



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS



TEMA:

“EFECTO DE LA LEY DE INTEGRACION MONETARIA EN LOS CONSUMIDORES DEL SECTOR COMERCIO, SUBSECTOR AL PORMENOR (SUPERMERCADOS) DEL ÁREA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR, MUNICIPIO DE SOYAPANGO”.

TRABAJO DE GRADUACION PRESENTADO POR:

Rosa Cándida Argueta Díaz
Patricia Elizabeth Valdez Salguero
Ana Esmeralda Majano García

PARA OPTAR AL GRADO DE:

Licenciado en Administración de Empresas

NOVIEMBRE DE 2002

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMÉRICA



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR

**LIC. JOSÉ MAURICIO LOUCEL
RECTOR**

**ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
VICERRECTOR ACADÉMICO**

**ING. DANILO ADOLFO DÍAZ PÉREZ
DECANO**

JURADO EXAMINADOR

**LIC. WALTER ALONSO MÁRQUEZ
PRESIDENTE**

**LIC. MIGUEL ÁNGEL PLEITÉZ
PRIMER VOCAL**

**LIC. MARIELOS IMERY DE HERODIER
SEGUNDO VOCAL**

NOVIEMBRE DE 2002

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA



DEDICATORIA

Dedico de una manera muy especial, esta tesis a todos aquellos que contribuyeron, ayudaron y me dieron su apoyo incondicional, para lograr culminar con éxito este trabajo. En primer lugar:

A DIOS TODOPODEROSO: Hasta aquí me ayudó Jehová; gracias padre amado por fortalecer mi vida y guiarme en los momentos más difíciles y así poder lograr este objetivo tan importante, ya que sin ti no hubiera sido posible alcanzarlo. “Una vez mas te agradezco por tu infinita bondad y misericordia”; es por eso, que te dedico este triunfo, “La Gloria y la Honra sea solo para ti”.

A MIS PADRES: Abel Díaz y María Alicia Argueta, por ser los mejores padres del mundo, gracias por su amor, apoyo y comprensión, por estar siempre a mi lado en todo momento.

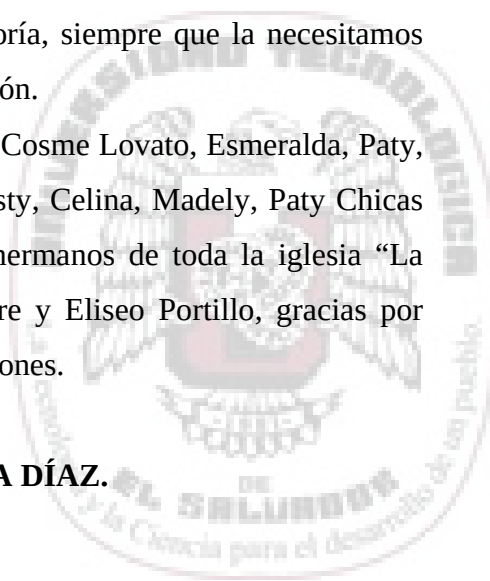
A MIS HERMANOS: José Ricardo y Elvin Williams, porque siempre me brindaron su apoyo y amor.

A MIS TIOS: Elva, Joel Argueta, Anibal, Ovidio, Afrodisio y a toda mi demás familia.

LIC. MARIELOS IMERY: Por ser tan especial y muy linda persona, por brindarnos la asesoría, siempre que la necesitamos y por su comprensión.

A MIS AMIGOS: Juanita de Lovato, Cosme Lovato, Esmeralda, Paty, Sary, Yesenia, Cristy, Celina, Madely, Paty Chicas y Manuel, a mis hermanos de toda la iglesia “La Hermosa” y, a Tere y Eliseo Portillo, gracias por sus continuas oraciones.

ROSA CÁNDIDA ARGUETA DÍAZ.



DEDICATORIA

Especialmente a las personas que estuvieron siempre a mi lado brindándome su ayuda y sus consejos para lograr culminar mi carrera.

En primer lugar:

A DIOS TODOPODEROSO: Por ser mi ayuda y mi guía, mi consuelo en los momentos más difíciles. Gracias Señor por darme la sabiduría necesaria para lograr este objetivo.

A MIS PADRES: José Roberto y Rosa García aunque todo el tiempo estuvimos separados físicamente; pero con una comunicación perfecta siempre apoyándome en mis decisiones, sus consejos y sus correcciones hicieron que terminara mi carrera con éxito. Dios les Bendiga.

A MI ESPOSO: Alejandro Rivas que siempre estuvo dándome ánimos para seguir adelante, su amor y su cariño contribuyeron en gran manera a lograr mi meta.

A MI HIJA: Esmeralda Elizabeth que algunas noches no recibió mi atención por estar estudiando; pero sé que ella me comprende.

A MI HERMANO: Roberto Majano que siempre estuvo pendiente de mí, brindándome su ayuda y todo su amor aunque no me lo demuestre.

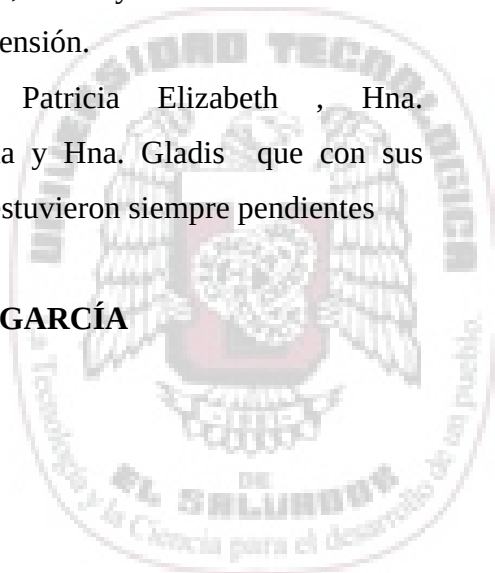
A MI TIA: Antonia García que es como mi segunda madre, agradezco sus consejos, cariño y amor.

LIC. MARIELOS IMERY. Por su ayuda y comprensión.

A MIS AMIGOS: Rosa Cándida y Patricia Elizabeth, Hna. Mercedes, Hna. Reina y Hna. Gladis que con sus oraciones y consejos estuvieron siempre pendientes

ANA ESMERALDA MAJANO GARCÍA

DEDICATORIA



Dedico de manera especial a todas las personas que me ayudaron y apoyaron durante este proceso. En primer lugar:

A DIOS TODOPODEROSO: Por darme la fortaleza e iluminarme en todo momento, ya que sin el no hubiera podido alcanzar esta meta.

A MIS PADRES: María Dalila y Jorge Valdez, por darme la vida, su amor, comprensión y por estar siempre a mi lado, gracias por ser los mejores padres del mundo.

A MIS TIAS: Angélica Valdez, por ser como mi segunda madre, por sus consejos, apoyo y brindarme su cariño incondicionalmente. A María Irma, por estar siempre pendiente de mí.

A MIS HERMANOS: Sonia, Ulises, Fátima, Ivania y Grecia.

LIC. MARIELOS IMERY: Por brindarnos su tiempo y la asesoría necesaria.

A MIS SOBRINOS: Yulissa Alejandra y Fredy Geovani, los adoro.

A MIS PRIMOS: Maribel y Julio Valle, por apoyarme en todo momento, a Claudia Mercedes, Clely Maribel, Carlos, Ana, Orquídea, Suyapa y Lourdes.

A MIS AMIGOS: Rosa Candida, por brindarme su apoyo y paciencia, Esmeralda, Sary, Yesenia, Celina, Cristy, Madely y Manuel.

CON ESPECIAL CARIÑO: David y Joan Schultz, por que siempre me han apoyado a lo largo de mi vida, que Dios los Bendiga. Alicia y Abel Díaz, por aceptarme y apoyarme incondicionalmente.

PATRICIA ELIZABETH VALDEZ SALGUERO

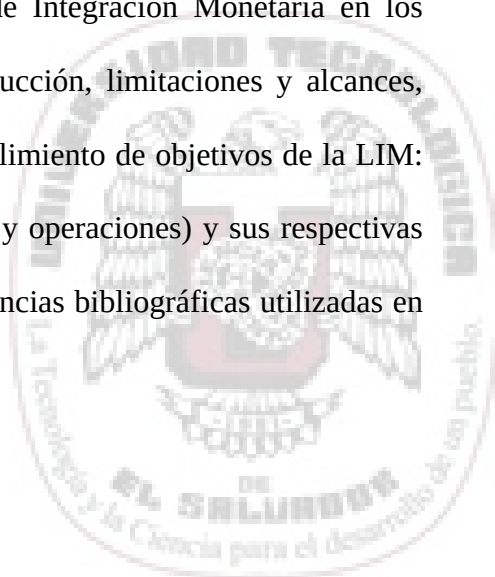


INTRODUCCIÓN

El presente trabajo constituye una guía metodológica, la cual orientará el desarrollo del tema “Efecto de la Ley de Integración Monetaria en los Consumidores del Sector Comercio, Sub-Sector al pormenor (Supermercados) del Área Metropolitana de San Salvador Municipio de Soyapango”.

Es necesario hacer un análisis de las causas y efectos de la medida económica adoptada en El Salvador y las repercusiones de ésta en los consumidores de este sector; así como también estudiar la importancia y aplicación de la misma.

Este estudio está estructurado de la forma siguiente: El Capítulo I, consta de marco teórico-conceptual de referencia, comprende: marco histórico, marco normativo, marco conceptual, planteamiento y delimitación del problema, antecedentes, situación actual, enunciado y justificación del problema. El Capítulo II, investigación de los efectos de la Ley de Integración Monetaria (LIM) en los consumidores, comprende: metodología de la investigación, población y sujetos, técnicas e instrumentos, procedimientos, unidades de análisis, tipo de investigación, análisis e interpretación de resultados y la presentación de los mismos. El Capítulo III, análisis de la Ley de Integración Monetaria en los consumidores del sector comercio, comprende: introducción, limitaciones y alcances, identificación de factores y análisis comparativo, cumplimiento de objetivos de la LIM: Humana, territorial y económica (desarrollo del sector y operaciones) y sus respectivas conclusiones finales; asimismo se incorporan las referencias bibliográficas utilizadas en la investigación y los anexos correspondientes.



INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....i

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE LA
INCIDENCIA DE LA LEY DE INTEGRACIÓN MONETARIA EN LOS
CONSUMIDORES DEL SECTOR COMERCIO (SUPERMERCADOS).

1.1 Marco Histórico 1

1.1.1 La importancia de la Ley de Integración Monetaria.....4

1.1.2 Las ventajas de la Ley de Integración Monetaria.....5

1.1.3 Comportamiento del consumidor 7

1.1.4 El entorno del consumidor 8

1.1.5 Las disponibilidades del consumidor 9

1.2 Marco legal 10

1.2.1 Ley de Integración Monetaria 10

1.2.2 Reglamento de aplicación de las Normas de la Ley de Integración
Monetaria a las relaciones de consumo 12

1.3 Marco conceptual 13

1.4 Planteamiento y delimitación del problema 16

1.4.1 Antecedentes 16

1.4.2 Situación actual 17

1.4.3 Enunciado del problema 18



1.4.4	Justificación de la investigación	19
1.5	Objetivos de la investigación	20
1.5.1	Objetivo general	20
1.5.2	Objetivos específicos	20

CAPITULO II

INVESTIGACION DE CAMPO SOBRE LOS EFECTOS DE LA LEY DE INTEGRACIÓN MONETARIA EN LOS CONSUMIDORES DEL SECTOR COMERCIO (SUPERMERCADOS).

2.1	Metodología de la Investigación	21
2.1.1	Población y muestra.....	21
2.1.2	Técnicas e Instrumentos	23
2.1.3	Procedimiento	24
2.1.4	Unidades de Análisis	25
2.1.5	Tipo de investigación	25
2.1.6	Análisis e Interpretación de Resultados	26

CAPITULO III

ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DE LA LEY DE INTEGRACIÓN MONETARIA EN LOS CONSUMIDORES DEL SECTOR COMERCIO (SUPERMERCADOS)

3.1	Introducción	65
3.2	Limitaciones	66
3.3	Alcances	67
3.4	Identificación de factores y análisis comparativo.....	68



3.5	Cumplimiento de objetivos de la ley de integración monetaria.	69
3.5.1	Objetivos humanos	69
3.5.2	Objetivo territorial.	70
3.5.3	Objetivo económico.....	71
3.6	Desarrollo del sector.....	72
3.7	Conclusiones	72
3.8	Factores que más han influido en los consumidores del sector comercio, sub-sector al pormenor (supermercados)	74
3.9	Análisis de la gráfica de pareto.	76
	BIBLIOGRAFÍA	78
	ANEXOS	80
	Matriz de congruencia	81
	Encuesta a los consumidores los supermercados	82
	Vaciado de datos	83
	Ley de Integración Monetaria.....	85
	Mapa muestral	94



CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE LA INCIDENCIA DE LA LEY DE INTEGRACIÓN MONETARIA EN LOS CONSUMIDORES DEL SECTOR COMERCIO (SUPERMERCADOS)

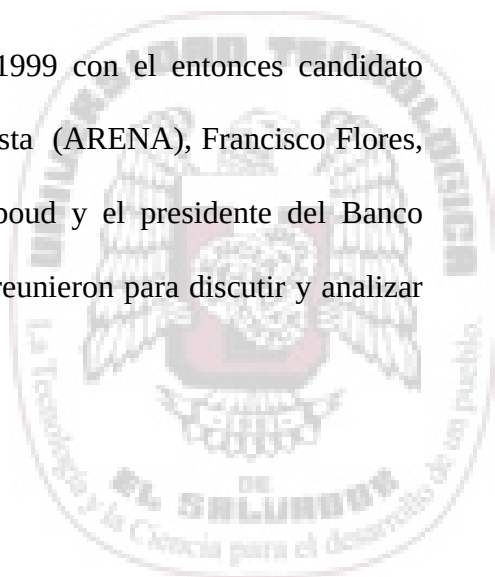
1.1 Marco Histórico

El uso del dólar en El Salvador como moneda de curso legal junto al colón no es nada nuevo, el dólar fue declarado moneda de libre circulación legal con poder liberatorio ilimitado, el 12 de septiembre de 1919¹.

La idea de dolarizar la economía salvadoreña surgió a finales de 1994; cuando también se planteó la iniciativa de desgravación arancelaria para las importaciones, ambas medidas fueron abandonadas de la noche a la mañana, esa época coincidió con el inicio de la precaria situación económica que actualmente sufre El Salvador.

Luego se vuelve a retomar este tema en el año de 1999 con el entonces candidato presidencial del partido Alianza Republicana Nacionalista (ARENA), Francisco Flores, el secretario técnico de la presidencia Juan José Daboud y el presidente del Banco Central de Reserva (BCR) Rafael Barraza, quienes se reunieron para discutir y analizar

¹ Diario Oficial, Tomo 87, número 208



el camino de la economía, las devaluaciones, el riesgo cambiario, tipo de cambio fijo y la misma propuesta de Integración Monetaria.

Una vez que ganó la Presidencia Francisco Flores, el tema de la Ley de Integración Monetaria toma más fuerza y empezó a armar el Plan de Reactivación Económica, incluida la Integración Monetaria. La medida se analizó detenidamente por ocho meses, pero antes del lanzamiento de esta ley, Francisco Flores fue sometido a una serie de presiones para que buscara soluciones parciales a todos los problemas; y es así que en noviembre del año de 1999 anunció el Plan de Integración Monetaria a todo el país con la noticia que esta ley vendría a garantizar la estabilidad económica.

A un año de la Ley de Integración Monetaria se ha logrado un incremento masivo de circulación de dólares en el país, ya que el uso del dólar ha progresado rápidamente a partir de Enero del 2001, el dólar representaba únicamente el 10% del total del efectivo en circulación, pero gradualmente fue tomando auge y para Diciembre del 2001, representa más del 50% del dinero en circulación. Este indicador es una muestra tangible que la población se ha adaptado gradualmente al uso de billetes y monedas en dólares para efectuar sus pagos y transacciones.

Grandes inversionistas sostuvieron que la Integración Monetaria traerá beneficios al país, incentivando la inversión y disminuyendo los costos de los créditos, además que reduce el riesgo cambiario.



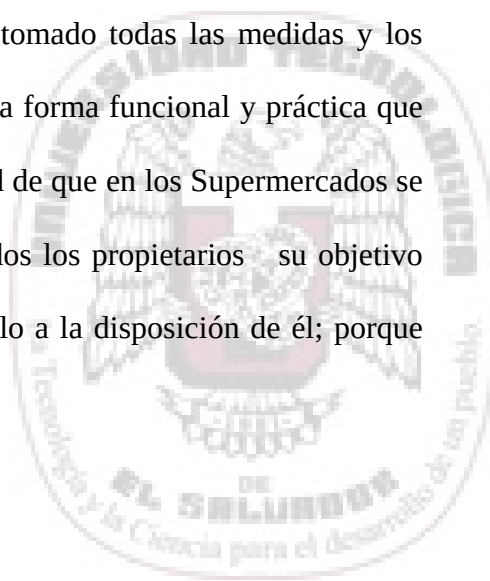
Eduardo Poma, director del grupo Poma, reconoció que al desaparecer el riesgo cambiario, se incrementará la inversión al país, lo que se traducirá en más empleos y mayor competitividad.

También a Francisco Callejas, propietario de la cadena de supermercados más grande del país, la medida le parece atinada.

El presidente de Super Selectos dijo que: “Esta medida no puede perjudicar al país, sino desarrollar más beneficios pero insistió que la misma debe ir acompañada de otras reformas que permiten dar confianza y seguridad a los inversionistas”.

Funcional y ágilmente “ Los Supermercados ” se prepararon para el bimonetarismo; desde el 30 de Noviembre del año 2000 que se dió a conocer la Ley de Integración Monetaria, las cadenas de supermercados del país se comenzaron a preparar para el uso de las dos monedas conformando grupos de análisis y estudios en el cual se desarrollara un mecanismo que permitiera evitar todo tipo de especulación y que no deje ninguna duda al cliente de lo que tiene que pagar, ya sea en dólar o colón.

A un año de la implementación de la Ley ya se han tomado todas las medidas y los mecanismos necesarios para realizar este cambio de una forma funcional y práctica que facilite la compra, estos pasos no descartan la necesidad de que en los Supermercados se pueda ampliar la oferta de productos ya que según todos los propietarios su objetivo principal es analizar qué quiere el consumidor y ponerlo a la disposición de él; porque



con esta medida económica adoptada en el país la población tendrá mayor capacidad de compra y de mejorar su nivel de vida².

El sector comercio, representado por la Cámara de Comercio e Industria de El Salvador no se ha querido pronunciar a favor o en contra. Sin embargo, según ésta en el país debe buscarse como objetivo la reducción de la volatilidad de las variables económicas, desde el crecimiento hasta el tipo de cambio. La Cámara de Comercio e Industria de El Salvador (CCIES) insiste en que la estabilidad de la moneda depende de las condiciones macroeconómicas y son éstas las que proporcionan sostenibilidad al régimen cambiario y credibilidad a los inversionistas³.

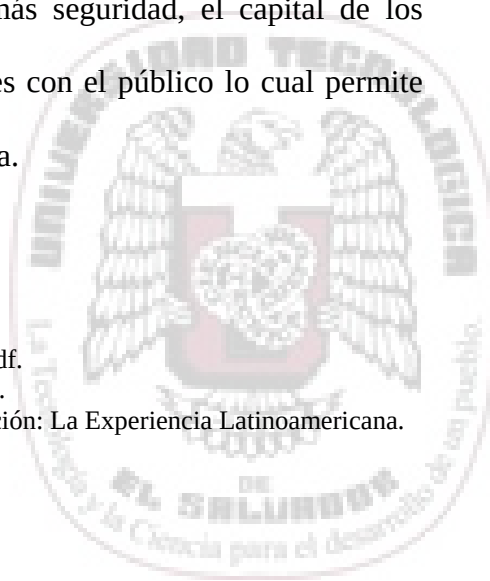
1.1.1 La importancia de la Ley de Integración Monetaria⁴

Necesariamente al integrarse a una de las monedas más fuertes del mundo se elimina la barrera de entrada y cualquier plaza financiera de cualquier país puede ser la fuente de recursos para financiar la inversión que se necesita en el país. También hace más atractiva la entrada de los bancos extranjeros y es más factible instalarse en El Salvador para hacer las operaciones financieras, porque hay más seguridad, el capital de los bancos estaría protegido, los depósitos, las obligaciones con el público lo cual permite una mayor estabilidad para atraer la inversión extranjera.

² http://www.jadb.org/ppp/files/documents/OT/ES_BID_EP_ES.pdf.

³ Resultados de la Consulta de ANEP Sobre el Régimen Cambiario.

⁴ Grado de Convergencia Real y Monetaria en Procesos de Integración: La Experiencia Latinoamericana. La Prensa Honduras. C.A

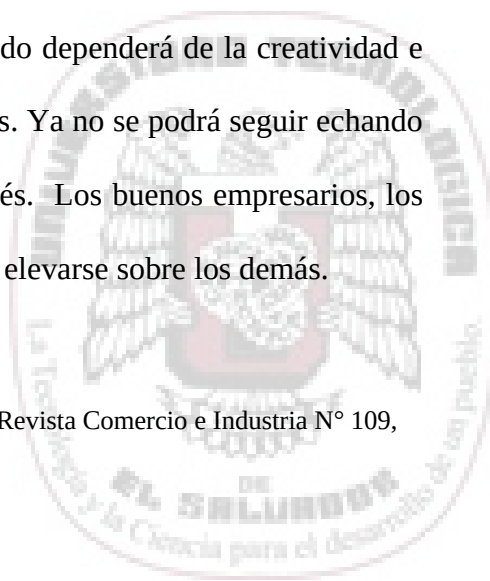


1.1.2 Las ventajas de la Ley de Integración Monetaria.⁵

Claramente se puede visualizar que la Ley de Integración Monetaria ofrece las mejores condiciones financieras en lo que se refiere a las tasas de interés que disminuye el riesgo moneda de manera notable eliminando para siempre esa incertidumbre de devaluación. Otro punto importante es que establece salarios más seguros protegidos contra la devaluación, los ahorros van a mantener su poder de compra expresado en moneda fuerte ya que será imposible que el gobierno arbitrariamente expropie el trabajo de toda una vida que está simbolizado en el ahorro del sistema de pensiones, en el ahorro del sistema financiero, a través de una devaluación, además existe una mayor estabilidad para la inversión.

La Integración Monetaria permite una mayor estabilidad en las instituciones del país porque evita el abuso político de la política monetaria. Se elimina el riesgo de la crisis cambiaria porque ya no habrá especulación con el tipo de cambio y finalmente la transparencia ya que las ganancias de un empresario no surgirá de un supuestamente iluminado funcionario público, sino que de su mismo trabajo, de la productividad de su empresa, del esfuerzo de sus trabajadores; Si no que todo dependerá de la creatividad e inteligencia que muestre en sus decisiones empresariales. Ya no se podrá seguir echando culpas a la guerra, al pasado y a las altas tasas de interés. Los buenos empresarios, los buenos administradores de empresas van en definitiva a elevarse sobre los demás.

⁵ Consideraciones Generales en torno a la Propuesta Dolarización, Revista Comercio e Industria N° 109, Marzo 1999. Cámara de Comercio e Industria de El Salvador.



Los beneficios⁶ de la Integración Monetaria para el Desarrollo Local significan generación de oportunidades y de ingresos puesto que uno de los factores que obstaculizan el combate de la pobreza es el hecho de que el micro y pequeño empresario no tienen acceso al crédito.

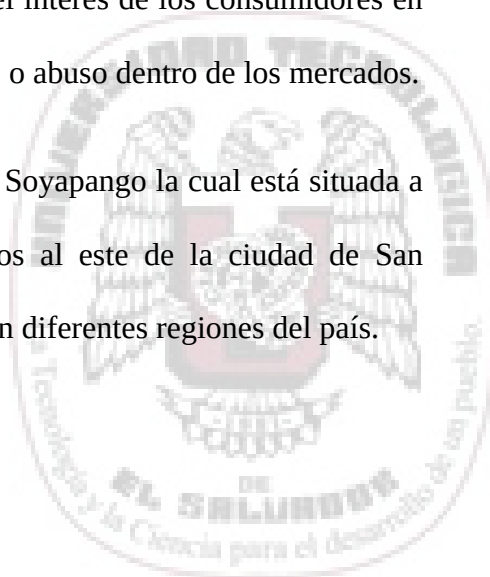
Lo que se pretende con el nuevo esquema cambiario, es incentivar el desarrollo de la economía y garantizar un mejor futuro a la población Salvadoreña.

La Integración Monetaria es parte de la estrategia diseñada por el presidente Flores para dinamizar la economía, atraer inversiones, generar empleo y disminuir la pobreza, por lo que en un corto plazo, la población Salvadoreña podrá gozar de los beneficios que brindará el mercado comercial, industrial y financiero.

Para tener una mejor comprensión del tema Efecto de La Ley de Integración Monetaria en los consumidores de los supermercados del Área de San Salvador Municipio de Soyapango, se analizará detenidamente el comportamiento del consumidor en diferentes situaciones; cabe mencionar que la Ley de protección al consumidor regida por el Ministerio de Economía tiene por objeto salvaguardar el interés de los consumidores en la cual se establecen normas que los protegen del fraude o abuso dentro de los mercados.

La presente investigación se realizó en el Municipio de Soyapango la cual está situada a 625 metros sobre el nivel del mar y a 4.5 kilómetros al este de la ciudad de San Salvador, su infraestructura permite la comunicación con diferentes regiones del país.

⁶ WWW. El Salvador.com, El Diario de Hoy, 01-12-2000

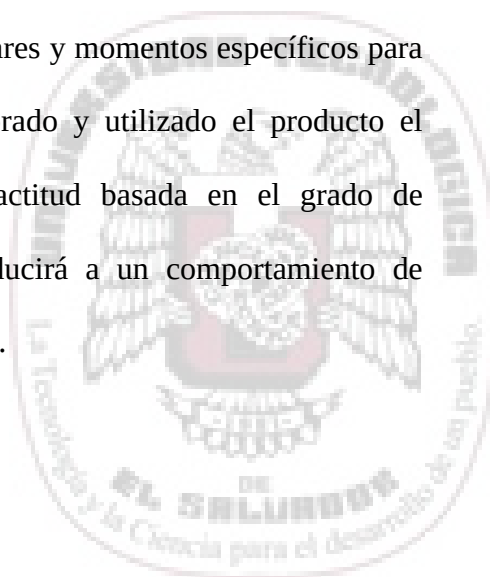


La población de este municipio asciende a 500,000 habitantes, se estima según datos oficiales que el 53% son mujeres y el 47% son hombres; Soyapango representa un lugar atractivo para cualquier actividad económica por esta razón se determinó realizar la presente investigación en este municipio, porque en él existe la actividad industrial mas fuerte del país destacándose las fabricas como grandes centros comerciales. En la actualidad existen 7,030.00 empresas en este municipio entre las cuales 5,276 son pequeñas empresas, 1,247 de la mediana empresa y 507 de la gran empresa.

1.1.3 Comportamiento del consumidor⁷

En el comportamiento de consumo se presentan tres momentos básicos que son: antes, durante y luego de la compra. Antes de la compra el consumidor identifica el producto-servicio que satisface su problema, el consumidor se vale de la información proporcionada por el productor a través de la publicidad y la promoción conociendo las cualidades, atributos y beneficios que brinda el producto. Durante la compra el producto seleccionado debe estar disponible, o sea, el productor debe poner a disposición de los consumidores los bienes y servicios a través del canal de distribución para lograr un efectivo intercambio. El producto debe estar en los lugares y momentos específicos para que se realice el intercambio. Luego de haber comprado y utilizado el producto el consumidor o el comprador se forma una nueva actitud basada en el grado de satisfacción o insatisfacción de acuerdo a esto conducirá a un comportamiento de postcompra que llevará a la fidelidad o no de una marca.

⁷ <http://www.globalasist.com/supermercado/revista10>



1.1.4 El entorno del consumidor

El ambiente que rodea al consumidor, se compone de dos grandes partes: BIENES Y PRECIOS, estos componentes están relacionados en el sentido en que los bienes tienen un precio en relación directa con su escasez, el acto de comprar ciertas cantidades de ciertos bienes, y la medida en que las preferencias pueden satisfacerse, se determinan sólo a través del juego entre los precios y las disponibilidades del sujeto, esta conclusión es inmediatamente valiosa para algunas decisiones de comercialización, por ejemplo en la fijación de precios.

El último componente del proceso de toma de decisiones del consumidor es su deseo de hacer máxima la satisfacción de sus preferencias mediante la compra de determinadas cantidades de cada producto y cada servicio disponibles.

Si nos preguntamos: ¿ Qué motiva al consumidor? Es decir, ¿qué pone en movimiento su proceso de decisión?, Y bueno, podrían aparecer tres posibles respuestas al menos: 1)sus preferencias 2)el deseo de hacer máxima su satisfacción y 3) quizás una combinación de ambas.

El principal motor es el deseo o motivación del consumidor de hacer máximas o satisfacer sus preferencias, y no las preferencias mismas.



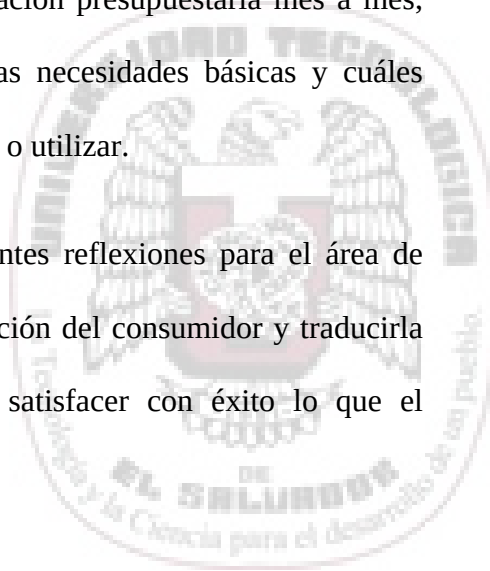
1.1.5 Las disponibilidades del consumidor

Las disponibilidades de un consumidor consisten en algún tipo de poder adquisitivo que le permita hacerse con los productos y servicios disponibles. Este poder adquisitivo se expresa normalmente en términos de dinero. En el proceso de toma de decisiones, las disponibilidades tiene un papel frente al comportamiento de limitación, que constituyen el presupuesto del consumidor, que determina cuanto puede comprar de cada combinación disponible de productos y servicios y, por tanto, hasta donde puede satisfacer sus preferencias.

Para elaborar este Perfil del Consumidor, se seleccionaron cuatro variables que permiten conocer los criterios de compra de los entrevistados. Estos son: inclusión de productos (compra habitual), marcas (lealtad), imprescindibilidad (productos considerados como esenciales) y sustitución (productos que se compran de acuerdo al precio, sustituyendo la marca favorita) De acuerdo a la alta frecuencia de inclusión. ¿Qué piensan, qué sienten y qué hacen los consumidores?

Piensan en la mejor manera de mantener una planificación presupuestaria mes a mes, qué tienen que hacer o dejar de hacer para cubrir las necesidades básicas y cuáles productos o servicios puede sustituir o dejar de comprar o utilizar.

Dentro del Perfil del Consumidor se derivan interesantes reflexiones para el área de mercadeo que señalan la importancia de captar la posición del consumidor y traducirla en estrategias que, como resultado final, pretendan satisfacer con éxito lo que el



consumidor espera recibir. Se plantea además que los canales de distribución deben seguir el recorrido del consumidor, que muchas veces se aleja de lo convencional y lo común. Las ofertas deben acompañar un beneficio real y oportuno para incentivar la compra y recompra, mientras que cualquier estrategia que promueva el sentimiento de que el consumidor está ganando más, es acertada. La lealtad de marca - fenómeno que parece diluirse en una guerra de precios, debe ser especialmente reforzada a través de la construcción de diferenciadores reales. El punto de venta es el lugar clave en el proceso de compra, en el cual se origina el desenlace final entre mensajes publicitarios, promociones, presentaciones y disponibilidad económica.

1.2 Marco legal

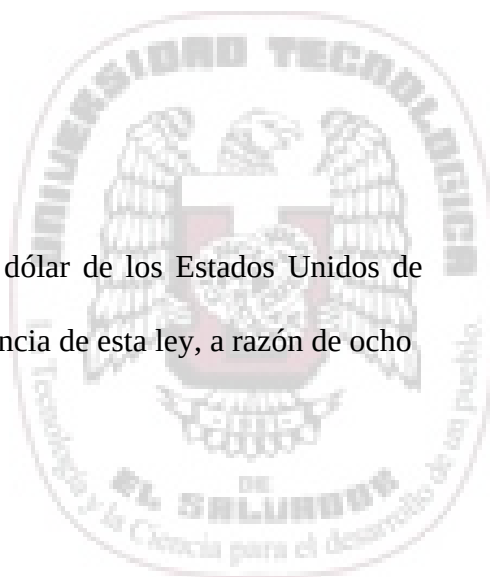
En lo que respecta a leyes y reglamentos que rigen la presente investigación, están la Ley de Integración Monetaria y el Reglamento de Aplicación de las Normas de la Ley de Integración Monetaria a las relaciones de consumo.

1.2.1 Ley de Integración Monetaria

a. CAPÍTULO I

Disposiciones Generales

Art. 1. El tipo de cambio entre el colón y el dólar de los Estados Unidos de América será fijo e inalterable a partir de la vigencia de esta ley, a razón de ocho



colones setenta y cinco centavos por dólar de Los Estados Unidos de América. En la presente ley, dicha moneda se denominará dólar.

Art. 3. El dólar tendrá curso legal irrestricto con poder liberatorio ilimitado para el pago de operaciones en dinero en el territorio nacional.

Art. 5. Los billetes de colón y sus monedas fraccionarias emitidos antes de la vigencia de la presente ley continuarán teniendo curso legal irrestricto en forma permanente, pero las instituciones del sistema bancario deberán cambiarlos por dólares al serles presentados para cualquier transacción.

Art. 7. Los salarios, sueldos y honorarios podrán ser denominados y pagados en colones o dólares.

Art. 10. Los precios de los bienes y servicios se podrán expresar en colones como en dólares, al tipo de cambio establecido por esta ley.

Art. 15. Durante los primeros seis meses de vigencia de la presente ley, los precios de los bienes y servicios deberán expresarse en ambas monedas, para lo cual la Dirección de Protección al Consumidor establecerá las disposiciones correspondientes.



1.1.2 Reglamento de aplicación de las Normas de la Ley de Integración Monetaria a las relaciones de consumo

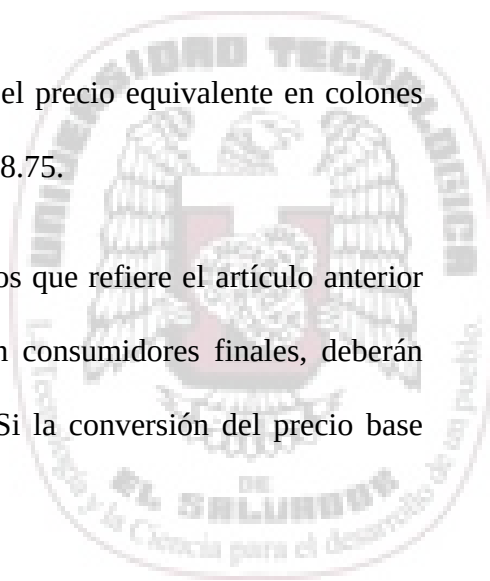
Art. 1. El objeto de este reglamento consiste en establecer las normas que desarrollen los detalles acerca de las operaciones de pago por parte de los consumidores, así como las formas en que los precios deberán ser puestos en conocimientos del público en general.

Art. 2. El proveedor de productos o servicios cuyos precios no se han regulado por el estado, deberá escoger a su voluntad, entre las dos monedas de curso legal en la República, aquélla en la cual establecerá sus precios base.

Una vez definida la moneda en la que se determinarán los precios base, el valor equivalente en la otra moneda de curso legal se calculará de acuerdo a las siguientes reglas de conversión:

- a) Si el precio base ha sido establecido en dólares, el precio equivalente en colones, será igual al precio base en dólares multiplicado por 8.75.
- b) Si el precio base ha sido establecido en colones, el precio equivalente en colones será igual al precio base en colones dividido entre 8.75.

Art. 3. Los precios base y los precios equivalente a los que refiere el artículo anterior en los casos de transacciones en las cuales participen consumidores finales, deberán expresarse utilizando un máximo de dos decimales. Si la conversión del precio base



equivalente resultare en una cifra de más de dos decimales, se deberá aplicar la siguiente regla de aproximación:

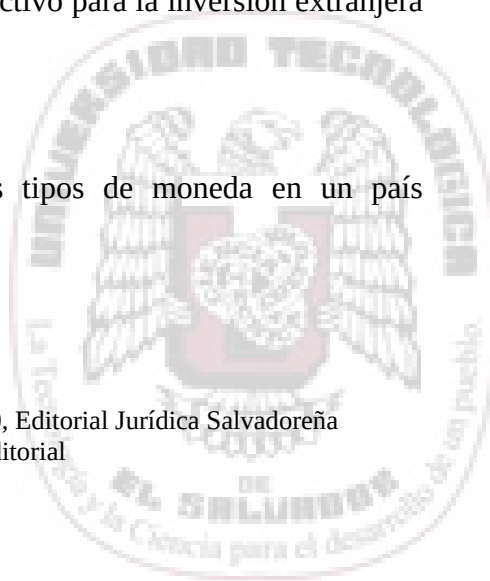
- a) Si el tercer decimal es mayor o igual a cinco, el segundo decimal se aproximará al inmediato superior.
- b) Si el tercer decimal es menor a cinco, el segundo decimal se mantendrá igual.

Art. 5. Durante el período transitorio establecido en el artículo 15 de La Ley de Integración Monetaria las personas naturales o jurídicas, de derecho público o privado que desarrollen actividades de producción, fabricación, importación, distribución, comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores, deberán establecer sus precios en la moneda base y en la moneda equivalente, según las reglas expresadas en los artículos anteriores.

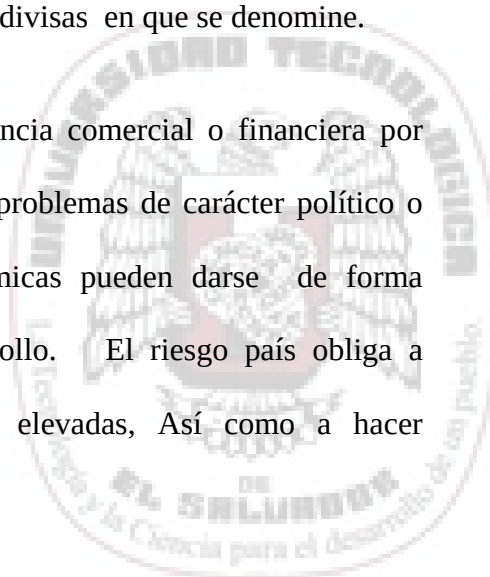
1.3 Marco conceptual⁸

- Integración Monetaria: Es integrar interna y externamente a un país, a través de reactivar la economía, convertirlo en un lugar atractivo para la inversión extranjera y nacional y promover el desarrollo humano.
- Bimonetarismo: Es la libre circulación de dos tipos de moneda en un país determinado. (Ejemplo colón y dólar)

⁸ Diccionario de Economía, Salvador Osvaldo Brand, Edición 2000, Editorial Jurídica Salvadoreña
Diccionario de Economía y Finanzas, Ramon Tames, Alianza Editorial

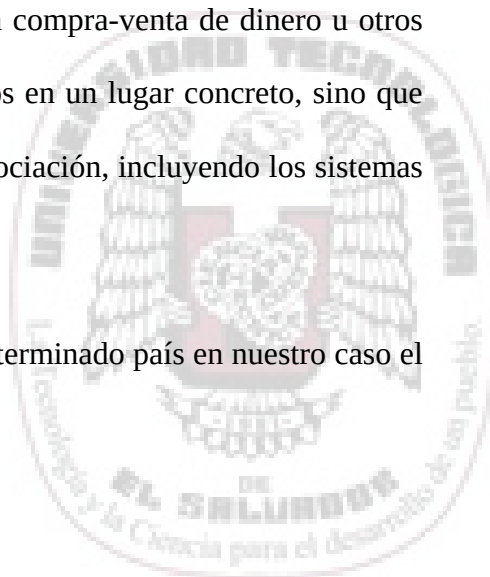


- **Dolarización:** Es la situación que se crea cuando se atraviesan fases muy prolongadas de proceso inflacionistas, tan agudas que de hecho ponen a las empresas y a muchos particulares en aprietos de tener que llevar su contabilidad y todos sus cálculos financieros en una moneda más estable, normalmente el dólar con una equivalencia cotidiana y la moneda del propio país.
- **Economía:** El tipo de economía de un país es definido por el conjunto de las relaciones sociales de producción que a su vez corresponden a un grado determinado de desarrollo de las fuerzas productivas y que componen la estructura económica del régimen social.
- **Ingresos:** En términos generales, ingreso es la corriente de dinero o de bienes que acumula un individuo, una un grupo de personas, una empresa o la economía durante cierto periodo.
- **Riesgo de Cambio:** Se refiere a la posible generación de pérdidas en el valor de los activos, pasivos, o compromisos que se reflejan en cuentas de orden como resultados de fluctuaciones en la cotización de las divisas en que se denomine.
- **Riesgo-País:** Previsión de una eventual insolvencia comercial o financiera por parte de un vendedor o prestamista, a causa de problemas de carácter político o derivados de las graves perturbaciones económicas pueden darse de forma relativamente frecuente en los países en desarrollo. El riesgo país obliga a contratar seguros especiales con primas muy elevadas, Así como a hacer



provisiones en la cuenta de pérdidas y ganancias de las empresas vendedoras o prestamistas.

- **Política Monetaria:** conjunto de medidas que el gobierno lleva a cabo con el fin de conservar la estabilidad del poder de compra del dinero, de la balanza de pagos, el control sobre la inflación, el nivel de los salarios y otros objetivos a través del control del sistema monetario y la banca.
- **Inversión:** Es el gasto de dinero que se realiza en un proyecto, con la intención de que los flujos de caja se compensen con el capital invertido.
- **Inversión Extranjera:** Forma de adquisición de activos que un país extranjero por parte del gobierno o personas de un determinado país, a través de depósitos bancarios, acciones, bonos, títulos de tierra, edificios y bienes de capital.
- **Moneda:** Billetes y monedas que constituyen el medio de pago “coherente” en un país o el medio circulante.
- **Mercado Financiero:** Aquel en que se negocia la compra-venta de dinero u otros activos financieros generalmente no están situados en un lugar concreto, sino que se llama así al conjunto de participantes en la negociación, incluyendo los sistemas y regla de funcionamiento.
- **Moneda Nacional:** Moneda representativa a un determinado país en nuestro caso el colón salvadoreño.



- Tipo de Cambio Fijo: Es el determinado por las autoridades monetarias de un país que se comprometen a comprar o vender su divisa a ese precio.
- Señoreaje: Es el ingreso que percibe el gobierno como resultado de su poder monopólico para imprimir moneda.

1.4 Planteamiento y delimitación del problema

1.4.1 Antecedentes⁹

La integración monetaria¹⁰, no es un tema reciente por lo que se ha venido discutiendo en diferentes puntos de vista y supuestos, las ventajas y desventajas que podrían tener para El Salvador, la eliminación del colón para adoptar el dólar.

El 23 de Noviembre del año de 1999, el Presidente de la República, Francisco Flores anunció la Ley de Integración Monetaria. No faltó quién intentara derogarla.

La Ley fue adversada por recursos de inconstitucionalidad interpuestos ante la Corte Suprema de Justicia por la Fundación de Estudios para la aplicación del derecho (FESPAD), El Centro Democrático Unido (CDU) y el FMLN.

⁹ La Prensa Grafica. Miércoles 2 Enero del 2002.Pag.24

¹⁰ Pedro Motta Veiga, Director General Fundación Centro de Estudios de Comercio Exterior (FUNCEX) Río de Janeiro Brasil.



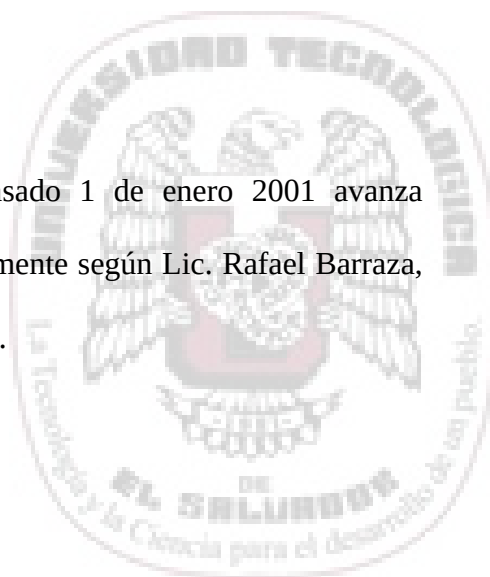
FESPAD fue quién realizó el primer intento de derogar dicha ley, El 18 de Diciembre aún antes de que entrara en vigencia. Luego el 4 de Enero del 2001, El CDU Presentó dos recursos más ante la Corte Suprema, uno contra el procedimiento de la aprobación de la Ley, y el segundo contra la inaplicabilidad de algunos artículos de la Ley Orgánica del Banco Central de Reserva de El Salvador. Días después, el 11 de Enero el FMLN, también impugnó La Ley argumentando que ésta le quitaba atribuciones al BCR. Sin embargo la Corte Suprema de Justicia, después de 11 meses de análisis resolvió que la Ley es y seguirá siendo constitucional.

Para que finalmente la Ley de Integración Monetaria fue aprobada el 30 de Noviembre del año 2000 y entró en vigencia el 1 de Enero del año 2001, Permitiendo la libre circulación del dólar como moneda de curso legal en el país junto con el colón y fijó una paridad de 8.75 colón por cada dólar, además decretó como unidad de cuenta en el sistema financiero la divisa estadounidense por lo que a partir de la entrada en vigencia de la Ley, cuentas de ahorro, pensiones, etc. Están expresadas en dólares.

1.4.2 Situación actual¹¹

El proceso de Integración Monetaria iniciado el pasado 1 de enero 2001 avanza normalmente, y el uso del dólar ha aumentado gradualmente según Lic. Rafael Barraza, presidente del Banco Central de Reserva de El Salvador.

¹¹ La Prensa Grafica. Miércoles 2 de Enero del 2002. Pag. 26



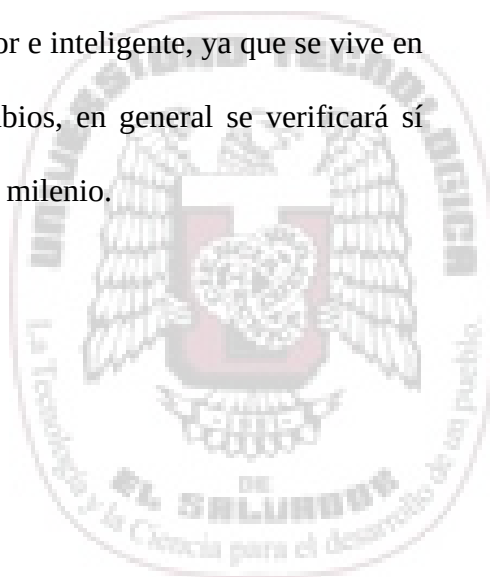
El BCR, consideró que la implementación de la Ley de Integración Monetaria ha sido exitosa a pesar que los problemas de conversión y redondeo todavía persisten.

De acuerdo con Rafael Barraza, el dólar ha sido más aceptado en la zona urbana que en la rural. Y más en el occidente que en el oriente del país.

En su primer año la Ley de Integración Monetaria se logró adjudicar la victoria más importante “su legalidad “.

1.4.3 Enunciado del problema

En qué medida la Ley de Integración Monetaria incide en los consumidores del sector comercio, subsector al pormenor (supermercados), del área metropolitana de San Salvador municipio de Soyapango, El Salvador y su gobierno consideró que era necesario implementar la Integración Monetaria como medida para lograr la estabilidad económica y atraer la inversión extranjera, generando fuentes de empleo que mejoren las condiciones de vida de la población. De hecho las autoridades han citado el aumento del poder adquisitivo y la disminución de la pobreza, por esto, cada vez se tendrá mayor necesidad de enfrentar situaciones de un modo innovador e inteligente, ya que se vive en un mundo caracterizado por rápidos y complejos cambios, en general se verificará si realmente se está preparado para asumir retos del nuevo milenio.



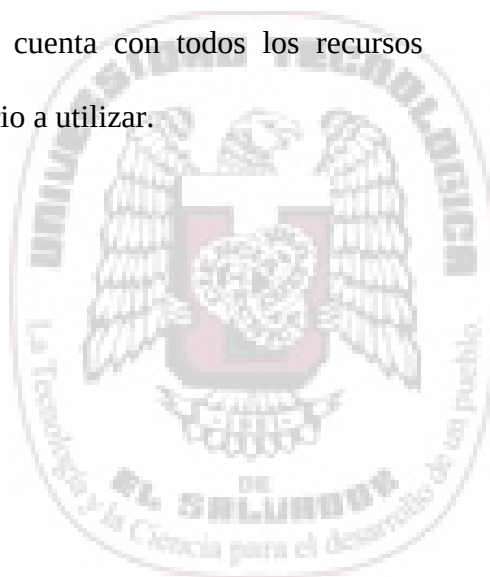
1.4.4 Justificación de la investigación

La Ley de Integración Monetaria es un tema de mucha relevancia en nuestra actualidad porque se está tratando sobre la situación económica tanto del país como personal. Ésta llega a El Salvador con una perspectiva de “ente estabilizador” sabiendo que el país no escapa a la realidad internacional; ya que cualquier crisis financiera que sufra la economía de los Estados Unidos y el dólar, arrastrará a El Salvador quedando totalmente expuesto a vaivenes externos, que permanecerán fuera del control interno del gobierno.

Por tal motivo la Ley de Integración Monetaria es un tema importante e innovador, lo cual permite que esta Ley sea objeto de estudio porque abarca todo el país no importando clase social, sexo o religión.

En términos generales la presente investigación es muy valiosa para el sector comercio, subsector al pormenor (supermercados) ya que con ella se tendrá una base que ayudará a elaborar las recomendaciones de la problemática en estudio, para que puedan ser utilizadas en la toma de decisiones.

Se considera que para realizar esta investigación se cuenta con todos los recursos Humanos, Materiales, Tecnológicos y el tiempo necesario a utilizar.



1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo general

Analizar el efecto que ha causado la aprobación de La Ley de Integración Monetaria en las transacciones comerciales que realizan los consumidores en el sector comercio, subsector al por menor (Supermercados) del Área Metropolitana de San Salvador, municipio de Soyapango.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Elaborar un Marco Teórico Conceptual de Referencia; Sobre la incidencia de la Ley de Integración Monetaria.
2. Efectuar una investigación de campo que permita analizar e interpretar la situación actual y los efectos que ha tenido la Ley de Integración Monetaria, en los Consumidores de los supermercados del municipio de Soyapango.
3. Analizar el comportamiento de los consumidores a partir de la aprobación de la Ley y presentar recomendaciones viables que ayuden a implementar mejoras en las empresas del sector comercio subsector al por menor.



CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO SOBRE LOS EFECTOS DE LA LEY DE INTEGRACIÓN MONETARIA EN LOS CONSUMIDORES DEL SECTOR COMERCIO (SUPERMERCADOS)

2.1 Metodología de la Investigación

2.1.1 Población y muestra.

Para conocer el efecto de la Ley de Integración Monetaria en los consumidores del sector comercio sub-sector al pormenor (supermercados) del área Metropolitana de San Salvador, Municipio de Soyapango; Se consideró como población dentro de la investigación a los habitantes del municipio de Soyapango, que según datos oficiales proporcionados por la alcaldía municipal, la población asciende a 500,000 habitantes.

Para obtener la muestra se utilizó el método de muestreo probabilístico aleatorio simple ya que todos tienen la misma probabilidad de ser elegidos. Y para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{S^2}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{S^2}{N}}$$



Donde :

$Z = 1.96$, Nivel de confianza del 95 %

$S^2 =$ La desviación estándar de la población ($p \cdot q$)

$p =$ Proporción de la ocurrencia de un evento(0.85)

$q =$ Proporción de la no-ocurrencia de un evento(0.15)

$E =$ Error muestral (0.05)

$n =$ Tamaño de la muestra

$N =$ Población 500,000

$$n = \frac{0.1275}{\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{0.1275}{500,000}} = 196 \text{ encuestas.}$$

La muestra comprende 196 consumidores distribuidos de la siguiente manera, a criterio del grupo ya que no existe información oficial referente al número de consumidores que visitan diariamente los supermercados:

Supermercado	Población
Hiper-Paiz	49
Súper selectos	49
Despensa de Don Juan	49
Despensa Familiar	49
Total	196



La muestra se conformó por los consumidores del sexo masculino y femenino de 18 a 45 años de edad que visitan los supermercados (Hiper- Paiz, Súper Selectos, Despensa de Don Juan y Despensa Familiar) en el horario de 9:00 AM a 9:00 PM en el área metropolitana de San Salvador, municipio de Sayapango.

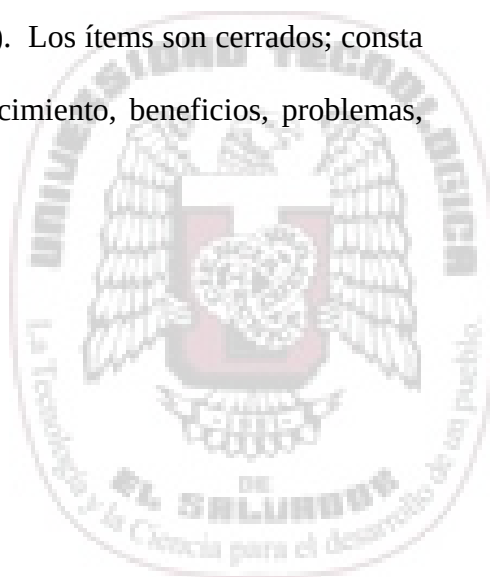
2.1.2 Técnicas e Instrumentos

La técnica para la recolección de la información que permitió establecer un diagnóstico de la problemática en estudio fue la encuesta.

Y el instrumento que se aplicó fue el cuestionario elaborado por el equipo que desarrolló la investigación en los consumidores del sector en estudio (Ver anexo No. 2).

En la identificación del encuestado se recabaron los siguientes datos: sexo, edad, profesión u oficio, ingresos familiares mensuales.

Los elementos que se tomaron en cuenta para formular los ítems del cuestionario se presentan en la matriz de congruencia (Ver anexo No.1). Los ítems son cerrados; consta de 16 ítems cerrados. Indagan aspectos como: conocimiento, beneficios, problemas, comportamiento y opinión del consumidor.



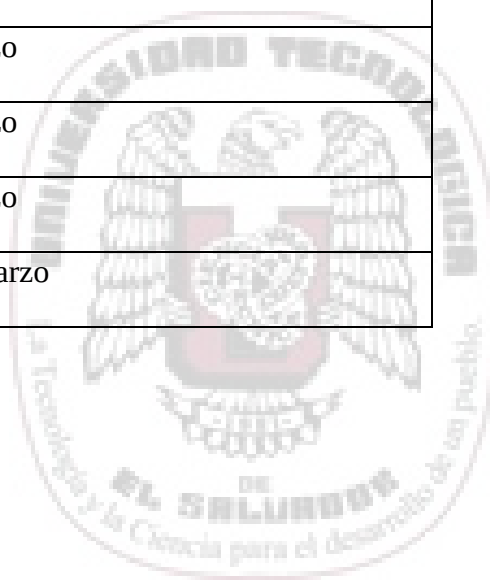
2.1.3 Procedimiento

Una vez elaborado el instrumento y con el objetivo de validarlo se procedió a realizar la prueba piloto que se ejecutó en el Supermercado Hiper Paiz y que tuvo una duración de una semana; después de aplicada la prueba piloto se determinaron criterios tales como: Establecer el tiempo promedio de su aplicación, estructura, redacción, comprensión, sugerencias para el manejo y tabulación de datos. Después de todas las observaciones hechas se estructuró el instrumento final.

Para la aplicación de encuestas se visitó cada uno de los supermercados seleccionados y luego se estableció la fecha de aplicación de cada uno de ellos. Esta se efectuó entre el 4 al 10 de marzo del presente año.

A continuación se presenta un cuadro que especifica las fechas de aplicación del instrumento.

Supermercados	Fecha de Aplicación
	Mes de Marzo
Hiper – Paiz	4 – 5 Marzo
Súper selectos	6 – 7 Marzo
Despensa de Don Juan	8 – 9 Marzo
Despensa Familiar	10 – 11 Marzo



Los pasos utilizados para recolectar los datos son los siguientes:

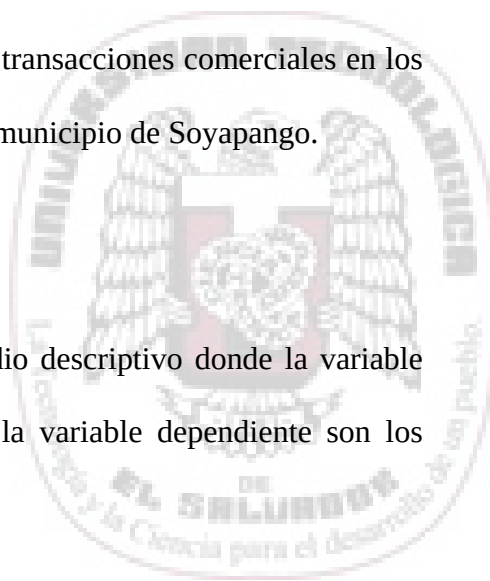
- EL INSTRUMENTO; se aplicó en un tiempo de 5 a 10 minutos.
- Después de la recolección de datos se procedió a estructurar los cuadros por frecuencia y porcentaje para luego construir las gráficas correspondientes a cada uno de los items.
- Los resultados se analizaron con base a un total de 196 consumidores encuestados; sin embargo los totales en la pregunta No.4 varían debido a que la mayoría de las personas a un año de la Ley de Integración Monetaria ya no se le dificulta la utilización de monedas de dólar.
- Al finalizar esta etapa, los resultados obtenidos con la investigación se utilizaron para determinar los efectos de la Ley de Integración Monetaria en los consumidores del sector en estudio.

2.1.4 Unidades de Análisis

El estudio se realizó en los consumidores que efectúan transacciones comerciales en los supermercados del área metropolitana de San Salvador municipio de Soyapango.

2.1.5 Tipo de investigación

La presente investigación corresponde al tipo de estudio descriptivo donde la variable independiente es la Ley de Integración Monetaria y la variable dependiente son los



efectos en los consumidores. Ya que se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio. Luego en la realización de la investigación, pasará al tipo de estudio explicativo, donde se estudiará el porqué de las cosas, hechos, fenómenos o situaciones que están sucediendo respecto al tema. Significa que el estudio está orientado a conocer las principales causas y efectos que La Ley de Integración Monetaria ha traído a los consumidores del sector comercio subsector a pormenor (Supermercados) del área metropolitana de San Salvador municipio de Soyapango.

2.1.6 Análisis e Interpretación de Resultados

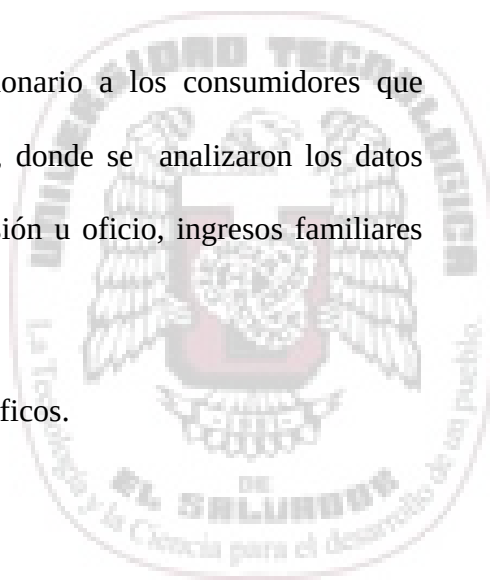
Se realizó el análisis de los resultados para cada una de las preguntas que se establecieron en el cuestionario para conocer los efectos de la ley de integración monetaria en los consumidores de los supermercados.

Investigación de Campo

PRIMERA PARTE DATOS GENERALES

Esta Investigación consistió en suministrar un cuestionario a los consumidores que visitan los supermercados mencionados anteriormente, donde se analizaron los datos generales de los cuales se tomaron: sexo, edad, profesión u oficio, ingresos familiares mensuales, de la población seleccionada.

Para analizarlo de mejor forma se presentan tablas y gráficos.



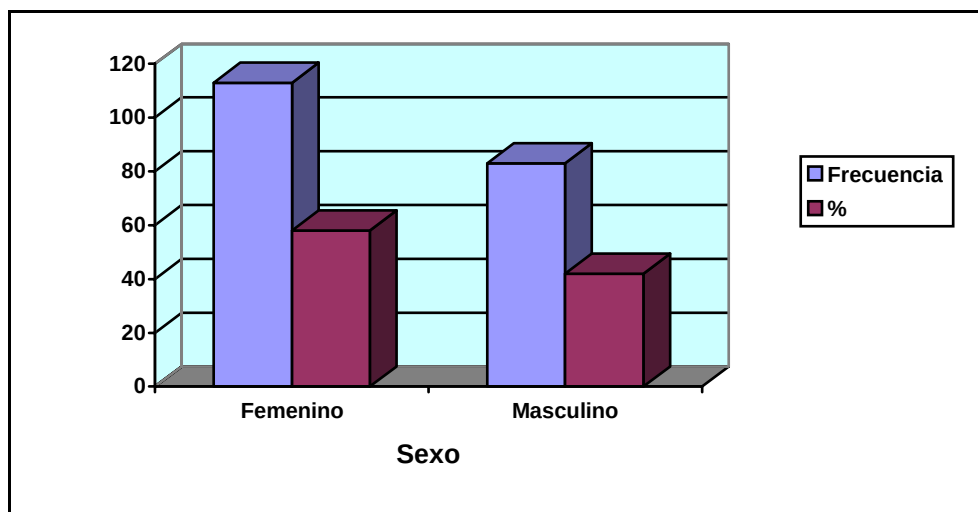
ANÁLISIS DE DATOS GENERALES

PRIMERA PARTE

SEXO.

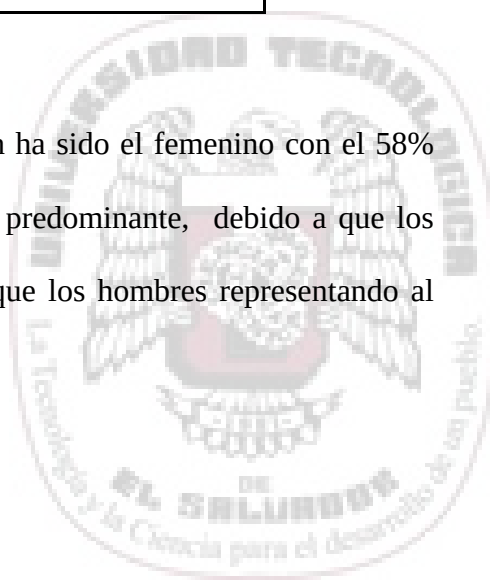
Objetivo: Especificar porcentualmente el sexo de la población encuestada.

Sexo	Frecuencia	%
Femenino	113	58
Masculino	83	42
Total	196	100



Análisis:

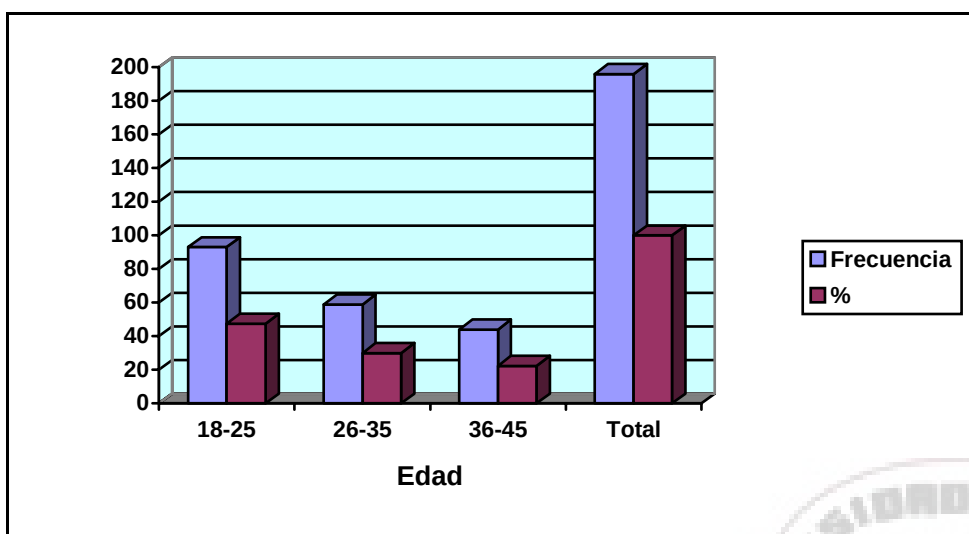
El género con mayor porcentaje dentro de la población ha sido el femenino con el 58% esto significa que la opinión de este sexo es la más predominante, debido a que los supermercados son más visitados por las mujeres ya que los hombres representando al sexo masculino obtuvieron un 42%.



EDAD

Objetivo: Conocer el porcentaje de edades de los visitantes en los supermercados dentro de los rangos establecidos.

Edad	Frecuencia	%
18-25	93	47.45
26-35	59	30.10
36-45	44	22.45
Total	196	100



Análisis:

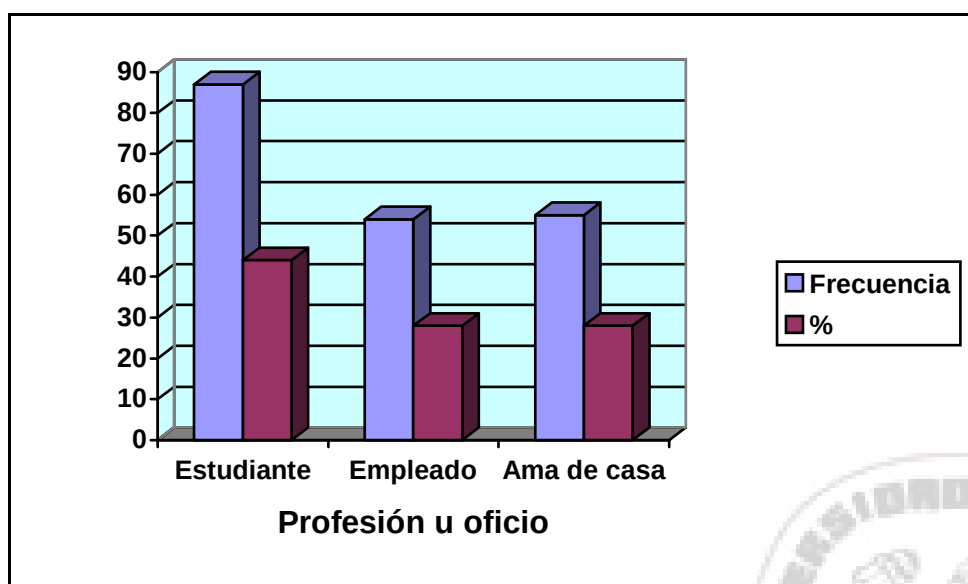
La mayor afluencia que visitan los supermercados esta entre los 18 y 25 años de edad con un porcentaje del 47.45%



PROFESIÓN U OFICIO

Objetivo: Identificar la profesión u oficio de los consumidores que visitan los supermercados del área de San Salvador, municipio de Soyapango.

Profesión u oficio	Frecuencia	%
Estudiante	87	44
Empleado	54	28
Ama de casa	55	28
Total	196	100



Análisis:

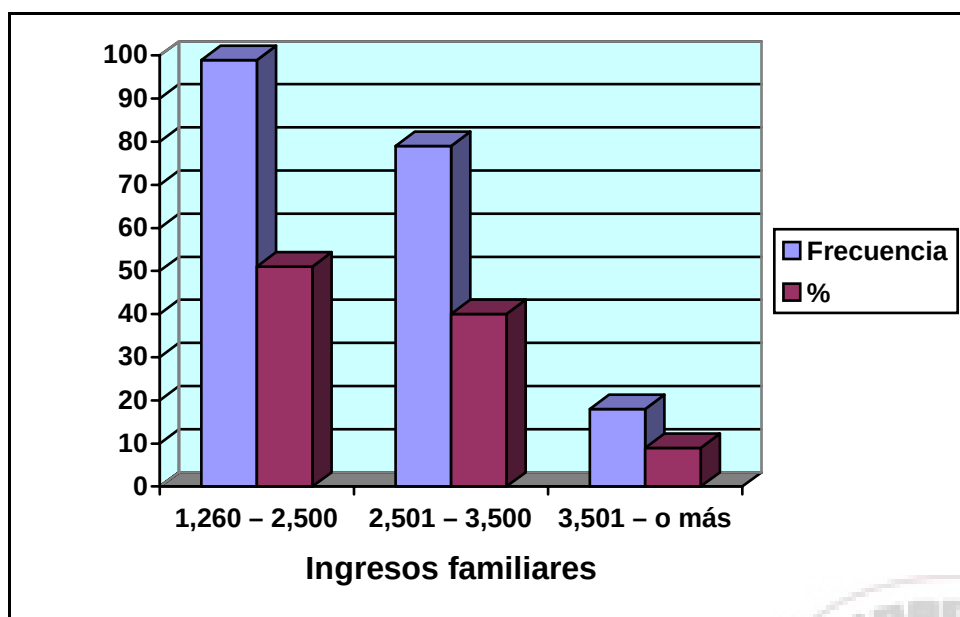
El tipo de consumidor que más visita a los supermercados del área de Soyapango es estudiante con 44%



INGRESOS FAMILIARES MENSUALES

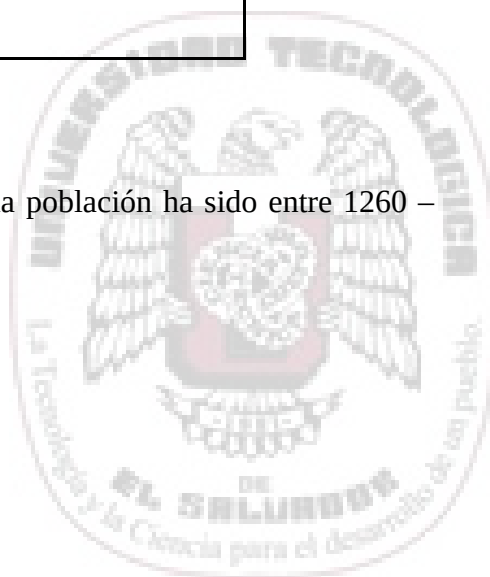
Objetivo: Conocer el rango de ingresos familiares de los consumidores que visitan los supermercados de San Salvador, Municipio de Soyapango.

Ingresos familiares	Frecuencia	%
1,260 – 2,500	99	51
2,501 – 3,500	79	40
3,501 – o más	18	9
Total	196	100



Análisis:

El rango de ingresos con mayor porcentaje dentro de la población ha sido entre 1260 – 2500 con un 51%



ANÁLISIS GLOBAL DE DATOS GENERALES

DATOS	GENERALIDADES	%
Sexo	Femenino	58
Edad	18 - 25	59
Profesión u oficio	Estudiante	44
Ingresos familiares	1,260 – 2,500	51

Dentro de la investigación, respecto a las generalidades se determinó que el género femenino es predominante en lo que se refiere a la población encuestada, el cual obtuvo un 58%, la edad de los consumidores que visitan los supermercados oscila entre 18 – 25 años y que entre los supermercados encuestados, se les asignó 49 encuestas especificando, así el número de consumidores a encuestar.

En lo que se refiere a la profesión u oficio de los consumidores que visitan los supermercados se verificó que la profesión estudiante es la que más visita los supermercados del área de Soyapango, en el cual se obtuvo un 44%.

Los ingresos familiares mensuales de los consumidores en los supermercados de Soyapango son entre 1260 – 2500 con un 51%.



ANÁLISIS DE DATOS ESPECÍFICOS

SEGUNDA PARTE

Estos son los datos obtenidos a través del cuestionario que explora:

Conocimiento

Beneficios

Problemas

Comportamiento

Opinión del consumidor

Para realizar este análisis porcentual y responder al objeto general que reza “Analizar el efecto que ha causado la Ley de Integración Monetaria en las transacciones comerciales que realizan los consumidores en el Sector Comercio subsector al pormenor (Supermercados) del área metropolitana de San Salvador municipio de Soyapango”

Se presentan las tablas individuales de cada uno de los ítems y su análisis global de resultados.

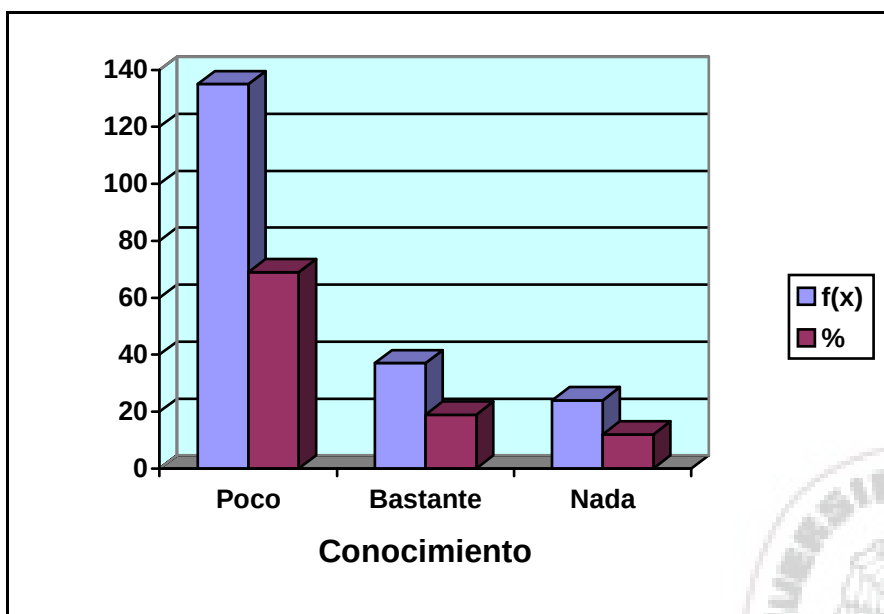


Pregunta N° 1

¿Cuánto conoce usted de la Ley de Integración Monetaria?

Objetivo: Conocer la opinión de los consumidores en cuanto al conocimiento que tienen sobre la Ley de Integración Monetaria.

Conocimiento	f(x)	%
Poco	135	69
Bastante	37	19
Nada	24	12
Total	196	100



Análisis:

El grado de conocimiento que tienen los consumidores respecto a la Ley de Integración Monetaria es poco con un 69%; pues conocen sólo lo indispensable por ejemplo: el tipo de cambio fijo que es de ₡8.75 colones por dólar y que los productos deberían tener los precios en ambas monedas durante los primeros 6 meses que entró en vigencia la Ley.

Los que poseen bastante conocimiento de la Ley es sólo un 19%, a través de la información proporcionada en periódicos, boletines, televisión, radio, ya que ellos están conscientes que deben estar muy bien informados al respecto para evitar confusiones a la hora de realizar las transacciones comerciales en los supermercados y sólo el 12% de los encuestados opinan que no conocen nada de la Ley.

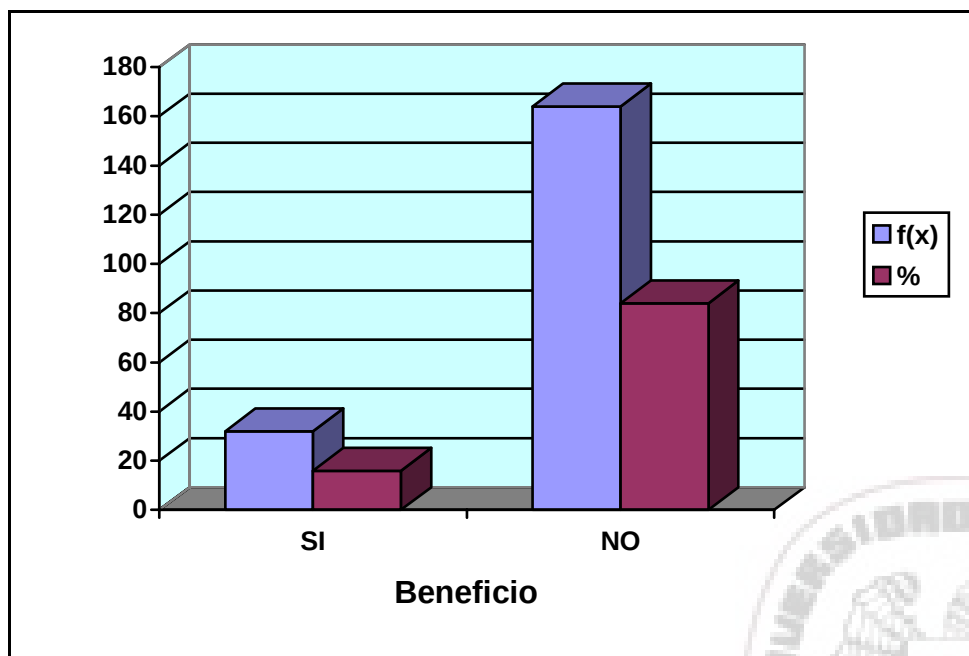


Pregunta N° 2

¿Cree usted que la Ley de Integración Monetaria le ha beneficiado?

Objetivo: Determinar si le ha traído algún beneficio la Ley de Integración Monetaria a los consumidores de los diferentes supermercados.

Beneficio	f(x)	%
SI	32	16
NO	164	84
Total	196	100



Análisis:

El 84% de los consumidores opinan que la Ley de Integración Monetaria no le ha traído ningún beneficio, para ellos la implementación de la Ley no ha sido favorable; más bien han tenido que enfrentar una serie de adversidades y obstáculos como el redondeo y el adaptarse al manejo de las dos monedas. Y según los datos obtenidos sólo para el 16% de los encuestados la Ley ha significado beneficios, ya que la estabilización de los precios y que no exista riesgo de devaluación de la moneda, es lo que más favorece a los consumidores de éste sector.

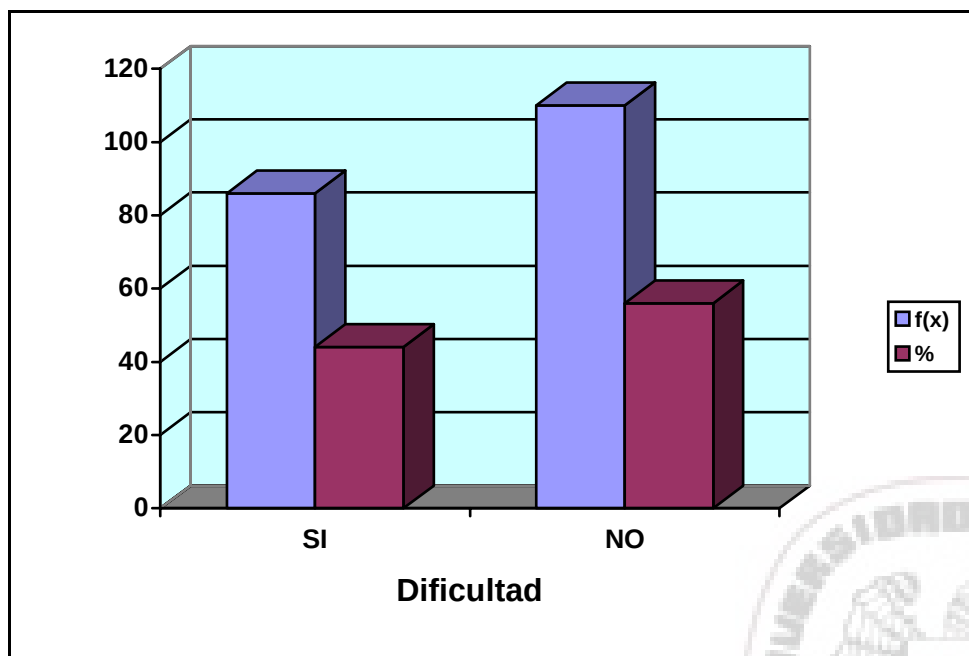


Pregunta N° 3

¿Se le dificulta utilizar las monedas de dólar?

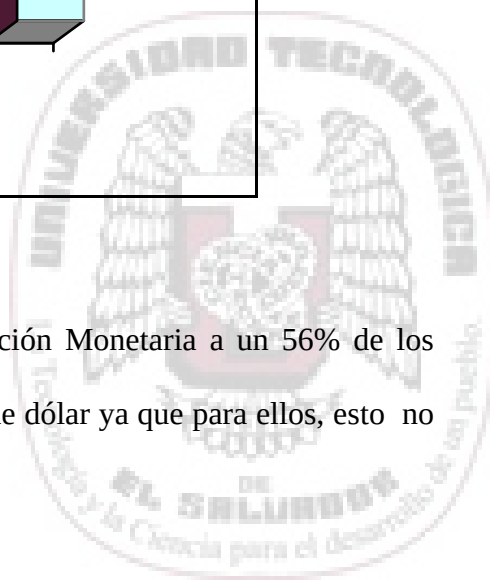
Objetivo: Determinar el grado de dificultad que enfrentan los consumidores al utilizar monedas de dólar.

Dificultad	f(x)	%
SI	86	44
NO	110	56
Total	196	100



Análisis:

A un año de la implementación de la Ley de Integración Monetaria a un 56% de los encuestados ya no se les dificulta utilizar las monedas de dólar ya que para ellos, esto no



representa un problema, logrando así el manejo adecuado de las monedas. Y solo para un 44% opinan que si se les dificulta utilizar las monedas ya que para ellos esto ha sido un problema y que actualmente todavía enfrentan una serie de inconvenientes al momento de manejar monedas de dólar

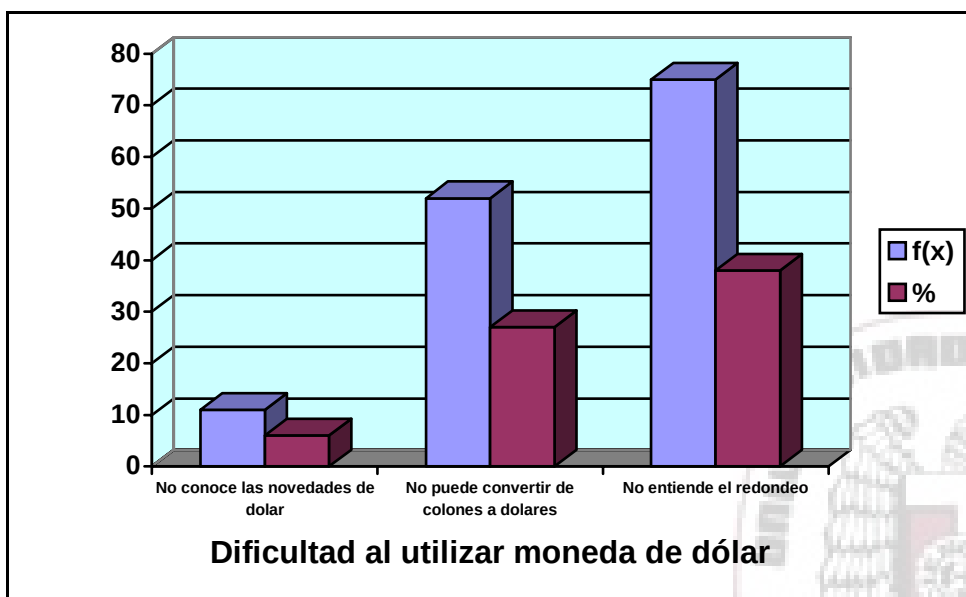


Pregunta N° 4

¿Por qué se le dificulta utilizar las monedas de dólar?

Objetivo: Determinar la causa por la cual se le dificulta utilizar a los consumidores las monedas de dólar.

Dificultad al utilizar moneda de dólar	f(x)	%
No conoce las monedas de dólar	11	6
No puede convertir de colones a dólares	52	27
No entiende el redondeo	75	38
Total	138	71



Análisis:

La principal dificultad que han enfrentado los consumidores con la implementación de la Ley de Integración Monetaria es el “Redondeo”, con un 38% ya que para ellos el hecho de que circulen las dos monedas conlleva mas dificultad al momento de realizar las conversiones de colón a dólar y viceversa. Para un 27% se le dificulta el hecho de convertir de colones a dólares, ya que todavía no se han adaptado muy bien al manejo de colones y dólares.

Y solo un 6% de la población encuestada encuentra dificultad porque no conoce muy bien las monedas de dólar y tienden a confundirse con las denominaciones de las monedas.

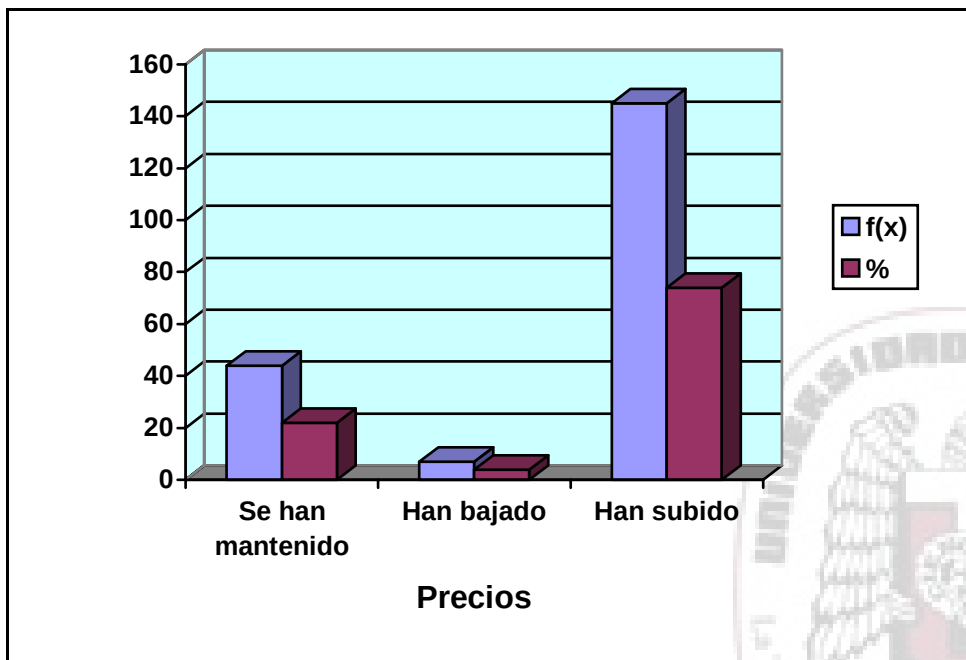


Pregunta N° 5

¿Cree usted que los precios han cambiado a partir de la implementación de la Ley de Integración Monetaria?

Objetivo: Determinar si los precios han cambiado como efecto de la implementación de la Ley de Integración Monetaria.

Precios	f(x)	%
Se han mantenido	44	22
Han bajado	7	4
Han subido	145	74
Total	196	100



Análisis:

Para la mayoría de los consumidores encuestados el precio de los productos en los supermercados han subido teniendo un porcentaje de 74% de acuerdo a los resultados obtenidos el precio es un factor muy sensible a la hora de realizar la conversión de las dos monedas, ya que al aplicar el redondeo este tiende a variar. Y que muchas veces existen errores en los cálculos, por lo que se puede mencionar que los precios de los productos en este sector después de implementada la Ley de Integración Monetaria, han tenido un leve incremento. Esto se debe a la aplicación de aproximaciones. Por consiguiente el redondeo, ha afectado en cierta medida el precio de los productos ya que en muchas ocasiones se cobran algunos centavos más.

Para un 22% de los encuestados los precios se han mantenido, este grupo considera que el precio se ha mantenido porque el impacto económico ha sido mínimo. Y que los productos no han incrementado sus precios en algunos supermercados y sólo el 4% considera que los precios han bajado, con la implementación de la Ley de Integración Monetaria.

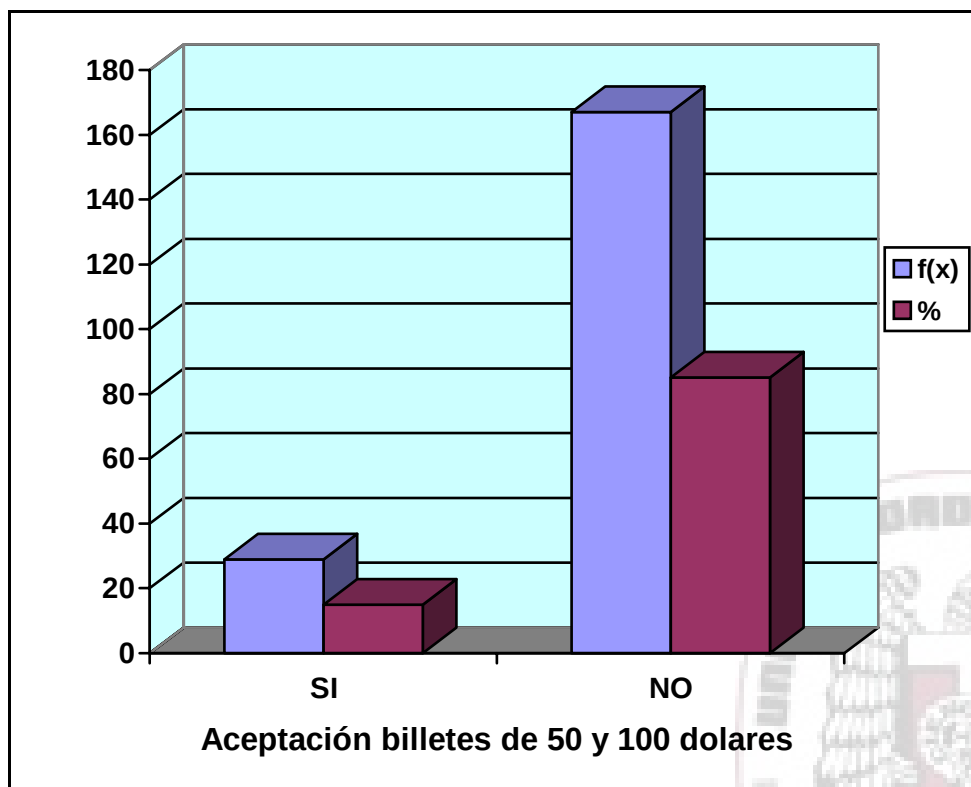


Pregunta N° 6

¿Está usted de acuerdo que en los supermercados no le acepten billetes de dólar de 50 y de 100?

Objetivo: Conocer la opinión de los consumidores respecto a la aceptación de billetes de 50 y 100 dólares en los supermercados.

Aceptación billetes de 50 y 100 dólares	f(x)	%
SI	29	15
NO	167	85
Total	196	100



Análisis:

De acuerdo a los porcentajes obtenidos un 85% de las personas encuestadas están en desacuerdo que no les acepten en los supermercados los billetes de 50 y 100 dólares, esto representa un problema por el hecho de que emiten estas denominaciones y están circulando en todo el país y no es posible que estas empresas no quieran aceptarlas; Asimismo un 15% están de acuerdo en la no aceptación de billetes de 50 y 100 dólares por ser denominaciones muy altas y por que existe el riesgo de la falsificación de los billetes de dólares e implicaría una pérdida para estas empresas.

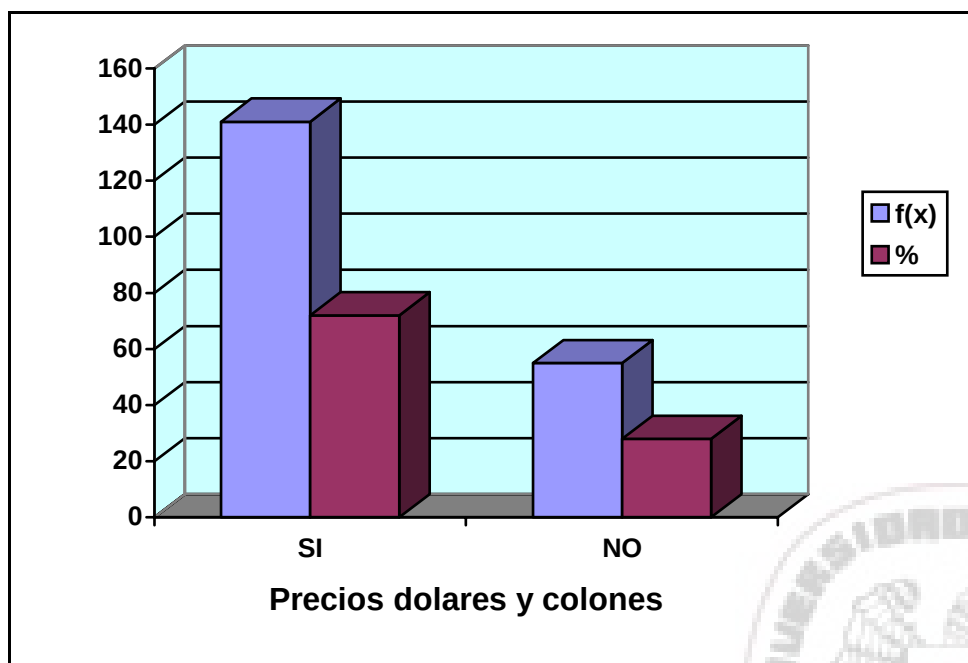


Pregunta N° 7

¿Los productos en los supermercados tienen los precios en dólares y colones?

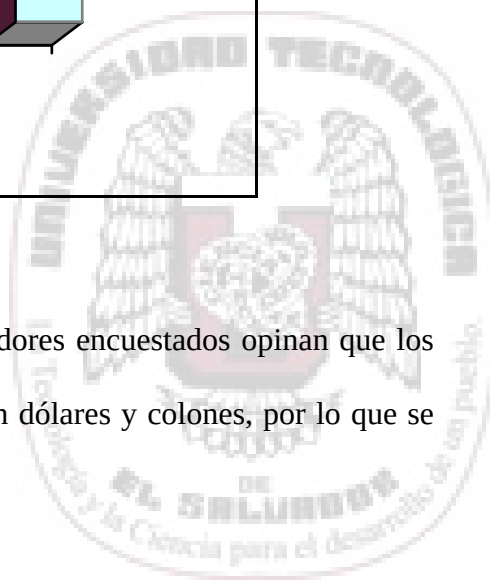
Objetivo: Determinar si los productos tienen el precio en dólares y colones en los diferentes supermercados.

Precios dólares y colones	f(x)	%
SI	141	72
NO	55	28
Total	196	100



Análisis:

Con un 72% que implica a la mayoría de los consumidores encuestados opinan que los productos en los supermercados si tienen los precios en dólares y colones, por lo que se



puede mencionar que estas empresas si han cumplido con la normativa dictada en la Ley de Integración Monetaria de que los productos deberían de tener los precios en ambas monedas durante los primeros 6 meses que entró en vigencia la Ley y solo un 28% opina que en algunos supermercados los precios de los productos no están establecidos en las dos monedas.

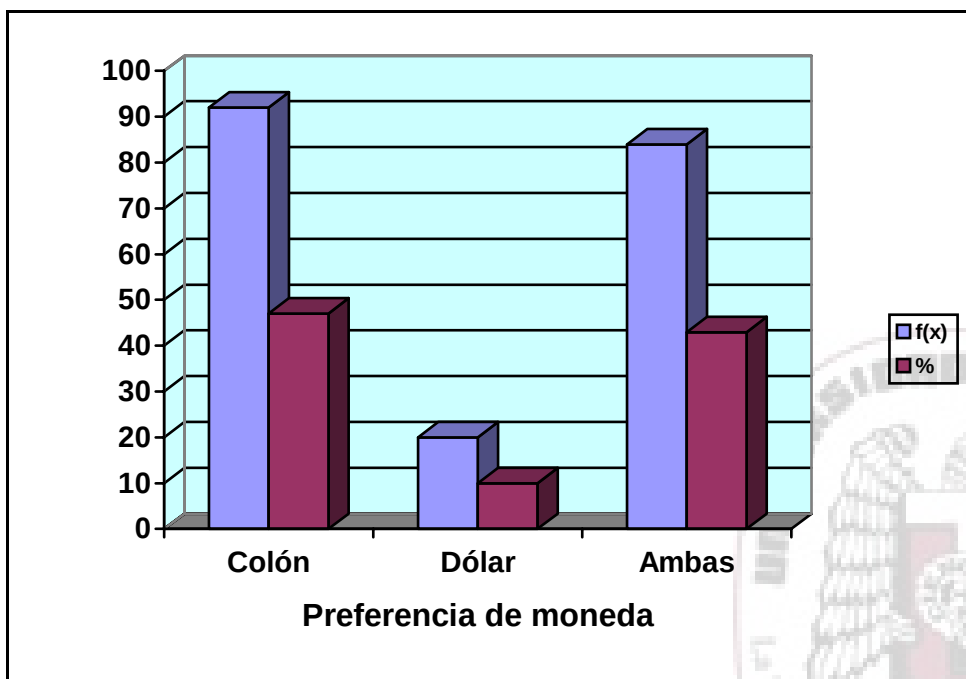


Pregunta N° 8

¿Qué moneda es de su preferencia al momento de hacer sus compras en los supermercados?

Objetivo: Identificar que moneda prefieren los consumidores a la hora de realizar sus compras en los diferentes supermercados.

Preferencia de moneda	f(x)	%
Colón	92	47
Dólar	20	10
Ambas	84	43
Total	196	100



Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos un 47% de los encuestados prefieren realizar sus compras en la moneda Colón, se puede verificar que los consumidores no han aceptado totalmente el dólar y esto debido a que no se dio una preparación adecuada para su asimilación sino que se puso muy apresuradamente. Además otro factor importante para que las personas sientan cierto rechazo al dólar es la cultura, ya que el colón es la moneda nacional desde hace años.

Un 43% opinan que prefiere realizar sus transacciones comerciales en ambas monedas y sólo un 10% prefiere el dólar.

Al observar los resultados de las personas que opinan cual moneda es de su preferencia y al sumar los resultados de los que prefieren el dólar y los que prefieren ambas monedas arroja un dato positivo por lo que cabe mencionar que la integración monetaria ha sido efectiva.

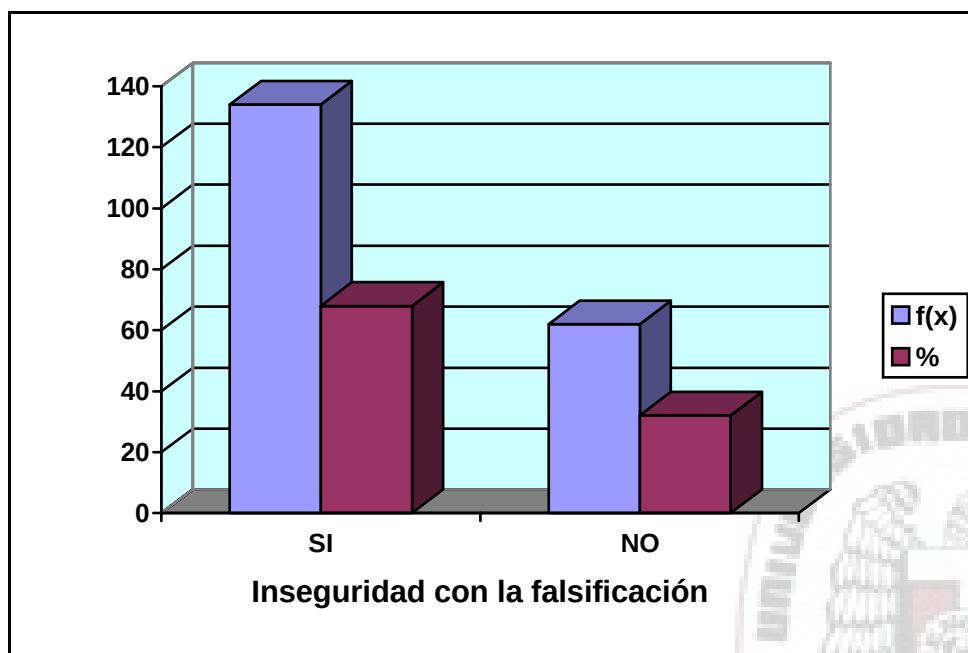


Pregunta N° 9

¿Teme usted o siente inseguridad con la falsificación de los dólares?

Objetivo: Identificar el grado de inseguridad que existe en los consumidores de los supermercados con la falsificación de los dólares a partir de la Ley de Integración Monetaria.

Inseguridad con la falsificación	f(x)	%
SI	134	68
NO	62	32
Total	196	100



Análisis:

De los consumidores encuestados un 68% siente inseguridad con la falsificación de los dólares, el problema lo plantea el hecho de que, al circular libremente el dólar como moneda; los recursos que puedan utilizar los narcotraficantes se vuelven más sensibles sin que las autoridades los perciban. Y solo un 32% opina que no siente inseguridad con la falsificación de los dólares.

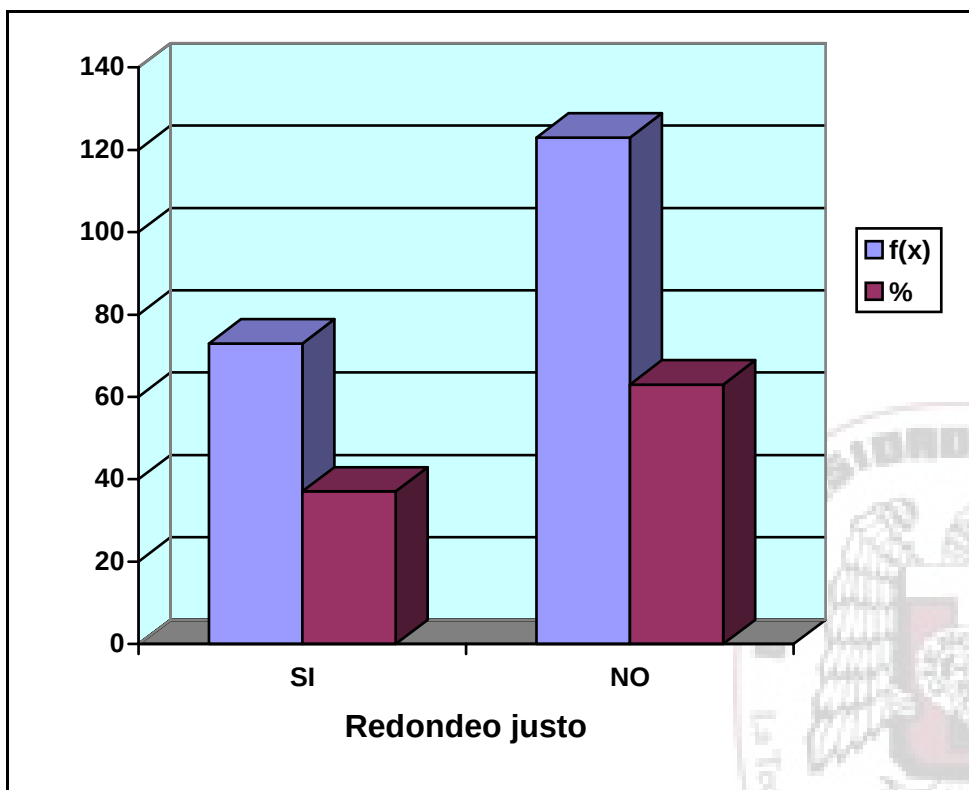


Pregunta N° 10

¿Según su criterio la técnica del redondeo es justa?

Objetivo: Determinar si la técnica del redondeo implementada con la Ley de Integración Monetaria es justa en las transacciones que los consumidores realizan en los supermercados.

Redondeo Justa	$f(x)$	%
SI	73	37
NO	123	63
Total	196	100



Análisis:

Según los porcentajes obtenidos en la investigación el 63% opina que la técnica del redondeo no es justa debido a que esta se aplica a la conveniencia o a favor del vendedor en un momento determinado, y solo un 37% opina que la técnica del redondeo es justa

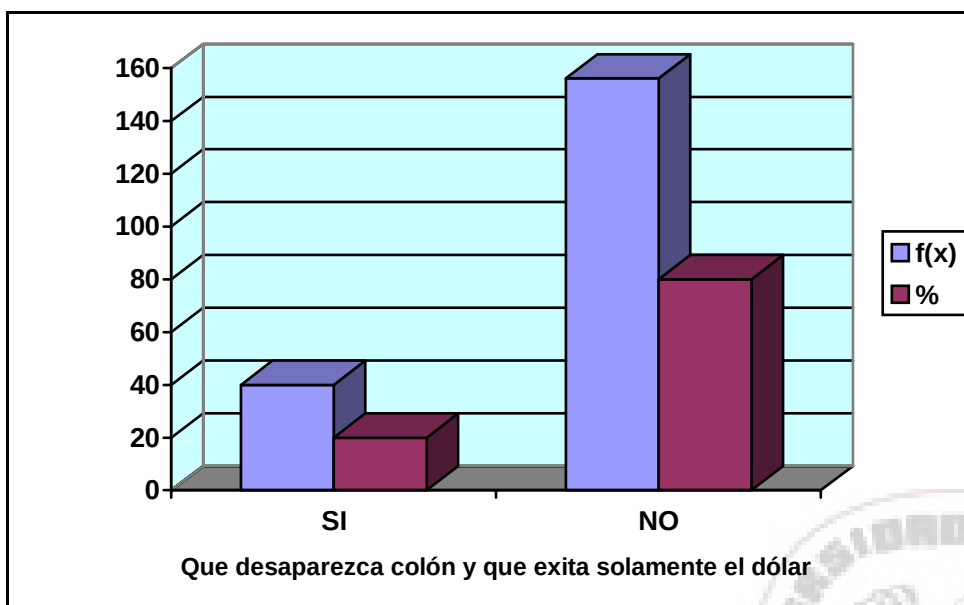


Pregunta N° 11

¿Está usted de acuerdo que desaparezca el colón y que exista solamente el dólar?

Objetivo: Determinar si los consumidores de los supermercados están de acuerdo en que desaparezca el colón y que exista solamente el dólar.

Que desaparezca el Colón y que exista solamente el dólar	f(x)	%
SI	40	20
NO	156	80
Total	196	100



Análisis:

El 80% de los encuestados no quieren que desaparezca el colón ya que la mayoría opina que se perdería la identidad nacional, con el cual se identifican. Ya que los consumidores expresan que el colón es la moneda nacional desde hace años y solo un 20% opina que si están de acuerdo en que desaparezca el colón y que exista solamente el dólar.

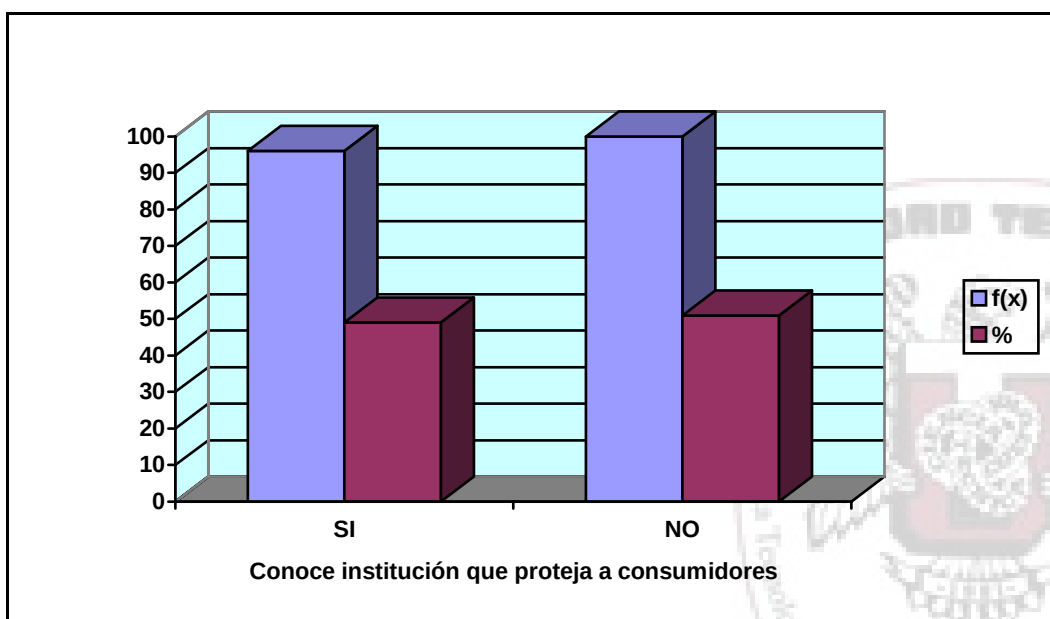


Pregunta N° 12

¿Conoce usted alguna institución que proteja a los consumidores contra el abuso al realizar las transacciones comerciales?

Objetivo: Identificar cuántas personas conocen alguna institución reguladora que proteja a los consumidores contra el abuso en las transacciones comerciales.

Conoce alguna institución reguladora que proteja a los consumidores	f(x)	%
SI	96	49
NO	100	51
Total	196	100





Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos el 51% de las personas encuestadas expresan que no conocen una institución que proteja a los consumidores contra el abuso al realizar transacciones comerciales, este problema lo plantea el hecho de que estos organismos no cuentan con un programa de publicidad masiva que trascienda a todos los lugares para que las personas puedan conocer y aprender muy bien de estas instituciones que existen a favor del consumidor para que estos se sientan protegidos.

Otro grupo que conforman el 49% de los encuestados si conocen al menos una institución que proteja a los consumidores en el país.

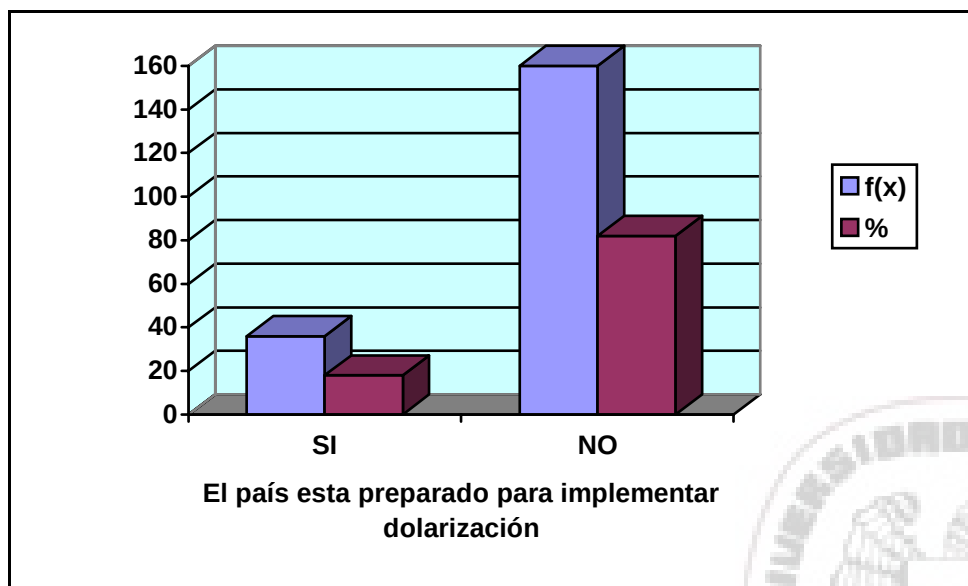


Pregunta N° 13

¿Considera usted que el país está preparado para implementar la dolarización?

Objetivo: Determinar que porcentaje de consumidores de los supermercados considera que nuestro país está preparado para la implementación de la ley de integración monetaria.

El país esta preparado para implementar dolarización	f(x)	%
SI	36	18
NO	160	82
Total	196	100



Análisis:

El 82 % que integran la mayoría de los consumidores encuestados en los supermercados del área de Soyapango opinan que el país no está preparado para dolarizar la economía

ya que el país no cuenta con una base económica fuerte que le permite superar los retos que conlleva dolarizar la economía salvadoreña.

Y sólo el 18% de los encuestados opinan que el país si está preparado para dolarizarse ya que la Ley de Integración Monetaria ha venido a educar a la población en lo referente a la utilización y adaptación del dólar en el país.

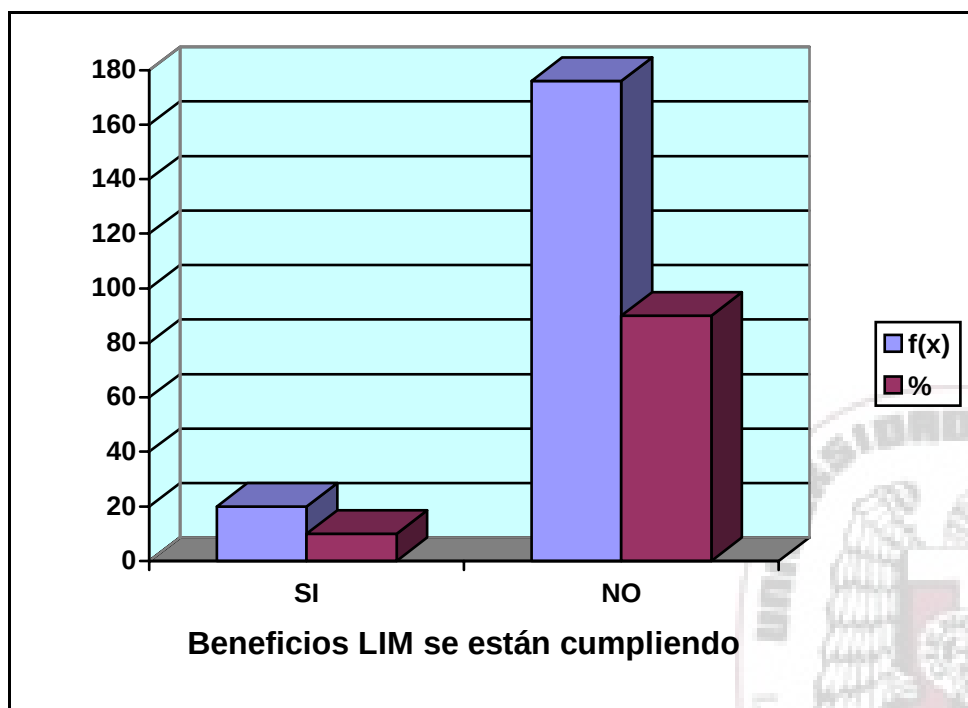


Pregunta N° 14

¿Cree usted que todos los beneficios ofrecidos respecto a la Ley de Integración Monetaria se están cumpliendo?

Objetivo: Determinar si ha beneficiado la Ley de Integración Monetaria y si se están cumpliendo a partir de la implementación de ésta.

Beneficios de LIM se están cumpliendo	f(x)	%
SI	20	10
NO	176	90
Total	196	100



Análisis:

Según los porcentajes obtenidos que conforman un 90% de los consumidores encuestados opinan que los beneficios ofrecidos respecto a la Ley de Integración Monetaria no se están cumpliendo que simplemente fue una política del gobierno para imponer la Ley y que por el contrario la Ley de Integración Monetaria solo ha traído dificultades para los consumidores de este sector como el redondeo y el incremento de preciso en los productos.

Y sólo una minoría del 10 % expresa que los beneficios ofrecidos respecto a Ley si se están cumpliendo ya que para ellos la implementación de esta Ley ha sido favorable porque los cambios que se han dado no han sido trascendentales.

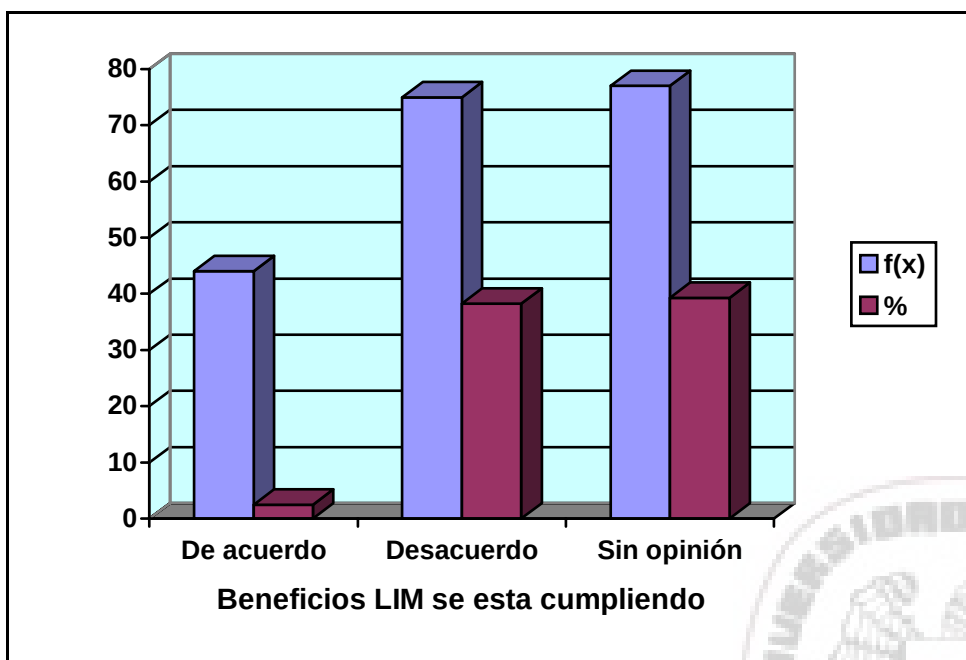


Pregunta N° 15

¿Cuál es su opinión respecto a la implementación de la Ley de Integración Monetaria.

Objetivo: Determinar la opinión de los consumidores si están o no de acuerdo con la implementación de la Ley de Integración Monetaria.

Opinión	f(x)	%
De acuerdo	44	24.50
Desacuerdo	75	38.27
Sin opinión	77	39.28
Total	196	100



Análisis:

Según los datos obtenidos un porcentaje 38.27% de los encuestados expresan que están en desacuerdo con la implementación de la Ley de Integración Monetaria ya que esta solo ha traído problemas y que produjo cambios en los cuales se ha tenido que invertir y ha venido a perjudicar a la población consumidora produciendo muchos inconvenientes al momento de realizar las transacciones comerciales.

Un grupo del 22.45% de los encuestados está de acuerdo con la implementación de la Ley ya que estos opinan que será de mucho beneficio para el país y que incentivará el desarrollo y la inversión, logrando así un crecimiento económico favorable.

Y el 39.29% prefieren no opinar ya que se dice que la implementación de ésta fue inconsulta y que no le preguntaron a nadie respecto a su aprobación o rechazo ya que según este grupo siempre se impondría el criterio y la opinión del gobierno sin consultar a la población.

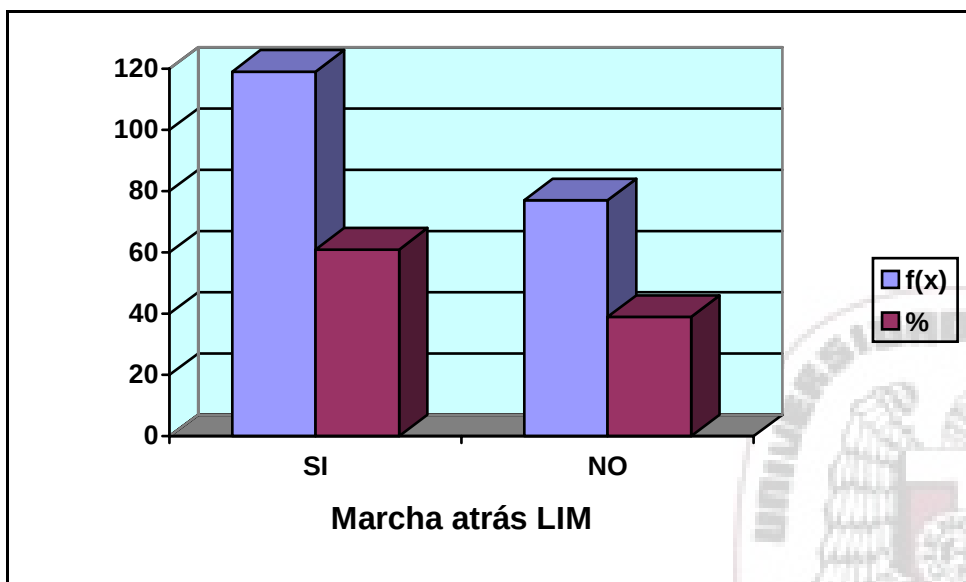


Pregunta N° 16

¿Cree usted que el gobierno de El Salvador debe dar marcha atrás a la implementación de la Ley de Integración Monetaria.

Objetivo: conocer qué porcentaje de la población consumidora opina al respecto a que si se debe dar marcha atrás a no a la Ley de integración Monetaria.

Marcha atrás de LIM	f(x)	%
SI	119	61
NO	77	39
Total	196	100



Análisis:

Para la mayoría de la población encuestada que conforman el 61% opina que el gobierno de El Salvador debe dar marcha atrás a la implementación de la Ley de Integración Monetaria ya que no se debe perder el patrón cultural que nos identifica como salvadoreños imponiendo otra moneda en el país y esta Ley sólo vendrá a incrementar la pobreza y la delincuencia en El Salvador.

Y solo un 39% opina que no se debe dar marcha atrás de la ley ya que implicaría otros costos en los cuales se incurrió una vez y que seria un problema mas grande dar marcha atrás en este momento por las bases que se han establecido el auge que esta ha tenido.



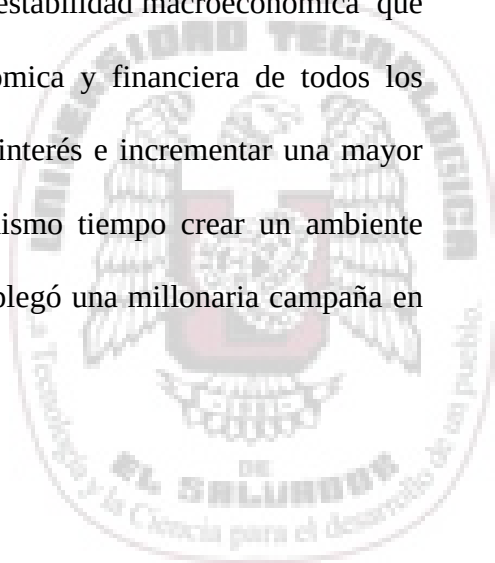
CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LOS EFECTOS DE LA LEY DE INTEGRACIÓN MONETARIA EN LOS CONSUMIDORES DEL SECTOR COMERCIO (SUPERMERCADOS)

3.1 Introducción

La Ley de Integración Monetaria es un tema de mucha importancia y relevancia en el país, por consiguiente la presente investigación tiene como objetivo primordial conocer todos aquellos aspectos más trascendentales e innovadores con relación a la implementación de esta normativa en El Salvador tales como: Limitaciones y alcances, identificación de factores y análisis comparativo, cumplimiento de objetivos de la Ley de Integración Monetaria (Humana, territorial) y económica, dentro de ésta se analizará el desarrollo del sector y las operaciones (transacciones comerciales) en los consumidores del sector comercio sub-sector al pormenor (supermercados).

La Ley de Integración Monetaria es un componente de estabilidad macroeconómica que surge con la finalidad de mejorar la situación económica y financiera de todos los sectores en el país con el objeto de bajar las tasas de interés e incrementar una mayor competitividad del sector productivo nacional y al mismo tiempo crear un ambiente propicio de la inversión extranjera; es así como se desplegó una millonaria campaña en



los medios de comunicación para familiarizar a la población con las bondades que traería consigo la aprobación de dicha Ley.

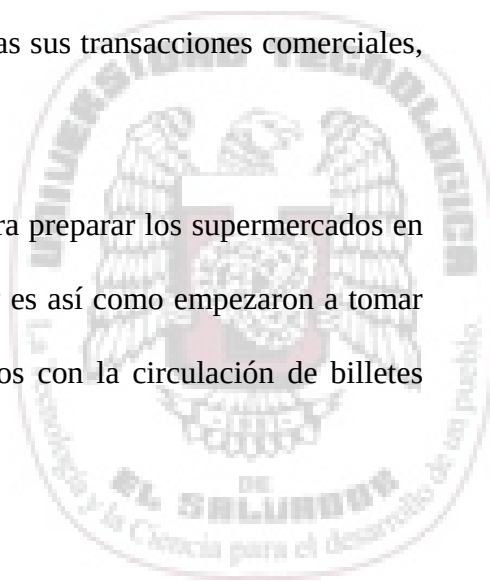
Además se verificará la forma en que las empresas de este sector se prepararon para adaptarse al uso del dólar y las repercusiones en los consumidores al momento de realizar las transacciones comerciales, los cambios que han experimentado a partir de la aprobación de esta medida económica.

Posteriormente se analizará los factores que han tenido mayor incidencia en los consumidores de este sector y con base a los resultados obtenidos se elaborará la gráfica de pareto, con su respectivo análisis y las conclusiones.

3.2 Limitaciones

Desde el momento en que se anunció la Ley de Integración Monetaria no faltó quien intentara derogarla con todo y la oposición de sus detractores, la referida Ley entró en vigencia y así el experimento fue lanzado con el aval, el respaldo y la observación del Fondo Monetario Internacional (FMI). Poco a poco los consumidores de este sector empezaron a hacerse la idea de utilizar el dólar en todas sus transacciones comerciales, en una lenta sustitución de la moneda nacional.

Los empresarios de este sector tuvieron que invertir para preparar los supermercados en el uso y manejo de ambas monedas (Dólar – Colón) y es así como empezaron a tomar las precauciones necesarias para evitar ser sorprendidos con la circulación de billetes falsos.



Con la aprobación de esta normativa los consumidores se enfrentaron a una serie de irregularidades dentro de los supermercados por ejemplo; productos sin ningún tipo de precios, precios sólo en colones o sólo dólares y redondeos mal aplicados, por este motivo la DPC (Dirección de Protección al Consumidor) desplegó un equipo para verificar estas anomalías en las tres zonas del país en todos los supermercados y otros comercios, para velar por los derechos de cada uno de los consumidores.

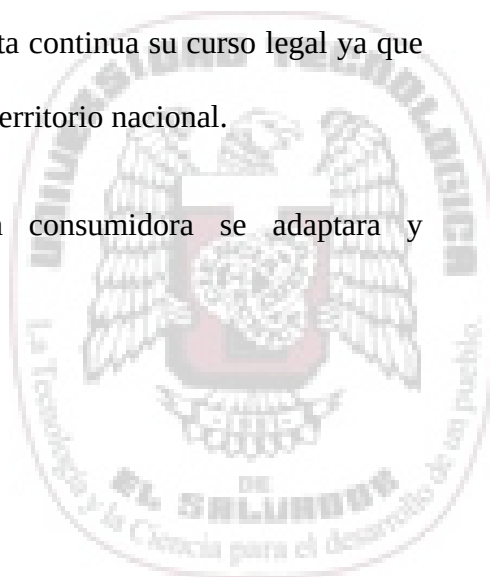
No obstante la libre circulación del dólar en el país creó confusión y malestar principalmente en los consumidores de este sector.

3.3 Alcances

A un año de la ley de Integración monetaria los consumidores se han adaptado al manejo y uso del dólar en el país, ya que en los supermercados se realizaron todas las conversiones de los precios en todos los productos; además la contabilidad fue dolarizada a partir del momento que entró en vigencia la ley de integración monetaria

Gracias a todos los sectores de éste país que han colaborado para la implementación y puesta en marcha de la ley de Integración monetaria ésta continua su curso legal ya que el uso del dólar ha aumentado gradualmente en todo el territorio nacional.

Esta nueva normativa permitió que la población consumidora se adaptara y acostumbrara a la utilización de ambas monedas.

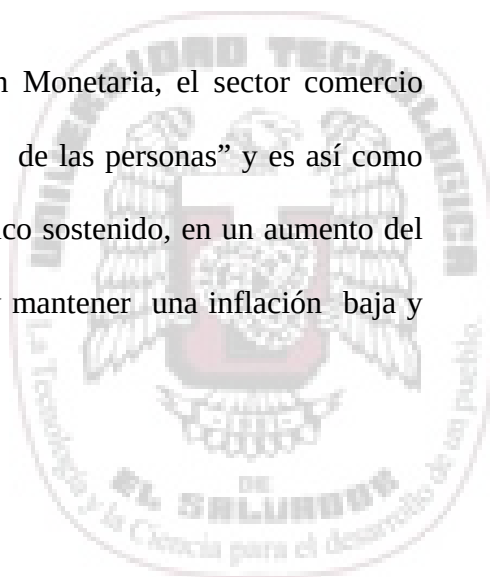


En los supermercados se encargaron de incorporarse a la dinámica de la ley para no tener problemas con los clientes al momento en que éstos realicen sus transacciones comerciales preparando a su personal (cajeros) para que los consumidores se mantuvieran satisfechos con los precios en ambas monedas (dólar-colón) y con todas las políticas establecidas a partir de esta normativa. Para poder superar todos los obstáculos y dificultades que los consumidores pudieran enfrentar con relación al uso y manejo de las dos monedas que tienen curso legal a partir de la implementación de esta nueva medida.

3.4 Identificación de factores y análisis comparativo.

Los consumidores del sector comercio sub-sector al pormenor (supermercados), considera que con la entrada en vigencia de la ley de integración monetaria, se pueden realizar transacciones comerciales en ambas monedas (dólar-colón), previo a la ley el uso del dólar era muy restringido, sólo se utilizaba en transacciones comerciales en el exterior, y las personas tenían que pagar un porcentaje por el cambio de moneda ya que el dólar no tenía curso legal en el país.

Antes de la implementación de la Ley de Integración Monetaria, el sector comercio argumentaba “que no existía una capacidad de compra de las personas” y es así como esta normativa pretende lograr un crecimiento económico sostenido, en un aumento del ahorro e inversión, disminuyendo las tasas de interés y mantener una inflación baja y



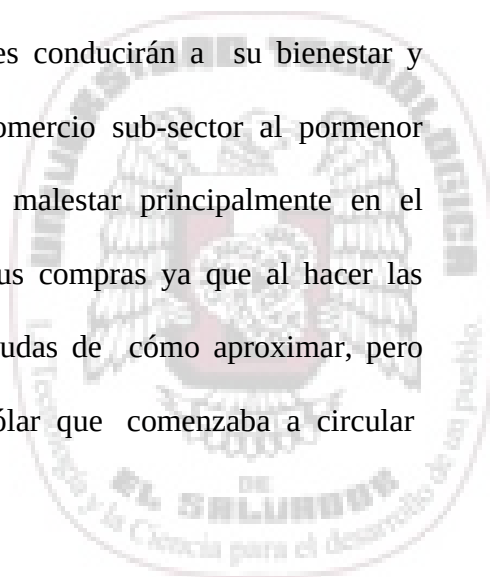
estable para lograr un aumento importante de la productividad permitiendo disminuir la pobreza y la marginación en El Salvador para beneficio de cada uno de los salvadoreños.

Antes de la ley, El Salvador experimentó en los últimos años una tasa de inflación muy baja, pero esto no lo ha mantenido exento de crisis económicas en lo que se refiere a devaluación de la moneda e inflación, esto ha traído como consecuencia la reducción del empleo e inversión; ahora con la implementación de esta nueva medida se pretende dar soluciones a todos estos problemas ancestrales en el país, cuyo objetivo primordial es lograr una mayor estabilidad económica y financiera.

3.5 Cumplimiento de objetivos de la ley de integración monetaria.

3.5.1 Objetivos humanos

Se puede mencionar que todo cambio implica resistencia, como se ha observado a inicios de la integración monetaria; ya que ésta produjo alteraciones en todos los sectores de la economía, pero uno de los cambios más difícil ha sido lograr adaptar a las personas a que se familiaricen con esta nueva normativa para que éstas se potencialicen en oportunidades que les conducirán a su bienestar y desarrollo. En los consumidores del sector comercio sub-sector al pormenor (supermercados) la ley provocó confusión y malestar principalmente en el momento en que los consumidores pagaban sus compras ya que al hacer las conversiones o aplicar el redondeo existían dudas de cómo aproximar, pero éstos se tuvieron que adaptar al uso del dólar que comenzaba a circular



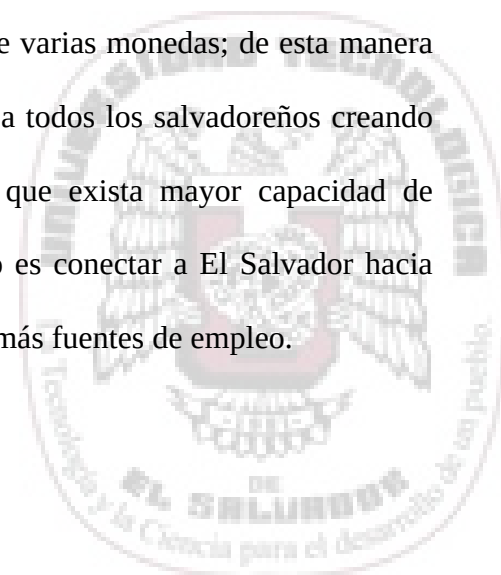
en todo el país como moneda de curso legal. Pero a medida que el tiempo transcurre los consumidores ya se han adaptado satisfactoriamente a esta medida.

Desde inicios de la ley las autoridades impulsaron un plan de capacitación a la ciudadanía (publicidad masiva en radio, prensa y televisión.), para facilitar el uso de la moneda y así, los grandes y pequeños comerciantes comenzaron a tomar las precauciones necesarias para evitar ser sorprendidos por cualquier anomalía.

3.5.2 Objetivo territorial.

En el sector comercio sub-sector al pormenor (supermercados) expresa que la Ley de Integración Monetaria ha sido de incentivo y motivación para ser más competentes en el mercado, puesto que con la aprobación de esta ley la actividad económica ha sido más efectiva, ya que con los tratados de libre comercio (TLC) les ha permitido competir con los mercados extranjeros y de esta manera mejorar sus productos reactivando la actividad comercial.

El beneficio que ésto traerá será disminuir los costos de transacción, para comercializar con el mundo y ya no se tendrá el riesgo de cambio de varias monedas; de esta manera se logrará el desarrollo y crecimiento que beneficiará a todos los salvadoreños creando más fuentes de empleo y más oportunidades, para que exista mayor capacidad de compra en la población. La finalidad de éste objetivo es conectar a El Salvador hacia afuera para incrementar la inversión pública y generar más fuentes de empleo.

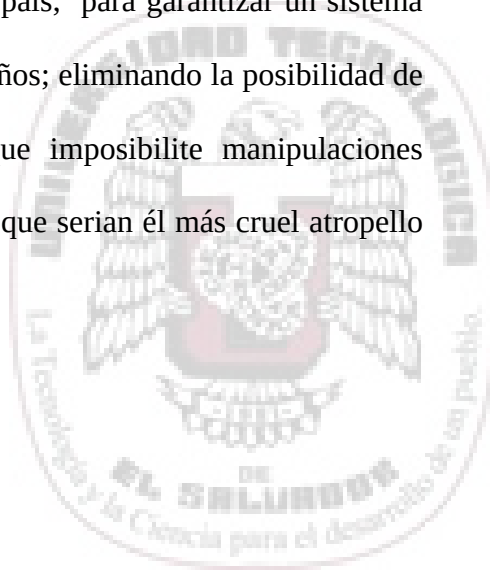


3.5.3 Objetivo económico.

OPERACIONES (TRANSACCIÓN COMERCIAL)

Los consumidores de este sector se vieron afectados al momento de realizar sus transacciones comerciales; ya que en algunos supermercados los precios de los productos aún no se establecían en ambas monedas, otro inconveniente que enfrentaron fue al momento de pagar sus compras, existía gran confusión debido a la mala aplicación del redondeo y precios sólo en colones y sólo en dólares, por todas estas anomalías que se presentaron; estas empresas decidieron desarrollar mecanismos que pudieran evitar todo tipo de especulación y que no deje ninguna duda al cliente de lo que tiene que pagar ya sea en colón o en dólar. Permitiendo establecer una forma práctica y funcional que facilite la compra y de esta forma mantener contentos y satisfechos a cada uno de los clientes.

Este objetivo económico que pretende la ley de integración monetaria tiene el gran reto de aumentar la confianza de los inversionistas para que a pesar del reducido tamaño del territorio se instalen, inviertan y generen empleo en el país, para garantizar un sistema monetario que le otorgue más confianza a los salvadoreños; eliminando la posibilidad de una devaluación de la moneda, plasmando leyes que imposibilite manipulaciones cambiarias a favor de grupos y de intereses especiales, que serían el más cruel atropello contra el ahorro y el patrimonio de los salvadoreños.



3.6 Desarrollo del sector.

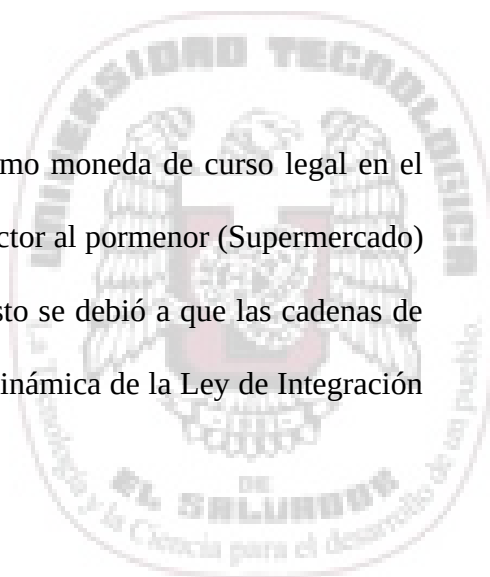
El sector comercio sub-sector al pormenor (supermercados) tuvo el reto de enfrentar los cambios que trajo consigo la Ley de Integración Monetaria.

A un año de la implementación de ésta medida económica adoptada en el Salvador, este sector no ha tenido efectos negativos trascendentales, sus ventas no han sufrido ninguna disminución, se puede mencionar que la población consumidora siempre cuenta con disponibilidad para realizar sus compras a pesar de todos los acontecimientos que ha sufrido El Salvador como lo son: los terremotos y otros problemas económicos, políticos y sociales que trajeron consigo incertidumbre y tragedia a nuestro país.

Actualmente este sector se sigue desarrollando normalmente y los consumidores se adaptaron rápidamente al manejo y uso de las dos monedas (dólar-colón) por ende realizan sus transacciones comerciales con toda normalidad sin ningún problema; ya que lograron vencer cada obstáculo que se les presentó a inicios de la Ley de Integración Monetaria.

3.7 Conclusiones

- A más de un año de la introducción del dólar como moneda de curso legal en el país los consumidores del sector comercio sub-sector al pormenor (Supermercado) ya se han adaptado al manejo y uso del dólar. Esto se debió a que las cadenas de supermercados se incorporaron rápidamente a la dinámica de la Ley de Integración



Monetaria, preparando al personal y dolarizando sus sistemas contables para lograr la efectiva satisfacción de los consumidores en la utilización del dólar.

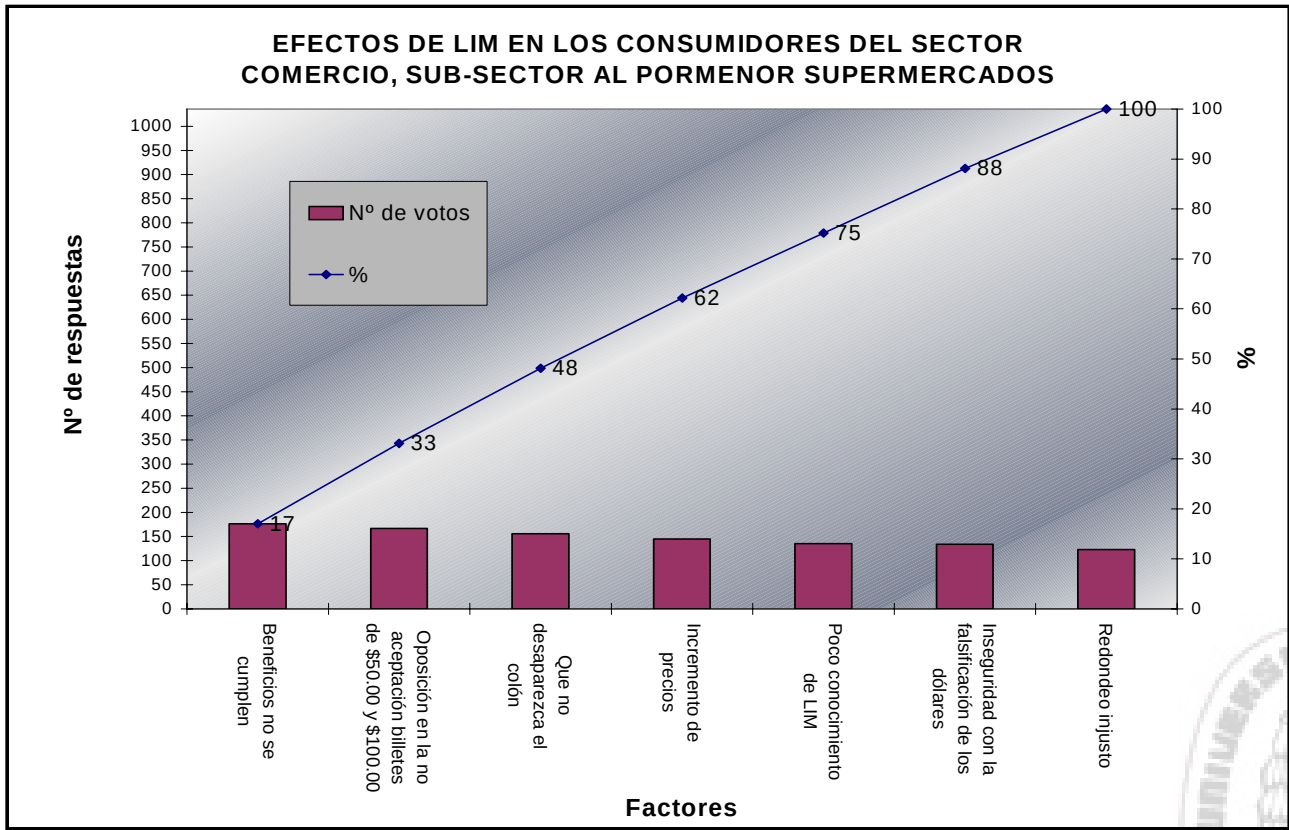
- Con la entrada en vigencia de la ley de integración monetaria, el temor en los consumidores de que la moneda Estadounidense de denominaciones de \$50 y \$100 no fuera aceptada en los supermercados hizo difícil la aceptación del dólar.
- Los consumidores de este sector, con la introducción de esta ley entraron en un periodo de confusión y pérdidas al aplicar la técnica del redondeo y enfrentarse a una nueva moneda a la que mentalmente tuvieron que acostumbrarse convirtiendo decimales.
- La ley de integración monetaria es una medida económica dentro de un marco integral de reformas y dentro de una visión clara de integrar al país con el mundo.
- La ley de integración monetaria permite consolidar los beneficios de un compromiso decidido con la estabilidad macroeconómica y transformarlo en algo tangible para la población salvadoreña.



3.8 Factores que más han influido en los consumidores del sector comercio, sub-sector al pormenor (supermercados)

Factor	N° de votos	Acumulativo	%	% acumulativo
Beneficios no se cumplen	176	176	17	17
Oposición en la no-aceptación billetes de \$50.00 y \$100.00	167	343	16	33
Que no desaparezca el colón	156	499	15	48
Incremento de precios	145	644	14	62
Poco conocimiento de LIM	135	779	13	75
Inseguridad con la falsificación de los dólares	134	913	13	88
Redondeo injusto	123	1036	12	100
Total	1036			



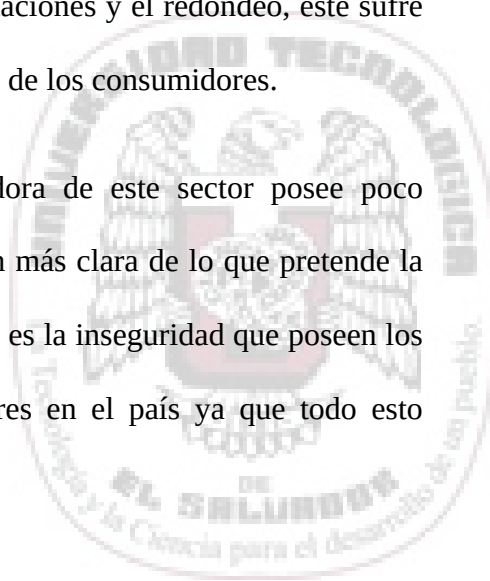


3.9 Análisis de la gráfica de pareto.

Esta gráfica se elaboró, seleccionando las preguntas con mayor porcentaje dentro de la investigación, lo que implicaba los efectos que causó la Ley de Integración Monetaria en los consumidores del sector comercio sub-sector al pormenor (supermercados) dentro de los cuales se pueden mencionar los factores más relevantes y representativos: la falta del cumplimiento de los beneficios ofrecidos por parte de la Ley de Integración Monetaria, en la cual los consumidores aun no han recibido ningún tipo de beneficios; seguido de la no aceptación en los supermercados de denominaciones de billetes de 50 y 100 dólares. Esto ha sido una dificultad para los consumidores al momento de pagar sus compras ya que en estos establecimientos no les aceptan dichas denominaciones lo que ha venido a contravenir a la Ley de Integración Monetaria; ya que en ésta no se establece ningún artículo que excluya estas denominaciones.

Otro factor representativo es que las personas no están de acuerdo en que desaparezca el colón, pues si se implementó esta Ley, deben permanecer las dos monedas; seguido del incremento de los precios por lo que al aplicar aproximaciones y el redondeo, este sufre algún incremento lo que ha venido a perjudicar la bolsa de los consumidores.

Finalmente se determinó que la población consumidora de este sector posee poco conocimiento de la Ley, lo que impide tener una visión más clara de lo que pretende la Ley de Integración Monetaria. Otro factor determinante es la inseguridad que poseen los consumidores con respecto a la falsificación de dólares en el país ya que todo esto

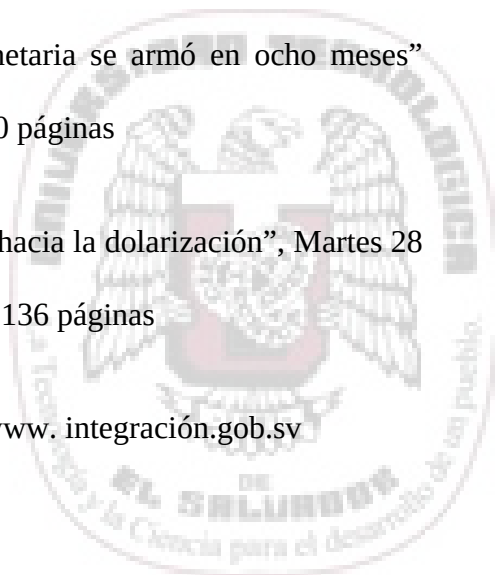


implicaría pérdidas, como se ha podido observar con la aplicación del redondeo por lo que hubo mucho descontento e incertidumbre por parte de la población consumidora.



BIBLIOGRAFÍA

- Banco Central de Reserva de El Salvador. Panorama Revista de Comunicaciones del BCR, "Proceso de Integración Monetaria avanza normalmente", No. 104 San Salvador, El Salvador, Marzo/Abril 2001, 51 páginas.
- Bernal Augusto César "Metodología de la Investigación para Administración y Economía", Editorial Prentice hall. Colombia, Marzo del 2000.
- Banco Central de Reserva de El Salvador. "Integración Humana y Territorial", No. 140, Octubre-Noviembre, 28 páginas.
- Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, Revista Comercio e Industria, "Dolarización en busca de una moneda estable en América Latina" No. 123. San Salvador, El Salvador, Marzo- Abril de 2000 .40 páginas
- Dornbusch Rudiger, "Macroeconomía", séptima edición, editorial Mc Graw Hill, España 1998. 365 páginas.
- "El Diario de Hoy." El Plan de Integración Monetaria se armó en ocho meses" Sábado 25 Noviembre 2000. página 28-30 total 140 páginas
- La Prensa Gráfica, "Analistas afirman que país va hacia la dolarización", Martes 28 de Noviembre de 2000. página 2-B El Financiero. 136 páginas
- Ley de Integración Monetaria. Decreto No. 201 www.integración.gob.sv



- Ministerio de Economía, Dirección de Protección al Consumidor.”Ley de Protección al Consumidor
- Sabando López Rómulo, “La Dolarización, ElFondo Monetario Internacional y los intereses creados “Impreso en Guatemala, Abril de 2001 (folleto), 22 páginas
- Sampieri Hernández Roberto“Metodología de la Investigación”, Editorial Mc Graw Hill, segunda edición impreso en México, septiembre 1998, 481 páginas

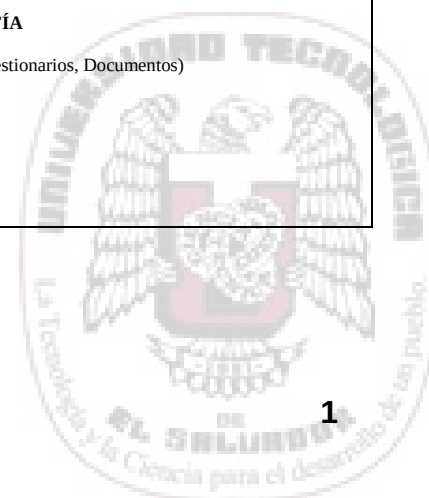


ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
MATRIZ DE CONGRUENCIA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Tema de Investigación	Formulación del Problema	Objetivos de la Investigación	Variables e Indicadores	Proyecto Temático
Efecto de la Ley de Integración Monetaria en los consumidores del sector comercio subsector al pormenor (supermercados) del área metropolitana de San Salvador, municipio de Soyapango	Problema General ¿Cómo afecta la Ley de Integración Monetaria, al consumidor a pormenor en las transacciones comerciales en los supermercados del municipio de Soyapango? Problemas Específicos ¿Cómo afecta el redondeo en las transacciones comerciales que realizan los consumidores al pormenor? ¿ Determinar si existe inseguridad en los consumidores con la falsificación de los dólares? ¿ Conocer si la Ley de Integración Monetaria ha afectado a la Ley de Protección al consumidor?	Objetivo General Analizar el efecto que ha causado la aprobación de la Ley de Integración Monetaria en las Transacciones comerciales que realizan los consumidores en el sector comercio subsector al pormenor (supermercados) del área metropolitana de San Salvador municipio de Soyapango. Objetivos Específicos Elaborar un marco teórico conceptual de referencia Sobre la incidencia de la Ley de Integración Monetaria. Efectuar una investigación de campo que permita analizar e interpretar la situación actual y los efectos que ha tenido la Ley de Integración Monetaria en los consumidores de los supermercados del municipio de Soyapango. Analizar el comportamiento de los consumidores. A partir de la Aprobación de la Ley y presentar recomendaciones viables que ayuden a implementar mejoras en las empresas del sector comercio subsector al pormenor (supermercados)	VI La Ley de Integración Monetaria. VD Efectos en los consumidores INDICADORES Variable Dependiente: - Disminución del poder adquisitivo - Inseguridad por la falsificación de dólares - Problemas de redondeo - Conocimiento de monedas y billetes de dólar - Precios en dólares y colones - Factibilidad de pagos en dólares o colones - El cambio justo de colones a dólares	Capitulo I MARCO TEORICO CONCEPTUAL DE REFERENCIA SOBRE LA INCIDENCIA DE LA LEY DE INTEGRACIÓN MONETARIA A. Antedentes (situación actual, enunciado, justificación, Objetivos) B. Marco Teórico C. Marco Legal D. Marco Conceptual (términos Básicos) Capitulo II INVESTIGACIÓN DE CAMPO METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN A. Tipo de investigación B. Diseño de la investigación C. Población y la muestra D. Recolección de la información E. Análisis e interpretación de resultados F. Conclusiones Capitulo III EFFECTOS DE LA LEY DE INTEGRACIÓN MONETARIA ▪ Introducción ▪ Limitaciones y Alcances ▪ Identificación de factores y análisis comparativo. ▪ Cumplimiento de objetivos de la Ley de Integración Monetaria(Humana y territorial) Economica(Desarrollo del sector y operaciones) ▪ Conclusiones finales BIBLIOGRAFÍA ANEXOS (Cuestionarios, Documentos)





Universidad Tecnológica de El Salvador

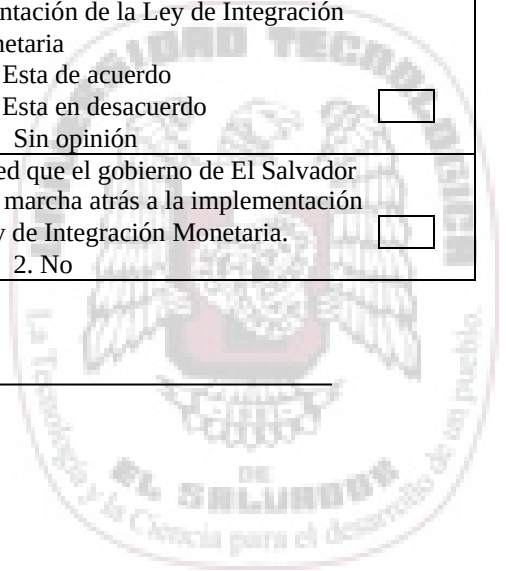
Objetivo: La presente encuesta es un sondeo de opinión que pretende conocer el efecto que ha tenido la implementación de la Ley de Integración Monetaria, en los consumidores de los supermercados del municipio de Soyapango.

Instrucciones: Traslade el número al recuadro la respuesta que considere conveniente

Ubicación:	Sector Comercio Subsector a pormenor (Supermercados) del área metropolitana del gran San Salvador municipio de Soyapango	Nombre del Supermercado:	
Sexo:	1. Masculino 2. Femenino ☐	Profesión u Oficio :	1. Estudiante ☐ 2. Empleado 3. Ama de Casa
Edad:	1. 18 - 25 2. 26 - 35 ☐ 3. 36 - 45	Ingresos Familiares Mensuales:	1. 1,260 - 2,500 2. 2,501 - 3,500 ☐ 3. 3,501 - o más
1	¿Cuánto conoce usted de la Ley de Integración Monetaria? 1. Poco 2. Bastante 3. Nada ☐	9	¿Teme usted o siente inseguridad con la Falsificación de los dólares? 1. Sí 2. No ☐
2	¿Cree usted que la Ley de Integración Monetaria le ha beneficiado? 1. Sí 2. No ☐	10	¿Según su criterio la técnica del redondeo es justa? 1. Sí 2. No ☐
3	¿Se le dificulta utilizar las monedas de dólar? 1. Sí 2. No ☐	11	¿Esta usted de acuerdo que desaparezca el colón y que exista solamente el dólar 1. Sí 2. No ☐
4	Porque se le dificulta utilizar las monedas de dólar? 1. No conoce las monedas de dólar 2. No pude convertir de colones a dólares ☐ 3. No entiende el redondeo	12	¿Conoce usted alguna institución que proteja a los consumidores contra el abuso al realizar las transacciones comerciales? 1. Sí 2. No ☐
5	¿Cree usted que los precios han cambiado a partir de la implementación de la Ley de Integración Monetaria? 1. Se han mantenido 2. Han bajado ☐ 3. Han subido	13	¿Considera usted que el país esta preparado para implementar la dolarización? 1. Sí 2. No ☐
6	¿Esta usted de acuerdo que en los supermercados no le acepten billetes de dólar de 50 y de 100? 1. Sí ☐ 2. No	14	¿Cree usted que todos los beneficios ofrecidos respecto a la Ley de Integración Monetaria se están cumpliendo? 1. Sí 2. No ☐
7	¿Los productos en los supermercados tienen los precios en dólares y colones? 1. Sí ☐ 2. No	15	Cual es su opinión respecto a la implementación de la Ley de Integración Monetaria 1. Esta de acuerdo 2. Esta en desacuerdo ☐ 3. Sin opinión
8	¿Que moneda es de su preferencia al momento de hacer sus compras en los supermercados. 1. Colón 2. Dólar 3. Ambas ☐	16	Cree usted que el gobierno de El Salvador debe dar marcha atrás a la implementación de la Ley de Integración Monetaria. 1. Sí 2. No ☐

Entrevistador: _____

Fecha: _____



VACIADO DE DATOS DE TABULACION.

Pregunta	Respuesta	%	Análisis
1	a) Poco b) Bastante c) Nada	69 19 12	El grado de conocimiento que tienen los consumidores respecto a la Implementación de la Ley de Integración Monetaria.
2	a) Sí b) No	16 84	Con la Ley de Integración Monetaria no se han obtenido mayores beneficios en los diferentes supermercados.
3	a) Sí b) No	44 56	A un año de la implementación de la Ley de Integración Monetaria la mayoría de los consumidores se les dificulta utilizar las monedas de dólar.
4	a) No conoce las monedas de dólar b) No puede convertir de colones a dólares c) No entiende el redondeo	6 27 38	La principal dificultad que enfrenta la ley de Integración Monetaria es que no entienden el redondeo y el no saber convertir de colones a dólares.
5	a) Se han mantenido b) Han Bajado c) Han subido	22 4 74	A un año de la implementación de la Ley de Integración Monetaria los consumidores consideran que los precios han subido.
6	a) Sí b) No	15 85	Las personas encuestadas opinan estar en desacuerdo en que los supermercados no acepten los billetes de las denominaciones de \$50 y \$100 dólares.
7	a) Sí b) No	72 28	La mayoría de los consumidores opinan que los productos en los supermercados tienen los precios en colones y dólares.
8	a) Colon b) Dólar c) Ambas	47 10 43	De acuerdo a la información obtenida la moneda que prefieren los consumidores al realizar sus compras es el colón.

9	a) Si b) No	68 32	A un año de la Implementación de la Ley de Integración Monetaria los consumidores sienten inseguridad con la falsificación de los dólares.
10	a) Si b) No	37 63	En la mayoría de los consumidores opinan que la técnica del redondeo es injusta.
11	a) Si b) No	20 80	A un año de la implementación de la Ley de Integración Monetaria los consumidores de los Supermercados no quieren que desaparezca el colon ya que consideran que se perdería la identidad nacional.
12	a) Sí b) No	49 51	De acuerdo a los resultados obtenidos la mayoría de las personas encuestadas expresan que no conocen una institución que proteja a los consumidores.
13	a) Sí b) No	18 82	La mayor de los consumidores encuestados opinan que el país no esta preparado para implementar una dolarización.
14	a) Sí b) No	10 90	Según los datos obtenidos la gran mayoría de consumidores opinan que los beneficios ofrecidos respecto a la Ley no se cumplieron ni se cumplirán.
15	a) De Acuerdo b) En desacuerdo c) Sin opinión	22.45 39.27 39.28	La mayoría de los encuestados prefieren no opinar respecto a la Ley de Integración Monetaria.
16	a) Sí b) No	61 39	La mayor parte de la población encuestada opina que el gobierno de El Salvador debe dar marcha atrás a la implementación de la Ley de integración Monetaria.

