁴¹ Ídem. Página 24.

casi el mismo valor que en ese momento. Con este tipo de inflación, el público confía en el dinero, estando dispuesto a firmar contratos a largo plazo expresado en términos monetarios, confiando en que los precios relativos de los bienes y servicios de compra y venta no se alejan demasiado”.⁴²

3.3.2 Inflación Galopante

"Término pintoresco que se da a la inflación muy rápida, tal como la que caracterizó a Alemania y en muchos otros países europeos después de la I Guerra Mundial. Los precios se elevaron tan rápidamente que la moneda se devaluó, la gente perdió la confianza en el sistema monetario y finalmente el sistema se vino abajo y la gente retorno al trueque".⁴³

También se puede definir como aquella de dos o tres dígitos, que oscila entre el 20, el 100 o el 200% al año, surgiendo con esto graves distorsiones económicas, pues el dinero pierde su valor muy deprisa, por lo que el público no tiene más que la cantidad de dinero mínima indispensable para realizar las transacciones diarias.⁴⁴

3.3.3 Hiperinflación

"Son períodos extraordinarios en la que la inestabilidad de los precios es tan grande que domina la vida diaria, desorganizando la producción y los mercados y redistribuyendo la

⁴² Dornbush, Rudiger. Fischer, Stanley. Macroeconomía. 7ma. Edición. México 1998. Cáp. 30. Página 571.

⁴³ Brand, Salvador Osvaldo, Diccionario de Economía, Edición 1994. En algunos países de América latina, la inflación ha sido muy rápida después de la II Guerra Mundial, con precios que se elevaron a una proporción del 20-50% anual. Página 422.

⁴⁴ Dornbush, Rudiger. Fischer, Stanley. Macroeconomía. 7ma. Edición. México 1998. Cáp. 30. Página 572.

renta y la riqueza de la sociedad. Las hiperinflaciones son períodos en los que las tasas de inflación superan el 1,000% al año".⁴⁵

Se da cuando los precios son caóticos y la producción esta desorganizada y ésta desencadena desastrosas consecuencias. No se puede decir nada bueno de una economía de mercado en la que los precios suben exorbitantemente.

3.3.4 Inflación Tendencial

“Es aquella que mantiene las mismas tasas de inflación hasta que los acontecimientos económicos la alteran. Es también llamada nuclear, subyacente o esperada. Esta tasa de inflación se incorpora a instituciones de la economía, convenios colectivos entre sindicatos y empresarios, planes monetarios y fiscales entre otros, llamándosele tasa tendencial de inflación. Los principales tipos de perturbaciones son los tirones de la demanda o los empujes de los costes, así como las grandes oscilaciones de los precios del petróleo, malas cosechas, fluctuaciones del tipo de cambio, variaciones de la productividad y otros acontecimientos económicos, que alejan a la inflación en sentido ascendente o descendente de su tasa tendencial”.⁴⁶

3.3.5 Inflación Anticipada

“Es aquella que está incorporada a las expectativas y al comportamiento del público

⁴⁵ Fisher Stanley. et al. Economía, 2º Edición, Cap. 34. Página .802

⁴⁶ Dornbush, Rudiger. Fischer, Stanley. Macroeconomía. 7ma. Edición. México 1998. Cap. 30. Página 577.

antes que ocurra, en otras palabras, es la inflación para la cual la gente está más o menos preparada. Un efecto de esta inflación es lo que se conoce como “costo de menú”, un término general que describe la incomodidad de tener que ajustar ciertos precios para mantenerlos a la par con la inflación”.⁴⁷

3.3.6 Inflación no Anticipada

“Es la que toma por sorpresa al público o, al menos, se presenta antes que la gente haya tenido tiempo de ajustarse por completo a su existencia. Cuando hay cambios frecuentes y marcados en la inflación, esta inestabilidad dificulta un pronóstico adecuado de los cambios del nivel de precios, aun para el futuro más inmediato.

Los principales efectos de la inflación no anticipada son redistributivos. Las sorpresas en las tasas de inflación conducen a desplazamientos del ingreso y la riqueza entre diferentes grupos de la población, provocando también redistribución del ingreso entre los diferentes sectores de la población.

Para personas sujetas a contratos laborales, un incremento de la inflación que exceda las expectativas, significa deterioro de sus salarios reales. También afecta sobre la tenencia del dinero, al igual que el ingreso de la demanda por dinero, es menor que uno, el impuesto inflación por sí mismo es probablemente regresivo, es decir, las personas más

⁴⁷ Sachs D. Jeffrey. Larraín B. Felipe. Macroeconomía en la Economía Global. 1ra. Edición. Prentice Hall. 1994. Cap.11. Páginas 338-343.

pobres pagan como impuesto inflación una proporción más alta de su ingreso que los más ricos”.⁴⁸

3.4 Consecuencias de la Inflación:

La inflación provoca graves distorsiones en el funcionamiento del sistema económico debido a su imprevisibilidad.

“Las consecuencias más nocivas en una economía son las que se derivan de las inflaciones galopantes.

- Sobre el ahorro: “En un estado de inflación acelerada, se denomina y destruye el ahorro. A nadie le interesa ahorrar, ya que llegado el índice mensual o anual de la inflación es mayor que las tasas de interés, en este caso se convierte en principio la frase “ahorrar es perder, gastar es tener”. El ahorro de la empresa proviene fundamentalmente de las utilidades de los aumentos de capital y de las reservas. El ahorro canalizado a través del sistema bancario. El aumento o disminución de este ahorro depende en gran parte de la tasa de interés que se paga por los distintos depósitos.”⁴⁹
- Sobre el poder adquisitivo: reduce el poder adquisitivo de la moneda. Este alcanza sobre todo a los que viven de ingresos temporalmente fijos (asalariados).

⁴⁸ Ídem.

⁴⁹ Panameño Medrano, Tania Lizeth. Rivas de Rivas, Nubia Estela. Tesis: Propuesta de políticas y estrategias para contrarrestar el impacto de la inflación en la clase media baja de la sociedad salvadoreña. Noviembre de 1997. Páginas 29 y 30. UTEC.

- Sobre inversiones productivas: Es el desvío gradual de los recursos que se podrían aplicar a actividades productivas. La inflación intensa y acelerada destruye la previsibilidad financiera de las empresas, genera ingresos ilusorios y desalienta al sector privado.
- Sobre el mercado de créditos: causa distorsión específicamente cuando el alza de precios sube aceleradamente sin ser esperada por prestamistas y prestatarios.
- Sobre la balanza internacional de pagos: la expansión interna de los precios, a tasas más aceleradas que las de otros países con los cuales se mantienen relaciones comerciales, podrá fomentar las importaciones y desestimular las actividades de exportaciones.
- Sobre el papel orientador del mercado: con los precios estables, el aumento del valor de determinado producto es una señal que los niveles de su oferta está siendo insuficientes para atender las presiones de la demanda de ese artículo y viceversa la reducción del precio, es señal de que existen niveles excesivos de oferta⁵⁰.

3.5 Indicadores Tradicionales de Inflación.

La inflación se mide a partir de la tasa de crecimiento de un número índice o indicador del nivel general de precios, en un momento determinado. Este recibe el nombre de Índice de Precios al Consumidor (IPC).

⁵⁰ Rosetti, José Pascual, Introducción a la Economía, Decimoquinta Edición, México. Cap. 9. Páginas 192-194.

El cálculo de la tasa de inflación a partir de estos índices, es relativamente sencillo y se deriva de la comparación de los valores estimados para cada uno de ellos durante el período que se desea analizar. Actualmente se cuenta con los siguientes índices de precios alternativos que ayudan a cuantificar la tasa de inflación en el país:

- Índice de Precios al Consumidor.
- Índice de Precios al por Mayor.
- El Deflactor Implícito del PIB.

Cualquiera de ellos es útil para el estudio del comportamiento general de la inflación, pero según sea el objetivo a analizar, así se utilizan. El más utilizado y que se adapta es el IPC porque refleja las variaciones del costo de la vida de los consumidores finales, en cuanto a bienes y servicios se refiere.

3.5.1 Índice de Precios al Consumidor

"Es un número que compara el costo de un grupo de bienes y servicios, que conforman la llamada canasta de mercado a los precios del período en estudio, con el costo de la misma canasta a los precios de un período seleccionado como base y que sirve como término de comparación"⁵¹. Esta canasta incluye aquellos artículos que se consideran representativos del gasto de una familia típica. Los precios de estos artículos se investigan periódicamente en un grupo de establecimientos seleccionados aleatoriamente, pudiéndose tabular de esta manera, un índice para cada artículo y uno para la canasta en su conjunto.

⁵¹ Ministerio de Economía. Dirección General de Estadísticas y Censos. DIGESTYC.

Se utiliza la fórmula de Laspeyres, en razón de su bajo costo y por la propiedad de permitir su cálculo manteniendo fijos el tipo y las cantidades consumidas de los artículos que conforman la canasta en el período base.

La Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) efectúa una Encuesta Nacional Mensual de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos (ENIGH) en el área metropolitana de San Salvador, aportando la información necesaria para la creación de la canasta de mercado del nuevo Índice de Precios al Consumidor (IPC).

El objetivo principal del índice de precios al consumidor es proporcionar a las instituciones gubernamentales un indicador que pueda, principalmente, deflactar las cuentas nacionales o trasladarla a precios constantes, considerándose también como parámetros de política salarial.

3.5.2 Índice de Precios al por Mayor

Este es un número calculado con una metodología similar a la utilizada en el cálculo del IPC, la muestra de rubros en la que se basan las estimaciones está constituida por un grupo fijo de bienes, pero que incluye bienes de consumo, materias primas y bienes intermedios. “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 compran y venden los diferentes bienes y servicios en cantidades importantes durante las primeras transacciones comerciales, es decir los precios al por mayor. Por tal razón un cambio en

el IPM puede dar señales de que un cambio en el IPC va a suceder poco tiempo después.”⁵²

El IPM consiste en un promedio aritmético ponderado por la base, con una ligera variante en su cálculo global al ejecutar la agregación de los resultados en cada rubro.

3.5.3 El Deflactor Implícito del PIB

Este es un índice estrechamente ligado a las cuentas nacionales, que nos permite calcular el crecimiento real de una economía y sus niveles de inflación. En períodos inflacionarios, la producción global 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.

El total de bienes y servicios que se producen en un territorio se contabiliza en el llamado Producto Interno Bruto (PIB). El mismo se tabula en dos formas: nominal y real. Para establecer el PIB nominal se valoran los bienes y servicios que lo forman a los precios prevalecientes en el mercado en el período que se analiza.

En el caso del PIB real, estos mismos bienes y servicios se valoran a los precios de un período base.

⁵² Dornbush, Rudiger. Fisher Stanley. Macroeconomía. 4ta. Edición. Mc. Graw Hill 1987. Página 42.

El cociente entre el PIB nominal y el PIB real, calculados en la forma antes descrita, se constituye en el Deflactor Implícito. Los índices IPC, IPM, DI reflejan variaciones en los precios de diferentes grupos de bienes y servicios.

Una de las críticas más frecuentes a éstos números índices es que no son indicadores exactos de la inflación, precisamente porque 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 o transacciones efectuadas por los consumidores y que el error muestral presente, podría afectar ligeramente los resultados

3.6 Análisis de la Inflación a partir de los Índices de Precios

La tasa de inflación se estima mediante la comparación de los índices de precios, específicamente a través de la variación experimentada por éstos en dos períodos distintos. Si dicha variación resulta con signo positivo, quiere decir que efectivamente se encuentra en un período inflacionario, si resulta cercano o igual a cero, significa que se encuentra ante un proceso deflacionario o de disminución de precios.

Dentro de la tasa de variación tenemos que sirven para mostrar la evolución y comportamiento de las variables en el tiempo, estas son:

- Tasa de variación mensual: es la comparación de los precios entre dos períodos en el tiempo. Se comparan los cambios de los precios promedio del mes actual en comparación con los precios del mes anterior (mes a mes).

- Tasa de variación anual (punto a punto): compara el índice de precios de un año entre el índice de precios del año anterior, del mismo mes. Ejemplo: comparar el precio de “x” producto en diciembre de 2001, con el precio del mismo producto en el mismo mes del año 2000.
- Tasa de variación anual acumulada: se estima mediante la división del índice del mes actual entre el índice de precios experimentado del último mes del año. Ejemplo: IPC octubre 2001 comparado con IPC diciembre 2000.
- Tasa promedio anual: es la sumatoria de los últimos doce índices entre la sumatoria de los doce índices anteriores. Ejemplo: Octubre 2000 a Octubre 2001 y Septiembre 1999 a Septiembre 2000.

El nivel de precios más representativo de un año es el promedio de sus índices mensuales y por tanto la medida de inflación más adecuada, es la tasa de inflación promedio. La misma no está exenta de cierto sesgo al considerar que puede haber meses con niveles de precios extremadamente altos o bajos en relación a los demás, lo cual altera significativamente el promedio.

3.7 Cálculo del IPC

Para el cálculo del IPC es necesario las especificaciones de los bienes y servicios: características, marca y calidad, así como la selección espacial de los establecimientos, fuentes de información, ubicados en lugares donde demandan el bien las diferentes clases sociales.

Definición.

- “Es el instrumento utilizado en la economía para determinar las variaciones de precios de la canasta de mercado, formada por alimentos, vivienda, vestuarios y misceláneos”.
- “Es el índice que mide el comportamiento de los bienes de la canasta de mercado en un período de tiempo determinado, el cual puede ser mensual o anual”.

El IPC es el más ampliamente conocido de los índices publicados, en razón de su uso como indicador del costo de la vida. Las instituciones encargadas de manejar el índice de precios publican mensualmente los índices de precios; e indica el precio relativo de una canasta de mercado que corresponde la mayor parte de gastos constantes de los salarios.

Importancia del IPC.

“Se ha considerado que el índice de precios al consumidor es importante para:

- Determinar las variaciones de precios de la canasta de mercado.
- Ser un instrumento que evalúa el proceso inflacionario de la economía de un país.
- Permitir determinar el costo de vida de la población.
- Facilitar la toma de decisiones en las empresas de un país.
- Ayudar a orientar la política económica y salarial de un país”.⁵³

⁵³ Panameño Medrano, Tania Lizeth. Rivas de Rivas, Nubia Estela. Tesis: Propuesta de políticas y estrategias para contrarrestar el impacto de la inflación en la clase media baja de la sociedad salvadoreña. Noviembre 1997. Páginas 41 y 42. UTEC.

El Índice de Precios al Consumidor se estima mediante el índice de precios de Laspeyres, cuya fórmula tradicional es:

$$I_{n,0} = \frac{\sum p_{n,i} q_{0,i}}{\sum p_{0,i} q_{0,i}} \times 100$$

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.

La razón por la que se prefiere, es por su base fija. Para el cálculo del IPC se utiliza la fórmula de Laspayres modificada porque permite sustituir los artículos que desaparecen del mercado por otros similares, siendo su fórmula:

$$I_{n,0} = \frac{\sum (p_{n-1,i} q_{0,i}) \frac{p_{n,i}}{p_{n-1,i}}}{\sum (p_{0,i} q_{0,i})} \times 100$$

Donde:

$I_{n,0}$ = Índice del período “n”, referido al período base.

$\sum p_{n-1,i} q_{0,i}$ = Gasto actualizado al período n-1 para el rubro.

$\frac{P_{n,i}}{P_{n-1,i}}$ = Relativo de precios entre el período actual “n” y el período n-1, para el rubro “i”.

$\Sigma P_{0,i} q_{0,i}$ = Gasto del rubro “i”, en el período base.

La aplicación de esta fórmula, tiene algunas ventajas, entre las que se pueden mencionar:

- Facilidad para agregar o sustituir establecimientos.
- Realizar sustituciones de variedades de artículos
- Hacer ajustes de calidad.
- Permitir imputaciones para productos estacionales o que desaparecen temporalmente”.⁵⁴.

“El índice de Laspeyres es un número índice que permite apreciar en términos cuantitativos el cambio en algunos aspectos de un grupo de artículos a lo largo del tiempo, usando ponderaciones fundamentadas en valores de algún año base.

Este índice mide el porcentaje del cambio en los precios de un grupo de mercancías entre el año de estudio y el período base, dividiendo el costo total de las cantidades de mercancías compradas por consumidores en el año base y evaluadas a los precios actuales, entre el costo total de esas mismas cantidades valuadas a los precios del año base”.⁵⁵

⁵⁴ Ministerio de Economía. Dirección General de Estadísticas y Censos. Índice de Precios al Consumidor, Julio 2001.

⁵⁵ Brand, Salvador Osvaldo. Diccionario de Economía. Editorial Jurídica Salvadoreña. 1994 Página 414.

3.8 Clasificaciones de tipos de canasta según su ingreso familiar.

Según el criterio de la DIGESTYC la clasificación de la canasta se basa en el cálculo del ingreso mensual familiar, siendo las siguientes:

3.8.1 Canasta Básica Mínima

Es el grupo de bienes y servicios que satisfacen las necesidades primarias de una familia promedio, logrando el nivel mínimo de subsistencia. Esta tiende a modificarse dependiendo del nivel de desarrollo alcanzado en las diferentes sociedades.

El término de canasta básica es manejado por el Departamento de Estadísticas y Censos del Ministerio de Economía, como “Canasta de Mercado” que comprende los artículos y servicios elementales para la supervivencia de una familia promedio del país.

En cambio, el Centro para la Defensa del Consumidor (CDC) maneja este término como “Canasta Mínima Familiar” estipulado para un promedio familiar de 4.5 personas, la cual es definida como todos aquellos productos y servicios esenciales, ya sean estos alimentos o artículos de primera necesidad, así como también servicios públicos y aquellos servicios que satisfagan las necesidades primordiales de la sociedad.

La canasta básica alimenticia está constituida por las calorías mínimas que le garantizan al ser humano lo necesario para subsistir, siendo 2,160 calorías y 46 gramos de proteínas, que la población salvadoreña adquiere de tortillas, frijoles, arroz, algunas carnes, ciertas grasas y pan francés.

“Según la DIGESTYC, la canasta básica alimenticia per-cápita (un individuo), para el año 2001 en El Salvador, asciende a ¢3,330.00, equivaliendo a un gasto de ¢ 9.25 diarios por persona. Sin embargo la canasta básica también incluye otros alimentos que se consumen regularmente y otros requerimientos como salud, educación, vivienda, vestuario y demás servicios necesarios para la subsistencia”.⁵⁶

3.8.2 Canasta Ampliada.

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

3.8.3 Canasta de Mercado

Comprende bienes y servicios que no son considerados esenciales , pero si son de uso cotidiano para cada grupo familiar, los cuales son el teléfono, vehículo, bebidas alcohólicas, cigarrillos, gastos por ocasiones especiales, entre otros, comprende 241 bienes y servicios en los que más gasta la población y no tiene límites financieros, siendo la que origina el IPC.

3.9 Composición de la Canasta de Mercado.

La Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), mediante las encuestas realizadas en la década de los 90, en los hogares urbanos del Área Metropolitana de San

⁵⁶ Panameño, Rivas. Op. Cit. Páginas 46 y 47.

Salvador, seleccionaron 241 artículos para conformar la Canasta de Mercado (ver anexo No. 1), sobre la base de los siguientes criterios:

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

Al conocer la conformación de la Canasta de Mercado, la investigación estará dirigida a comparar los precios establecidos en el mercado del producto panty hose, marca Corazón, talla "M".

El grupo vestuario y servicios relacionados está formado por 53 artículos, siendo uno de los subgrupos las prendas de vestir para mujeres mayores de 15 años, con 11 artículos que le conforman, dentro de las cuales están las panty hose utilizadas por personas del sexo femenino que las prefieran, busquen y adquieran.

4. Marco Normativo

Cada país está en la obligación de normar mediante leyes, reglamentos, tratados y convenios el funcionamiento comercial de todos los entes existentes en su territorio, para ello es necesario abordar este enunciado visualizando dos puntos de vista:

4.1 La Inflación.

La inflación por sí sola no tiene leyes que la regulen, más sin embargo, los gobiernos en general toman ciertas medidas fiscales y monetarias para ayudar a disminuir o mantener los niveles inflacionarios.

Según Jeffrey Sachs y Felipe Larrain: " El incremento en la oferta de dinero en cada período es la causa de la inflación. Esto es, imprimir moneda para que el gobierno recaude el impuesto inflación. Por supuesto, este impuesto es un tipo especial, ya que se paga automáticamente en la medida que las familias sufren la pérdida de valor de sus saldos de dinero en cada período cuando sube el nivel de precios, teniendo efectos importantes sobre la restricción presupuestaria de las familias".⁵⁷

“La inflación se puede controlar mediante políticas de administración de la demanda cuando las alzas en el nivel de precios están relacionadas con la demanda”⁵⁸

4.2 El Producto y el Consumidor.

“Bajo esta perspectiva podemos abordar aquellos artículos contemplados en algunas leyes que rigen el entorno económico del país, una de ellas es el Código de Comercio, del que podemos citar los siguientes artículos”⁵⁹.

Art. 7. - Para los efectos del presente convenio, marca es todo signo, palabra o combinación de palabras, o cualquier otro medio gráfico o material, que por sus caracteres especiales es susceptible de distinguir claramente los productos, mercancías o servicios de una persona natural o jurídica, de los productos, mercancías o servicios de la misma especie o clase, pero de diferente titular.

⁵⁷ Sachs, Jeffrey. Felipe Larraín. Macroeconomía en la Economía Global. 1º Edición. Cáp. 11. Páginas 326-335.

⁵⁸ Diulio Eugene A, Macroeconomía 2ª Edición. Página 245.

⁵⁹ Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial. Decreto No. 85 publicado en Diario Oficial. No. 218, Tomo No. 301 del 24 de noviembre de 1988.

Art. 9. - Las marcas se clasifican en Marcas Industriales o Marcas de Fábrica; Marcas de Comercio y Marcas de Servicios.

Marcas Industriales o de Fábrica son las que distinguen las mercancías producidas o elaboradas por una determinada empresa fabril o industrial.

Marcas de Comercio son las que distinguen las mercancías que expenden o distribuye una empresa mercantil, no importa quien sea su productor.

Marcas de Servicios son las que distinguen las actividades que realizan las empresas dedicadas a dar satisfacción a necesidades generales, por medios distintos a la manufactura, expendio o distribución de mercancías.

Art. 16. - Todos los productos naturales o manufacturados en los Estados Contratantes que se distinguen con marcas, registradas o no, deberán llevar la leyenda: “HECHO EN...” (país de origen) o “PRODUCTO CENTROAMERICANO HECHO EN...” (país de origen). Además, deberán indicar el nombre del propietario o usuario de la marca.

Las marcas registradas en cualquiera de los Estados Contratantes deberán llevar al aplicarse a los productos, mercancías o servicios que distinguen la leyenda: “MARCA REGISTRADA” o su signo equivalente R. Las marcas y leyendas obligatorias indicadas en los párrafos procedentes, deberán emplearse en forma ostensible sobre los productos,

mercancías o servicios que amparen. Si los productos, mercancías o servicios no se prestaren a ello, las menciones a que se refiere este artículo deberán aparecer en las envolturas, cajas, envases, empaques o recipientes en que se contenga al expenderse al público.

La omisión de las anteriores leyendas no afectará la validez de las marcas registradas, pero dará lugar a que se aplique al infractor una multa de cincuenta pesos Centroamericanos.

En caso de una reincidencia la multa será de doscientos pesos Centroamericanos y las posteriores infracciones tal multa será de quinientos pesos Centroamericanos. Para los efectos de este convenio, el Peso Centroamericano es una unidad de cuenta equivalente al dólar de los Estados Unidos de América.

Además podemos citar la Ley de Protección al Consumidor, en la que encontramos los siguientes artículos:

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”.⁶⁰

Art.2.- “Quedan sujetos a las disposiciones de esta Ley, los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, empresas de participación estatal, organismos descentralizados

⁶⁰ Ministerio de Economía. Dirección General de Protección al Consumidor. Ley de Protección al Consumidor, Páginas 1 y 2.

y los organismos del Estado, en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución, o comercialización de bienes o prestación de servicios públicos o privados a consumidores.

No serán aplicables las disposiciones de la presente Ley, cuando se tratare de la comercialización de productos con algunas deficiencias, usados o reconstruidos, las cuales deberán hacerse del conocimiento del consumidor, de manera clara, precisa y suficiente, por medio de notas de remisión, facturas u otro documento”.⁶¹

Según esta Ley será el Ministerio de Economía el encargado de aplicar las disposiciones de la misma. En el Art.5 incisos d y h se norma el cuidado que deben tener los comerciantes con los bienes y servicios que comercializan:

Art. 5- Con el objeto de que el Ministerio pueda ejercer acciones tendientes a proteger en forma efectiva el interés de los consumidores, propiciando a la vez la sana competencia en el mercado, tendrá las siguientes facultades:

Inciso d-) Orientar al consumidor sobre las condiciones imperantes del mercado nacional, a fin de que éste vele por sus propios intereses, y coadyuve a la competitividad del mercado.

Inciso h-) Procurar la solución de controversias entre proveedores y consumidores por medio de la conciliación y arbitraje.

⁶¹ Ibíd. Páginas 2 y 3.

Según esta Ley se define los conceptos de consumidor o usuario, así como proveedor, para que todo lector conozca lo que la misma trata:

Art. 6- “Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

- a) Consumidor o Usuario: toda persona natural o jurídica que adquiriera, utilice, disfrute, o reciba bienes o servicios de cualquier naturaleza, resultado de una transacción comercial;
- b) Proveedor: Toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores, como resultado de una transacción comercial”⁶²

“De acuerdo a los recientes tratados y negociaciones internacionales en los que se ha visto involucrado y beneficiado en alguna medida, nuestro país, podemos mencionar la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC), que recientemente ha reformado algunos de sus puntos contemplados, que han sido tomados como un intento por restringir los beneficios comerciales para las maquilas centroamericanas y caribeñas”⁶³.

⁶² Ídem.

⁶³ Trigueros, Guadalupe. Confeccionista salen en defensa de la ICC. El Diario de Hoy, San Salvador, Septiembre.,24, 2001:29

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO

1. Generalidades

El contenido de este capítulo consiste en los resultados de la investigación de campo realizada a cerca del comportamiento experimentado en el precio del producto panty hose, marcar corazón, talla “M”, en el Área Metropolitana de San Salvador, durante el período comprendido entre los meses de diciembre del 2001 a marzo del 2002.

1.1 Importancia

La investigación de campo recopila la información necesaria para realizar una comparación de la variación sobre los precios del producto panty hose, marca corazón, talla “M” del grupo vestuario y servicios relacionados, subgrupo prendas de vestir para mujeres mayores de 15 años, y así conocer su incidencia en la determinación del índice inflacionario.

Considerando que la inflación es uno de los problemas que más impacto tiene sobre la economía salvadoreña, afectando con esto el poder adquisitivo de una sociedad determinada. Por lo tanto la variación de precios es determinante en el índice inflacionario y es necesario conocer en qué medida el grupo vestuario y servicios relacionados influyen en dicho índice.

La investigación aportará los conocimientos necesarios y actualizados sobre la realidad económica nacional, proporcionando así información que sirva de base a los diferentes

sectores y personas involucradas en el desarrollo económico del país, para con ello poder obtener mecanismos alternativos de solución y fomentar el ahorro, llevando así a mejorar la economía y desarrollo del país.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General

Investigar la variación de precios del grupo vestuarios y servicios relacionados, subgrupo prendas de vestir para mujeres mayores de 15 años, producto panty hose, marca corazón, talla “M”.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Conocer la variación de precios mensual del producto panty hose, marca corazón, talla “M”.
- Determinar la importancia del producto panty hose, marca corazón talla “M” dentro del grupo vestuario y servicios relacionados.
- Analizar la información recopilada y comparar con datos anteriores.

1.3 Delimitación de la investigación

1.3.1 Delimitación espacial

La investigación se realizó en el Área Metropolitana de San Salvador, recopilándose información sobre los precios del producto panty hose marca corazón, talla “M”, siendo éste un producto que se encuentra dentro del grupo vestuario y servicios relacionados, de

la canasta de mercado salvadoreña, brindando con ello información sobre los cambios o eventos que giran alrededor de la inflación.

1.3.2 Delimitación temporal

Se consideró desarrollar la recolección de información en un lapso de 4 meses, tiempo en el cual permitirá observar la trayectoria de los precios, como también las causas y efectos que estos tienen en la sociedad salvadoreña, para lo cual se contó con la siguiente calendarización:

- Sábado 15 de diciembre 2001
- Sábado 19 de enero 2002
- Sábado 16 de febrero 2002
- Sábado 16 de marzo 2002

1.3.3 Delimitación social

El área social a aplicar la investigación son los negocios que comercializan el producto panty hose, marca corazón talla “M” del grupo vestuario y servicios relacionados en el área metropolitana de San Salvador.

1.4 Limitantes de la investigación

Para el caso del producto panty hose, marca corazón talla “M”, se identificaron las siguientes limitantes:

- La sustitución constante de algunos productos que ya no se comercializan en el establecimiento.
- La falta de colaboración de los dependientes de los establecimientos para proporcionar la información.
- Establecimientos de difícil acceso e inseguridad social.
- Dificultad de adecuación de información del producto en el formulario utilizado.

1.5 Metodología de la Investigación

1.5.1 Tipo de Estudio

Existen diferentes tipos de estudios de investigación, los que se dividen en: exploratorios, descriptivos, correlacionales y explicativos; la importancia de esta clasificación radica en la elección posterior de la estrategia a utilizar en la investigación.

El tipo de estudio a utilizar es el descriptivo, porque su propósito es describir situaciones y eventos, buscando especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, además narra características o rasgos de la situación, centrándose en medir con la mayor precisión posible.

Una vez definido el tipo de estudio o investigación que en este caso es descriptiva, se selecciona el tipo de diseño de la investigación. Tomando en consideración que un diseño se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de

investigación, permitiéndonos conocer lo que tenemos que hacer para alcanzar el objetivo de estudio.

Dentro de los tipos de diseño de la investigación tenemos: experimentales y no experimentales. El tipo de diseño a desarrollar será el no experimental longitudinal. Es no experimental, porque es post facto (después del hecho) y lo que hace es observar fenómenos tal y como se da en su contexto natural, para después analizarlos. Las variables independientes ya han ocurrido y no pueden ser manipuladas, no existe control directo sobre dichas variables, no puede influir sobre ellas porque ya ocurrieron al igual que sus efectos.

Es longitudinal porque se revisarán las tendencias, y la evolución que el grupo vestuario y servicios relacionados ha tenido a través del espacio del tiempo, enfocándose en el producto panty hose, marca Corazón, talla "M", estudiando como cambia el precio mensual del producto en mención en los diferentes centros que le comercializan.

1.5.2 Población de estudio

Se usa el término universo para referirse también al término población, siendo esta el conjunto de todos los casos que concuerda con una serie de especificaciones.

La muestra suele ser definida como un subgrupo de la población, los sujetos a ser encuestados en la investigación serán los establecimientos comerciales como son:

almacenes, supermercados, tiendas, y otros que comercializan el producto panty hose marca Corazón, talla "M". Para la recopilación de precios del producto panty hose se asignaron los establecimientos que le comercializan detallados en el anexo No.2

Como parte de la investigación también se recopiló información de otros productos que forman parte de la canasta de mercado que se detallan en el anexo No. 3

1.5.3 Tamaño Muestral

El tamaño muestral esta dado a partir de la base de medición de la variación de los precios del producto en mención, tomando en consideración los siguientes criterios:

Criterios de selección de los bienes y servicios que conforman la canasta de mercado del IPC de la DIGESTYC.

La canasta de mercado que respalda los cálculos permanentes del IPC base 1992, esta conformada por 241 bienes y servicios seleccionados de un universo o directorio utilizado como marco muestral que registró un total de 897; la asignación de las probabilidades se realizó en forma proporcional utilizando dos criterios principales:

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

Criterios de selección de los bienes y servicios que conforman la canasta de mercado del IPC de la UTEC.

- El tamaño en términos de bienes y servicios que conforman la canasta fue decidido con criterios administrativos, (62 bienes y servicios que se asignaron a igual número de grupos) y los procedimientos de selección cumplieron con los requerimientos del párrafo anterior.
- En forma similar al tamaño de las submuestras de establecimientos en el caso de la DIGESTYC; por cada uno de los 62 bienes y servicios que conforman la canasta de mercado de la UTEC, se visitaran aproximadamente 11 establecimientos en las que se investigará igual número de precios, es decir un precio en cada establecimiento por cada uno de los bienes y servicios que conforman la canasta de mercado. El listado de establecimientos coincide con los visitados por la DIGESTYC.

2. Métodos, Técnicas e Instrumentos de Investigación.

Para toda investigación se hace uso de diferentes métodos, técnicas e instrumentos, los cuales permiten facilitar la realización de la misma, permitiendo con ello que la captación de la información sea confiable, para el caso se define:

2.1 Métodos y Técnicas

La investigación se realizará mediante la aplicación de la técnica de la encuesta, sin embargo no se hará el muestreo como lo hace la DIGESTYC, simplemente se llevará a

cabo un censo de los establecimientos que comercializan el producto panty hose, marca corazón, talla “M”.

2.2 Instrumento de captación de la información.

Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez. La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados. La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir.

El instrumento a utilizar será un cuestionario pre-elaborado por el CIOPS (anexo No. 4) que facilitará la obtención de los datos sobre la variación de los precios del producto en los diferentes establecimientos que le comercializan.

Se utilizarán cuatro instrumentos de captación de la información, cada uno con sus diferentes especificaciones:

- Formulario No.1 “Alimentos”
- Formulario No.2 “Vivienda”
- Formulario No.3 “Vestuario”
- Formulario No.4 “Misceláneos”

El formulario a utilizar con el producto panty hose es el formulario No.3 “Vestuario”, el cual contiene la siguiente información:

- Encabezado
- Codificación del artículo y nombre
- Codificación del establecimiento, dirección y teléfono
- Características específicas del producto
- Observaciones
- Recolector y fecha de recolección.

2.3 Prueba Piloto

Para poder realizar esta prueba se dieron lineamientos a cerca de cómo poder efectuar la captación de la información del producto en investigación. Dándose los primeras especificaciones el 10 de noviembre del 2001 refiriéndose al manual del encuestador, especificando como identificarse en los establecimientos para con ello buscar precisión y confiabilidad de la información, aclarando al mismo tiempo inquietudes sobre el llenado de los diferentes instrumentos de captación de la información, así como la sustitución del producto en caso necesario.

El 12 de diciembre del 2001 se continuó con los lineamientos, especificando rutas y responsables de las mismas, definiendo puntos de salida y llegada del transporte, establecimientos a visitar, horarios de salida y lugar de entrega de la información.

2.4 Operación de Campo

Esta actividad estuvo relacionada con la recopilación de la información en los diferentes centros o establecimientos comerciales previamente designados, mediante el llenado del instrumento de captación de la información, de acuerdo a las instrucciones y procedimientos establecidos.

Para la ejecución de ambas tareas, se dispuso del desplazamiento a los lugares indicados mediante una distribución de rutas por grupos y responsables, dependiendo de la zona en donde se iba a obtener la información, contando con el apoyo logístico de la UTEC a través del CIOPS. Para tal efecto se efectuó la siguiente distribución:

Punto de reunión, edificio Thomas Jefferson

- Ruta 1 San Salvador, horario de 8:00 a.m. a 11:30 a.m.
- Rutas 2, 3 y 4 Soyapango, Ilopango, San Marcos, horario 7:30 a.m. a 12:00m.

2.5 Consistencia y Procesamiento de la información

Para procesar la información recopilada es necesaria la utilización de diferentes herramientas que proporcionen datos fidedignos, siendo estas las siguientes:

2.5.1 Codificación

La codificación y el procesamiento de la información estuvieron a cargo del CIOPS, proporcionando reportes de cada una de las visitas efectuadas a los establecimientos respectivos. Entregando finalmente una matriz de los datos ya procesados, con la

información necesaria para poder realizar los análisis de las variaciones mensuales de los precios del producto en investigación.

2.5.2 Entrada de Datos

Para la entrada de la información recopilada, el CIOPS creó una base de datos especializada para esta investigación, la cual se efectuó con el Software Visual Fox, permitiendo depurar la información con mayor facilidad y eliminando inconsistencias como datos erróneos y repetidos.

2.5.3 Consistencia de la información digitada

Para verificar la confiabilidad de los datos obtenidos en el software utilizado, se efectuó un análisis general de los mismos a fin de determinar valores atípicos en las series de precios y la consistencia del producto con lo establecido en el manual de especificaciones.

2.5.4 Indicadores a obtener para la evaluación del impacto

Los indicadores a obtener para la determinación de la importancia de los precios de los bienes analizados en el índice de inflación, se presenta a continuación:

- Precio del bien analizado expresado en colones salvadoreño, durante el período de captura de datos.
- Variación mensual de precios en términos porcentuales del producto con relación al mes anterior.

- Variación del índice del producto con relación al período base.
- Valor del IPC general de todos los productos.
- Importancia relativa del producto o servicio analizado dentro del Índice General de Precios al Consumidor en la Economía.

3. Evaluación de la encuesta

Una vez obtenidos los resultados, se procede a efectuar una interpretación de los mismos.

3.1 Presentación de los resultados

La investigación mensual de la variación de precios del producto panty hose, marca corazón, talla “M” del grupo vestuario y servicios relacionados, subgrupo prendas de vestir para mujeres mayores de 15 años, se consolida en el cuadro No.1, cuya información fue proporcionada por el CIOPS de acuerdo a la información recabada.

Cuadro No.1
“Presentación de resultados”

Codigo del Establec.	Establecimiento	Especificaciones del Producto	Precios Mensuales			
			1a Inv.	2a Inv.	3a.Inv	4ª Inv.
6030006	MEGA SELECTOS	Panty Hose, Corazón, Talla "M"	¢15.23	¢15.23	¢15.23	¢25.96
5010109	SCHWARTZ MERLIOT	Panty Hose, Corazón, Talla "M"	¢17.50	¢15.23	¢14.79	¢19.16
6010862	SUPER SELECTOS	Panty Hose, Corazón, Talla "M"	¢15.23	¢15.23	¢15.23	¢15.75
6010144	SCHWARTZ METROC.	Panty Hose, Corazón, Talla "M"	¢27.50	¢27.50	¢27.50	¢27.50
6010056	DESP. DON JUAN	Panty Hose, Corazón, Talla "M"	¢24.59	¢14.35	¢15.50	¢15.75
6010120	ALMACENES SIMAN	Panty Hose, Corazón, Talla "M"	¢0.00	¢16.71	¢16.71	¢16.71

Fuente: CIOPS

Para facilitar la interpretación de los datos del cuadro No.1 se obtuvieron precios promedios del producto comercializado en los establecimientos en el periodo investigado, realizando una sumatoria mensual de dichos precios y dividiendo dicha sumatoria entre el número de establecimientos investigados, para posteriormente obtener las variaciones mensuales y acumuladas del mismo que se detallan en el siguiente cuadro.

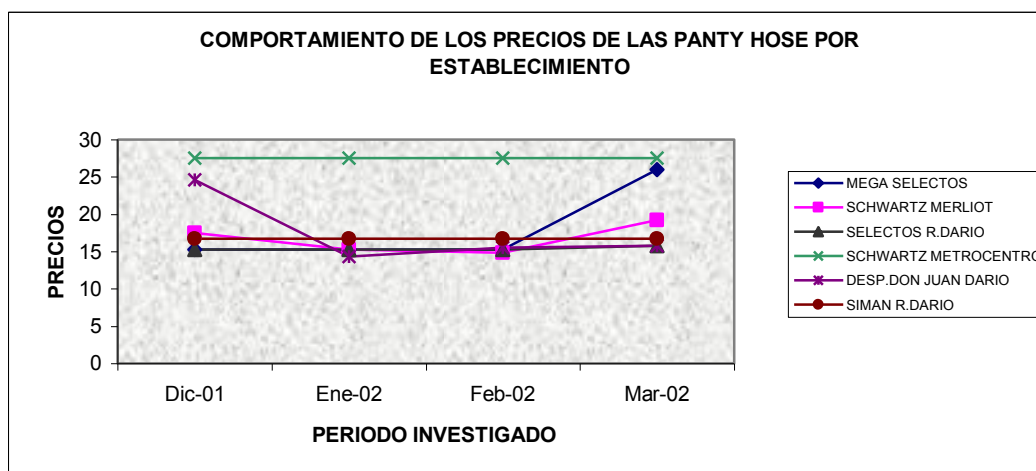
Cuadro No.2
“Presentación de precios promedios del período investigado”

MESES	PRECIOS PROMEDIOS	V. M (%)	V.M. ACUM.(%)
Dic-01	¢19.46	0	0
Ene-02	¢17.38	-10.71	0
Feb-02	¢17.49	0.68	-10.03
Mar-02	¢20.14	15.12	5.09

Fuente: CIOPS

Los resultados del Cuadro No.1 son presentados gráficamente para una mejor comprensión:

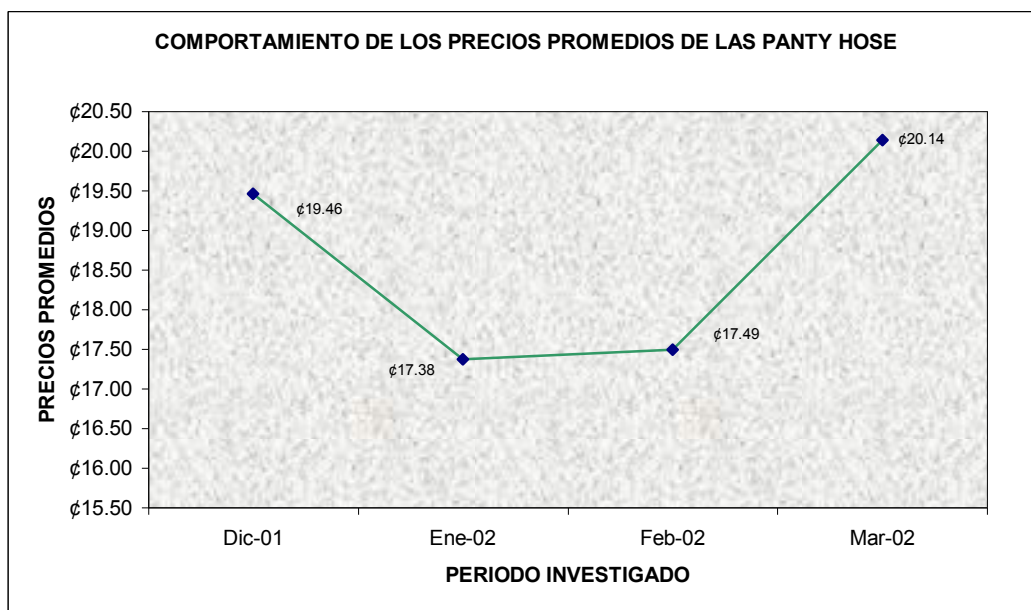
Gráfico No.1



Fuente: CIOPS

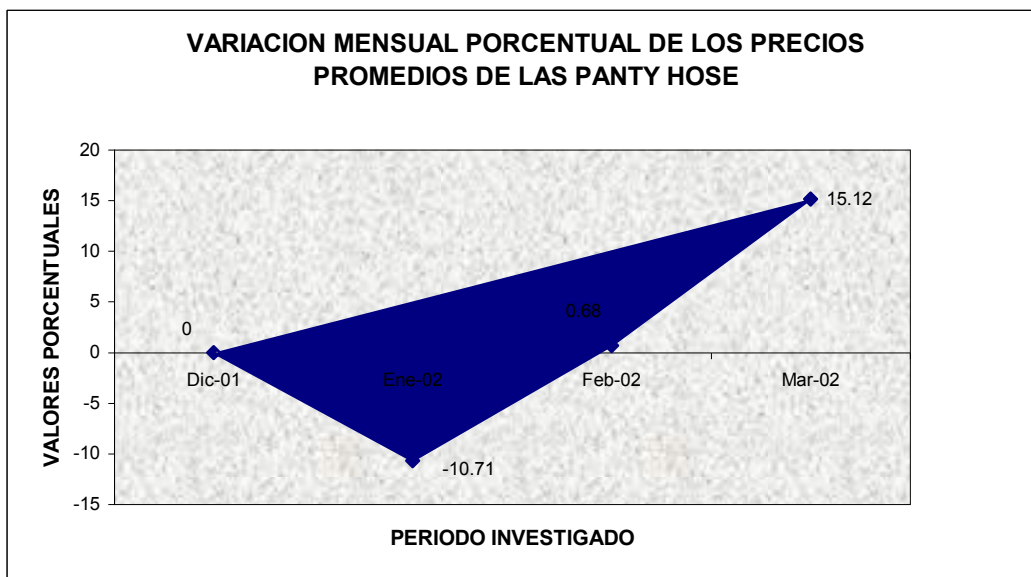
Las gráficas siguientes muestran el comportamiento del Cuadro No. 2:

Gráfico No.2

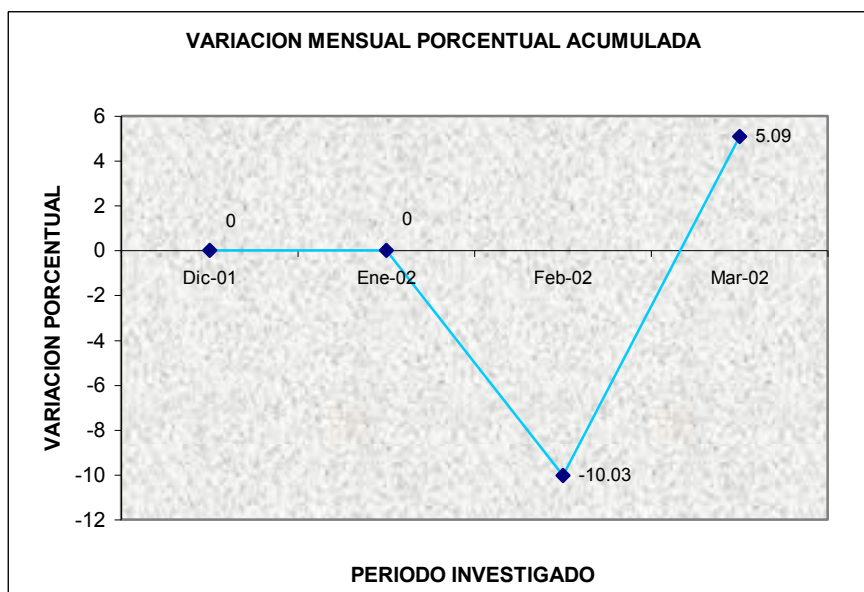


Fuente: CIOPS

Gráfico No.3



Fuente: CIOPS

Gráfico No.4

Fuente: CIOPS

3.2 Análisis de la Información.

Las graficas anteriores reflejan el comportamiento de los precios del producto panty hose, marca corazón, talla “M” en los diferentes establecimientos investigados que le comercializan en el AMSS.

Gráfico No.1 “Comportamiento de los precios panty hose por establecimiento”

Se observa el comportamiento de los precios relativamente estables, mostrando que el precio menor obtenido fue durante la segunda recopilación de información en el supermercado La Despensa de Don Juan, siendo este de ¢ 14.35 y el precio mayor obtenido en la primera recopilación en el almacén Schwartz Metrocentro, siendo este de ¢ 27.50

Gráfico No.2 “Comportamiento de los precios promedios de las panty hose”

La gráfica muestra los precios promedios del producto en los establecimientos investigados, notándose que en el mes de enero 2002 presentó un decremento en el precio y posteriormente en marzo del mismo año un notable incremento en el precio con respecto a los meses anteriores.

Gráfico No.3 “Variación mensual porcentual de los precios promedios de las panty hose”

La variación porcentual mensual experimentada por los precios promedios, se visualiza que en enero 2002 hubo un decremento del -10.71% y en marzo del mismo año un incremento del 15.12%.

Gráfico No.4 “Variación mensual porcentual acumulada”:

Se muestra una variación mensual porcentual acumulada con un decremento de -10.03% en el mes de febrero del 2002 y un incremento del 5.09% en marzo del mismo año.

CAPITULO III

DETERMINACION DE LA IMPORTANCIA DEL PRODUCTO PANTY HOSE MARCA CORAZON TALLA “M” DEL GRUPO VESTUARIO Y SERVICIO RELACIONADOS

1 Generalidades

El contenido de este capítulo busca determinar la importancia del producto panty hose, marca corazón, talla “M” del grupo vestuario y servicios relacionados, en la composición de la canasta de mercado y su impacto en la misma.

1.1 Importancia del bien

El grupo vestuario y servicios relacionados es uno de los rubros de mayor importancia dentro de la canasta de mercado, en el subgrupo prendas de vestir para mujeres mayores de 15 años se encuentra el producto panty hose, marca Corazón, talla “M”, que puede considerarse como uno de los elementos que complementa o forma parte de la presentación personal del sector femenino, que por satisfacer alguna necesidad específica de acuerdo a la ocasión, incurren en el consumo del mismo.

Este producto no constituye un bien de primera necesidad, sino que es adquirido y utilizado por un sector de la población femenina, mayores de 15 años que busca solventar necesidades de índole: obligatorias o de presentación personal.

Las necesidades de índole obligatorias, corresponden a las demandas de algunas instituciones y empresas que en sus reglamentos internos contemplan el uso de dicho producto como parte de la presentación personal, por ejemplo: hospitales, centros

educativos, almacenes, instituciones financieras entre otras. Sin embargo un sector de la población utiliza el producto simplemente como un hábito de su buen vestir.

El consumo de las panty hose, depende de la cantidad de personas que la utilicen para satisfacer las necesidades que se presenten en las diferentes facetas del diario vivir, además es influyente el poder adquisitivo de la población en el momento de adquirir dicho producto, así como también gustos y preferencia, calidad y precio del mismo.

1.2. Objetivo de la Importancia de las panty hose.

1.2.1 Objetivo General

Determinar la importancia del grupo vestuarios y servicios relacionados, subgrupo prendas para mujeres mayores de 15 años, producto panty hose marca corazón, talla “M” en la determinación del índice de inflación en el Área Metropolitana de San Salvador.

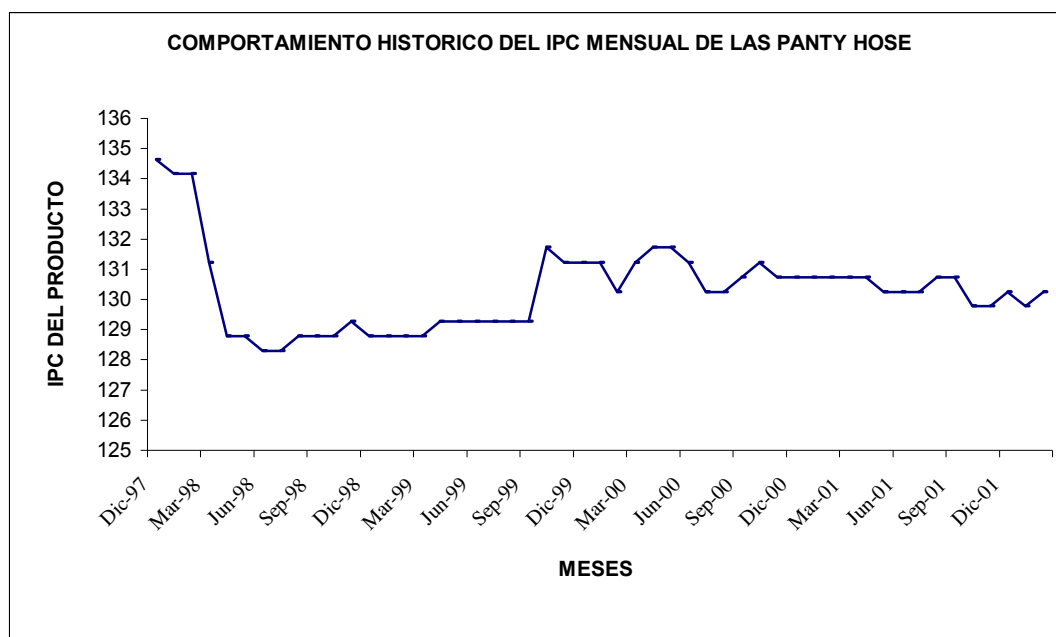
1.2.2 Objetivos Específicos

- Presentar un informe de los resultados obtenidos donde refleje la importancia del producto en estudio.
- Analizar la variación de precios del producto y su impacto en el poder adquisitivo dentro de la canasta de mercado.
- Proporcionar una herramienta a las entidades económicas responsables, que les facilite la creación de un nuevo IPC

1.3 Comportamiento histórico de los precios del bien

Los valores del IPC mensual del producto calculado para un consumo promedio de panty hose por mes, muestran un valor máximo de ¢134.63 y un mínimo de ¢128.78 obteniéndose un rango de variación de ¢5.85 (valor máximo menos valor mínimo), durante los períodos analizados, ver el siguiente gráfico:

Gráfico No.5

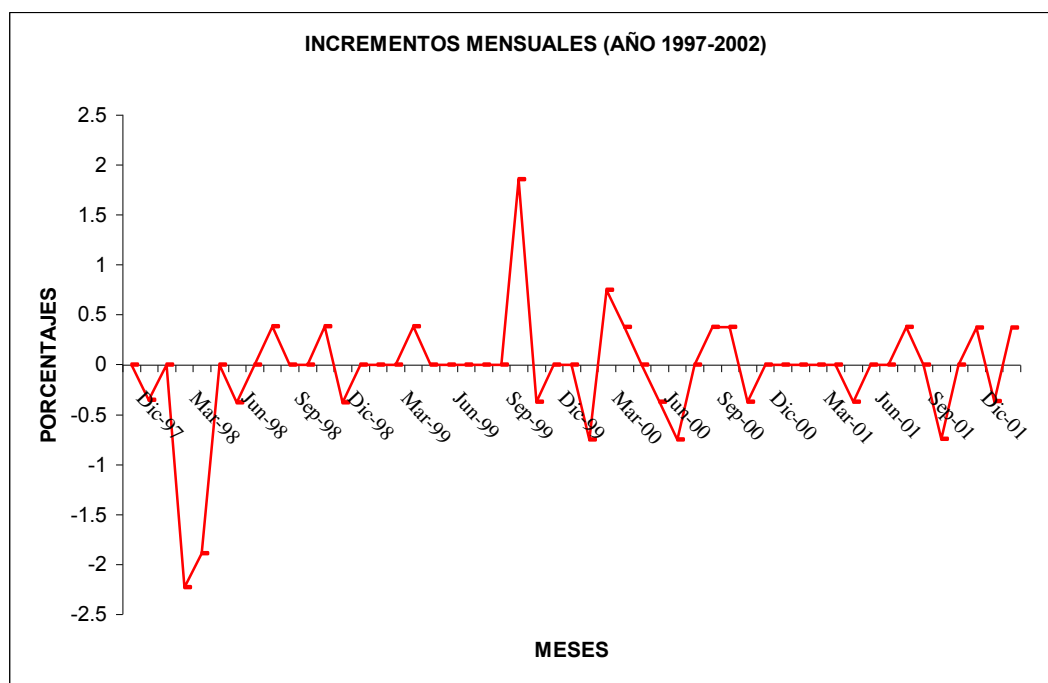


Fuente: DIGESTYC

En el gráfico anterior se muestra el comportamiento de los IPC mensuales del producto panty hose, para estos niveles de consumo se han mantenido relativamente estables, no mostrando cambios abruptos o significativos, este comportamiento depende de los niveles de consumo de las usuarias de prendas de vestir.

Los datos anteriores corresponden al cálculo de la sumatoria de los precios mensuales del producto que conforman el IPC mensual de los períodos analizados.

Gráfico No.6



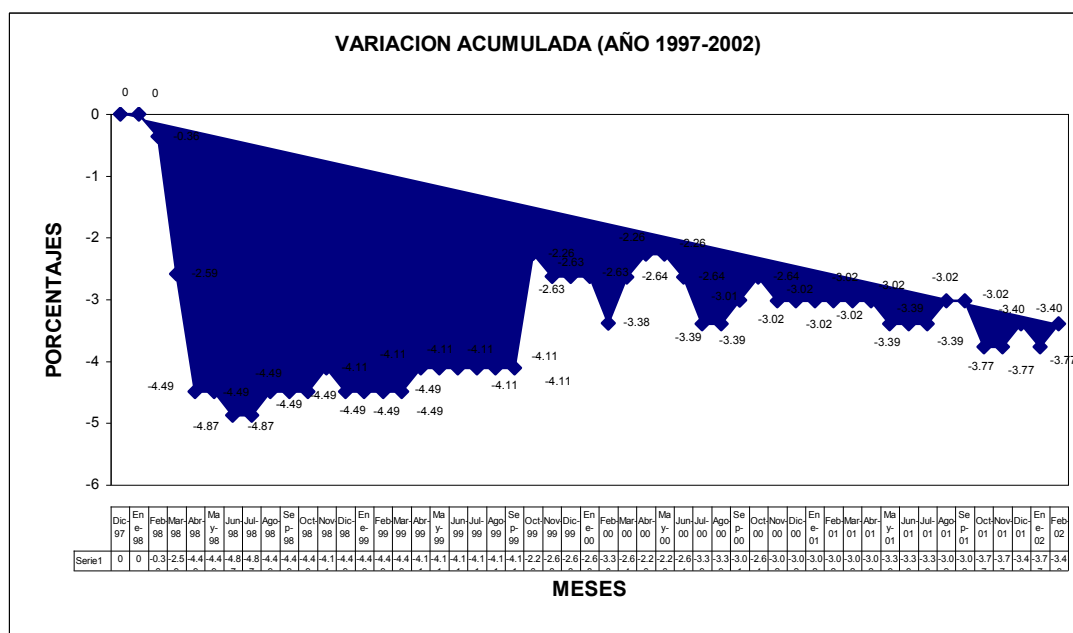
Fuente: DIGESTYC

En términos de incrementos mensuales porcentuales se puede apreciar en el gráfico No.6 han existido oscilaciones entre los precios promedios mensuales. Estos incrementos mensuales han sido calculados como la tasa de variación mensual del mes analizado con respecto al mes inmediato anterior y aunque esta variable no ha mostrado un comportamiento uniforme se puede destacar: que durante el mes de octubre del 1999 se alcanzó el mayor incremento registrándose un 1.85% con respecto al mes anterior del mismo año, y en el mes de marzo de 1998, se registró el mayor decremento mensual del

menos 2.23% con respecto al mes de febrero del mismo año. Se puede notar que en términos porcentuales no resulta tan significativo debido a que el rango de variación y el peso del bien en el IPC general (IPCG) son mínimos.

La variación mensual porcentual se calcula de la siguiente forma: el IPC mensual actual menos el IPC mensual anterior entre el IPC mensual anterior por el 100%.

Gráfico No.7



Fuente: DIGESTYC

En el gráfico No.7 se muestra que en términos de variación acumulada, es decir la variación mensual porcentual, sumada mes a mes consecutivamente, muestra un cambio registrándose una disminución sustancial durante los meses de junio y julio de 1998 con un -4.87%. Pero en el mes de febrero de 1998, se registro un menor decremento del -0.36%.

2 Determinación de la importancia del precio del producto en el Índice de Inflación.

2.1 Definición de variables

El impacto o influencia que puede tener un producto o servicio dentro del IPC está determinado al menos por las siguientes variables:

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

2.2 Derivación de la fórmula

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

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

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

Donde:

Impacto_M = Impacto Mensual

(Expresada en términos porcentuales el impacto o la influencia que tienen las variables de precios del bien o servicio en el mes analizado).

IA = Impacto acumulado

(Es la suma de los valores calculados mensualmente en concepto de influencia o impacto sobre el IPC desde el período “1” hasta el período “j”. Expresa en términos porcentuales acumulados el impacto o la influencia que tienen estas variaciones de precios del bien o servicio en el período 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 = $[IPC_t(i)/IPC_b(i)]$

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

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

2.3 Determinación de la importancia

Sobre esta base se puede determinar la importancia que tienen las panty hose en la configuración del IPC. Los datos muestran que dicho producto no representa un bien de primera necesidad, sino solamente un elemento complementario del vestir femenino. Los datos que se registran en el anexo No. 5 muestran que el impacto anual del producto

no es significativo en los períodos analizados, puesto que no alcanzan un porcentaje de impacto aceptable.

2.4 Efectos sobre el poder adquisitivo

Debido a que el impacto de la importancia del producto panty hose no es significativo, es necesario cuantificar la influencia en el poder adquisitivo, ya que ello afecta el poder de compra de los consumidores. Para lo cual se presenta la relación entre una unidad monetaria y el índice general de precios, con el objetivo de mostrar como la inflación deteriora este poder de compra.

En el anexo No. 6 se observa la relación que existe entre el Poder Adquisitivo General (PAG), el Poder Adquisitivo del Producto (PAi), y el impacto anual de estos.

Cuadro No.3
**“Consolidado de los promedios generales del poder adquisitivo y del impacto anual
diciembre 1998 - febrero 2002”**

PROMEDIOS 1998-2002			
Años	PA general	PA producto	IM anual
1998	¢0.65	¢0.77	-0.00230%
1999	¢0.65	¢0.77	0.00095%
2000	¢0.64	¢0.76	-0.00018%
2001	¢0.61	¢0.77	-0.00018%
2002	¢0.61	¢0.77	0.00000%
General	¢0.63	¢0.77	-0.00171%

Fuente: DIGESTYC

El cuadro No. 3 muestra un consolidado de los promedios generales durante el período analizado, notándose que:

- En el año 2002 que aún no concluye, se han obtenido los datos siguientes: el PA_G fue de $\text{¢}0.61$ con una pérdida de $\text{¢}0.39$ y un PA_i de $\text{¢}0.77$ con una pérdida de $\text{¢}0.23$ con un impacto en la canasta de mercado del 0.00000%.
- En el año 2001 el PA_G fue de $\text{¢}0.61$ con una pérdida de $\text{¢}0.39$ y un PA_i de $\text{¢}0.77$ con una pérdida de $\text{¢}0.23$, con un impacto en la canasta de mercado del menos 0.00018% contribuyendo a disminuir en este porcentaje, la inflación de ese año.
- En el año 2000 el PA_G fue de $\text{¢}0.64$ con una pérdida de $\text{¢}0.36$; el PA_i fue de $\text{¢}0.76$ con una pérdida de $\text{¢}0.24$, con un impacto de menos 0.00018% que contribuyó a la disminución de la inflación.
- Para los años 1998 y 1999 con respecto al IPC_G , el poder adquisitivo fue de $\text{¢}0.65$, registrándose una pérdida de $\text{¢}0.35$ y el IPC_i fue de $\text{¢}0.77$, registrándose una pérdida de $\text{¢}0.23$, con un impacto anual del menos 0.00230% y 0.00095% respectivamente contribuyendo así a la disminución de la inflación.

3 Propuesta metodológica

A continuación se presentan los lineamientos generales de una propuesta metodológica para la elaboración de un ajuste al actual IPC.

3.1 Objetivo de la propuesta metodológica

La propuesta metodológica para la elaboración de un ajuste al actual IPC reflejaría de mejor manera las variaciones de los precios sobre la base de una canasta ampliada, ya que de esta manera sería más representativa la forma de monitorear las variaciones en los precios y sus repercusiones en el índice de inflación.

3.2. Parámetros

El esquema de los parámetros que se consideran como claves para la elaboración de un ajuste al actual IPC, son:

3.2.1 Representatividad

La nueva canasta de consumo deberá ser detectada por una nueva ENIGH para recoger los cambios ocurridos en los patrones de consumo de los hogares salvadoreños, como resultado de la variación del ingreso medio de los hogares, en la última década. Esta encuesta debe ir orientada a determinar si el gasto mensual de los mismos ha variado, lógicamente ha cambiado a través del tiempo.

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

3.2.2. Transparencia metodológica y de cálculo

La transparencia es un atributo esencial de la calidad de los indicadores estadísticos. El desarrollo del ajuste al actual IPC debería escribirse en el esfuerzo de modernización de la DIGESTYC como institución encargada del control y seguimiento del IPC, el cual fortalecería la transparencia en toda su labor global y, particularmente, técnica. El desarrollo del ajuste al actual IPC debería ser llevado a cabo en amplio y transparente diálogo técnico con usuarios principales del IPC, tanto del sector público como privado.

También se deberá contar con la cooperación de especialistas de alto nivel de las universidades del país y centros académicos, como asimismo de especialistas de otros países a fin de capitular las experiencias.

La metodología de la reestructuración del IPC y del cálculo de las variaciones mensuales deberá ser pública. Y mensualmente deberá informarse de los precios de todos los productos de la canasta, a fin de que cualquier persona o institución tenga los elementos para estimar la variación mensual del IPC.

4 Antecedentes del Actual IPC

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

4.1 Ajustes al actual IPC

Tras ese período, asumiendo que los hábitos de consumo van cambiando, la DIGESTYC actualiza mensualmente los valores de este, a fin de mostrar el comportamiento de los precios ahí considerados.

El IPC que está en vigencia desde 1992 fue elaborado a partir de datos obtenidos en la ENIGH que fuera conducida por el Departamento de Investigaciones Muestrales (DIM).

En esta ocasión se presentan algunos aspectos generales sobre la elaboración de un ajuste al actual IPC, que tendría como base para su cálculo una encuesta similar a la

ENIGH pero con una cobertura mayor, ya que la anterior fue representativa de la población urbana del país.

Esta nueva canasta permitirá actualizar la canasta del IPC, y de este 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 a los artículos, con la introducción de un mayor número de variedades, con los cambios anuales de ponderaciones de productos, y con las formas de cálculo del índice como tal.

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 experimentados podrían permitir, además, modernizar la nomenclatura y homogeneizarla con aquella utilizada en otros países.

4.2 Reestructuración de la nueva canasta del IPC

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

Esta encuesta permitirá detectar el consumo de un mayor número de productos (bienes y servicios) ya no solamente del AMSS y las cabeceras departamentales de Santa Ana, Sonsonate y San Miguel, sino que extender la investigación a toda la república. Con ello se tendría una cifra significativamente mayor que la ENIGH de 1992.

Los hogares elegidos sobre la base de una muestra probabilística, anotará todos sus gastos durante quince días en una libreta especial elaborada por la DIGESTYC.

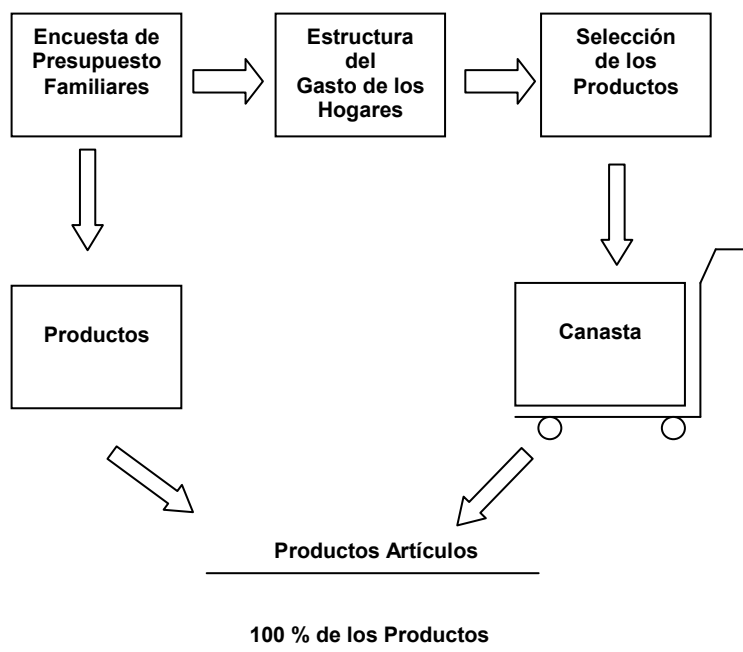
La encuesta completa se realizará a lo largo de un año, lo que significará encuestar a todas las submuestras, e ir rotando los hogares cada quince días. La representatividad de la muestra deberá ser reforzada mediante estos cambios.

Del conjunto de gastos declarados por los hogares, se escogerá un número más reducido de artículos representativos de las mayores proporciones de gastos para elaborar la canasta para el cálculo mensual del IPC.

Estos artículos integrantes del IPC representan, por consiguiente, al conjunto de los bienes y servicios consumidos por los hogares.

La estructura del gasto de los hogares, permitirá, asimismo, establecer los pesos o ponderaciones de cada artículo en el IPC.

Esquema No. 1
“Reestructuración de la nueva canasta del IPC”



4.3 Criterios de selección de productos para la nueva 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.

En este sentido, el principal requisito para determinar que productos integrarán la canasta es que la participación del producto sea igual o mayor a un 0.01% del gasto total de los hogares encuestados. Esta reducción de la cuota mínima de participación

permitirá pasar a una mayor participación de los productos declarados por los hogares para el ajuste del actual IPC.

La idea es corregir el hecho de que en la metodología actual el gasto correspondiente a los artículos que no fueron seleccionados para integrar la canasta de mercado fue a incrementar los gastos de los ya elegidos, aún cuando la selección se hiciera en forma complementaria atendiendo a los criterios de afinidad y diversidad.

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

4.4 Selección de lugares para toma de precios

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

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

De igual manera se tuvo en consideración su distribución espacial, combinando lugares céntricos y periféricos. En este sentido el criterio para seleccionar los tipos de establecimiento deben ser el de mayor proporción de gasto y no el de mayor frecuencia de compra. Es decir, la elección de un establecimiento (como fuente de información del precio de cada producto) depende de que los hogares informantes, realicen en promedio, el mayor gasto de ese producto en ese tipo de establecimiento y no de 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 un cambio, el número se incrementaría incluyendo las grandes multitiendas, multiferreterías, farmacias, colegios y almacenes varios, así como las ferias. Esto permitiría tomar una mayor variedad de precios de productos en cada uno de estos establecimientos e incrementar el número de precios tomados.

Esta actualización mejoraría la representatividad del IPC en establecimientos que han incrementado de manera importante su presencia en el mercado en la última década.

5 Ventajas del ajuste al actual IPC

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

- El nuevo IPC representaría mejor el gasto de los hogares
- Tendría una estructura más actualizada y exacta del patrón de gasto de los hogares.
- Presentaría una configuración de canasta más completa y reflejaría una estructura de clasificación más lógica y adecuada, de acuerdo a una concepción de canasta desde el punto de vista de los usuarios y consumidores y no de la oferta del bien o servicio.
- Consideraría un número superior de variedades, de productos y de establecimientos por tipo.
- Tendría una mayor capacidad de adaptación a la introducción de nuevos bienes y servicios, en el mercado, ya que incorporaría cada año una revisión de las variedades mas vendidas dentro de cada producto.
- Reflejaría adecuadamente el consumo de productos estacionales.
- 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.

6 Nueva canasta de bienes

La nueva canasta del IPC reflejaría así una variación en la participación del gasto de todos los grupos y subgrupos. Ello producto de las variaciones que pudieron haberse dado en los últimos años.

6.1 Ponderaciones del IPC

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

Sin duda, el principal factor que pudiera determinar los cambios 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 del consumo, que ya no buscan solo satisfacer las necesidades básicas. El cambio en los patrones de consumo apunta, por una parte, hacia una mayor homogenización del consumo a través de los diferentes estratos socioeconómicos y a una diversificación del mismo.

Si se considerara evaluar el aumento del ingreso de la nueva ENIGH:

- Reflejaría un aumento del consumo de bienes y servicios que hace una década atrás, 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, artefactos electrodomésticos, servicios de recreación y cultura, comunicaciones telefónicas, artículos de computación, automóviles, gastos en centro 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. Algunos ejemplos de esta diversificación en el consumo podrían ser: TV cable, juegos electrónicos, teléfono celular, horno microondas, lentes de contacto, viajes turísticos y discos compactos, entre otros.

6.2 Estructura de la canasta

Un 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 de los productos que han sido detectados de mayor consumo de la población en los últimos años y extrayendo aquellos que ya no son representativos para el consumo.

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

7 Programa permanente de actualización

Esta nueva metodología para el IPC se ha realizado sobre la base de suponer procesos de actualización permanente, que requiere de la manutención de un sistema y de un grupo de apoyo técnico, actualizaciones metodológicas y encuestas. Parte de las limitaciones que presenta el IPC actual se relacionan con la imposibilidad de sustituir variedades específicas de bienes o servicios que se mantenían a lo largo de 10 años, en el IPC, aún cuando en el mercado estuvieran obsoletas o con añejamientos de la muestra de establecimientos.

El envejecimiento de la muestra ha constituido históricamente una limitación. La recuperación de establecimientos perdidos se ha venido realizando en el propio terreno, buscando símiles en tamaño, cercanía geográfica, y con precios similares. Sin embargo, los cambios de estructura de mercado revelan generalmente la necesidad de sustituir pequeños establecimientos por supermercados o cadenas, y no por negocios similares.

Con la actual metodología, se propone llevar Encuestas de Puntos de Compra y Actualizaciones Muestrales con una periodicidad, determinada por el ente encargado.

Otro elemento por considerar, lo constituye la introducción de ajustes de precios ante cambios de calidad de los productos. Debido a la rapidez de los cambios tecnológicos, las alzas de precios de muchos productos pueden ser, en parte, el resultado de mejoramientos en la capacidad técnica de éstos, y 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 de Mejoramiento Permanente del IPC, debe comprender al menos los siguientes aspectos:

- Programación de estudios de mercado anuales con el objeto de actualizar las ponderaciones de los productos y de ir cambiando las especificaciones de las variedades.
- Actualización de la muestra de establecimientos cada dos años, para lo cual se debe realizar con esta frecuencia la Encuesta de Puntos de Compra a hogares.
- Estudios sobre el ajuste de calidad en el IPC, que deben incluir al menos:
 - La definición de criterios para realizar ajustes de calidad en el bien o servicio, como en el grupo vestuario donde es posible encontrar pequeñas variaciones entre un modelo y otro.
 - El tratamiento de los cambios de la unidad de medida, envases, marcas o mejoramientos tecnológicos.
 - Además, deben desarrollarse metodologías de ajustes de calidad para algunos bienes con ponderación significativa y que sufren fuertemente el cambio tecnológico (automóviles, computadores). Adicionalmente, se podría tomar en cuenta el problema de calidad asociado a los servicios de salud. En todos estos casos, se debiera operar con un comité de expertos de cada rubro que evalúe el valor de los cambios tecnológicos.

CONCLUSIONES

- El producto panty hose, marca Corazón, Talla “M” no es un producto representativo en la conformación del IPC; por no ser de primera necesidad, sino solo un elemento del buen vestir.
- Los precios del producto se mantuvieron relativamente estables durante el período investigado no mostrando cambios abruptos o significativos, manteniéndose al alcance de los usuarios.
- La canasta de mercado en vigencia, no considera bienes y servicios actuales que están siendo frecuentemente adquiridos o consumidos por la población, dificultando con ello la información para el cálculo del Índice de Precios al Consumidor.

RECOMENDACIONES

- Establecer a través de un ajuste al Índice de Precios al Consumidor si el producto en estudio debe continuar, sustituirse o eliminarse dentro de la canasta de mercado.
- Al estar los precios al alcance de cierto segmento del mercado, es necesario comparar los precios de este producto con otros de su misma naturaleza para evaluar si ha sido sustituido por otra marca.
- Es necesario que la DIGESTYC ajuste el actual IPC, ampliando la canasta de mercado con bienes y servicios que actualmente se consumen y que no están considerados, eliminando aquellos que se encuentran obsoletos.

GLOSARIO

- Acuñar: meter las cuñas, encajar cosas.
- AMSS: Área Metropolitana de San Salvador
- Balanza de pagos: documento contable que identifica todas las transacciones financieras de un país realizadas con otras naciones.
- Capitalista: persona acaudalada, que coopera con su capital a uno o más negocios, en oposición al que contribuye con su trabajo.
- CIOPS: Centro de Investigación de la Opinión Pública Salvadoreña
- Coadyuvar: contribuir, asistir o ayudar a la consecución de alguna cosa.
- Demanda: para un periodo dado, cantidad de un bien o servicio que los sujetos económicos están dispuestos a adquirir.
- Devaluar: disminuir el valor de una cosa en especial una moneda.
- Depreciación: disminución del valor o precio de una cosa.
- DIGESTYC: Dirección General de Estadísticas y Censos
- DIM: Departamento de Investigaciones Muestrales
- Divisas: dinero de un país extranjero.
- Deflación: situación económica en la que se produce un descenso general de los precios.
- Déficit Fiscal: exceso del pasivo sobre los activos o cuando una corriente de gastos u obligaciones es superior a la corriente de ingresos o de recursos de un fondo.
- Endógeno: que se origina por causas internas.
- ENIGH: Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos

- Estrategia: Líneas maestras para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una organización.
- Exógeno: que se origina en el exterior de una cosa.
- Índice: Instrumento estadístico expresado como porcentaje sobre una base anual.
- Inflación: tendencia al desequilibrio de una economía, caracterizada por el incremento general de los precios.
- IPC: Índice de Precios al Consumidor, medida del costo de vida computada basándose en los precios y cantidades de un conjunto de bienes determinados por la autoridad estadística. IPC_G Índice General de Precios al Consumidor e IPC_i: Índice de Precios al Consumidor del Producto
- Ostentar: que puede manifestarse o mostrarse, manifiesto, patente, claro.
- PAG: Poder Adquisitivo General
- PA_i: Poder Adquisitivo del Producto
- PIB: medida de flujo total de bienes y servicios producidos por la economía de un país, durante determinado período, generalmente un año.
- Política económica: posición oficial del gobierno respecto a las directrices que puede tomar la administración pública en cuanto a los problemas que afectan a la economía.
- Ponderar: examinar con cuidado algunos asuntos o determinar el peso de una cosa.
- Recesión: acción o efecto de retirarse o retroceder.
- Redistribuir: distribuir algo de forma diferente de cómo estaba.

Anexos

Anexo No. 1
“Composición de la Canasta de Mercado del IPC por Grupos”

ALIMENTOS Y BEBIDAS Y TABACO	78
▪ Cereales y derivados	7
▪ Carnes: vacuna, porcina y aves	12
▪ Pescado y mariscos	3
▪ Aceites y grasa	4
▪ Huevos	1
▪ Productos lácteos	6
▪ Frutas frescas y envasadas	9
▪ Vegetales y legumbres	12
▪ Azúcar y dulces	5
▪ Condimentos	5
▪ Alimentos preparados	6
▪ Bebidas	7
▪ Tabaco	1
VIVIENDA	35
▪ Alquiler y gastos en vivienda	2
▪ Electricidad y combustible	7
▪ Servicios	3
▪ Equipamiento y utensilios para el hogar	10
▪ Equipo del hogar	6
▪ Artículos textiles	3
▪ Materiales de limpieza	4
VESTUARIO Y SERVICIOS RELACIONADOS	53
▪ Prendas para hombres mayores de 15 años	8
▪ Prendas para niños de 3 a 15 años	5
▪ Accesorios para hombres y niños mayores de 3 años	3
▪ Prendas para mujeres mayores de 15 años	11
▪ Prendas para niñas de 3 a 15 años	6
▪ Accesorios para mujeres y niñas de 3 años y más	2
▪ Telas para confeccionar ropa para ambos sexos	3
▪ Vestidos y accesorios para niños menores de 3 años	3
▪ Calzado	8
▪ Hechura de ropa y mantenimiento de calzado	4
MISCELÁNEOS	75
▪ Gastos de salud	17
▪ Educación y lectura	11
▪ Transporte privado	12
▪ Transporte público y comunicaciones	5
▪ Recreaciones	11
▪ Aseo personal	16
▪ Ceremonias y gastos reales	3
TOTAL DE PRODUCTOS	241

Fuente: DIGESTYC

Anexo No.2
“Establecimientos que comercializan el producto
panty hose, marca Corazón, talla “M”.
Código del artículo: 304.304
Cantidad/Peso: 1

Código.	Establecimiento	Dirección	Teléfono
6030006	MEGA SELECTOS	Antigua .Carretera a Tonacatepeque, Soyapango	2772122
5010109	ALMACENES SCHWARTZ	Cent. Comercial Plaza Merliot Local 309 Santa Tecla	2294326
6010862	SUPER SELECTOS	Calle Rubén Darío y 5ª Av. Sur San Salvador	2714363
6010144	ALMACENES SCHWARTZ	Metrocentro San Salvador	2242231
6010056	DESPENSA DE DON JUAN	Suc. Darío Calle R. Darío y 7ª.Av. Sur No.510 S.S.	2220828
6010120	ALMACENES SIMAN	Calle Rubén Darío No.531 y 9ª Av. Sur San Salvador	2713000

Fuente: CIOPS

Anexo No. 3
“Muestra de Establecimientos y Canasta de Mercado”

No.	Cód. Art.	Artículo	Cód. Estab.	Establecimiento	Dirección	Teléfono
1	401303	Vitaminas	6010138	Farmacia San Carlos	Pje. Montalvo Edif. Saca # 13, 1ra. Y 3ra. Av. Nte.	222-0275
2	401307	Antibiótico	6010139	Farmacia Clínicas Médicas	25 Av. Nte. # 640	225-0671
3	401302	Analgésico Antigripal	6010140	Farmacia Adonay	25 Av. Nte. # 717	225-5090
4	401307	Antibiótico	6010140	Farmacia Adonay	25 Av. Nte. # 717	225-5090
5	307001	Dacrón	6010142	Almacén Torreón	2da. Av. Sur y 4ta. C. Ote. Edif. Orion # 233	221-4847
6	301001	Camisa para hombres mayores de 15 años	6010143	Alm. Molina Civalero	Av. Morazán # 120 / C. Arce y C. Rubén Darío.	222-5449
7	304001	Blusa para mujeres mayores de 15 años	6010143	Alm. Molina Civalero	Av. Morazán # 120 / C. Arce y C. Rubén Darío.	222-5449
8	301101	Pantalón para hombres mayores de 15 años	6010144	Almacén Schwartz	Metrocentro	224-2231
9	304001	Blusa para mujeres mayores de 15 años	6010144	Almacén Schwartz	Metrocentro	224-2231
10	304101	Jeans para mujeres mayores de 15 años	6010144	Almacén Schwartz	Metrocentro	224-2231
11	304303	Brassier	6010144	Almacén Schwartz	Metrocentro	224-2231

Fuente: CIOPS

Anexo No. 5

“Determinación de la Importancia del Precio de las Panty Hose en el Índice de Inflación”

				AIPCI			IRb(g)	IRb(i)	IM mensual	IM anual
MESES	IPCG	IPCi	VMI (%)	IPC Base	IPCi	AIPCI				
	A	B	C	D	E	F=E/D	G	H	I (%)	J=ΣI
Dic-97	148.76	134.63	0	100.00	134.63	1.3463	0.1600	0.06000	0.00000	
Ene-98	150.6	134.15	-0.36	100.00	134.15	1.3415	0.1600	0.06000	-0.00019	
Feb-98	150.99	134.15	0.00	100.00	134.15	1.3415	0.1600	0.06000	0.00000	
Mar-98	151.65	131.22	-2.23	100.00	131.22	1.3122	0.1600	0.06000	-0.00116	
Abr-98	153.51	128.78	-1.89	100.00	128.78	1.2878	0.1600	0.06000	-0.00095	
May-98	154.32	128.78	0.00	100.00	128.78	1.2878	0.1600	0.06000	0.00000	
Jun-98	154.46	128.29	-0.38	100.00	128.29	1.2829	0.1600	0.06000	-0.00019	
Jul-98	155.15	128.29	0.00	100.00	128.29	1.2829	0.1600	0.06000	0.00000	
Ago-98	153.26	128.78	0.38	100.00	128.78	1.2878	0.1600	0.06000	0.00019	
Sep-98	151.66	128.78	0.00	100.00	128.78	1.2878	0.1600	0.06000	0.00000	
Oct-98	151.76	128.78	0.00	100.00	128.78	1.2878	0.1600	0.06000	0.00000	
Nov-98	155.12	129.27	0.38	100.00	129.27	1.2927	0.1600	0.06000	0.00019	
Dic-98	155.03	128.78	-0.38	100.00	128.78	1.2878	0.1600	0.06000	-0.00019	-0.00230
Ene-99	155.31	128.78	0.00	100.00	128.78	1.2878	0.1600	0.06000	0.00000	
Feb-99	154.94	128.78	0.00	100.00	128.78	1.2878	0.1600	0.06000	0.00000	
Mar-99	154.61	128.78	0.00	100.00	128.78	1.2878	0.1600	0.06000	0.00000	
Abr-99	153.74	129.27	0.38	100.00	129.27	1.2927	0.1600	0.06000	0.00019	
May-99	152.73	129.27	0.00	100.00	129.27	1.2927	0.1600	0.06000	0.00000	
Jun-99	152.61	129.27	0.00	100.00	129.27	1.2927	0.1600	0.06000	0.00000	
Jul-99	153.49	129.27	0.00	100.00	129.27	1.2927	0.1600	0.06000	0.00000	
Ago-99	153.46	129.27	0.00	100.00	129.27	1.2927	0.1600	0.06000	0.00000	
Sep-99	153.86	129.27	0.00	100.00	129.27	1.2927	0.1600	0.06000	0.00000	
Oct-99	154.73	131.71	1.85	100.00	131.71	1.3171	0.1600	0.06000	0.00095	
Nov-99	154.04	131.22	-0.37	100.00	131.22	1.3122	0.1600	0.06000	-0.00019	
Dic-99	153.45	131.22	0.00	100.00	131.22	1.3122	0.1600	0.06000	0.00000	0.00095
Ene-00	154.46	131.22	0.00	100.00	131.22	1.3122	0.1600	0.06000	0.00000	
Feb-00	155.23	130.24	-0.75	100.00	130.24	1.3024	0.1600	0.06000	-0.00038	
Mar-00	155.36	131.22	0.75	100.00	131.22	1.3122	0.1600	0.06000	0.00038	
Abr-00	155.48	131.71	0.37	100.00	131.71	1.3171	0.1600	0.06000	0.00019	
May-00	156.42	131.71	0.00	100.00	131.71	1.3171	0.1600	0.06000	0.00000	
Jun-00	158.17	131.22	-0.37	100.00	131.22	1.3122	0.1600	0.06000	-0.00019	
Jul-00	157.93	130.24	-0.75	100.00	130.24	1.3024	0.1600	0.06000	-0.00037	
Ago-00	158.65	130.24	0.00	100.00	130.24	1.3024	0.1600	0.06000	0.00000	
Sep-00	158.94	130.73	0.37	100.00	130.73	1.3073	0.1600	0.06000	0.00018	
Oct-00	158.93	131.22	0.37	100.00	131.22	1.3122	0.1600	0.06000	0.00018	
Nov-00	159.28	130.73	-0.37	100.00	130.73	1.3073	0.1600	0.06000	-0.00018	
Dic-00	160.03	130.73	0.00	100.00	130.73	1.3073	0.1600	0.06000	0.00000	-0.00018
Ene-01	162.92	130.73	0.00	100.00	130.73	1.3073	0.1600	0.06000	0.00000	
Feb-01	162.63	130.73	0.00	100.00	130.73	1.3073	0.1600	0.06000	0.00000	
Mar-01	162.96	130.73	0.00	100.00	130.73	1.3073	0.1600	0.06000	0.00000	
Abr-01	163.18	130.73	0.00	100.00	130.73	1.3073	0.1600	0.06000	0.00000	
May-01	163.44	130.24	-0.38	100.00	130.24	1.3024	0.1600	0.06000	-0.00018	
Jun-01	163.66	130.24	0.00	100.00	130.24	1.3024	0.1600	0.06000	0.00000	
Jul-01	163.61	130.24	0.00	100.00	130.24	1.3024	0.1600	0.06000	0.00000	
Ago-01	164.16	130.73	0.37	100.00	130.73	1.3073	0.1600	0.06000	0.00018	
Sep-01	164.16	130.73	0.00	100.00	130.73	1.3073	0.1600	0.06000	0.00000	
Oct-01	162.65	129.76	-0.75	100.00	129.76	1.2976	0.1600	0.06000	-0.00036	
Nov-01	164.09	129.76	0.00	100.00	129.76	1.2976	0.1600	0.06000	0.00000	
Dic-01	162.31	130.24	0.37	100.00	130.24	1.3024	0.1600	0.06000	0.00018	-0.00018
Ene-02	162.92	129.76	-0.37	100.00	129.76	1.2976	0.1600	0.06000	-0.00018	
Feb-02	162.63	130.24	0.37	100.00	130.24	1.3024	0.1600	0.06000	0.00018	0.00000

Fuente: DIGESTYC

Anexo No. 6
“Efectos del Poder Adquisitivo en las Panty Hose”

MESES	PA general	PA producto	Promedio
	$K = [(1/A) * 100]$	$L = [(1/B) * 100]$	$M = \text{Prom}(K)$
Dic-97	¢0.67	¢0.74	
Ene-98	¢0.66	¢0.75	
Feb-98	¢0.66	¢0.75	
Mar-98	¢0.66	¢0.76	
Abr-98	¢0.65	¢0.78	
May-98	¢0.65	¢0.78	
Jun-98	¢0.65	¢0.78	
Jul-98	¢0.64	¢0.78	
Ago-98	¢0.65	¢0.78	
Sep-98	¢0.66	¢0.78	
Oct-98	¢0.66	¢0.78	
Nov-98	¢0.64	¢0.77	
Dic-98	¢0.65	¢0.78	¢0.77
Ene-99	¢0.64	¢0.78	
Feb-99	¢0.65	¢0.78	
Mar-99	¢0.65	¢0.78	
Abr-99	¢0.65	¢0.77	
May-99	¢0.65	¢0.77	
Jun-99	¢0.66	¢0.77	
Jul-99	¢0.65	¢0.77	
Ago-99	¢0.65	¢0.77	
Sep-99	¢0.65	¢0.77	
Oct-99	¢0.65	¢0.76	
Nov-99	¢0.65	¢0.76	
Dic-99	¢0.65	¢0.76	¢0.77
Ene-00	¢0.65	¢0.76	
Feb-00	¢0.64	¢0.77	
Mar-00	¢0.64	¢0.76	
Abr-00	¢0.64	¢0.76	
May-00	¢0.64	¢0.76	
Jun-00	¢0.63	¢0.76	
Jul-00	¢0.63	¢0.77	
Ago-00	¢0.63	¢0.77	
Sep-00	¢0.63	¢0.76	
Oct-00	¢0.63	¢0.76	
Nov-00	¢0.63	¢0.76	
Dic-00	¢0.62	¢0.76	¢0.76
Ene-01	¢0.61	¢0.76	
Feb-01	¢0.61	¢0.76	
Mar-01	¢0.61	¢0.76	
Abr-01	¢0.61	¢0.76	
May-01	¢0.61	¢0.77	
Jun-01	¢0.61	¢0.77	
Jul-01	¢0.61	¢0.77	
Ago-01	¢0.61	¢0.76	
Sep-01	¢0.61	¢0.76	
Oct-01	¢0.61	¢0.77	
Nov-01	¢0.61	¢0.77	
Dic-01	¢0.62	¢0.77	¢0.77
Ene-02	¢0.61	¢0.77	
Feb-02	¢0.61	¢0.77	¢0.77

Fuente: DIGESTYC

BIBLIOGRAFIA

- Bernal T., Cesar Augusto. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Prentice Hall. Santa Fé de Bogota, D. C. Pearson Educación de Colombia Ltda. Marzo 2000. Capítulo 7.
- Brand, Salvador Osvaldo. Diccionario de Economía. Editorial Jurídica Salvadoreña 1994. Páginas 414, 419, 422.
- Clément, Norris C. et al. Economía Enfoque América Latina. 2da. Edición. México. Mc. Graw Hill. 1983. Páginas 268, 253 – 255, 354.
- Diccionario Enciclopédico Uno Color. España. Océano. 1996. Total de páginas 1,784.
- Diccionario de Administración y Finanzas. Océano Centrum. Página 153.
- Diccionario de Sinónimos y Antónimos. México. Larousse. 1996. Total de páginas 506.
- Diulio, Eugene A. Macroeconomía. 2da. Edición. México. 1993. Página 245.
- Dornbush Rudiger. Stanley Fischer. Macroeconomía. 7ma. Edición. México. 1998. Capítulo 1, página 42. Capítulo 30, páginas 571, 572, 577.
- Fischer, Stanley. Rudiger Dornbush. Economía. 2da. Edición. México. Capítulo 34, página 802.
- Hernández Sampieri, Roberto, et al. Metodología de la investigación. 2da Edición, México. Mc Graw-Hill Interamericana Editores S.A. de C. V., 1998. Capítulos 3, 4, 7 y 8.

- Mendoza Orantes, Ricardo. Código de Comercio. 3ra. Edición. El Salvador. Editorial Jurídica Salvadoreña. Marzo, 1,995. Total de páginas 356.
- Ministerio de Economía. Dirección General de Protección al Consumidor, Ley de Protección al Consumidor. El Salvador. Páginas 1, 2 y 3.
- Rossetti, José Paschoal. Introducción a la Economía. 15ª. Edición. México. Harla. 1991. Capítulo1, páginas 20-24. Capítulo 4, página 81. Capítulo 9, páginas 184, 192-194. Capítulo 10, páginas 205-209.
- Sachs, Jeffrey D. Larraín B., Felipe. Macroeconomía en la Economía Global. México. 1994. Capítulo 11, páginas 323, 326-335, 338-343.
- El Salvador. Universidad Tecnológica. Los rasgos de la economía salvadoreña antes del atentado. Revista Entorno. No. XXII. Diciembre 2001 – Enero 2002. Página 47.
- El Salvador. Banco Central de Reserva. Revista Trimestral Abril - Mayo - Junio 2001. Total de páginas 86.
- El Salvador. Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial. Decreto No. 85. Diario Oficial No. 218. Tomo No. 301. Noviembre, 24, 1988.
- El Salvador. Resultados de la inflación durante 2000. Boletín Económico No. 143. Marzo - Abril 2001. Año XVI. Total de páginas 86.
- Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social. Informe Trimestral de Coyuntura. 2do. Trimestre. Abril - Junio 2001. Total de páginas 86.

- Panameño Medrano, Tania Lizeth. Rivas de Rivas, Nubia Estela. Tesis: Propuesta de Políticas y Estrategias para contrarrestar el impacto de la inflación en clase media baja de la sociedad Salvadoreña. Noviembre 1997. UTEC. Páginas 25 - 47.
- Política Fiscal y Ciclo Económico en El Salvador. Boletín. Páginas 8 y 9.
- Confeccionistas salen en defensa de la Iniciativa de la Cuenca del Caribe. El Diario de Hoy. San Salvador. Página 29. Septiembre 24, 2001.
- La inflación continúa disminuyendo. El Diario de Hoy. San Salvador. Página 39. Noviembre 8, 2001.
- La inflación de abril fue de 0.1%. El Diario de Hoy. San Salvador. Página 38. Mayo 6, 2002.
- Inflación en febrero fue de 0.5%. El Diario de Hoy. San Salvador. Página 29. Marzo 4, 2002.
- Suplemento la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC). El Diario de Hoy. San Salvador. Octubre 2,3, 2000.
- www.bcr.com.sv
- www.enciclonet.com
- www.infoenlace.bancocentralcostarica.com
- www.monografias.com
- www.nylontex.com