



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



TEMA:

“La importancia del Grupo Vivienda, Subgrupo Servicio, Producto: Servicio Telefónico, en la Determinación del Índice de Inflación en el Área Metropolitana de San Salvador”.

Trabajo de Graduación presentado por:

**BALTAZAR ERNESTO HERNÁNDEZ VENTURA
JAIME ENRIQUE INTERIANO MELGAR
JORGE ARÍSTIDES RIVERA CASTRO**

Para Optar al Grado de:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

NOVIEMBRE, 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA.

PÁGINA DE AUTORIDADES

LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCÉL
RECTOR

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO

ING. DANILO ADOLFO DÍAZ PÉREZ
DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. JOSÉ GUILLERMO VILLAVICENCIO
PRESIDENTE

LIC. GUILLERMO RAMÍREZ ALFARO
PRIMER VOCAL

LIC. CARLOS PORFIRIO MARTÍNEZ
SEGUNDO VOCAL

NOVIEMBRE, 2002

San Salvador, El Salvador, Centroamérica.

DEDICATORIA.

A DIOS TODOPODEROSO:

Con humildad y amor elevo a ti una oración de gratitud por haberme dado el entendimiento y fortaleza para coronar mi carrera.

A MIS PADRES:

BALTAZAR HERNÁNDEZ Y MARTA LILA VENTURA, con inmenso amor y respeto por todos los años que me forjaron para ser la persona que soy ahora, por todos sus sacrificios para sacarme adelante en forma incondicional.

A DOS SERES MUY ESPECIALES:

GLORIA HERNANDEZ y SIDIA HERNÁNDEZ , por toda su confianza puesta en mí y por su apoyo brindado.

A MIS FAMILIARES Y AMIGOS:

Que de una u otra forma contribuyeron a realizar esta meta.

A MIS COMPAÑEROS DE TESIS:

Por la comprensión, confianza y tenacidad en el desarrollo del trabajo.

Y UN AGRADECIMIENTO MUY ESPECIAL:

Al Lic. Carlos Martínez, asesor de nuestro grupo por guiarnos de la mejor manera al logro de este triunfo.

BALTAZAR ERNESTO HERNÁNDEZ VENTURA

DEDICATORIA.

A DIOS TODOPODEROSO:

Con humildad y amor elevo a ti una oración de gratitud por haberme dado el entendimiento y fortaleza para coronar mi carrera.

A MIS PADRES:

RAFAEL INTERIANO Y ANTONIA MELGAR DE INTERIANO con inmenso amor y respeto por todos los años que me forjaron para ser la persona que soy ahora, por todos sus sacrificios para sacarme adelante en forma incondicional.

A DOS SERES MUY ESPECIALES :

YESENIA DEL CARMEN GALAN DE INTERIANO , por toda su confianza puesta en mi y por su apoyo brindado, Y A MI FUTURO HIJO, por ser mi motivación para el futuro.

A MIS FAMILIARES Y AMIGOS:

Que de una u otra forma contribuyeron a realizar esta meta.

A MIS COMPAÑEROS DE TESIS:

Por la comprensión, confianza y tenacidad en el desarrollo del trabajo.

Y UN AGRADECIMIENTO MUY ESPECIAL:

Al Lic. Carlos Martínez, asesor de nuestro grupo por guiarnos de la mejor manera al logro de este triunfo

JAIME ENRIQUE INTERIANO MELGAR

DEDICATORIA.

A DIOS TODOPODEROSO:

Con humildad y amor elevo a ti una oración de gratitud por haberme dado el entendimiento y fortaleza para coronar mi carrera.

A MIS PADRES:

ROSA ORBELINA CASTRO DE RIVERA Y JORGE ARMANDO RIVERA GARZONA, , con inmenso amor y respeto por todos los años que me forjaron para ser la persona que soy ahora, por todos sus sacrificios para sacarme adelante en forma incondicional.

A TRES SERES MUY ESPECIALES:

LORENA PATRICIA RAMOS AMAYA, JORGE ANTONIO RIVERA RAMOS Y KAREN VANESSA RIVERA RAMOS, por toda su confianza puesta en mi y por su apoyo brindado.

A MIS FAMILIARES Y AMIGOS:

Que de una u otra forma contribuyeron a realizar esta meta.

A MIS COMPAÑEROS DE TESIS:

Por la comprensión, confianza y tenacidad en el desarrollo del trabajo.

Y UN AGRADECIMIENTO MUY ESPECIAL:

Al Lic. Carlos Martínez, asesor de nuestro grupo por guiarnos de la mejor manera al logro de este triunfo

JORGE ARÍSTIDES RIVERA CASTRO

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	i
-------------------	---

CAPITULO I

“MARCO TEORICO DE REFERENCIA”.

A. BASE TEÓRICA	1
1. Generalidades sobre la inflación	1
2. Definiciones de inflación	5
3. Causas de la inflación	6
4. Tipos de inflación	9
a. Inflación por demanda	9
b. Inflación por costos	15
c. Inflación por beneficios	19
d. Inflación por sobreprecios	20
5. Consecuencias de la inflación	23
6. El índice de precios al consumidor	27
a. Concepto del IPC	27
b. Medición de la inflación	27
c. Características del IPC	29
d. Composición de la canasta de mercado	29
e. Recolección de precios	32
f. Cálculo del IPC	33
B. MARCO HISTÓRICO	34
C. MARCO LEGAL	36

CAPITULO II

“INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA SUBGRUPO SERVICIO PRODUCTO SERVICIO TELEFONICO EN LA DETERMINACIÓN DEL INDICE DE INFLACIÓN EN EL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR”.

A. GENERALIDADES	38
1. Importancia.....	38
2. Objetivos de la investigación	39
a. Objetivo General.....	39
b. Objetivos Específicos.....	39
3. Delimitación de la investigación	40
a. Delimitación espacial	40
b. Delimitación temporal	41
c. Delimitación social	41
4. Limitantes de la investigación	42
5. Metodología de la investigación	43
a. Tipo de estudio	43
b. Población de estudio	44
c. Tamaño muestral	45
d. Métodos y Técnicas	46
e. Instrumentos de captación de información.....	49
f. Prueba piloto	52
g. Operación de campo	52
h. Consistencia y procesamiento de la información	52
1) Codificación	52

2) Entrada de datos	53
3) Consistencia de la información digita.....	53
i. Indicadores a obtener para evaluación del impacto	53
j. Evaluación de la encuesta	54
1) Análisis de la información	54

CAPITULO III

“DETERMINACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL GRUPO VIVIENDA SUB GRUPO SERVICIO PRODUCTO SERVICIO TELEFONICO EN LA DETERMINACION DEL INDICE DE INFLACION EN EL AREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR”.

A. Generalidades	56
1. Importancia del bien	56
2. Comportamiento histórico de los precios del bien	57
3. Determinación de la importancia del precio del producto en el índice de inflación....	60
a. Definición de variables	60
b. Definición de la fórmula	60
c. Determinación de la importancia	65
d. Efectos sobre el poder adquisitivo.....	65
3. Propuesta metodológica	69
a. Objetivos sobre la propuesta metodológica.....	69
b. Parámetros	69
1) Representatividad	69
2) Calidad de la medición estadística.....	71
3) Transparencia metodológica y de cálculo.....	72
4) Comparabilidad de las mediciones	73

c.	Antecedentes del IPC actual	73
1)	Actualización del IPC	74
2)	Selección de la canasta del IPC.....	75
3)	Criterios de selección de productos para ingresar a la canasta del IP.....	76
4)	Selección de lugares para la toma de precios	78
5)	Ventajas del nuevo IPC	80
d.	Nueva Canasta de Bienes.....	81
1)	Ponderaciones del IPC	81
2)	Estructura de la canasta	83
e.	Metodología de cálculo alternativa.....	83
1)	Cálculo del IPC	83
2)	Algoritmo de cálculo	86
f.	Programa permanente de actualización	87
5.	Conclusiones y recomendaciones	90
a.	Conclusiones	90
b.	Recomendaciones	91
	BIBLIOGRAFIA	94
	ANEXOS	95

INTRODUCCIÓN

Las telecomunicaciones constituyen un insumo importante para la inmensa mayoría de las actividades económicas que se desarrollan en la actualidad. Además influye sobre el bienestar de la población en tanto que acorta distancias, ahorra dinero y tiempo

Las Telecomunicaciones son el medio por el cual se pueden dinamizar diferentes sectores de la economía ya que son necesarios para el funcionamiento de las industrias, los centros comerciales, contratos económicos internacionales y para el constante desarrollo y crecimiento del país.

La comunicación se ha convertido en una de las necesidades más importantes de la sociedad, sin embargo estos servicios son pagados por la población que en muchos casos se ve limitada por un ingreso muy bajo que afecta directamente la posibilidad de poder obtener otros bienes. Este es el efecto que el proceso inflacionario tiene sobre la capacidad adquisitiva de la población.

En tal sentido el presente trabajo de investigación tiene como propósito el conocer la influencia que los precios del servicio telefónico brindado por la empresa Telecom tiene el proceso inflacionario y en la capacidad adquisitiva de la población del Área Metropolitana de San Salvador. La razón por la que se investigará esa empresa es

porque cuenta con la mayoría de abonados a nivel nacional y es la más representativa para el tipo de servicio estudiado, el cual es el producto telefónico de tipo residencial.

La estructura de este trabajo de investigación se describe en los siguientes capítulos:

En la primera parte se presenta, una base teórica sobre inflación y el Índice de Precios al Consumidor (IPC).

En la segunda parte se presenta la investigación de campo sobre la importancia del Grupo Vivienda Subgrupo Servicio, Producto Servicio Telefónico en el Índice de Inflación en el Área Metropolitana de San Salvador, donde se muestran los objetivos de la investigación, delimitación de la investigación, limitantes de la investigación, Metodología de la investigación.

Y en la tercera parte se presenta la Determinación de la Importancia del Grupo Vivienda Subgrupo Servicio, Producto Servicio Telefónico en el Índice de Inflación en el Área Metropolitana de San Salvador, donde se muestra la importancia del bien, el comportamiento histórico de los precios del bien, la determinación de la importancia del precio del producto en el índice de inflación, la propuesta metodológica (Actualización del IPC). En este capítulo se analiza el estudio del impacto que tiene la inflación directamente en el producto Servicio Telefónico y como esto influye en el poder

adquisitivo, así mismo se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

Al final se presenta la bibliografía consultada en el desarrollo de la investigación así como los anexos que servirán al lector como medio de referencia para una mejor comprensión de este documento.

CAPITULO I.

Marco Teórico Conceptual de Referencia.

A. Base Teórica.

1. Generalidades sobre la inflación.

La inflación tuvo su origen en la época de Aristóteles, surgiendo este fenómeno por el fuerte aumento de dinero en circulación. Con el correr del tiempo algunos pensadores económicos llegaron a la determinación de que dicho fenómeno es y ha sido siempre causado por el dinero en circulación.

Dos hechos históricos fueron trascendentales en la propagación de este fenómeno económico en los años de 1973 y 1974 ya que en ellos la inflación se expandió mundialmente afectando a países grandes, pequeños desarrollados y en vías de desarrollo.

“En nuestro país en el período comprendido del año 1979 a 1984 ocurrió un estancamiento en la economía”¹ originada por diversos factores los que desarrollaron una perturbación socio-económica causada por necesidades sociales insatisfechas como bajos niveles, de producción, disminución de los precios del café y el alto índice de

¹ Panameño, Rivas. Propuesta de Políticas y Estrategias Para Contrarrestar el Impacto de la Inflación en la Clase Media Baja de la Sociedad Salvadoreña. Reformas Económicas.

inflación; lo que dio como resultado el surgimiento del conflicto armado, obligando a los campesinos a emigrar a la ciudad por lo que disminuyó la mano de obra en el sector agrícola. Esto repercutió creando desconfianza de invertir en este sector provocando el incremento de los precios en los granos básicos.

De 1984 a 1989, el nivel de desempleo fue alto, sumándose la guerra y las perturbaciones climáticas, (sequías, huracanes) así como terremotos que afectaron la infraestructura productiva y la producción agrícola; los desplazamientos de población y las migraciones hacia otros países se dieron con mayor volumen y continuaron las secuelas de los problemas de inestabilidad económica-social.

Luego que el período de gobierno del Lic. José Napoleón Duarte pasara a manos de Lic. Alfredo Cristiani en 1989, estos primeros años del nuevo gobierno fueron un tanto alentadores, pues surgieron cambios económicos políticos a nivel mundial. Lo que vino a favorecer a nuestra economía dado que permitió un creciente desarrollo.

Pero, suscitaron medidas que tuvieron efectos negativos como la devaluación de la moneda que provocó el incremento de tipo de cambio del dólar de ₡10.00 x US\$1.00 y la aprobación del Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y prestación de servicio (IVA), afectando negativamente los precios de los bienes y servicios. El Gobierno continuó en su gestión y a pesar que a finales del 1994 hubo una disminución de la tasa de inflación, el problema de productividad interna se prolongó

desaceleradamente, como producto de algunos factores, entre los que se pueden mencionar:

- Incremento en el IVA
- La política monetaria
- La saturación de la demanda de bienes
- La incertidumbre de empresarios por invertir
- El desempleo
- La deportación de compatriotas radicados en EE.UU. en forma ilegal.
- Falta de Divisas
- Pobreza extrema
- Delincuencia.
- Entre otras.

**COMPORTAMIENTO HISTORICO DE LA INFLACION ENTRE LOS AÑOS
DE 1995 AL 2001**

AÑOS	INFLACION ACUMULADA (%)	INFLACION PUNTO A PUNTO (%)	INFLACION PROMEDIO ANUAL (%)
1995 (a Julio)	8.1	11.2	-
1996	7.4	-	9.8
1997	1.9	1.9	4.5
1998	4.3	4.3	2.4
1999	-1.0	-	0.3
2000	4.3	4.3	2.3
2001	1.4	2.3	1.4

“Este cuadro muestra las variaciones inflacionarias ocurridas en los últimos 7 años, en los cuales se puede observar datos inflacionarios influidos por desastres naturales como la tormenta tropical Mitch en 1998 que azotó a la mayoría de países de la región centroamericana provocando la mayor alza de los precios en el año, esto afectó en gran medida la producción de alimentos como cultivos vegetales, legumbres, frutas y cereales; lo que provoco un desabastecimiento en el mercado. En 1999 se obtuvieron tasas de inflación negativas producto de la mayor competitividad existentes entre las empresas, lo cual redunda en menores precios de los artículos que se ofrecen, otro punto

que influyó en ese aspecto fue la contracción de los precios del IPC y la estabilidad que mantuvieron los servicios públicos. Para el año 2000 se obtuvieron las tasas mas bajas en toda Centroamérica”².

2. Definiciones de inflación.

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 de los precios de los bienes y servicios que afectan a toda la sociedad, especialmente a los asalariados de bajos ingresos.

“La inflación es un fenómeno que está presente en las economías capitalistas contemporáneas, especialmente las subdesarrolladas”³.

La inflación es como un desequilibrio económico caracterizado por una subida general de los precios y provocando una excesiva emisión de billetes de banco o una falta de educación entre la oferta y la demanda.

La inflación es esencialmente un incremento en la emisión de dinero por arriba del aumento en la producción. Analizando las definiciones, se puede determinar que la inflación es un fenómeno desequilibrante ya sea por la moneda o producción.

² Punto Focal de Información, Dirección General de Estadísticas y Censos.

³ Fondo Monetario Internacional, Mecanismos de la Inflación. Resumen

3. Causas de la inflación

Históricamente han existido varios acontecimientos que han propiciado en alguna medida, tanto en forma individual como colectiva la generación de un proceso inflacionario en El Salvador, dentro de estos se pueden mencionar los siguientes⁴:

- Causas internas:

- Emisión excesiva de papel moneda en relación con las necesidades la circulación de mercancías y servicios.
- Oferta insuficiente de productos agropecuarios en relación con la demanda.
- Oferta insuficiente de mercancías industrializadas en relación con la demanda.
- Excesivo afán de lucro de los capitalistas industriales.
- Excesivo afán de lucro de los capitalistas comerciales.
- La especulación y el acaparamiento de mercancías.
- La espiral de precios - salarios.
- Altas tasas de interés bancario que encarecen el crédito.
- Desequilibrada canalización de crédito bancario que no ayuda a las inversiones productivas, estimulando actividades especulativas.
- La devaluación.
- La inflación misma (no hay que olvidar que la inflación es un proceso) por las manifestaciones psicológicas de la gente.

⁴ Cruz, Cáceres. El Estudio De La Canasta Básica En El Salvador y Los Lineamientos Para La Protección Al Consumidor Y La Propuesta Para Obtener El Índice De Protección Al Consumidor.

- Causas externas:

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

Aquí se han enumerado algunas de las principales causas internas y externas de la inflación, pero hay que tener presente que la inflación existirá siempre que exista una economía monetaria donde circule dinero. Es decir, la inflación es un problema estructural multiforme. Algunos hechos históricos asociados a estas causas son los siguientes:

- Aumento de los precios del petróleo
- La inflación mundial

- Disminución de precios del café debido a que El Salvador es un país monoexportador y su principal fuente de divisas la constituye la venta de café en los mercados internacionales.
- Reducción de las exportaciones, principalmente las tradicionales.
- Financiamiento a actividades no productivas
- Escasez de divisas
- Devaluación de la moneda
- Factores climáticos
- Impuesto a la transferencia de bienes muebles y prestación de servicios más los incrementos experimentados en la última década

Cada uno de estos factores ha influido en mayor o menor medida y las explicaciones sobre el origen de la misma son varias.

Una de los efectos más relevantes que genera la inflación es la pobreza ya que afecta a las grandes mayorías, pero en mayor medida a las personas perciben rentas fijas, ya que disminuye el poder de compra de la población.

Por otro lado, hay quienes se benefician con la inflación como son los productores ya que ofrecen sus productos a precios más elevados con lo que obtienen mayores utilidades.

4 Tipos de inflación.

La inflación tiene diferentes mecanismos. Aunque ésta denota un desequilibrio del sistema económico, los economistas atribuyen el desequilibrio a diferentes causas.

Es comprensible la falta de acuerdo entre los economistas en lo que hace al carácter general y al mecanismo de la inflación, ya que el proceso inflacionario puede revestir muy diversas formas.

a. Inflación por demanda

Hay dos escuelas principales que tratan de explicar la inflación como un exceso de la demanda global con respecto a la oferta en una situación de pleno empleo. La una es de inspiración clásica y la otra se basa en la obra de John M. Keynes. En la primera se supone que la demanda global depende directa y proporcionalmente de la cantidad de dinero; por lo tanto, si se expande la oferta monetaria en cuantía mayor que el aumento del producto total de la economía en situación de pleno empleo, suben los precios y habrá inflación (suponemos, de momento, que se trata de un sistema cerrado). En la otra escuela no se da por supuesto que haya una estrecha relación entre la cantidad de dinero y el nivel de la demanda global; por consiguiente, los precios pueden aumentar con una oferta monetaria constante o pueden permanecer constantes, aun cuando la oferta monetaria aumente por encima del producto.

La inflación es ocasionada por un ritmo excesivo de expansión de los gastos globales, es decir, un ritmo excesivo de expansión de $M0 \times V^5$. A V no se le considera constante, sino más bien “sujeta a cambios lentos y seculares (por regla general en sentido descendente) y a moderadas fluctuaciones cíclicas (normalmente ascendentes durante la expansión del ciclo económico y descendentes durante la contracción del mismo)”.

“Los aumentos grandes, rápidos (aunque sean temporales) de V ocurren solamente durante períodos de inflación galopante, que no podrían producirse nunca sin un aumento pronunciado”.

En todo caso concreto de inflación, la investigación de las causas reales de la expansión monetaria puede ser importante e interesante, pero en una teoría general de la inflación tiene sólo importancia secundaria. “Las causas reales de la expansión monetaria han sido muy diferentes en momentos y lugares distintos. Por tanto, si una teoría de la inflación ha de ocuparse, no de la expansión de la masa monetaria sino de lo que la produjo, habrá de ser una teoría muy pluralista que incluya numerosas causas posibles de inflación”.

- **El enfoque keynesiano de la teoría de la inflación**

En la teoría Keynesiana de la inflación se pone de relieve la relación entre el gasto global y el ingreso, en lugar de la relación entre la oferta monetaria y el ingreso.

⁵ $M0$ es la masa monetaria y V es la velocidad de circulación del dinero. Según explica la teoría clásica.

Partiendo de un nivel de pleno empleo, el aumento autónomo de cualquier gasto produce una “brecha inflacionaria”, porque el nivel deseado del gasto global es superior a la capacidad de producción de la economía. Si la economía no puede expandir su capacidad, se producirá inflación. Debe observarse que, al surgir una brecha inflacionaria, ésta afectará al nivel de precios y quizás al tipo de interés; y ello influirá, a su vez, en los gastos deseados y la magnitud de la brecha inflacionaria. A continuación, se ofrece una lista de los efectos que la aparición de una brecha inflacionaria causa en los gastos deseados:

Se puede afirmar que en la teoría keynesiana de la inflación de demanda se rompe el estrecho lazo que unía la cantidad de dinero y el nivel de la demanda global. El nivel de precios puede aumentar aun cuando sean constantes, o aumenten al mismo ritmo, el nivel de la oferta monetaria y el producto real agregado; pero esos aumentos no pueden ser muy grandes, excepto en circunstancias muy improbables. Por lo tanto, aceptando la hipótesis keynesiana, no parece probable que haya una inflación significativa y prolongada, a menos que aumente la oferta monetaria. Sin embargo, también es posible que, en ciertas circunstancias, pueda aumentar la oferta monetaria incluso en forma significativa, sin afectar al nivel de la demanda global y, por tanto, tampoco al nivel de los precios. Eso puede ocurrir cuando el aumento de la oferta monetaria quede completamente absorbido por el aumento de la demanda de dinero, sin afectar al tipo de interés (la trampa de la liquidez de Keynes), o cuando la inversión no reaccione ante las modificaciones del tipo de interés. Casi no hace falta decir que las condiciones que

pueden dar lugar a la llamada trampa de la liquidez no existen en una economía que se halle próxima al pleno empleo.

Por lo tanto, dicho sintéticamente, en el sistema keynesiano es condición necesaria, pero no suficiente, para la inflación prolongada que haya una tasa de aumento de la oferta monetaria sustancialmente más elevada que la posible tasa de aumento a corto plazo del producto. Pero en el sistema clásico, es una condición tanto necesaria como suficiente para la inflación.

- **Diferencias analíticas entre las dos teorías**

Para ilustrar las diferentes conclusiones a que pueden conducir las dos teorías, vamos a considerar el caso de aumento del gasto público, sin un aumento correlativo de los ingresos fiscales, y en situación de grado de pleno empleo. Si excluimos los préstamos exteriores, el déficit restante del presupuesto hay que financiarlo mediante préstamos del público no bancario, o bien por medio de préstamos directos del banco central o de otros bancos que tengan exceso de reservas. El primer método de financiación, en la primera aproximación, no da lugar a un aumento de la oferta monetaria, mientras que el segundo sí. Por tanto, de acuerdo con la teoría clásica, el primer método no daría lugar a una situación inflacionaria pero el segundo sí. En la teoría keynesiana, ambos métodos darían lugar a situaciones inflacionarias, aunque el segundo sería más inflacionario que

el primero, ya que éste aceleraría la velocidad de circulación del dinero (permaneciendo invariable la cuantía del mismo).

- **Inflación de demanda en un sistema abierto**

En los análisis anteriores, tanto el clásico como el keynesiano, el aumento del nivel de precios es el resultado del exceso de la demanda interna con respecto a la oferta interna, en un sistema cerrado o en un sistema abierto en que el tipo de cambio fluctúe libremente. Si el sistema es abierto, el tipo de cambio es fijo y el comercio exterior está libre de controles o restricciones, el exceso de demanda interna no afectará al nivel de precios, o por lo menos no en la misma medida, pero afectará al nivel de importación y de exportación. En realidad, el exceso de demanda interna estimulará la importación y perjudicará a la exportación. Suponiendo que el exceso de demanda no afecta en forma significativa al nivel de precios, pero crea un déficit en la balanza global de pagos. En esas condiciones, una definición de la inflación expresada en términos del aumento del nivel de precios no indicaría la presencia del fenómeno; tampoco lo señalaría una definición que se expresara en términos del aumento de la oferta monetaria, porque el crédito creado por el sistema bancario quedaría absorbido por el déficit de la balanza global de pagos, permaneciendo sin alterar la oferta monetaria. Por el contrario, si registraría el fenómeno una definición de la inflación que se expresara en términos del aumento del nivel de gastos, como también lo haría una definición expresada en términos del aumento de los activos internos del sistema bancario.

En cuestión de semántica que a la situación descrita anteriormente se le llame o no inflación. Se ha definido la inflación como una situación en la que existe alza de precios; pero si se quiere clasificar como inflación las situaciones semejantes a las descritas anteriormente, se puede hacer sirviéndose de otras definiciones. No obstante, el exceso de demanda interna con respecto a la oferta interna no se puede satisfacer indefinidamente mediante un déficit de la balanza global de pagos, y que tarde o temprano se acabarán los recursos de divisas y habría que adoptar restricciones a la importación, o proceder a la devaluación. Al llegar ese momento, tendrá que haber alza de precios.

- **Control de inflación de demanda**

La inflación de demanda se puede controlar por lo general aplicando las debidas políticas monetarias y fiscales encaminadas a eliminar el exceso de gasto. Si la demanda de dinero no reacciona ante la modificación del tipo de interés (conceptos clásicos y neoclásicos) la política monetaria es la única que puede afectar al nivel de gastos reales deseados. La política fiscal es eficaz sólo en cuanto afecte al nivel de la oferta monetaria; en caso contrario, tan sólo transfiere gastos del sector privado al público o viceversa. Si la demanda de dinero reacciona ante la variación del tipo de interés (criterio keynesiano), quiere decir que tanto la política monetaria como la fiscal pueden ser eficaces para limitar el nivel de gastos reales deseados.

b. Inflación por costos

La clase de inflación de oferta de la que se habla más habitualmente es la llamada inflación de costos y normalmente se le describe en términos de presión sobre los tipos salariales, sin que intervengan las condiciones de la oferta y la demanda de trabajo. Esta teoría de la inflación lleva implícita la hipótesis de que el sistema económico es perfectamente competitivo en todos los aspectos excepto en el mercado de trabajo. Este supuesto de competencia significa que cada unidad productiva maximiza continuamente sus beneficios a corto plazo; de aquí se sigue que, dadas las técnicas de producción así como la estructura y gustos de la comunidad, el precio de un bien o servicio guarda una relación fija con los precios de todos los otros bienes y servicios. Es decir, los precios relativos en todos los bienes y servicios vienen determinados por las técnicas de producción y por la estructura de los gustos de una comunidad, y permanecen constantes en tanto las técnicas y los gustos permanezcan invariables.

Considerando que tenemos un sistema cerrado en equilibrio, el cual se halla en nivel alto de pleno empleo, y que por una u otra razón el trabajo solicita y consigue un aumento en los tipos salariales. Según el supuesto de que el sistema es competitivo, las unidades productoras, individualmente, no pueden trasladar a los consumidores el aumento de costos, porque los precios de los factores de producción, así como los precios de los productos, de cada unidad productora son dados. Tampoco pueden absorber la pérdida que se deriva del aumento de salarios. La única medida que puede tomar

individualmente es la de reducir el empleo de mano de obra porque, según los supuestos normales, una reducción del empleo aumentará “la productividad marginal del trabajo”⁶. Cuando la disminución del empleo sea suficientemente grande como para producir un porcentaje de aumento en la productividad del trabajo igual al porcentaje de aumento en los tipos salariales (restándoles el incremento que pueda haber en los precios de mercado), las unidades productoras se encontrarán de nuevo en una posición de máximo beneficio. Pero el volumen de producción y de ingreso real será inferior para cada una de dichas unidades y, por lo tanto, para la comunidad. Suponiendo que la proporción de un pequeño aumento en el ingreso que será dedicado a aumentar los gastos de consumo, en términos reales sea menor que uno, se reducirán los gastos totales, aunque menos que el ingreso real, y tendrán que subir los precios.

Esa simplificadísima descripción ilustra el mecanismo básico de un aumento de precios debido al empuje de los costos o empuje de los salarios. Es una descripción estática, en el sentido de que da por supuesto una técnica de producción dada. Si la productividad del trabajo aumenta a lo largo del tiempo a causa de innovaciones y mejoras en las técnicas productivas, un aumento en los tipos salariales equivalente a un aumento en la productividad no afectará, al nivel de precios. Por lo tanto, en condiciones de productividad creciente del trabajo, se originará una inflación debido al empuje de salarios, solamente cuando el aumento en el tipo salarial exceda al aumento en la productividad del trabajo. Es también una descripción estrictamente macroeconómica,

⁶ Productividad marginal del trabajo: Es el cambio en la producción que resulta del cambio del insumo trabajo por una unidad más de producción. Según el diccionario de economía de Salvador Oswaldo Brand

en el sentido de que hemos supuesto que el trabajo es homogéneo, es decir, la productividad de una unidad cualquiera de trabajo es igual a la productividad de cualquier otra unidad; Por consiguiente, hemos mencionado un solo tipo salarial para cualquier unidad de trabajo. En realidad, hay varias cualidades de trabajo y, por lo tanto, diferentes tipos salariales. En la descripción anterior hemos dejado de lado la función del dinero, de la tasa de interés y de muchos otros factores; pero no parece que ellos afecten la conclusión básica, es decir, la de que el sistema es competitivo en todos los aspectos excepto en el mercado de trabajo. Un aumento autónomo en el tipo salarial producirá, “*caeteris paribus*”⁷, un aumento en el nivel de precios y una reducción en el ingreso real y en el empleo.

Los aumentos autónomos en los tipos salariales son los que se producen independientemente de las condiciones de la demanda y la oferta de trabajo. Esos aumentos se pueden producir mediante varios mecanismos, dentro de los cuales, los más importantes, en una sociedad moderna son:

- La contracción colectiva, las huelgas o las amenazas de huelga por parte de la organización laboral;
- Ajustes por costo de vida;
- Ajustes por productividad (primas o incentivos a la productividad, directivas salariales, políticas de ingresos);
- Aumento, por razones sociales, del tipo salarial mínimo;

⁷ *Caeteris paribus* en teoría económica es una presunción usual para facilitar la observación del efecto de las variaciones en un fenómeno determinado.

- Presiones para preservar la paridad con salarios que hayan aumentado en otras partes, ya sean porque la organización laboral haya logrado obtenerlos o porque haya aumentado la productividad.

Lo que hay que indagar es por qué pretende la mano de obra que se aumenten los tipos salariales cuando el resultado va a ser menores ingresos reales, menor empleo, y precios más elevados.

La primera consideración que hay que hacer es que un aumento general en el tipo salarial no pone necesariamente a la mano de obra en una posición peor, ya que la pérdida de ingreso real que se deriva de un aumento en el tipo salarial puede ser que afecte solamente a otros grupos fuera del mundo laboral.

Otro aspecto es que en las sociedades modernas, el proceso que conduce a un aumento general del tipo salarial puede iniciarse aún cuando nadie lo quiera en realidad. Si el número de obreros que solicitan y obtienen un aumento en los tipos salariales es una fracción relativamente pequeña del total de la mano de obra, pueden llegar a obtener los beneficios del aumento en los tipos salariales sin afectar mucho al nivel de precios.

No obstante, si esta acción estimula a otros sindicatos a pedir beneficios semejantes, el aumento en los tipos salariales puede generalizarse y quizás empiecen a dejarse sentir en forma notable los efectos perjudiciales en toda la economía.

c. Inflación por beneficios

La inflación por el empuje de la oferta puede también originarla el empuje de los beneficios. El mecanismo de los aumentos de precio producidos por el empuje de los beneficios es semejante al del empuje de los salarios. La diferencia principal es que en este caso los precios de los productos de las empresas son “administrados”, mientras que los tipos salariales vienen determinados por la oferta y la demanda de trabajo. Existen varios teóricos que opinan que las elevaciones de beneficios probablemente estimularán menos presiones inflacionarias que las elevaciones de salarios, por varios motivos, siendo los más importantes los siguientes:

Los beneficios normalmente constituyen una parte menor del precio de venta de cualquier producto que los salarios; y, por tanto, los efectos positivos de los aumentos de salario sobre el gasto, probablemente serán mayores que los que resulten de los aumentos en los beneficios.

- La cuantía de los beneficios de una empresa depende del volumen de ventas y la diferencia entre el precio de venta de su producto o productos y los costos medio o unitario. El volumen de ventas para cada empresa en un mercado de competencia imperfecta depende, en parte, del precio que cobre por su producto o productos. Una subida en el precio de venta puede hacer que el volumen de ventas disminuya la cuantía tal, que se reduzca el beneficio total.

Lo más probable es que las empresas realicen esfuerzos por aumentar sus beneficios, no elevando los precios, sino mediante la estrategia de aumentos en la productividad y/o el volumen de ventas.

d. Inflación por sobreprecios

La inflación por sobreprecio no se puede clasificar realmente ni como inflación de demanda ni como inflación de oferta. Puede ser cualquiera de las dos o las dos. Esta teoría se deriva de la observación de que las unidades económicas, unidades familiares y empresas no son tan competitivas como pretende una importante rama de la teoría económica. Las unidades productoras no maximizan los beneficios igualando los costos marginales con los precios (el promedio de entradas) de los productos, tal como la competencia perfecta nos dice que ocurre; ni tampoco maximizan los beneficios igualando los costos marginales con las entradas marginales, como el monopolio perfecto nos dice que ocurre.

De acuerdo a la opinión de los dirigentes de empresas, los precios se fijan, muy a menudo, base del costo de los materiales y el trabajo directamente empleados en la producción de una cierta mercadería, más una estimación por costos generales y un margen de beneficios. Los costos generales y el margen de beneficios de cada unidad de producto se llaman sobreprecios.

El uso del sistema de sobreprecio conduce a resultados que son diferentes de los que obtendría uno mediante la aplicación de los principios y conclusiones marginalistas. Por ejemplo; si se incrementa el precio de un factor de la producción mientras que los demás factores permanecen constantes. La teoría marginalista, como ya se ha explicado, indicaría que:

- Se reducirá el uso del factor de la producción cuyo precio ha aumentado;
- El nivel de la producción en general será inferior;
- Subirá el nivel de precios porque la demanda no disminuirá tanto como el producto.

Es decir, el aumento en el nivel de precios se produce indirectamente, mediante la reducción del nivel de producción. De acuerdo con el sistema del sobreprecio, el nivel de precios se elevará directamente; el precio ahora elevado de un factor de la producción se pasará a los usuarios del producto final, a menos que se cambie el sobreprecio. Según los aspectos mencionados anteriormente, el sistema de sobreprecio puede dar lugar, o bien a un nivel de precios estable o en alza o baja.

Algunos teóricos reconocen que los dirigentes empresariales no determinan los sobreprecios al azar; la hipótesis de que los precios se fijan mediante el sistema de sobreprecio es una explicación más realista del proceso inflacionario, que el supuesto de que los precios se ajustan inmediatamente al nivel que “soporta el mercado”. Esto se debe a la insensitividad a corto plazo de los precios y salarios ante cambios en las condiciones de demanda. Así es que si todos los precios y salarios se determinan mediante cierta forma de sobreprecios, solamente se puede iniciar un proceso inflacionario mediante aumentos autónomos en ese mismo sobreprecio, no se le puede

iniciar mediante un exceso de demanda, ni parar mediante una deficiencia de demanda. A largo plazo es algo diferente porque el exceso de demanda terminará por inducir un aumento en los sobreprecios.

Ackley⁸ ha fragmentado algo el modelo de inflación por sobreprecio, incluyendo ciertas mercancías cuyos precios no se fijan mediante el proceso del sobreprecio. El ha observado que los precios de productos agrícolas y de ciertos otros productos primarios se suelen determinar mediante el libre juego de las fuerzas de demanda y oferta, mientras que los precios de las manufacturas y los tipos salariales se fijan por medio del sistema de sobreprecio.

En esas condiciones, el exceso de demanda sobre la oferta aumentará inicialmente el precio de los artículos que no se haya fijado mediante el sobreprecio, y el exceso de demanda terminará por incluir un aumento en la tasa del sobreprecio, lo cual acelerará la inflación.

En la medida en que la inflación de sobreprecio este estimulada por un exceso de demanda, se podría controlar mediante el uso de las políticas fiscal y monetaria; pero como esta clase de inflación incluye elementos del empuje de la oferta, originados en los sobreprecios de las unidades laborales y/o productoras, representa la misma dificultad mencionada con respecto al empuje de los costos.

⁸ G. Ackley, Administered Prices and the Inflationary Process, American Economic Review. Mayo 1959

5. Consecuencias de la inflación

Para examinar y evaluar las consecuencias de la inflación es de fundamental importancia considerar la intensidad del proceso. Las inflaciones moderadas, las reprimidas y las controladas por lo general no conducen a consecuencias tan nocivas como las derivadas de las inflaciones galopantes.

Evidentemente, la estabilidad de los precios traduce una situación ideal; el sistema económico enfrenta un conjunto de problemas que se agravan a medida que el nivel general de los precios se aleja de la estabilidad deseable. Sin embargo, en las economías en desarrollo, las inflaciones moderadas han sido consideradas como estimulantes, siempre que no sobrepasen los límites críticos, a partir de los cuales ejercerán efectos destructivos sobre la economía interna del país.

Las inflaciones intensas, agudas y galopantes, situadas sobre los límites críticos de tolerancia, son indeseables por las consecuencias que acarrearán a los sistemas económicos.

Entre las principales, generalmente destacan las siguientes:

- Sobre el Poder Adquisitivo. El desencadenamiento de un proceso inflacionario reduce el poder adquisitivo de la moneda, sea cual fuere su intensidad. Los procesos más intensos

ejercen, desde un punto de vista, efectos más acentuados que los procesos moderados. La reducción del poder adquisitivo de la moneda alcanza sobre todo a los que viven de ingresos temporalmente fijos, como los asalariados y los beneficiarios de los sistemas de seguridad social, que encuentran dificultades para reajustar su poder de compra a la progresiva expansión del costo de la vida. También sufren las mismas consecuencias las instituciones, cuyos rendimientos provienen de intereses prefijados, recibidos a través de títulos de crédito emitidos por el gobierno o por empresas del sector financiero.

- Sobre el Mercado de Crédito. Un proceso inflacionario intenso puede provocar distorsiones en el mercado de crédito, sobre todo cuando el alza de los precios, debido a su rapidez y aceleración, no era esperada por los prestamistas y los prestatarios. En este caso, los acreedores se perjudican notablemente y los deudores se benefician. Cuando las tasas de interés son negativas, aumentan las presiones sobre las fuentes de crédito. Pero éstas, en contrapartida, no dispondrán de recursos suficientes para satisfacer la demanda. En el sistema bancario, por ejemplo, como señala Simonsen, “la oferta de fondos privados para créditos se reduce a los depósitos a la vista, los cuales, naturalmente, continúan existiendo a pesar de la inflación; como la buena técnica solo permite la aplicación de esos fondos en créditos a corto plazo, el mercado de crédito privado de mediano y de largo plazo virtualmente desaparece por falta de suministros. Solo el gobierno puede seguir ofreciendo esos créditos a plazos más largos. Debido a esto, pasa a disponer de un ingenioso instrumento de redistribución de propiedad en

favor de ciertos grupos privilegiados, pues los créditos de largo plazo, con intereses inferiores a los de la inflación, son subsidios sin responsabilidad jurídica”.

- Sobre las Inversiones Productivas. Una de las consecuencias más nocivas de la inflación es el desvío gradual de recursos que podrían aplicarse en actividades productivas, pero que terminan canalizándose hacia fines puramente especulativos. La inflación intensa y acelerada destruye la previsión financiera de las empresas, genera ingresos ilusorios y desalienta al sector privado en industrias de base, debido a los largos plazos de maduración de ese tipo de empresas. Esos desvíos reducen la posible expansión del empleo e inducen a inversiones que permitan ganancias en el corto plazo o que protejan el patrimonio personal, del que son típicos ejemplos las transacciones inmobiliarias.

- Sobre la Balanza de Pagos. El sector externo también es alcanzado por los procesos inflacionarios acelerados e intensos. La expansión interna de los precios, a tasas más aceleradas que las de otros países con los cuales se mantienen relaciones comerciales, en el caso de que no se devalúe rápidamente la tasa de cambio, podrá fomentar las importaciones y la no estimulación de las actividades de exportación. El desequilibrio resultante de la balanza comercial podrá desnivelar la balanza de pagos, así como los niveles globales de empleo. Evidentemente, ese efecto pernicioso puede evitarse mediante devaluaciones realistas de tasa de cambio, aunque estas pueden provocar nuevos movimientos inflacionarios, a medida que conducen al aumento de los precios de

los productos de importación que tengan alta representatividad en la composición de los costos de la producción interna.

- Sobre el papel orientador del mercado. En las economías basadas en la libre iniciativa empresarial, los movimientos de los precios y el libre juego de las fuerzas de mercado tienen la función de orientar las actividades productivas. Con los precios estables, el aumento del valor de determinado producto es una señal que los niveles de su oferta están 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 oferta. Como los empresarios tratan de mejorar el resultado de sus actividades productivas, serán estimulados a canalizar recursos para la elaboración de los bienes señalados como escasos y no para los disponibles en cantidades superiores a las exigidas por el mercado. Sin embargo, ese papel de orientador ejercido por el sistema de precios puede ser distorsionado notablemente por la inflación, desorientando el sistema empresarial y conduciendo a un sistema menos eficaz de aplicación de los recursos existentes.

El efecto de esas consecuencias ha caracterizado a la inflación como de los más graves problemas económicos de los países. Al debilitarse temporalmente el poder adquisitivo de los rendimientos fijos, al causar distorsiones en el mercado de crédito, al no estimular las inversiones productivas (y, por tanto, al propio crecimiento económico), al ocasionar desequilibrios en las balanzas de pagos y, finalmente, al provocar la inoperancia del papel orientador.

6 El Índice de Precios al Consumidor

a. Concepto del IPC

Es un indicador que expresa la relación de gastos en una canasta de mercado (servicios y artículos consumidos), entre dos periodos, a través de sus variaciones de precios.⁹

Que no se debe entender como IPC

- Índice del costo de la vida
- Indicador comparativo entre regiones
- Medida absoluta del nivel de precios

b. Medición de la inflación

La inflación se puede medir de varias maneras. La medida más común es por medio del uso de un Índice de Precios al Consumidor. En El Salvador, la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC), dependencia del Ministerio de Economía, es la encargada de calcular el Índice de Precios al Consumidor (IPC). El IPC se construye sobre la base de los precios de una canasta de bienes y servicios consumidos normalmente por una familia. Esta canasta refleja el gasto promedio que una familia

⁹ Universidad Tecnológica de El Salvador. Manual del enumerador. Noviembre de 2001.

típica hace en la compra de alimentos, en el pago de la vivienda, en la adquisición de vestuario, en transporte, salud, educación, gastos para el aseo personal, gastos en recreaciones y otros más.

Para su cálculo se recopilan y procesan mensualmente los precios de 241 productos y servicios en 1,100 establecimientos distribuidos en los departamentos de San Salvador, Santa Ana, San Miguel y Sonsonate, con lo que se tiene una buena muestra del comportamiento de los precios en el País.

Dado que se trata de medir el consumo de una familia promedio, se le da mayor importancia a los productos del grupo de Alimentos, que representa el 41.44% del total de todos los productos de la canasta; por lo que es el que más influye en la tasa de inflación, la Vivienda el 22.95%, Vestuario el 7.04% y el resto aglutinado en Misceláneos el 28.57%.¹⁰

La inflación percibida por los individuos puede diferir de la inflación reflejada por el IPC por las diferencias naturales que existen entre la canasta de consumo individual y la canasta de consumo del IPC. Por ejemplo, un aumento en el precio de la carne afecta de mayor manera la inflación percibida por una persona que solo come carne, a uno que es vegetariano, sin embargo, la inflación medida por el IPC reflejaría una inflación intermedia entre ambos casos extremos.

¹⁰ “Metodología de Actualización del IPC. Base 1992”.

c. Características del IPC

La cobertura geográfica de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos (ENIGH), efectuada por el Departamento de Investigaciones Muestrales del Ministerio de Planificación y Coordinación del Desarrollo Económico y Social, en el período comprendido entre abril de 1990 y marzo de 1991, correspondió a los hogares del área metropolitana de San Salvador y el área urbana de 222 de los 262 municipios del país, incluyendo además cinco cantones con características urbanas. Esta encuesta fue la que aportó los insumos de información necesarios para la elaboración de la canasta de mercado de la actualización del Índice de Precios al Consumidor (IPC).

En aquel entonces no se consideró necesario el cálculo de índices por ciudades o zonas geográficas debido a que las distancias en nuestro territorio son tan cortas que existe un flujo muy grande de población entre las zonas comerciales del país y no se dan situaciones climáticas extremas de diferenciación en los hábitos de consumo de la familia salvadoreña.

d. Composición de la canasta de mercado

La Encuesta de Hogares proporcionó en la primera investigación un listado de 897 artículos y servicios, para luego seleccionar 241 productos clasificados en 4 grupos:

Cuadro No. 1 Grupos y sub-grupos del IPC

ALIMENTOS Y BEBIDAS Y TABACO	78
● Cereales y derivados	7
● Carnes: vacuna, porcina y aves	12
● Pescado y mariscos	3
● Aceites y grasas	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

MISCELANEOS 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 legales	3
TOTAL DE PRODUCTOS	241

e. Recolección de precios

Las ciudades fueron seleccionadas en base a su población urbana, al movimiento comercial que tienen y a su ubicación en el territorio nacional, que las convierte en centro de comercio para la zona, de esta manera se incluyeron las ciudades de Santa Ana, Sonsonate, San Miguel y su área metropolitana que comprendió los municipios de San Salvador, Mejicanos, Soyapango, Ciudad Delgado, Cuscatancingo, Ayutuxtepeque, San Marcos, Ilopango, Nueva San Salvador y Antigua Cuscatlán.

El número de precios por municipio se determinó tomando en cuenta la densidad poblacional de la zona y su movimiento comercial.

f. Cálculo del Índice de Precios al Consumidor

Existen dos tipos de bases, a considerar en todo IPC, una base real y una base nominal. En este IPC la base real es el período en que se efectuó la ENIGH (Abril –1990) y la nominal (de referencia) es diciembre de 1992.

La ENIGH proporcionó la estructura del gasto de los hogares. Esta sirvió como gasto base para ir calculando un índice que correspondiera a los rubros en la nueva canasta. Este índice, denominado Índice Histórico para actualización, se ha estimado desde diciembre de 1990, que es mes intermedio dentro del período de la encuesta y ha servido para actualizar las ponderaciones de esos rubros en la nueva canasta, hasta diciembre 1992, que es el mes de la base nominal propuesta.

El IPC se estima mediante el índice de precios de Laspeyres, cuya fórmula tradicional se expresa de la siguiente manera:

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

Donde:

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

$P_{n,i}$ = Precio del rubro “i” en el período “n”

$q_{o,i}$ = Cantidad del rubro “i” en el período base.

$P_{o,i}$ = Precio del rubro “i” en el período base.

Esta se entiende como una estimación de los cambios en el costo de su “canasta de mercado”. El numerador representa el costo de la canasta en su período “n” y el denominador su costo en el período base, es decir que el índice es una comparación entre estos dos costos.

B. Marco histórico

“En la última década, el sector telecomunicaciones en Latinoamérica, así como en El Salvador, ha experimentado grandes cambios, especialmente caracterizado por la rápida evolución desde una situación de prestación en exclusiva de los servicios básicos por los operadores públicos, a un modelo liberalizado que, siguiendo las tendencias mundiales iniciadas a finales de los ochenta, esta abriendo en el mercado de todos los servicios a la competencia”¹¹

El proceso de privatización comenzó en febrero de 1996, cuando el Gobierno inició las consultas sobre las experiencias suramericanas. En marzo del mismo año se contrataron consultores para analizar la telefonía y conveniencia de su venta; y se inicio la lucha

¹¹ La prensa grafica, 16 de julio, 7 noviembre de 1997.

legislativa por la ley de privatización y telecomunicaciones, polémicas que duraron por más de un año.

En septiembre de 1996 comenzaron los intentos de aprobación legislativa impulsados por ARENA y con la oposición del FMLN. En esta primera propuesta se establecía la creación de una empresa de telefonía fija (CTE) y otra inalámbrica (INTEL).

Las telecomunicaciones en el país, hasta agosto de 1998 estuvieron en manos de la empresa estatal ANTEL, la cual era encargada de la planificación, financiamiento, ejecución y administración de la infraestructura de la red nacional de Telecomunicaciones, debido a la privatización el servicio telefónico desde 1998, ha generado la existencia de nuevas empresas de telefonía, como son Telefónica, de El Salvador, S.A., Telemóvil, S.A., Saltel. S.A., CTE Antel - Telecom, entre otras, lo que a su vez ha permitido la creación de un nivel de competencia, lo que ha facilitado la ampliación de la cobertura a nivel nacional, propiciando un mejor servicio a los usuarios.

En cuanto a los servicios de valor agregado, en el país durante los últimos años han experimentado un gran crecimiento en este tipo de servicios tales como: la telefonía celular, servicios internacionales vía satélite; televisión por cable, sistemas de radio búsqueda, servicios de Internet, y otros, los cuales los provee el sector privado.

C. Marco legal

El marco legal está constituido por la normativa establecida por la Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones según el detalle siguiente:

Ley General de Telecomunicaciones, Decreto Legislativo N° 807 de fecha 12 de septiembre de 1996, publicado en el Diario Oficial N° 189, Tomo 333, de fecha 9 de octubre de 1996.

DE LA CONCESIÓN PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE LA TELEFONÍA (TÍTULO II, CAPÍTULO I)

Art. 8. Las tarifas máximas del servicio público de telefonía serán determinadas y aprobadas por la SIGET, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 108, de la siguiente manera:

a. Los cargos de acceso máximos serán los que aplicaban los operadores el día previo a la entrada en vigencia de la Ley de Telecomunicaciones. A partir de esa fecha y hasta el año 2002, inclusive, dichos valores deberán ser reajustados anualmente por la SIGET, en el mismo porcentaje que el Índice de Precios al Consumidor publicado por el Ministerio de Economía, que se abrevia IPC; y,

b. Los cargos máximos de los servicios adicionales de telefonía local y de larga distancia nacional e internacional provistos por los operadores de servicios de acceso u operadores de servicios intermedios, serán determinados y reajustados por la SIGET de la misma manera que se establece en el literal anterior. Hasta el año 2002, inclusive, los operadores de redes telefónicas que controlen menos del diez por ciento de un determinado mercado o servicio y que estén desvinculados patrimonialmente de cualquier otro operador, pueden optar por solicitar la aprobación de sus propias tarifas máximas a la SIGET, con base a sus costos reales, o aceptar las tarifas máximas que la SIGET haya aprobado para otros operadores. El Reglamento desarrollará la metodología a utilizarse para el cálculo de los costos de las referidas empresas.

A partir del año 2003, la SIGET deberá reajustar las tarifas máximas de telefonía con base a un índice compuesto en un cincuenta por ciento por el IPC y en un cincuenta por ciento por la tasa de devaluación de la moneda nacional, con relación a la moneda de los Estados Unidos de América.

La SIGET mandará a publicar las tarifas máximas de los servicios públicos de telefonía. Asimismo, los operadores deberán publicar al menos trimestralmente, en un medio escrito de amplia difusión nacional, las tarifas por los servicios públicos de telefonía que presten.

La SIGET suspenderá la aprobación de los reajustes indicados en este artículo mientras el operador afectado se encuentre en incumplimiento de cualquier resolución de la SIGET, relativas a la solución de conflictos por acceso a recursos esenciales.

CAPITULO II

Investigación de campo sobre la importancia del Grupo Vivienda Subgrupo Servicio, Producto Servicio Telefónico en el Índice de Inflación en el Área Metropolitana de San Salvador.

A. Generalidades

El presente capítulo contiene los resultados de la investigación de campo efectuada sobre el comportamiento que ha experimentado el precio del producto servicio telefónico durante el periodo comprendido entre los meses de diciembre 2001 y marzo 2002.

Se incluyen los objetivos de la importancia del estudio, los objetivos de la investigación, su delimitación, así como el método y la técnica utilizada en la misma. Para finalizar se presenta el análisis de la información y la presentación de los resultados.

1. Importancia

La importancia de la investigación realizada radica en que establece la incidencia que tiene el precio del servicio telefónico en la determinación del índice de inflación en el País. De esta forma se obtienen las conclusiones pertinentes sobre el efecto que tienen estos precios en la capacidad adquisitiva de los usuarios de este servicio.

Esto es preponderante si se toma en consideración que el servicio telefónico constituye un bien necesario para el desarrollo de las actividades productivas de los países, además del hecho de facilitar al usuario de tipo residencial de línea fija el ahorro del tiempo, dinero y distancia.

2. Objetivos de la Investigación

a. Objetivo General

- Conocer el precio del servicio telefónico en el Área Metropolitana de San Salvador, durante el periodo comprendido entre el 15-Diciembre-2001 y el 16-Marzo-2002.

b. Objetivos específicos

- Investigar los precios del servicio telefónico de línea fija de tipo residencial en el Área Metropolitana de San Salvador en el periodo analizado.
- Establecer la variación de los precios del servicio telefónico para los usuarios del Área Metropolitana de San Salvador, durante el período investigado.

3. Delimitación de la investigación

a. Delimitación Espacial

La cobertura geográfica para la realización de la presente investigación estuvo circunscrita en el Área Metropolitana de San Salvador y en el caso específico del producto analizado se entrevistó a los representantes de la Compañía Telecom, S.A. de San Salvador. Se determinó como fuente de información a la compañía antes mencionada por dos razones:

- Por ser la fuente de información de la DIGESTYC desde 1992 hasta la fecha.
- Por poseer el mayor número de abonados a nivel nacional.

Los Municipios analizados en la presente investigación que conforman el Área Metropolitana de San Salvador, fueron los siguientes:

- 1) Santa Tecla
- 2) Soyapango
- 3) Ilopango
- 4) Ayutuxtepeque
- 5) Cuscatancingo
- 6) San Marcos
- 7) Ciudad Delgado
- 8) Antiguo Cuscatlán

9) Mejicanos

10) San Salvador

b. Delimitación Temporal

La investigación de campo tuvo una duración de cuatro meses, contados a partir del 15 de diciembre, ya que requirió cuatro visitas mensuales a las oficinas de las compañías antes mencionadas, en donde se obtuvo información sobre los precios del servicio telefónico vigentes para cada uno de los periodos.

Las visitas fueron realizadas en las fechas que se detallan a continuación.

- Primera Visita: 15 de diciembre de 2001
- Segunda Visita: 23 de enero de 2002
- Tercera Visita: 23 de febrero de 2002
- Cuarta Visita: 16 de marzo de 2002

c. Delimitación Social

Si bien es cierto las unidades de análisis para la captura de datos la constituyó la Compañía Telecom, S.A. el estudio fue dirigido a los usuarios del servicio telefónico de línea fija de tipo residencial.

En este documento se establecieron de conformidad a los resultados obtenidos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos, que el consumo promedio mensual de servicio telefónico es de 355.4 impulsos.

Se fijó este nivel de consumo para ser consistentes con los valores establecidos por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC), en su “Metodología de actualización del Índice de Precios al Consumidor” con base diciembre de 1992.

4. Limitantes de la investigación

Dentro de las principales limitantes que se tuvieron al llevar a cabo esta investigación se pueden mencionar las siguientes:

- El tiempo disponible de las unidades primarias de análisis para atender al grupo investigador en su labor de recolección de datos sobre los precios del servicio analizado.
- La escasez de recursos bibliográficos sobre el tema en especial, ya que la temática es de actualidad y por ello la producción de texto de referencia es mínima.

5. Metodología de la investigación

La metodología de la investigación para la realización del estudio, comprendió los siguientes aspectos:

a. Tipo de estudio

El tipo de estudio fue: longitudinal de tendencia, analítico, prospectivo, no experimental y de campo.¹.

Fue longitudinal de tendencia debido a que se analizaron los cambios a través del tiempo (en variables o sus relaciones), siendo su característica principal que la atención se centra en una población; para el caso de esta investigación fue la población del Área Metropolitana de San Salvador que cuenta con el servicio telefónico brindado por la empresa TELECOM.

Se considero analítico porque se relacionaron las variables del estudio: la inflación y la capacidad adquisitiva de los habitantes del sector objetivo, buscando causa y efecto entre ellos, es decir cómo la inflación influyó sobre la capacidad adquisitiva de la población durante el período analizado.

¹ Hernández, Fernández, Baptista. Metodología de la investigación. Segunda Edición, Mc Graw Hill

Fue prospectivo porque los acontecimientos representados por el efecto de la inflación sobre la capacidad adquisitiva generaron las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto de investigación. Asimismo se registraron los hechos tal como se presentaron durante el período de investigación de campo.

También fue no experimental porque no se manipulo ninguna de las variables del estudio, es decir la inflación y sus consecuencias sobre la capacidad adquisitiva en tanto que esto se evidencio a través de los indicadores especialmente diseñados para ello.

Se considero de campo porque los fenómenos en estudio se observaron en el escenario real de los actores sociales como son: los hogares, los negocios o establecimientos comerciales. A fin de validar la teoría enfocada sobre los efectos de la inflación en la capacidad adquisitiva delimitada al sector de estudio.

b. Población de Estudio

Dada la especificidad de la investigación, la población en estudio la constituyeron los establecimientos comerciales y empresas que proveen el servicio o venden el producto analizado. Entre las que se pueden mencionar: Telemovil, Telefónica, Salnet.

c. Tamaño Muestral

La muestra establecida fue la empresa Telecom. Por poseer la mayor cobertura a nivel nacional y por otro lado es la fuente principal para la recolección de precios, debido a que era la única empresa que prestaba este servicio.

Para fines metodológicos la muestra fue seleccionada en base a los criterios establecidos por la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)

- Criterios de selección de los bienes y servicios que conforman la canasta de mercado de IPC de la Dirección General de Estadísticas y Censos.

La canasta de mercado que respalda los cálculos permanentes del IPC base 1992, estuvo 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:

- 1- El peso del gasto específico de cada bien o servicio seleccionado con respecto al gasto total.
 - 2- El porcentaje de hogares que incurren en ese gasto.
- Criterios de selección de los bienes y servicios que conformaron la canasta de mercado del IPC de la Universidad Tecnológica en el período.

- 1- El tamaño en términos de bienes y servicios que conformaron la canasta fue decidido con criterios administrativos, (62 rubros que se asignaron a igual número de grupos) y los procedimientos de selección cumplieron con los requerimientos del literal “1” del numeral anterior.
- 2- En forma similar al tamaño de las submuestras de establecimientos en el caso de la Dirección General de Estadísticas y Censos; por cada uno de los 62 bienes y servicios que conforman la canasta de mercado de la Universidad Tecnológica de El Salvador, se visitaron aproximadamente 11 establecimientos en los que se investigó 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 DIGESTYC.

d. Métodos y Técnicas

El método utilizado fue el de entrevista directa a empleados y profesionales capacitados y que pudieran suministrar información fidedigna sobre los precios del servicio telefónico por parte de la compañía.

Sin embargo, dado que el grupo investigador tenía asignado la investigación de precios de un conjunto de productos que completaba la canasta de 62 bienes y servicios a analizar, se tomaron en consideración las siguientes indicaciones para la recolección de precios:

- **Instrucciones generales:** El informante puede ser: el propietario del establecimiento, la persona encargada, o bien la que ellos designen; pero en todo caso, para fines de las visitas realizadas, la entrevista debe llevarse a cabo preferiblemente con el propietario, ya que es la persona idónea para suministrar información dado el conocimiento que tienen sobre el negocio.
- **Especificaciones de los artículos:** El recolector de precios debe preocuparse por conocer de manera amplia las especificaciones de los artículos o servicios que son objetos de la investigación. Entendiendo por esto, todas aquellas características que permitan distinguir un artículo de otro y definirlo perfectamente. Estas características incluyen: marca, capacidad o peso, tamaño, presentación y otras. Así mismo es necesario conocer otros factores que inciden en la variación de los precios, tales como los ciclos de cosecha y escasez, las características de su mercado, los canales comercialización, formación o reducción de existencias, incidencia de los fenómenos naturales en las cosechas de los productos agrícolas, y el incremento, reducción o participación en el mercado de los productos agrícolas importados.
- **Manual de Especificaciones:** Los artículos y servicios que se investigan directamente en los diferentes establecimientos de compra deben estar definidos en el “Manual de Especificaciones” que contiene la descripción de las características generales de cada uno de los artículos. El precio que se debe anotar es el que esta vigente al momento de la entrevista y debe corresponder

exactamente a la unidad, peso, medida o marca. Esta norma es indispensable para asegurarse que los precios registrados correspondan a los artículos seleccionados, ya que al existir desviaciones se cae en un grave error que incidirá negativamente en el cálculo del índice.

- **Diferentes Precios de Venta:** Existen otras situaciones que puede enfrentar el investigador que son importantes mencionar:
 - El caso de establecimientos que acostumbran hacer descuentos, ya sea al crédito o al contado. En estos casos, si el descuento se mantiene durante un periodo considerado, debe incluirse el descuento, pero por el contrario si se trata de una promoción corta con alguna fecha definida o alguna venta especial, el precio que se toma es el normal sin tomar en cuenta el diferencial descontado.
 - Cuando se trate de artículos de precio al crédito y al contado, como electrodomésticos debe tomarse el precio al contado por que el primer caso, el valor se incrementa al incluir otros gastos adicionales.
 - Para las situaciones de precio por regateo el recolector debe actuar con cautela y sentido común para obtener el verdadero precio, al que finalmente llegara a vender el comerciante.
 - Otras características especiales en investigación de precios se observa en las verduras, las cuales en las horas de la mañana en que se conservan frescas se cotizan a un precio mas elevado que por la tarde. Se recomienda que las cotizaciones de precios se realicen en la mañana.

- Venta especial: cuando el producto tiene marcado precio especial al día de la cotización pero después tendrá su precio regular, se tomará el precio en condiciones normales. No se debe informar precios especiales cuando se trate de promoción de artículos nuevos por que causa distorsiones en el valor del índice.
- Si el producto esta en liquidación y estará disponible durante un próximo periodo de cotización a precios normales, no debe ser tomado en cuenta. Esta situación debe anotarse en el espacio correspondiente a las “Observaciones” de instrumento de captura de datos.

e. Instrumentos de Captación de Información

Las diferencias que se observaron en las distintas categorías de la muestra de bienes y servicios que conforman la canasta de mercado del IPC, requirió el diseño de cuatro formatos diferentes para la recolección de precios (Ver anexo1), adecuándolos a las características propias de cada artículo o servicio identificándolos como sigue:

- Formulario N° 1: Alimentos
- Formulario N° 2: Vivienda
- Formulario N° 3: Vestuario
- Formulario N° 4: Misceláneos

Los componentes de los formularios se presentan a continuación:

- Formulario N° 1: Grupo Alimentos
 - Datos de Identificación (Mes, Año, Día)
 - Código de Artículo
 - Nombre del Artículo
 - Datos del establecimiento
 - Características (precio, cantidad, marca, variedad o clase, procedencia, tamaño, presentación y porcentaje de grasa).
 - Nombre del asesor técnico.
 - Observaciones.
 - Nombre del alumno
- Formulario N° 2: Grupo vivienda
 - Datos de Identificación (Mes, Año, Día)
 - Código de Artículo
 - Nombre del Artículo
 - Datos del establecimiento
 - Características (precio, cantidad, marca, procedencia, modelo y estilo, tamaño, clase de tela, presentación, material/armazón, material/complemento, clase de madera, componentes, tipo de vivienda).
 - Nombre del asesor técnico.
 - Observaciones.
 - Nombre del alumno

- Formulario N° 3: Grupo Vestuario y Servicios
 - Datos de Identificación (Mes, Año, Día)
 - Código de Artículo
 - Nombre del Artículo
 - Datos del establecimiento
 - Características (precio, cantidad, marca, procedencia, modelo/estilo, talla, clase de tela, composición del artículo, presentación, manga, cuello o escote).
 - Nombre del asesor técnico.
 - Observaciones.
 - Nombre del alumno
- Formulario N° 4: Grupo de Misceláneos
 - Datos de Identificación (Mes, Año, Día)
 - Código de Artículo
 - Nombre del Artículo
 - Datos del establecimiento
 - Características (precio, cantidad, marca, procedencia, modelo/estilo, semana, clase de servicio, material/armazón, componentes).
 - Nombre del asesor técnico.
 - Observaciones.
 - Nombre del alumno

f. Prueba piloto

Una vez que se elaboro el cuestionario se procedió a realizar la prueba piloto de la siguiente manera: se realizó una visita preliminar a cinco personas de la compañía telefónica a las cuales se les administró el cuestionario con el objetivo de validar las preguntas del mismo, tomar el tiempo requerido en la obtención de los datos y constatar si la formulación de las interrogantes era comprensible.

g. 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 información, de acuerdo a las instrucciones y procedimientos establecidos.

Para la ejecución de ambas tareas, se dispuso de desplazamiento a los lugares indicados mediante una distribución de rutas por grupos, dependiendo de la zona donde se iba a obtener la información y se contó con el apoyo logístico de la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR.

h. Consistencia y procesamiento de la información

1) Codificación

La labor de codificación y procesamiento de la información estuvo a cargo del Centro de Investigación sobre la Opinión Pública Salvadoreña (CIOPS) y la UNIVERSIDAD

TECNOLOGICA DE EL SALVADOR, quienes procesaron la información proporcionando reportes de cada una de las visitas efectuadas por el grupo de investigación. (Ver anexo 1).

2) Entrada de datos

Para la entrada de los datos se utilizó una aplicación creada especialmente para esta investigación, la cual fue desarrollada sobre la base de software Visual Fox. Esto permitió depurar la base y eliminar inconsistencias como datos erróneos o repetidos.

3) Consistencia de la información digitada

Además del filtro establecido por el programa utilizado se hizo un análisis general de los mismos a fin de determinar valores atípicos en las series de precios y consistencia del producto con el establecido en el manual de especificaciones.

i. Indicadores a obtener para la evaluación del impacto

Los indicadores que se obtuvieron para la determinación de la importancia de los precios de los bienes analizados en el índice de inflación se presentan a continuación:

- 1) Precio del bien analizado expresado en colones salvadoreños durante el periodo de captura de datos.

- 2) Variación de precios durante el periodo analizado.
- 3) Cantidad de presentación.
- 4) Procedencia del bien.
- 5) Constitución del material.
- 6) Tipo de vivienda.
- 7) Marca de los bienes.

j. Evaluación de la encuesta

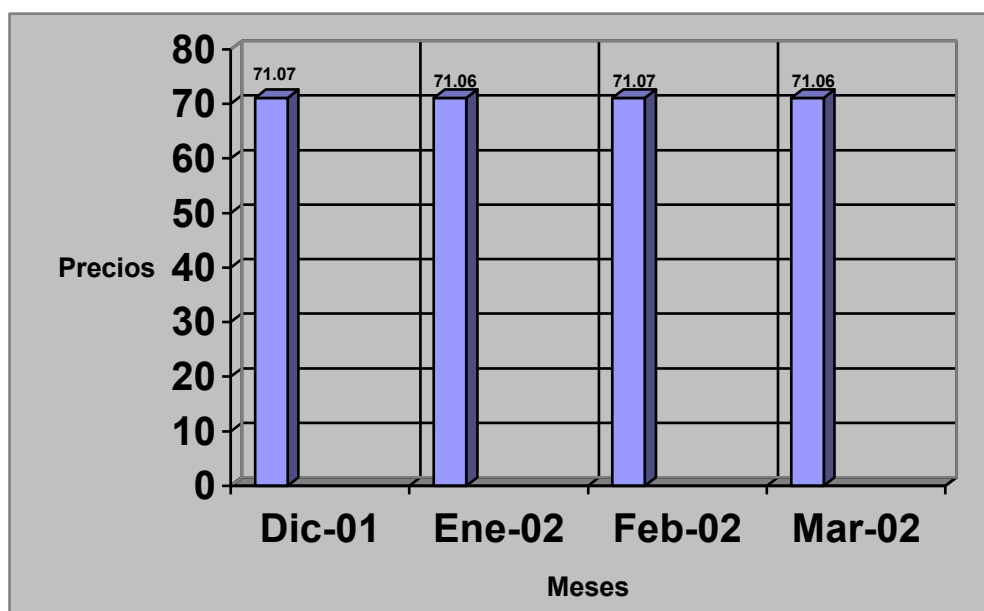
1) Análisis de la información

Los precios registrados para el servicio telefónico de la cuota fija en los meses de Diciembre 2001 y Marzo 2002 no registraron cambio, manteniéndose constante en su precio.

Para la definición de los precios a utilizar en la investigación se procedió a consultar los precios de la línea fija de tipo residencial a la empresa TELECOM, ya que la información recolectada y procesada por el Centro de Investigación de la Opinión Publica Salvadoreña (CIOPS) no reunía las características necesarias para el fin buscado, por lo que se optó por tomar la información de la fuente mas confiable posible, siendo ésta la empresa TELECOM., por la participación que ésta empresa tiene en el mercado de las comunicaciones, la cual se muestra a continuación:

INVESTIGACIONES	CUOTA MENSUAL (355.4 impulsos)
2001 Diciembre	¢71.07
2002 Enero	¢71.06
2002 Febrero	¢71.07
2002 Marzo	¢71.06

Variación de Precios de la Cuota Fija del Servicio Telefónico de Tipo Residencial



Fuente: Datos obtenidos de la empresa Telecom.

CAPITULO III

Determinación de la importancia del Grupo Vivienda, Subgrupo Servicio, Producto Servicio Telefónico en el Índice de Inflación en el Área Metropolitana de San Salvador

A. Generalidades

En el capítulo III se presenta una serie de aspectos relacionados con el servicio telefónico, su importancia, comportamiento de precios, se definen además los lineamientos para especificar la importancia que tiene el precio del producto con respecto a la inflación. Parte importante de este capítulo es la propuesta metodológica en la que se presentan la actualización del índice tomando en cuenta los cambios en los hábitos de consumo, así como la realización de una nueva Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares Urbanos y a la vez adaptar estándares internacionales que permitan comparar el Índice de Precios al Consumidor del País con otros de la región.

1. Importancia del bien.

El servicio telefónico constituye un insumo importante para la inmensa mayoría de las actividades económicas que se desarrollan en la actualidad. Constituyéndose en un servicio primordial para el desarrollo y crecimiento del País, por el hecho de brindar a

las empresas un medio que permite mejorar el desempeño de las labores cotidianas en una forma eficaz, facilitando la difusión, la organización, el control de las mismas, y de sus relaciones con otras empresas nacionales e internacionales.

La importancia de este servicio también se pone de manifiesto para el usuario de tipo residencial de forma tal que le permite satisfacer la necesidad de la comunicación estableciendo contacto con otras personas de forma ágil en cualquier momento y distancia, permitiendo el ahorro de tiempo y dinero, logrando maximizar el recurso tiempo, contando con la posibilidad de orientarlo a otras actividades que le signifiquen mayor beneficio.

2. Comportamiento Histórico de los Precios del Bien

Los valores de la factura mensual calculada para un consumo de tipo residencial del servicio telefónico son de 355.4 impulsos por mes mostrando un valor de ¢71.07, siendo este valor una cuota fija.

**COMPORTAMIENTO DE PRECIOS DE CUOTA FIJA DE TIPO
RESIDENCIAL DE 1999-2002**

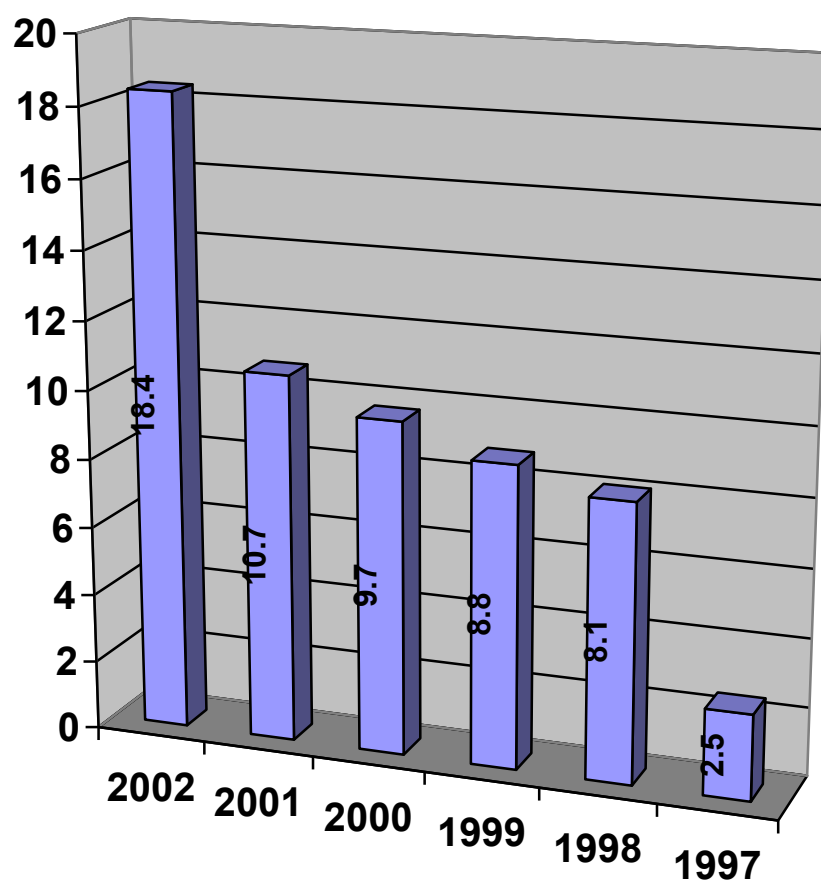
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
1999					59.88	59.89	59.88	59.89	59.88	59.89	59.88	59.89
2000	59.88	59.89	59.88	59.89	59.88	59.89	59.88	62.42	62.42	62.42	62.42	62.42
2001	62.42	62.42	71.07	71.07	71.06	71.07	71.06	71.07	71.06	71.06	71.07	71.07
2002	71.06	71.07	71.07	71.07	71.07							

Fuente: El diario de hoy. Edición 5/6/2002

Durante el primer trimestre del año 2002, el recibo de servicio telefónico registra un precio de ¢71.07, en los meses anteriores dicho precio es relativamente menor sin embargo, al hacer una comparación entre mayo de 1999 y mayo de 2002, se puede percibir un aumento significativo del 18.69%. La razón de los aumentos es el cumplimiento de una de las cláusulas del contrato de inversión que firmo el gobierno con Telecom, al iniciar la privatización del servicio telefónico, el 19 de junio de 1998. Dicho contrato estipula que desde este año (2002) a junio de 2007 las tarifas se incrementaran un máximo de 80%¹ (Ver Anexo No. 2).

¹ El valor de las tarifas de la cuota fija incluye cien minutos de llamadas locales según datos publicados por la Siget en El Diario De Hoy Pág. 21 del día 4 de junio de 2002

**COMPORTAMIENTO HISTORICO PORCENTUAL DE INCREMENTO DE
TARIFAS EN PERIODOS ANUALES:**



El grafico anterior muestra el nivel de incremento anual que presento la tarifa fija de tipo residencial desde el año 1997 a 2002. Estos incrementos anuales obedecen a los

acuerdos principales a los que llegaron la Superintendencia General de electricidad y Telecomunicaciones (SIGET) y la Compañía Telecom.

3. Determinación de la importancia del precio del producto en el índice de inflación.

a. Definición de variables

El impacto o influencia que puede tener un producto o servicio dentro del Índice de Precios al Consumidor 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 o servicio analizado con relación al período base
- El valor del IPC General de todos los productos
- La importancia relativa del producto o servicio analizado dentro del Índice General de Precios.

b. Definición de la fórmula

En base a esto la determinación del impacto o influencia de las variaciones de los precios de un producto o servicio dentro del IPC general sería una función de cada una

de las variables mencionadas anteriormente, de tal forma que su expresión funcional podría plantearse de la siguiente manera:

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

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

Donde:

Impacto_M = Impacto mensual

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

IA = Impacto Acumulado

(Es la suma de los valores calculados mensualmente en concepto de influencia o impacto sobre el IPC desde el 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 periodo analizado).

VM_i = Variación Mensual

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

ΔIPC_i = Variación Mensual del IPC

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

$IPC_t(i)$ = Índice de Precios al Consumidor del producto o servicio “i” en el Período base.

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

$IPC_b(i)$ = Índice de Precios al Consumidor del producto o servicio “i” en el periodo base.

(Indica la base de comparación del índice).

$IR_b(i)$ = Importancia Relativa del producto o servicio “i” tiene 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).

c. Determinación de la importancia

Sobre esta base se determino la importancia que tiene el precio del producto analizado en la configuración del Índice de Precios al Consumidor (IPC). Los datos mostraron que el aporte del servicio telefónico en el IPC para los años 1997 a 2000 no tuvieron impacto alguno en el índice. Sin embargo, para el año 2001 el impacto anual fue de 0.07691% y para los primeros meses del año 2002 tuvo una disminución en la participación de 0.05437 % en dicho Índice. Lo que muestra que el producto analizado tuvo una disminución con respecto a los demás productos que conforman la canasta de mercado del IPC.

d. Efectos sobre el poder adquisitivo.

MESES	Poder Adquisitivo General	Poder Adquisitivo Servicio Telefónico	Promedio Anual
Dic-1997	¢0.67	¢0.20	
Ene-1998	¢0.66	¢0.20	
Feb-1998	¢0.66	¢0.20	
Mar-1998	¢0.66	¢0.20	
Abr-1998	¢0.65	¢0.20	
May-1998	¢0.65	¢0.20	

MESES	Poder Adquisitivo General	Poder Adquisitivo Servicio Telefónico	Promedio Anual
Jun-1998	¢0.65	¢0.20	
Jul-1998	¢0.64	¢0.20	
Ago-1998	¢0.65	¢0.20	
Sep-1998	¢0.66	¢0.20	
Oct-1998	¢0.66	¢0.20	
Nov-1998	¢0.64	¢0.20	
Dic-1998	¢0.65	¢0.20	¢0.20
Ene-1999	¢0.64	¢0.20	
Feb-1999	¢0.65	¢0.20	
Mar-1999	¢0.65	¢0.20	
Abr-1999	¢0.65	¢0.20	
May-1999	¢0.65	¢0.20	
Jun-1999	¢0.66	¢0.20	
Jul-1999	¢0.65	¢0.20	
Ago-1999	¢0.65	¢0.20	
Sep-1999	¢0.65	¢0.20	
Oct-1999	¢0.65	¢0.20	
Nov-1999	¢0.65	¢0.20	
Dic-1999	¢0.65	¢0.20	¢0.20

MESES	Poder Adquisitivo General	Poder Adquisitivo Servicio Telefónico	Promedio Anual
Ene-2000	¢0.65	¢0.20	¢0.20
Feb-2000	¢0.64	¢0.20	
Mar-2000	¢0.64	¢0.20	
Abr-2000	¢0.64	¢0.20	
May-2000	¢0.64	¢0.20	
Jun-2000	¢0.63	¢0.20	
Jul-2000	¢0.63	¢0.20	
Ago-2000	¢0.63	¢0.20	
Sep-2000	¢0.63	¢0.20	
Oct-2000	¢0.63	¢0.20	
Nov-2000	¢0.63	¢0.20	
Dic-2000	¢0.62	¢0.20	
Ene-2001	¢0.61	¢0.20	
Feb-2001	¢0.61	¢0.20	
Mar-2001	¢0.61	¢0.20	
Abr-2001	¢0.61	¢0.20	
May-2001	¢0.61	¢0.20	
Jun-2001	¢0.61	¢0.20	
Jul-2001	¢0.61	¢0.20	

MESES	Poder Adquisitivo General	Poder Adquisitivo Servicio Telefónico	Promedio Anual
Ago-2001	¢0.61	¢0.20	¢0.20
Sep-2001	¢0.61	¢0.20	
Oct-2001	¢0.61	¢0.20	
Nov-2001	¢0.61	¢0.20	
Dic-2001	¢0.62	¢0.20	
Ene-2002	¢0.61	¢0.19	¢0.19
Feb-2002	¢0.61	¢0.19	

Fuente: Tomado del cuadro de determinación del impacto del servicio telefónico facilitado por UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR.

El efecto del poder adquisitivo se ve afectado en los asalariados de bajos ingresos como, por ejemplo los que ganan ¢1,260.00 como salario mínimo, ya que si se le calcula el poder adquisitivo su salario real es de ¢ 769.60 (1 / IPC o 162.63 del mes de enero de 2002, para este caso), este resultado dividido entre los 30 días del mes y este subtotal entre el número de personas de una familia típica (4 personas); luego este resultado dividido en los 3 tiempos de comida tenemos como total ¢2.10 para cada persona y a esto le restamos ¢0.20 de los servicios de agua, energía eléctrica, teléfono, gas propano y

combustibles tenemos ¢1.90 para el gasto de vivienda, vestuario y misceláneos además para fomentar el ahorro del país.

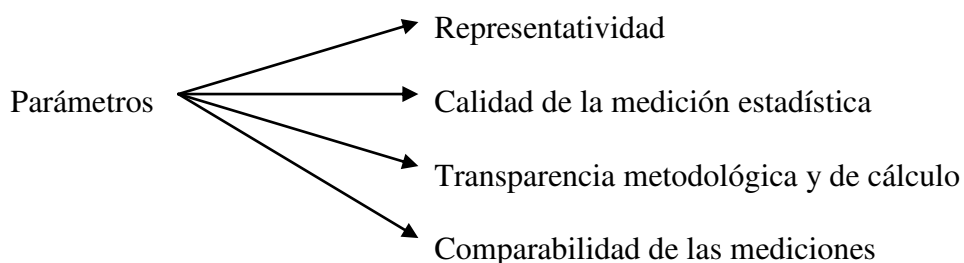
3. Propuesta Metodológica

a. Objetivo de la propuesta metodológica

A Continuación se presentan los lineamientos generales de una propuesta metodológica para la actualización de un Índice de precios que refleje de mejor manera las variaciones de los precios sobre la base de una canasta ampliada, ya que esta manera sería más representativa la forma de monitorear las variaciones en los precios y sus repercusiones en el índice de inflación.

b. Parámetros

A continuación se presenta el esquema de los parámetros que se consideran como claves para la actualización del Índice de precios:



1) Representatividad

La nueva canasta de Consumo deberá ser definida por una nueva Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares 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 per cápita real varió desde 1992 hasta la fecha. En tal sentido es lógico suponer que estos valores han ido cambiando a través del tiempo y se esperaría que lo hicieran acorde a la tendencia de crecimiento mostrada por el Producto Interno Bruto por Habitante, según se muestra en el siguiente cuadro².

Años	PIB por habitante
1991	1,002
1992	1,124
1993	1,285
1994	1,457
1995	1,676
1996	1,782
1997	1,884
1998	1,988
1999 1/	2,026
2000 2/	2,106
1/ Cifras Preliminares	
2/ Tipo de cambio : US\$ = ¢8.75	

² Banco Central de Reserva. Revista Trimestral, Varios números.

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.

2) Calidad de la medición estadística

La calidad y precisión de la medición de la variación de los precios de los bienes y servicios de consumo está relacionada con:

- La inclusión de un mayor número de artículos y productos;
- La mayor cantidad de precios que se toman por productos;
- Una mayor periodicidad en la toma de precios de algunos productos;
- Definiciones más afinadas de los productos y variedades.

Asimismo, la nueva metodología debe permitir la actualización continua del IPC, por ejemplo, a través de ponderaciones de productos y variedad, y de la actualización periódica de la muestra de establecimiento donde se toman los precios.

Se deberán introducir perfeccionamientos metodológicos en el cálculo del índice, tales como micro índices, el pareamiento de los precios de la variedad – establecimiento y el uso de media geométrica para la agregación de los micro índices.

3) Transparencia metodológica y de cálculo.

La transparencia es un atributo esencial de la calidad de los indicadores estadísticos. El desarrollo de la actualización IPC debería inscribirse en el esfuerzo de modernización de la Dirección General de Estadísticas y Censos como institución encargada del control y seguimiento del IPC, el cual fortalecería la transparencia en toda su labor global y, particularmente, técnica. El desarrollo de la actualización del 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, asimismo de especialistas de otros países a fin de capitular las experiencias.

La metodología de la construcción 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 conocimientos para estimar la variación mensual del IPC.

4) Comparabilidad de las mediciones.

La metodología utilizada deberá corresponder a los estándares internacionales más exigentes en esta materia, lo que, además de permitir la adecuada comparación del índice de precios en el tiempo, facilite la comparación internacional de los cálculos del IPC de El Salvador.

Ese atributo es especialmente importante en el marco de los procesos de integración regional, que plantea elevadas exigencias de armonización y Comparabilidad de las informaciones estadísticas de distintos países.

c. Antecedentes del IPC actual.

El primer índice de precios del país fue calculado en 1978 el cual estuvo en vigencia hasta 1992. él cual tiene ya casi una década.

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

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

1) Actualización del IPC

A continuación, se presentan algunos aspectos generales sobre la actualización del IPC, que tendría como base para su cálculo una encuesta similar a la ENIGH pero con una cobertura mayor, ya que la anterior era representativa de la población urbana del país.

Esta nueva encuesta permitirá actualizar la canasta del IPC, y de 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 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 propiamente 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 implementados podrían permitir, además, modernizar la nomenclatura y homogeneizarla con aquella utilizada en países europeos, Estados Unidos, Canadá, y Latinoamérica en general.

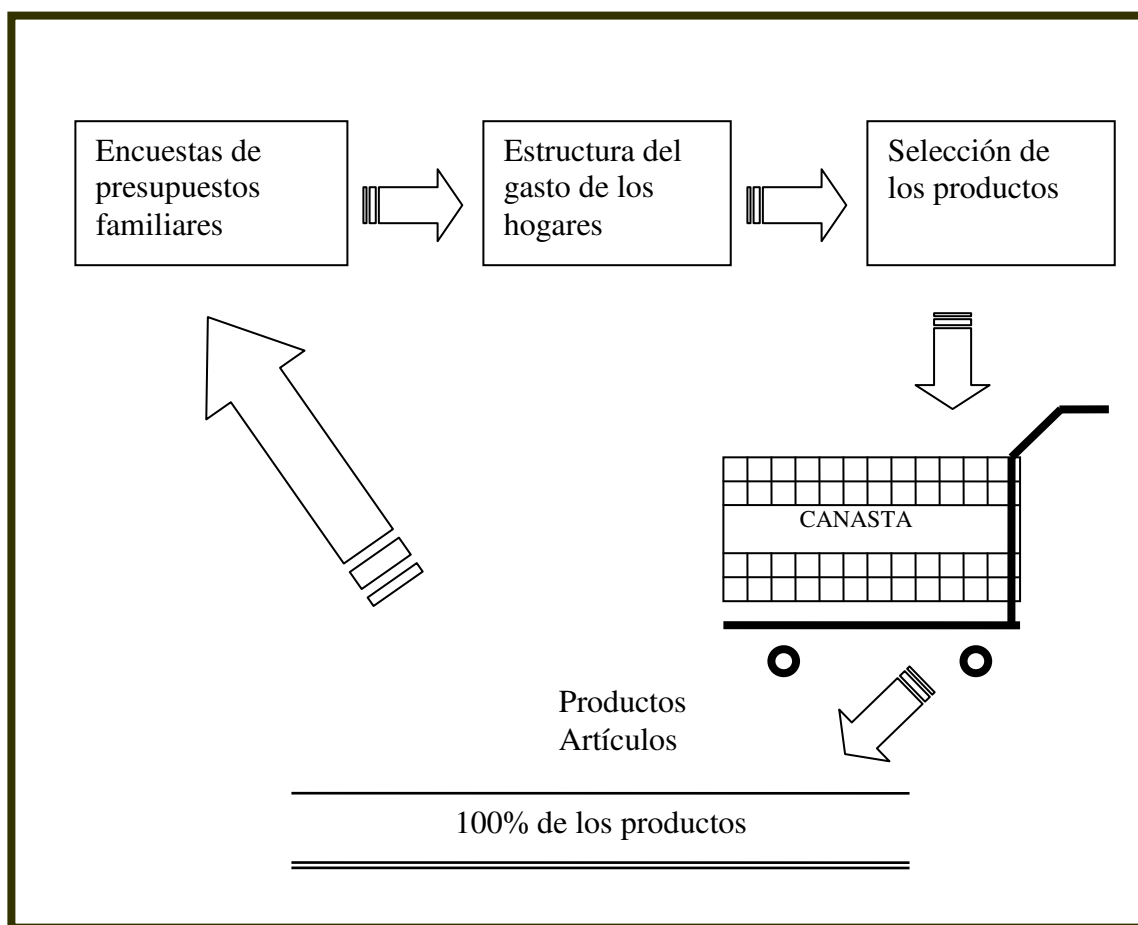
2) Selección de la canasta del IPC

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

Esta encuesta permitirá detectar el consumo de un mayor número de productos (bienes y servicios) ya no solamente del Área Metropolitana de San Salvador y de las cabeceras departamentales de Santa Ana, Sonsonate y San Miguel, sino que extender la investigación a toda la republica. Con ello se tendrá una cifra significativa mayor que la ENIGH de 1992. Los hogares elegidos sobre la base de una muestra probabilística, anotaran 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 mas reducido de artículos representativos de las mayores proporciones de gasto para elaborar la Canasta para el cálculo mensual del IPC. Estos artículos integrantes del IPC representan, por consiguiente, al conjunto de los bienes y servicios consumidos por los hogares. La estructura del gasto de los hogares, permitirá, establecer los pesos o ponderaciones de cada artículo en el IPC. La Canasta del IPC quedo conformada por

todos los artículos y productos. Esto representa el cien por ciento del gasto de los hogares.



3) Criterios de selección de productos para ingresar a la canasta del IPC.

En primer lugar, es necesario establecer un criterio operativo que considere la necesidad de combinar la mayor representatividad de la canasta 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 qué productos integrarán la canasta es que la participación de cada producto sea igual o mayor a un 0.01% del gasto total de los hogares encuestados. Esta reducción de la cuota mínima de participación permitirá a una mayor cantidad de productos declarados por los hogares para la actualización del IPC.

La idea es corregir el hecho de que en la metodología actual el gasto corresponde a los artículos que no fueron seleccionados para integrar la canasta de mercado fue a incrementar el gasto de los ya elegidos, aún cuando la selección se hiciera de forma complementaria atendiendo a los criterios de afinidad y diversidad³

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

La actualización del IPC, a diferencia del anterior, los productos no necesariamente tienen que estar presentes todo el año, lo que permite reflejar el consumo estacional. Para la actualización del IPC se deberá optar por ampliarla, incluyendo productos que

³ “Metodología de Actualización de precios al consumidor Base Diciembre 1992”. Pag. 3

pudieran no tener una alta representatividad anual, pero que sí la tienen al menos dos meses al año.

La ampliación de la canasta de frutas implicaría que en la actualización del IPC se consideren una cantidad de productos dentro del artículo frutas frescas. En el IPC actual sólo se consideraban ocho.

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 servicio, 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 debe ser el de mayor proporción de gasto y no el de mayor frecuencia de compra. Es decir, la elección de un establecimiento (como fuente de información del precio de cada producto) depende de que los hogares informantes realicen, en promedio, el mayor gasto de ese producto en ese tipo de establecimiento y no de cuántas veces vayan a un lugar.

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

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

5) Ventajas de la actualización del IPC

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

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

d. Nueva Canasta de bienes.

La canasta actualizada del IPC reflejaría así una variación en la participación del gasto en todos los grupos y sub-grupos. Ello producto de las variaciones que pudieron haberse dado en los últimos 9 años.

1) Ponderaciones del IPC

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

Sin duda, el principal factor que pudiera determinar los cambios en la estructura del gasto de los bienes de hogares y por consiguiente, en las ponderaciones del IPC, son las variaciones del ingreso real de los hogares en esa década. Si el ingreso aumenta genera cambios en las preferencias de los consumidores y una mayor diversificación del consumo, que ya no busca solo satisfacer las necesidades básicas.

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

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

- Reflejaría una masificación del consumo de bienes y servicios que hace una década tenía un elevado consumo casi exclusivamente de 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; servicios de recreación y cultura; comunicaciones telefónicas; artículos de computación; automóviles; gastos en centros e institutos de educación superior, etc.
- Una segunda característica de este aumento y modernización en el consumo de los hogares reflejaría la nueva canasta dada por la diversificación del patrón de consumo, mediante la incorporación de nuevos bienes y servicios en la canasta de consumo familiar de los hogares. Algunos ejemplos de esta diversificación en el consumo podrían ser los siguientes: TV cable; juegos electrónicos; teléfono celular; horno microondas; lentes de contacto; viajes turísticos y discos compactos, entre otros.

2) Estructura de la canasta

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

El cambio de la 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, que incluiría para cada producto una mayor cantidad de variedades o marcas de mayor presencia en el mercado.

e. Metodología de cálculo alternativa

1) Cálculo del IPC

La nueva estructura de IPC es la siguiente:

Grupos Subgrupos Artículos	IPC }	MEDIA ARITMETICA
Productos grupo Alimentación Productos otros Grupos	→ →	MEDIA GEOMETRICA MEDIA ARITMETICA
Variedad Variedad – Establecimiento	}	MEDIA GEOMETRICA

Los bienes y servicios de la canasta que sirve de base al IPC se ordenan de la siguiente manera:

- El nivel más básico es la Variedad – Establecimiento. Esta se agrega al nivel de la Variedad. En todos los casos, se utilizará la media geométrica para agregar los Índices Básicos de Variedad – Establecimiento (IBVE) a una variedad. Estos índices IBVE reflejarán las variaciones mensuales de precios de variedades similares; en efecto, se trata en muchos casos de la misma marca, sólo que su precio se toma en diferentes establecimientos. Como resultado de este cálculo se obtiene el Índice Básico de Variedad (IBV) para cada mes, que mide la variación de precios de la Variedad con respecto al mes anterior.
- Las variedades se agregan al nivel de producto. Se supone que la elasticidad de sustitución entre las variables es alto; se aplica la media geométrica para agregar los IBV hasta el Índice de Producto (IPRO). A partir de este nivel se calcula el Micro índice de producto (MIPRO) se obtienen los niveles de índices de los artículos o Micro índices de Artículo (MIART).

Los productos que conforman un Artículo pueden tener distintos grados de elasticidad de sustitución; por ejemplo, entre el pan especial y el corriente, entre la mantequilla y la

margarina. Sin embargo, éstos se agrupan en dos tipos: los con elasticidad de sustitución 1 (media geométrica) y los que tienen elasticidad de sustitución 0 (media aritmética).

Se obtiene así el siguiente cuadro muestra el ordenamiento para agregar los productos a los artículos; pero hay que tener en cuenta que este ordenamiento será validado con la nueva ENIGH:

Grupo	Método de agregación de productos a artículo
1. Alimentación	Media Geométrica
2. Vivienda	Media Aritmética
3. Equipamiento de la vivienda	Media Aritmética
4. Vestuario	Media Aritmética
5. Transporte	Media Aritmética
6. Salud	Media Aritmética
7. Educación y recreación	Media Aritmética
8. Otros	Media Aritmética

- A nivel de artículo existe un bajo grado de elasticidad de sustitución entre sí. Por esta razón, es apropiado hacia agregaciones superiores (subgrupos y grupos) utilizar la media aritmética.

2) Algoritmo de cálculo

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

- **Agregación desde Variedad a producto**

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

- **Agregación desde Producto a Artículo**

La agregación desde Producto a Artículo se realiza de dos modos: en el Grupo Alimentación se hace con la media geométrica; y en los demás grupos, con la media aritmética.

La media geométrica es capaz de explicar la substitución de productos que se produce con los cambios en los precios relativos, que se da rápidamente en el grupo alimentación. En los otros grupos, la substitución será estudiada a través de estudios de mercado adecuados para cada caso.

- **Agregación desde Artículos a IPC**

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

f. Programa permanente de actualización

Esta nueva metodología para el IPC se ha realizado sobre la base de suponer procesos de actualizaciones permanentes y estables para los próximos años, y requiere de la manutención de un sistema de un equipo de apoyo técnico, actualizaciones metodológicas y encuestas.

Parte de las limitaciones que presentaba el IPC anterior se relacionan con la imposibilidad de sustituir variedades específicas de bienes y servicios que se mantenían a lo largo de 10 años, en el IPC aun cuando en el mercado estuvieran obsoletas, como asimismo en problemas planteados por el añejamiento de la muestra de establecimientos. El envejecimiento de la muestra ha constituido históricamente una limitación. La recuperación de establecimientos perdidos se realizaba en el propio terreno, buscando símiles en tamaño, cercanía geográfica, y con precios similares. Sin embargo, los

cambios en la estructura de mercado revelan generalmente la necesidad de sustituir pequeños establecimientos por supermercados o cadenas, y no por negocios similares. Con la actual metodología, se propone llevar Encuestas de Puntos de Compras y Actualizaciones Muestrales con una periodicidad bianual.

Otro elemento por considerar, lo constituye la introducción de ajustes de precios ante cambios de calidad de los productos. Debido a la rapidez de cambios tecnológicos, las alzas de precios de muchos productos pueden ser, en parte, el resultado de mejoramientos en 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 por lo menos los siguientes aspectos:

- 1) 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.
- 2) El cambio de ponderaciones de los artículos del IPC debe ser más frecuente, pues éstas se mantienen constantes entre dos Encuestas de Presupuestos Familiares, lo que hace necesario actualizar la canasta en un periodo límite de 5 años. Para esto se debe estudiar la posibilidad de hacer Encuestas de Presupuestos Familiares con

muestras de hogares más reducidas; simplificar el número de variables por encuestar; no consultar los ingresos todos los años; y otras.

- 3) 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.
- 4) Estudios sobre el ajuste de calidad en el IPC, que debe incluir al menos:
 - La definición de criterios para realizar ajustes de calidad en terreno, ello se hará especialmente para el caso del vestuario donde es posible encontrar pequeñas variaciones (Marginales) entre un modelo y otro.
 - El tratamiento de los cambios de, la unidad de medida, envases, marcas o mejoramientos tecnológicos simples (Nº de afeitadas de una maquina de afeitar) o más calcio en la leche, entre otros).
 - Además, deben desarrollarse metodologías de ajustes de calidad (Métodos Hedónicos y otros) para algunos bienes con ponderación significativa y que sufren fuertemente el cambio tecnológico (Automóviles, Computadores). Adicionalmente, se estudiará el problema de calidad asociado a los servicios de salud. En todos estos casos, se debiera operar con un comité de expertos en cada rubro que evalúe el valor de los cambios tecnológicos.
- 5) tratamiento posible de shocks de precios en casos de shocks económicos (petróleo), climáticos u otros.
- 6) Armonización de las metodologías de cálculo del IPC en el ámbito regional.

5. Conclusiones y recomendaciones

a. Conclusiones

Con base a los datos obtenidos y al análisis de ellos, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

- 1) La inflación provoca graves distorsiones en el funcionamiento del sistema económico debido a su imprevisibilidad. Los problemas provocados por la inflación se derivan precisamente de este hecho ya que ni todos los productos ni todos los factores subirán sus precios al mismo tiempo ni en la misma proporción. Y cuanto mayor sea la tasa de inflación, más amplio será el margen de error en las expectativas de los agentes económicos y por tanto mayor la sensación de inseguridad.
- 2) Los precios son una vía por la que se transmite la información necesaria para que los consumidores decidan correctamente qué deben adquirir y para que las empresas calculen qué y cuánto deben producir. Si los precios están cambiando continuamente, dejan de cumplir su función informativa.
- 3) El estudio de la inflación es importante en tanto que afecta el poder adquisitivo de las personas y de los agentes económicos en general de un país. Esto repercute en los niveles de consumo de cada uno de ellos y consecuentemente en el crecimiento económico ya que el consumo constituye parte integral del producto interno bruto.
- 4) En la actualidad la inflación en El Salvador es monitoreada a través de las variaciones que va teniendo el Índice de Precios al Consumidor, en tal sentido la

confiabilidad de la medición de los precios y el número de bienes incluidos en la canasta resultan ser una parte vital para dicho cálculo.

- 5) El actual modelo de cálculo data de 1992 y tiene hasta la fecha de realización de la presente investigación 10 años, período en el cual se presume que los patrones de consumo de los habitantes haya cambiado sustancialmente.
- 6) Las variaciones que el servicio telefónico experimenta respecto a su precio ya han sido fijadas de antemano por la empresa Telecom encargada de brindar tal servicio y el Gobierno a través de la SIGET como ente regulador.
- 7) El pago del servicio telefónico constituye un monto que asociado a los niveles de ingreso para aquellos grupos familiares que perciben niveles de salario bajos muy cercanos al salario mínimo, si representa un gasto que impacta su presupuesto y disminuye la capacidad adquisitiva y en algún caso hasta prescindir de dicho servicio importante para comunicarse.

b. Recomendaciones

Sobre la base de las consideraciones efectuadas anteriormente y con el objetivo de plantear modestamente algunas consideraciones tendientes a proporcionar un particular punto de vista sobre el particular fenómeno de la inflación es que se plantean a continuación las siguientes recomendaciones:

- 1) La publicación y Divulgación oportuna, del IPC de parte de la Dirección General de Estadísticas y Censos para que los agentes económicos se encuentren preparados y

así, acomodar el incremento de estos costos y así realizar de manera mas acertada sus presupuestos.

- 2) En términos de calidad del indicador es necesario que la variación de los precios de los bienes y servicios de consumo estén relacionados con la inclusión de un mayor número de artículos y productos, la toma de una mayor cantidad de precios por productos, una mayor periodicidad en la toma de precios y definiciones más de los productos y variedades.
- 3) Debido al prolongado período de vigencia del actual Indice de Precios al Consumidor se hace necesaria una revisión metodológica y una actualización del mismo. En tal sentido el capítulo III de la presente investigación contiene los lineamientos generales de una propuesta metodológica para la elaboración de un Indice de Precios que refleje de mejor manera las variaciones de los precios sobre la base de una canasta ampliada, ya que de esta manera sería más representativa la forma de monitorear las variaciones en los precios y sus repercusiones en el índice de inflación.
- 4) Es necesario definir una nueva canasta de consumo, la cual deberá ser detectada por una nueva Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de Hogares 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.
- 5) Finalmente La nueva metodología debe permitir el mejoramiento continuo del IPC, por ejemplo, a través de ponderaciones de productos y variedad, y de la actualización periódica de la muestra de establecimiento donde se toman los precios.

- 6) La Siget debe entablar negociaciones con la empresa Telefónica Telecom del país con el fin de obtener de esta que los incrementos planeados en el costo del acceso a este servicio sean al menor grado posible a partir del año 2007, ya que de esta año en adelante no existen acuerdos sobre cuotas fijas pactadas.
- 7) Si el precio del Servicio Telefónico se convierte en un impacto por el alza de las tarifas sobre los usuarios que poseen ingresos cercanos al salario mínimo podrían no tener acceso a este servicio de telefonía fija por lo que deben buscar otros medios de comunicación como por ejemplo la telefonía celular que por su competencia en el mercado se esta volviendo mucho más comercial y accesible a los usuarios interesados en comunicarse día a día.

ANEXOS

ANEXO No. 1

RECOLECCION Y PROCESAMIENTO DE DATOS

ANEXO No. 2**INCREMENTOS ANUALES PROYECTADOS A FUTURO DEL SERVICIO
TELEFONICO DE TIPO RESIDENCIAL**

AÑOS	CUOTA FIJA ¢	CUOTA FIJA US\$
2002	84.15	9.62
2003	96.77	11.06
2004	111.29	12.72
2005	127.98	14.63
2006	147.18	16.82
2007	154.54	17.66

Nota: Fuente tomada del
<http://www.elsalvador.com/noticias/6/5/2002/negocios/negoc2.html>

ANEXO No. 3 DEFINICION DE TERMINOS BÁSICOS

BRECHA INFLACIONARIA

Es una situación en la cual la demanda global en la economía es más grande que la oferta global de recursos para satisfacer la demanda. Las consecuencias son el alza persistente de los precios y costos y el equilibrio en la balanza de pagos.

ESPECULACIÓN

Comprar y vender con la esperanza de realizar compras y ventas con una ganancia después cuando los precios hayan cambiado.

INFLACIÓN GALOPANTE

Término pintoresco que da a la inflación muy rápida, tal como la que caracteriza en Alemania muchos otros países después de la primera guerra mundial. Los precios se elevaron tan rápidamente que la moneda pronto se devaluó, la gente perdió la confianza en el sistema monetario y finalmente el sistema se vino abajo y la gente retorno al trueque.

INFLACIÓN REPRIMIDA

Inflación que existe cuando la demanda total de bienes y servicios es mayor que la oferta total y permaneciendo el resto de factores iguales, los precios tienden a subir, pero a la vez, esa alza trata de evitarse.

PODER ADQUISITIVO

Capacidad de compra que tiene una persona o un grupo social como promedio; o cantidades de bienes que en distintos momentos pueden comprarse con una suma de dinero constante.

POLÍTICA ECONOMICA

Es una rama dirigida hacia el acondicionamiento de la actividad económica para evitar que ocurran fluctuaciones en el nivel de empleo y precios así como para condiciones necesarias para el desarrollo.

POLÍTICA DE ESTABILIZACIÓN

Nombre que determina a las medidas que toman los gobiernos para reducir el grado de fluctuaciones en la actividad económica.

POLÍTICA FISCAL

Es un conjunto de medidas e instrumentos que toma el Estado para recaudar los ingresos necesarios para la realización de la función del sector público.

POLÍTICA MONETARIA

Es el control de la banca y del sistema monetario por parte del gobierno con el fin de conseguir estabilidad del valor del dinero y evitar una balanza de pagos adversa, alcanzar el pleno empleo y buscar el estado de liquidez de toda la economía.

PROPENSION MARGINAL AL CONSUMO:

La propensión de un pequeño aumento en el ingreso que será dedicado a aumentar los gastos de consumo. El valor de la propensión marginal al consumo depende de la pendiente de la función consumo.

TASA DE VARIACIÓN ANUAL (PUNTO A PUNTO)

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

TASA DE VARIACIÓN ANUAL ACUMULADA

Es la variación en términos porcentuales, que han experimentado los precios en lo que va del año en referencia, y se estima mediante la división del índice del mes actual entre el índice de precios experimentado en el último año.

TASA DE VARIACIÓN MENSUAL

Es la comparación de los precios entre dos periodos en el tiempo. En este caso se comparan los cambios que han tenido los precios promedio del mes actual (M) en comparación con los precios promedio del mes anterior (M-1) de un bien o servicio (i). Esta tasa puede ser positiva o negativa.

TASA PROMEDIO ANUAL

Sumatoria de los últimos doce índices (oct. 2000 – oct. 2001) entre la sumatoria de los doce índices anteriores (septiembre 99 – septiembre 2000).

ANEXO No. 4: ÍNDICIE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

IPC (Dic.1992=100)	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Variación Anual (Porcentaje)	12.1	8.9	11.4	7.4	1.9	4.2	-1.0	4.3
• Alimentos	21.2	10.8	5.8	11.8	0.4	6.9	-5.2	2.1
• Vestuario	5.2	8.5	4.8	1.5	0.0	-0.8	-1.5	-0.9
• Vivienda	4.2	10.2	22.3	4.8	4.7	4.6	1.7	9.9
• Misceláneos	6.8	5.1	13.0	5.1	2.4	0.7	3.6	3.4

Fuente: Banco Central de Reserva

ANEXO No. 5: INDICE GENERAL DE PRECIOS

(Base: Diciembre 1992)

Meses	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
ENERO	65.1	77.4	83.9	102.2	114.4	123.0	138.0	148.4	150.6	155.3	154.5	162.9
FEBRERO	66.6	77.6	84.1	101.8	114.5	124.4	138.4	149.1	151.0	154.9	155.2	162.6
MARZO	68.4	78.7	84.6	102.6	115.7	125.8	139.1	149.4	151.7	154.6	155.4	163.0
ABRIL	70.0	79.1	85.5	103.1	116.7	126.6	139.6	149.5	153.5	153.7	155.5	163.2
MAYO	70.5	80.5	85.9	104.4	116.7	127.5	140.6	149.2	154.3	152.7	156.4	163.4
JUNIO	72.0	81.2	86.9	107.2	117.7	128.6	142.8	149.7	154.5	152.6	158.2	163.7
JULIO	72.3	83.1	88.6	109.4	118.6	131.9	145.1	150.9	155.2	153.5	158.0	163.6
AGOSTO	71.2	83.2	91.2	109.6	120.2	132.8	147.2	149.9	153.3	153.5	158.7	164.2
SEPTIEMBRE	71.8	83.4	95.4	109.6	120.1	134.6	146.3	149.4	151.7	153.9	158.9	164.2
OCTUBRE	73.0	83.5	97.6	110.8	121.5	135.2	146.4	148.9	151.8	154.7	158.9	162.7
NOVIEMBRE	74.5	83.0	99.5	111.0	121.4	135.8	145.5	148.7	155.1	154.0	159.3	164.09
DICIEMBRE	75.9	83.4	100.0	112.1	122.1	135.9	146.0	148.8	155.0	153.5	160.0	162.31

Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos.

Bibliografía

- Banco Central de Reserva de El Salvador. Revista Trimestral. Trimestres # 1 y 2, 2001. El Salvador, San Salvador. Págs. 5, 18, 19, 28.
- Banco Central de Reserva de El Salvador. “Ley de Integración Monetaria”. Editorial Jurídica. El Salvador, San Salvador, 2001. Pág. 32.
- Bonilla Gildaberto. Estadística II “Métodos Prácticos de Inferencia Estadística”. 2ª. Edición UCA Editores. El Salvador, San Salvador. 1997. Págs. 357.
- Dirección General de Estadísticas y Censos. Folleto “Metodología de Actualización del Índice de Precios al Consumidor - Base Diciembre 1992”. El Salvador, San Salvador. Págs. 1 – 26, Anexo 1 –25.
- Fondo Monetario Internacional. Instituto de Investigaciones del Fondo Monetario Internacional. Resumen “Mecanismos de la Inflación”. El Salvador, San Salvador. (S.F.) Págs. 1 – 25.
- Fundación Salvadoreña para El Desarrollo Económico Social. Informe Trimestral de Coyuntura. Segundo Trimestre. Abril – Junio 2001. El Salvador, San Salvador. Págs. 11 – 27.