

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

UNAN-León.

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento de Economía



Monografía para optar al título de Licenciado en Economía

Análisis comparativo del comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica del Mercado Central del municipio de Chinandega y el Mercado Raúl Cabezas Lacayo (Mercado Central) del municipio de León durante el periodo febrero-mayo del año 2019.

Autores:

Br. Heyling Amanda Linarte Ruiz.

Br. Roberto Carlos Montoya Bogran.

Tutora:

Lic. Dunieckse Berenice Mayorga.

León, 14 de noviembre del 2019.

"A la libertad por la Universidad"

Agradecimiento

La mayor honra, sacrificio, empeño, amor, fe, esperanza y confianza infinita al Ser Supremo el que todo lo hizo y el que todo lo hará, porque sin ÉL, cualquier meta es imposible de alcanzar.

A mi amada madre y también padre Junian Ruiz Bucardo, mi luz, mi gran motivo de inspiración, que, con su amor, sus palabras de aliento de ser alguien en la vida, que el tener mi título universitario fuera mi prioridad.

A mis abuelos que han sido como mis segundos padres y han influido en mi madurez para lograr mis objetivos en la vida, porque han sido una fuente de inspiración para alcanzar el éxito.

A la Familia Matlin por su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera universitaria gracias infinitamente gracias.

A mi esposo Jason Vivas por apoyarme en cada momento y no dejarme vencer en cada obstáculo que tuve, a saber, que puedo ser capaz de llegar muy lejos a pesar de las adversidades.

A mi tutora Lic. Duniekse Berenice que, con su paciencia, comprensión, tenacidad, eficiencia, rectitud y su vasta experiencia, me instó a ser investigativa y responsable; quien siempre estuvo disponible para recibirme, escucharme e ir surcando los caminos de la investigación, generando en mi la oportunidad de seguir creciendo, en lo personal, profesional y social.

Br.Heyling Amanda Linarte Ruiz

Agradecimiento

A Dios nuestro creador quien me ha guiado y brindado sabiduría para vencer retos que demanda mi carrera.

A mi familia apoyarme en todo sentido e incentivar me al estudio y formación profesional.

A mi tutora Lic. Dunieckse Berenice Mayorga por brindarme su incondicional apoyo y comprensión, por transmitirme su valioso conocimiento para la realización de esta investigación.

Br. Roberto Carlos Montoya Bogran.

Dedicatoria

A Dios, mi madre y a mi esposo por ser incondicionales en mi vida.

Br.Heyling Amanda Linarte Ruiz

Dedicatoria

A mi hermana, quien me ha apoyado de manera incondicional tanto económica como moral, alentándome a seguir adelante con sus consejos durante todo el transcurso de mis estudios, hasta poder culminar mi carrera.

A mi familia quienes nunca perdieron la confianza en mí para poder culminar este duro y arduo trabajo.

Br. Roberto Carlos Montoya Bogran.

Resumen

La canasta básica en Nicaragua, se ha definido como el conjunto de bienes y servicios (alimentos, usos del hogar y vestuario) que conforman el requerimiento usual de un hogar, en cantidades mínimas y suficientes para cubrir las necesidades. Desde su creación, la canasta básica ha sido parámetro para el establecimiento del salario mínimo, así como una herramienta en la vigilancia de los precios.

El objetivo de esta investigación es presentar y analizar el comportamiento del costo de la canasta y sus componentes en los mercados centrales de las ciudades de León y Chinandega, comparar los precios para un periodo determinado, señalando los cambios relevantes en el mismo periodo y las causas en las variaciones de los precios de los productos de mayor incidencia. Cabe destacar que las variaciones en el costo total de la canasta básica son a consecuencia de los constantes aumentos o disminuciones en los precios de los productos que la integran.

Se espera que este trabajo sirva de referencia para que los consumidores conozcan los verdaderos costos en los que incurren al momento de comprar en el Mercado Central de León y en el Mercado Central de Chinandega y que a la vez genere información para futuras investigaciones.

INDICE

I. Introducción	1
II. Antecedentes	3
III. Planteamiento del problema	7
IV. Justificación	8
V. Objetivos.....	9
5.1 Objetivo general	9
5.2 Objetivos específicos	9
VI. Marco teórico	10
6.1 Marco conceptual	10
6.1.1 Canasta básica:.....	10
6.1.2 Salario mínimo:	10
6.1.3 Precio:	10
6.1.4 Mercado:	10
6.1.5 Costo:.....	10
6.1.6 Oferta:	10
6.1.7 Demanda:.....	11
6.1.8 Tipos de bienes según la renta:	11
6.1.9 Índice Precios al Consumidor	11
6.1.10 Efectos de las variaciones del precio de un bien.....	11
6.1.11 Generalidades de la canasta básica:	12
6.1.12 Productos que integran el indicador económico Canasta Básica...	12
6.1.13 Usos de la canasta básica:.....	13
6.1.14 Tipos de Canasta según el costo.	14
6.1.15 Estructuras de mercado y establecimiento de precios	14
6.2 Marco referencial	15
6.3 Chinandega.....	15
6.3.1 Información general:.....	15
6.3.2 Población.....	15
6.3.3 Geografía	15
6.3.4 Economía	15
6.3.5 Reseña histórica del mercado	17

6.4	León	17
6.4.1	Información general:.....	17
6.4.2	Información económica	18
6.4.3	Reseña histórica del mercado	19
VII.	Diseño metodológico	21
7.1.	Tipo de estudio.....	21
7.1.2	Según el enfoque:	21
7.1.3	Según el alcance:.....	21
7.1.4	Según el diseño:.....	21
7.1.5	Área de estudio:	21
7.1.6	Población.....	21
7.1.7	Muestra (Mercado Central de León).....	22
7.1.8	Muestreo:	23
7.1.9	Muestra (Mercado Central de Chinandega)	24
7.1.10	Muestreo:	24
7.2	Fuentes de información:.....	25
7.2.1	Fuente de información primaria.....	25
7.3	Criterios de inclusión y exclusión:	26
7.3.1	Proceso de recolección de datos	26
7.4	Plan de análisis	26
7.5	Operacionalización de variables.	27
VIII.	RESULTADOS Y ANÁLISIS	28
8.1.	Características socio demográficas de los encuestados.....	28
8.2.	Productos demandados en los mercados en estudio.....	31
8.3.	Comparación de los precios de los productos de la Canasta Básica del mercado central de León y el mercado central de Chinandega durante el periodo de estudio.	33
8.4.	Comportamiento de los precios en los mercados en estudio	36
8.5.	Causas que inciden en las variaciones de los precios de los productos de la Canasta Básica en ambos mercados.....	38
IX.	Conclusiones	42
X.	Recomendaciones	44
XI.	Bibliografía.....	45

XII. Anexos.....	47
12.1. Encuesta	47
12.2. Precios de los productos en el Mercado Central de León.....	51
12.3. Precios de los productos en el Mercado Central de Chinandega.....	53
12.4 Base de datos León	56
12.5 Base de datos Chinandega.....	65

I. Introducción

La canasta básica se acopla a las necesidades de cada país siendo Nicaragua el país que la tiene más densa y consta de 53 productos que incluyen los bienes y servicios necesarios para la subsistencia mensual del consumidor, ésta se encuentra diseñada para suplir las necesidades de 6 personas las cuales son cuatro adultos y dos niños según la composición de las familias nicaragüenses. (Piura C ,Romero M, 2015)

En los últimos tiempos, la canasta básica nicaragüense ha sufrido los efectos de los constantes cambios de la economía del país y, cada vez más, se perciben grandes transformaciones que afectan día a día el bolsillo de las personas que habitan en la ciudad de León y Chinandega dada la diferencia que existe entre el salario mínimo en relación con el costo de la canasta básica.

El presente trabajo monográfico analiza la coyuntura económica de la sociedad en el occidente del país, centrándose específicamente en el comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica, haciendo hincapié en los verdaderos costos en que incurre el ciudadano de occidente para satisfacer sus necesidades así mismo el comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica en el Mercado Raúl Cabezas Lacayo o el Mercado Central de León y el Mercadón o Mercado Central de Chinandega, durante los meses de febrero a mayo 2019. Se estudia, a su vez, los productos que son demandados en ambos mercados, las características de los comerciantes en cada mercado, la comparación de los precios en las dos ciudades y las causas de la variación de los mismos sean a la baja, o al alza, de tener variación, y si no se encuentra ésta también se explican las razones del por qué.

El documento está estructurado en doce acápite, presentando en los acápite I, II respectivamente, la introducción que describe de forma general la investigación, los antecedentes que exponen las investigaciones previas que guardan una relación con este trabajo. En el III acápite se determina el planteamiento del problema, eje fundamental de la definición final del trabajo. En el IV acápite se

aborda el marco teórico que manifiesta los conceptos principales que respaldan el estudio. Se exponen los resultados que presentan los alcances concretos de este estudio y donde se analizan detalladamente la información obtenida a lo largo del estudio y las conclusiones donde se sintetizan los resultados que se obtuvieron. La bibliografía muestra las fuentes que se utilizan para la elaboración del estudio y los anexos que reflejan los cuadros que permiten mayor comprensión de las variables estudiadas.

II. Antecedentes

La creación de la canasta básica en Nicaragua fue el resultado de un consenso entre el gobierno, empresarios y sindicatos en los años ochenta, con el propósito de poder contar con un instrumento que sirviera como parámetro a la hora de negociar el salario mínimo. Se establecieron 53 productos, agrupados en tres categorías: alimentos, bienes y usos del hogar y vestuario, usando como insumo la encuesta de ingreso – gasto, realizada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) entre los años 1984-85. Estos productos fueron seleccionados de acuerdo a los requerimientos mínimos y el de consumo de una familia compuesta por seis personas, cuatro adultos y dos niños.

En la década de los noventa surgieron cambios en la estructura de la economía entre los que se encuentra la mayor estabilidad y control de la inflación (la inflación era tan elevada en la década anterior que generaba fuertes distorsiones en los precios internos), así como una mayor liberalización del mercado con la mayor apertura comercial (la comercialización de los productos se encontraba regulada por el Estado y la gran mayoría de la población ajustaba su ingreso con el consumo del paquete AFA). Estos cambios hicieron necesario una revisión de las cantidades, así como de los productos y servicios que integraban hasta ese momento la canasta debido a la mayor disponibilidad de éstos en el mercado interno. La revisión fue realizada debido a la percepción de distintos agentes económicos de que los cambios de la economía del país desde la década de los ochenta hacían que esta canasta ya no fuera la indicada para satisfacer las necesidades primarias de la población. En lo referente al componente de alimentos de la canasta básica se llegó a la conclusión, mediante un estudio preliminar a nivel centroamericano del Instituto de Nutrición de Centroamérica y Panamá (INCAP), de que la cantidad de kilocalorías en la canasta de ese momento no eran las adecuadas para la población.

En el año 2005 se formó la Comisión Nacional del Salario Mínimo para renovar la composición de la canasta básica. El resultado de esta comisión fue que los mismos 53 productos se mantuvieron en la canasta, excepto en un par de productos de la parte alimentaria, pero en una mayor cantidad (en muchos casos

con un incremento de más del 100%). Esto terminó creando un mayor costo de la canasta básica (aumento de casi 300%) y por consiguiente mayores presiones de ajuste salarial.

La canasta básica actualmente además de ser utilizada por empleadores y trabajadores como un parámetro de referencia en las negociaciones para la actualización del salario mínimo todos los años, también es utilizada por organismos internacionales como la FAO y el Programa Mundial de Alimentos como medida de la seguridad alimentaria en las diferentes zonas del país. (Treminio, 2013)

Dado que la canasta básica ha pasado por constantes incrementos de precios, se ha convertido en un principal objeto de estudio de investigaciones, entre las cuales se pueden mencionar,

“Los efectos económicos causados por las variaciones de precios en los productos de la canasta básica en los hogares del Reparto Maritza López del municipio de León, en el periodo comprendido de enero a junio 2009”, elaborado por Br. Arlen Tamara Leiva Meza, Br. Carolina Mercedes Orochena Reyes y Br. Amelia Mercedes Solís Rosales. En este estudio se refleja que las variaciones de los precios de los productos que integran la canasta básica se deben en gran medida a las alzas en los precios del petróleo y a la crisis económica y financiera, la primera influye mayormente en el grupo de los alimentos, la segunda incide en los grupos de bienes y usos del hogar así como en vestuario y calzado, cabe mencionar que la economía de esos hogares se ve afectada, ya sea porque viven en condiciones inestables, debido a los bajos ingresos o en algunas ocasiones por carencia de trabajo, lo que conlleva a que se encuentren limitados a consumir todos los productos. (Leiva, A . Orochena, C. Solís A., 2009)

Así mismo se encuentra el estudio, “Análisis comparativo del comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica de los mercados mayoreo (Bisne) del municipio de Chinandega y la terminal de buses del municipio de León durante el periodo junio-septiembre del año 2014” elaborado por Br. Eylin María Díaz Ruiz y Br. María del Rosario García Iglesia. Este estudio refleja que las

principales causas que inciden en las variaciones de los precios de los productos de la canasta básica no difieren en los mercados (mayoreo y terminal de buses), cuando el precio de los productos alimenticios es justificado por los fenómenos climáticos y escasez de los productos y cuando el precio de los productos baja se atribuye al abastecimiento de los mismos por parte de los proveedores y al buen clima del lugar de procedencia de los productos. (Díaz, E. García, M, 2014)

De igual manera existen investigaciones internacionales tales como “Análisis de la correlación entre el sueldo básico unificado y la canasta básica del año 2013 al 2017.” Elaborado por Sofía Estefanía Díaz Bernabé y Elena Isabel López Baldeón de la Universidad de Guayaquil de Ecuador. La investigación se realiza con la finalidad de explicar alternativas que permitan entender la relación que existe entre el salario básico y canasta básica unificada en los años 2013 al 2017. La historia muestra la evolución con la que el Estado ha implementado políticas enfocadas a determinar los componentes de la canasta básica familiar y su costo, así como también el ingreso familiar con el cual se cubre el costo de la canasta. De igual manera el nivel inflacionario con el que los productos experimentaron cambios en los precios y como estos afectaron a los demandantes. El análisis permitió determinar que el costo de la canasta básica familiar depende del nivel precio de los productos que la componen y que genera un efecto significativo en las familias por el déficit presupuestario al finalizar cada periodo, sea mensual o anual. Las reformas que el Estado ha implementado no han logrado que el salario básico cubra el costo de la canasta, a pesar de las reformas proteccionistas al mercado agrario y de los productos de primera necesidad, el nivel inflacionario es de carácter ascendente. (Díaz S & López E, 2018)

Este tema también es de interés para otros ámbitos de estudio como por ejemplo los que se desempeñan en el área de la matemática-estadística, encontrándose el estudio “Evolución del precio medio de la canasta básica en el periodo comprendido de febrero del 2008 a octubre 2014”, elaborado por las bachilleres Yessenia Carolina Piura Padilla y Mauren Carolina Romero Lacayo de la UNAN-León, en base a los resultados llegaron a la conclusión que la evolución del precio

medio de los productos de la canasta básica no es constante, varios de los productos incrementan su precio desde el periodo iniciado hasta el periodo pronosticado y que todos los productos de la canasta básica muestran tendencia y estacionalidad en el análisis de la serie temporal. (Piura C ,Romero M, 2015).

III. Planteamiento del problema

Las economías a nivel mundial experimentan constantes cambios con efectos socioeconómicos, motivado por la demanda del mercado y la escasez de los productos que crean necesidades en el individuo, moviendo el aparato productivo de acuerdo a las leyes del mercado que son ley de oferta y demanda, la primera ofreciendo mayores cantidades de productos cada vez que el mercado experimenta un incremento en el precio del bien conocido como inflación y la segunda disminuyendo la cantidad demandada por los consumidores mediante el alza de los precios del bien. (Díaz S & López E, 2018)

En Nicaragua, la canasta básica se ha definido como el conjunto de bienes y servicios (alimentos, usos del hogar y vestuario) que conforman el requerimiento usual de un hogar, en cantidades mínimas y suficientes para cubrir las necesidades. Actualmente se considera en ella las cantidades y valores nutritivos y calóricos de los alimentos, en niveles saludables y la frecuencia de consumo de todos sus componentes, expresados en cantidades que permitan satisfacer dichas necesidades. Los 53 productos que conforman la canasta básica han sido seleccionados de acuerdo a los requerimientos mínimos y la frecuencia de consumo para un hogar de seis miembros. Se ha establecido que la canasta básica debe ser un indicador del equilibrio entre los hábitos de consumo y compra con la disponibilidad de bienes y servicios, con respecto al salario devengado. (INIDE, 2017). El mercado Raúl Cabezas Lacayo mejor conocido como Mercado Central de León y el Mercado Central conocido como El Mercadón de Chinandega son visitados por gran parte de la población de estos municipios para realizar sus compras de los productos de la canasta básica esto debido a que para muchas personas los precios son más accesibles que en los negocios que se encuentran en sus repartos y comarcas, dado la importancia de esta variable se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuál es el comportamiento de los precios de los productos de la Canasta Básica en el mercado Raúl Cabezas Lacayo (Mercado Central de León) en comparación con los del Mercado Central de Chinandega durante el periodo de febrero – mayo del año 2019?

IV. Justificación

La canasta básica está formada por una serie de productos de consumo que cubren las necesidades elementales como alimentos, bienes del hogar y vestuario, por lo tanto es un tema de interés económico y social; algunas instituciones nacionales como el Banco Central de Nicaragua (BCN), Instituto Nacional de Información de Desarrollo (INIDE) y el Ministerio de Trabajo (MITRAB) se han dado a la tarea de realizar los cálculos del costo de la canasta básica a nivel nacional, pero no analizan las causas del comportamiento que presentan los precios de los productos que conforman la canasta básica y tampoco el seguimiento necesario por municipios; dado que no se dispone de mucha información, salvo la suministrada por las alcaldías municipales que realizan el cálculo del costo de algunos de los productos de consumo básico.

Indagar este comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica provee de información esencial a las autoridades correspondientes para identificar grupos poblacionales que se ven afectados por el problema de la pobreza, así mismo para toma de decisiones y/o políticas públicas orientadas a revisión de salario mínimo, al cálculo de las necesidades alimentarias, entre otras.

Este estudio comparativo de precios de los productos que integran la canasta básica en dos cabeceras municipales diferentes, permite identificar dos escenarios en los que la población nicaragüense (particularmente la de occidente) realiza su consumo, por lo antes expuesto se asume la tarea de analizar el comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica que enfrenta la población, igualmente despertar el interés de las instituciones respectivas para realizar este sondeo por municipios con el fin de aclarar la incertidumbres de los ciudadanos, y ampliar así la información disponible de estos mercados. Se espera que este estudio sirva de referencia para futuras investigaciones que se lleven a cabo para profundizar aún más en el tema desarrollado.

V. Objetivos

5.1 Objetivo general

- Analizar el comportamiento del precio de los productos de la Canasta Básica en el mercado Raúl Cabezas Lacayo (Mercado Central de León) en comparación del precio de la canasta básica en El Mercado Central de Chinandega durante el periodo de febrero – mayo del año 2019.

5.2 Objetivos específicos

- Identificar los productos de la canasta básica que son demandados en los mercados en estudio, según grupo de consumo.
- Comparar los precios de los productos de la Canasta Básica del Mercado Central de León y el Mercado Central de Chinandega durante el periodo de estudio.
- Describir las causas que inciden en las variaciones de los precios de los productos de la Canasta Básica en ambos mercados.

VI. Marco teórico

6.1 Marco conceptual

6.1.1 Canasta básica:

Es el conjunto de bienes y servicios indispensables para que una familia satisfaga sus necesidades a partir de su ingreso y cuyos productos cubren las necesidades nutricionales mínimas de la población, los cuales son seleccionados de acuerdo a su aporte calórico y frecuencia de consumo, expresados en cantidades que permiten satisfacer por lo menos las necesidades de un individuo promedio de una población de referencia.

El Instituto Nicaragüense de Estadísticas y Censos (INEC) define la “Canasta Básica” como un conjunto de bienes y servicios consumidos por un hogar de seis personas (familia promedio) a lo largo de un mes. (Solís C, s.f.)

6.1.2 Salario mínimo:

El salario o sueldo es la remuneración recibida por una persona como pago por su trabajo. De esta forma el empleado puede beneficiarse de su contribución en tiempo y esfuerzo a la empresa que lo contrata y ver traducida esa aportación en términos monetarios. (Caballero, s.f.)

6.1.3 Precio:

El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria. (Vázquez, s.f.)

6.1.4 Mercado:

Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores y vendedores determinan conjuntamente la demanda del producto y los vendedores la oferta. (Mankiw, 2004)

6.1.5 Costo:

Precio de intercambio de los bienes y servicios en la fecha de su adquisición. Sacrificio económico, expresado en unidades monetarias, necesario para obtener un recurso o un bien (Romero, 2002)

6.1.6 Oferta:

Aquella cantidad de bienes y servicios que los ofertantes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. (Pedrosa, s.f.)

6.1.7 Demanda:

Es la relación entre la cantidad de un bien que los consumidores planean comprar y el precio del mismo, cuando permanecen constantes todos los otros factores que influyen en los planes de los compradores. (Parkin, 2001)

6.1.8 Tipos de bienes según la renta:

- Bienes normales: Su demanda aumenta porque aumenta la renta de las personas. Se da en la mayoría de los bienes. Por ejemplo, unos zapatos. Dentro de los bienes normales debemos distinguir otros dos tipos:
 - Los bienes de lujo o superiores: Su demanda aumenta de manera más rápida que lo que lo hace la renta de los consumidores. Se da sobre todo en los servicios de ocio.
 - Los bienes de primera necesidad: Su demanda crece a un ritmo menor al que lo hace la renta de los consumidores. Por ejemplo, el pan.
- Bienes inferiores: Son aquellos cuya demanda disminuye mientras que la renta de los consumidores aumenta. Esto se da porque al tener más renta los consumidores prefieren productos de mayor calidad. Por ejemplo, la comida rápida, los coches de segunda mano, etc. (Kiziryan, s.f.)

6.1.9 Índice Precios al Consumidor

El índice de Precios al Consumidor (IPC) es un indicador que mide la evolución de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo final de los hogares, se utiliza para la medición de la inflación, variable importante en el análisis económico y en la toma de decisiones de políticas, incluyendo la monetaria y fiscal del país. Además, puede ser un deflactor en las cuentas nacionales y un indicador para reajustar otros precios, incluyendo los salarios. (BCN, 2010)

6.1.10 Efectos de las variaciones del precio de un bien.

Las variaciones de los precios sea un aumento o disminución de precios afecta a compradores, competencia, distribuidores y proveedores; puede también llegar a interesar al gobierno y, por supuesto, a las empresas.

Cuando se modifica el precio de un bien, se producen dos tipos de efectos. El más notorio es el cambio en la tasa a la que se puede sustituir un bien por otro, pero también se modifica el poder adquisitivo de la renta monetaria.

Unos de estos, es el efecto sustitución que es el cambio en el consumo asociado a un cambio en el precio de un bien, manteniendo el nivel de utilidad constante. Todo cambio en precio produce un cambio en el consumo, denominado efecto total, que puede ser separado en un efecto renta (o efecto ingreso) y un efecto sustitución. Este efecto siempre causa que el consumidor sustituya el producto que ha incrementado en precio por el otro con el cual se está comparando. Si es un bien normal entonces el efecto renta va a reforzar el efecto sustitución. Si el bien es inferior, el efecto renta va a disminuir el efecto sustitución. El efecto renta o ingreso es la parte del ajuste de la cantidad demandada que depende de la variación de la renta real, es decir, si toda la renta está destinada a adquirir dos bienes asociados (por ejemplo, tomates y manzanas) y disminuye el precio relativo de sólo uno de los bienes (tomates), va a terminar adquiriendo una mayor cantidad del primer bien (tomates) y va a variar la cantidad de dinero que se destinaba para la compra del otro bien (manzanas). (Leiva A, 2009)

6.1.11 Generalidades de la canasta básica:

La canasta básica se encuentra dividida en tres grupos: alimentos, usos del hogar y vestuario. El grupo de Alimentos es el que agrupa el mayor número de productos (23 productos que representan el 43.4 por ciento del total de productos), el grupo de usos del hogar, tiene un peso de 28.3 por ciento, dentro de la estructura del costo y el grupo vestuario tiene igual peso que el grupo anterior, 28.3 por ciento. (INIDE, 2017)

6.1.12 Productos que integran el indicador económico Canasta Básica

Los productos que integran la Canasta Básica Urbana son 53

- Alimentos Básicos: arroz, frijol, azúcar, aceite. Carnes: posta de res, posta de cerdo, carne de aves, pescado. Lácteos y Huevos: leche fluida, huevos, queso seco. Cereales: tortilla, pinolillo, pastas alimenticias, pan. Perecederos: tomate de cocinar, cebolla blanca, papas, ayote, chiltoma, plátano verde, naranjas y repollo.

- Gastos / usos del hogar: jabón de lavar, detergente, pasta dental, fósforos, escoba, papel higiénico, jabón de baño, toallas sanitarias, desodorantes, cepillo dental, alquiler, gas butano, luz eléctrica, agua y transporte.
- Vestuario Hombres y niños mayores de 10 años: pantalón largo de tela de jeans, camisa manga corta, calzoncillos, calcetines, zapato de cuero natural (mocasín, acordonado, cerrado, etc.). Mujeres y niñas mayores de 10 años: pantalón largo de tela de jeans, blusa manga corta, vestido entero, calzones/ bikinis, brassiers/ sostén, sandalias de cuero sintético. Niños y niñas menores de 10 años: traje completo, calzones, calcetines, zapato de cuero sintético.

La Canasta Básica Rural está integrada por 20 productos, productos básicos que precisamente se ajustan a la realidad de consumo de una familia promedio cuyos ingresos son generados por ellos mismos al dedicarse a una actividad agrícola o artesanal. Ésta se subdivide en dos grupos: básicos y usos del hogar.

- Básicos: arroz, frijol, azúcar, aceite, maíz, sal, huevos, carne de res, café molido, pastas alimenticias, pinolillo, leche integra.
- Usos del hogar: jabón de lavar, fósforos, baterías, pasta dental, jabón de baño, aguja, hilo, cepillo dental.

6.1.13 Usos de la canasta básica:

La Canasta Básica además de ser un parámetro que facilita la negociación entre empleadores y trabajadores en el ajuste del salario mínimo, se puede analizar desde la perspectiva nutricional de los ingresos netos de una familia.

En Nicaragua, sin embargo, para conocer el valor nutricional de los alimentos traducidos a córdobas se utiliza otra canasta, la Canasta Alimentaria, que fue estructurada por el Programa Alimentario Nicaragüense (PAN), cuyo promedio nacional es de 2,154.96 kilocalorías. El consumo per cápita establecido en la Canasta Alimentaria (con el mínimo de nutrientes que debe ingerir una persona) es superior al establecido en la Canasta Básica oficial, que se utiliza para medir el poder adquisitivo de la población.

6.1.14 Tipos de Canasta según el costo.

En la vida real de los nicaragüenses; entre los diferentes estratos sociales, existen tres tipos de Canastas Básicas:

- La que compran aquellos hogares cuyos ingresos no superan los US\$100 dólares mensuales, equivalentes a C\$3,280 córdobas, para una familia de seis individuos.
- La de los asalariados cuyos ingresos mensuales no supera los US\$500 dólares, es decir los C\$16,400 córdobas.
- La de los más favorecidos cuyos ingresos mensuales están por encima de los US\$1,000 dólares, C\$32,800 córdobas.

6.1.15 Estructuras de mercado y establecimiento de precios

Paul Samuelson (2002) establece los siguientes tipos de mercado:

- **Competencia perfecta:** se refiere a los mercados en los que ninguna empresa o consumidor es suficientemente grande para influir en el precio del mercado. Esta situación se da cuando: el número de vendedores y de compradores es muy grande y cuando los productos ofrecidos por los vendedores son homogéneos (o no pueden distinguirse).
- **Monopolio:** Es el mercado donde existe un único vendedor que tiene el control absoluto de una industria, por lo cual el grado en que la empresa controla el precio es considerablemente; ya que no hay otras que produzcan bienes sustitutivos cercanos.
- **Oligopolio:** Situación de competencia imperfecta en la que una industria está dominada por un pequeño número de oferentes; es decir entre 2 o hasta 10 o 15 empresas. La característica importante del oligopolio es que cada empresa puede influir en el precio del mercado.
- **Competencia monopolística:** Ocurre cuando un gran número de vendedores produce bienes diferenciados. Son productos diferenciados aquellos cuyas características importantes varían. En algunos casos las empresas controlan el precio.

6.2 Marco referencial

6.3 Chinandega

6.3.1 Información general:

El Departamento de Chinandega siempre ha sido caracterizado por el alto potencial de sus suelos y a través de la historia por su alto nivel de producción agrícola, de igual forma su acceso a zonas marino costeras permiten el desarrollo de la actividad pesquera (artesana y artesanal progresiva), el desarrollo del comercio y la industria. Sin embargo, cuando se habla de la incidencia de la pobreza en los hogares del departamento de Chinandega se reporta un índice de pobreza media del 36.67 y a nivel municipal un 29.4 que refiere a una clasificación de pobreza baja. (Africa 70 ; Unión Europea ; Alcaldía de Chinandega ; Alcaldía de El Viejo, 2012)

6.3.2 Población

El Municipio de Chinandega pertenece al departamento de Chinandega, según la ley de división política administrativa de Nicaragua, publicada en octubre de 1989 y abril de 1990. Representa el cuarto lugar en extensión territorial del departamento ya que tiene 686.61km².

Es la cabecera departamental y por consiguiente es el municipio de mayor importancia. Está ubicado en la parte central del mismo y se extiende sobre una planicie, sin elevaciones montañosas. Cuenta con una población estimada de 51,167 habitantes (INIDE & MAGFOR, pág. 2012)

6.3.3 Geografía

Su posición geográfica es la siguiente: Al norte: municipios de Somotillo y Villanueva. Al sur: municipios de Chichigalpa, El Realejo y Posoltega. Al este: municipios de Villanueva y Telica. Al oeste: municipios de El Viejo y Puerto Morazán.

6.3.4 Economía

Este municipio se destaca en las labores agrícolas, con una participación del 69 por ciento de la superficie total del municipio. En la siembra de granos básicos el maíz aporta el mayor peso productivo, seguido del arroz seco, el frijol, sorgo blanco y el sorgo millón. Otros cultivos importantes diferentes a los antes

mencionados son la yuca, quequisque, malanga, tomates, pipián, sandía, ayotes, chiltomas, entre otros. Por otro lado, la actividad pecuaria dedicada a esta labor en el municipio de Chinandega representa un 27 por ciento del territorio del municipio, de la cual, la crianza de aves va a la cabeza, seguida de ganado bovino y por último el porcino. (INIDE & MAGFOR, 2019)

Con respecto a las labores agrícolas y comerciales también existen en la ciudad algunas industrias donde se procesan granos básicos, otras donde se procesa mariscos para exportar y además algunas zonas francas. Entre las principales empresas se pueden mencionar: GEMINA, Aceitera Real, CAMANICA, PESCANOVA, AGRI-CORP, AGROALFA, SER AGRO, entre otras.

Además del predominio de las labores agrícolas y pecuarias en esta ciudad también sobresalen y con gran preponderancia el comercio, tres mercados: central, mercadito y el mercado de mayoreo (Bisne) lo que son los sectores con mayor índice comercial de la región, existen cinco supermercados en el municipio (Selecto, Distribuidora Selecto, Pali, La Colonia, Maxi pali), numerosos establecimientos con negocios de todo tipo son comunes en las calles de la ciudad, es la ciudad con más espíritu comercial de Nicaragua. (Africa'70 ; Unión Europea ; Alcaldía de Chinandega ; Alcaldía de El Viejo, 2012)

Para realizar el estudio del comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica, se establece como referencia el mercado Central de Chinandega o Mercadón ubicado en el barrio El Calvario, tiene un área aproximadamente de 9 manzanas.

Está conformado por 14 sectores: sector carne (res, pollo y mariscos) 147 tramos, sector madera 18 tramos, 33 tramos para sala de belleza y plástico ,19 tramos de granos básicos ,85 tramos de verduras, sector cocina 20 tramos, sector fresco y especias 18 tramos, sector la plancha y piñatas 25 tramos, sector granos Masaya 60 tramos, sector Corazón de Jesús 28 tramos. Con respecto al vestuario se encuentran 96 tramos de ropa y 52 de calzado. Esto hace un total de 611 comerciantes permanentes dedicados a la venta de productos meramente que conforman la Canasta Básica.

6.3.5 Reseña histórica del mercado

El mercado central de Chinandega ha experimentado varios cambios en más de cien años que posee de vida útil. En el escrito "La historia íntima de Chinandega" se narran sus orígenes, con los alcaldes correspondientes, según dicho documento don Augusto Montenegro Lacayo alcalde de Chinandega inauguró en 1902 el nuevo mercado, lo que fue el solar de Ricarte. El antiguo edificio estaba en el predio esquinero contiguo al cuartel de la guardia nacional.

Seguidamente en 1904 don Andrés Novoa Rojas construyó en el inmenso patio citado mercado la gran nave del tiangué, en muchos años fue el expendio de carne.

En 1927 a pesar de sufrir una situación de guerra desastrosa don Augusto C. Gasteazoro rehabilita el edificio del mercado y de igual forma construye el nuevo módulo para la venta de carnes. Desempeñó las mismas funciones Francisco quien negoció y adquirió los últimos predios que completaron la extensión actual del mercado. Durante la primera administración de don Eliseo Velásquez se construyen nuevas edificaciones exteriores que casi duplican su capacidad.

Sin embargo, en 1976 el edificio del mercado sufre un incendio el cual destruyó por completo las instalaciones del mismo, seguidamente dos años más tarde se procedió la reconstrucción del centro de compras en el mismo lugar. A pesar de ello 40 años más tarde ha sido víctima de diversas transformaciones realizadas principalmente en los años 80s.

6.4 León

6.4.1 Información general:

Ubicado en el occidente del país, conocida también como "Ciudad Universitaria" o "Ciudad Metropolitana", el departamento de León tiene un área de 5138.03 km² y una población aproximada de 441.308 habitantes distribuidos en sus diez municipios: Quezalguaque, Telica, Larreynaga, El Sauce, Achuapa, El Jicaral y Santa Rosa del Peñón.

El departamento de León se caracteriza por tener paisajes espectaculares, hermosas playas, bellos volcanes y un sin número de destinos atractivos poco

explorados. En este departamento se ubican cuatro volcanes de la Cordillera de Los Maribios y además se encuentran bellas playas, pueblos históricos y sobre todo iglesias de hermosa arquitectura.

6.4.2 Información económica

La producción agropecuaria y ganadera, turismo, zona franca, pymes y universidades son los principales rubros que mueven la economía, León tiene una economía diversificada quedó atrás la producción de algodón y la soya.

Las zonas francas generan gran cantidad de empleo, así como las universidades que de manera indirecta representan otra fuente de ingreso para centenares de familias y negocios locales, con la oferta de productos y servicios adicionales como hospedaje, alimentación, transporte y sitios de creación.

Desde el 2006 con la declaración de Patrimonio Cultural de la Humanidad de la Basílica Catedral, el turismo ha incrementado, convirtiéndose en uno de los ejes transversales de la economía local y nacional que a su vez mueve otras áreas de la economía porque se garantiza por el mejoramiento en el acceso de bienes y servicios (González, 2016)

También existen algunas industrias donde se procesan alimentos básicos (granos básicos), productos de limpieza, así también mariscos de exportación, zona franca, como YAZAKI y algunas empresas entre las cuales se destacan: FARALLON AQUACULTURE, AGRI- CORP, AGROALFA, AGROSA, FRACOCSA, entre otras.

En relación al servicio de mercados el municipio de León posee actualmente 4 mercados: Mercado Félix Pedro Carrillo (Mercadito de Sutiava), Mercado Raúl Cabezas Lacayo (Central), Mercado Santos Bárcenas (Estación) y Mercado Terminal de Buses.

Con respecto al municipio de León, el mercado que se estudia es el Mercado Central Raúl Cabezas Lacayo ubicado en el barrio El Sagrario de la ciudad de León, propiamente en el costado este de la Real Basílica Catedral “Nuestra Señora de la Asunción”. Está conformado en 12 sectores: sector comida 50

tramos, sector ropa y zapatos 70 tramos, sector granos básicos 60 tramos, sector frutas y verduras 40 tramos, sector plástico y piñatas 50 tramos, sector refresco y repostería 40 tramos, sector ferretería y celulares 20, sector artesanías 20 tramos, sector sala de belleza y joyerías 20 tramos, sector farmacias y floristerías 10 tramos, sector cereales y semillas 20 tramos, sector carnes y lácteos 25 tramos.

6.4.3 Reseña histórica del mercado

El mercado “Raúl Cabezas Lacayo” es el nombre que lleva el Mercado Central en honor al joven leonés descendiente de una familia de escasos recursos económicos anti somocista y revolucionaria, se encuentra localizado en el barrio El Sagrario de la ciudad de León, propiamente en el costado este de la Real Basílica Catedral “Nuestra Señora de la Asunción”. Este se construyó con el modelo que prescribían las ordenanzas reales, referente a la fundación de ciudades, que ubicaban a los centros de comercio detrás de la iglesia principal, que por lo general era en la catedral.

Este mercado estaba dividido en dos partes iguales, por una pared gruesa de oeste a este y viceversa. La parte norte estaba destinada al mercado minoritario, donde se ofrecían productos como carnes, verduras, mariscos y refresquerías. La parte sur constituía el mesón donde se ofertaban productos al por mayor, traídos de Matagalpa y Honduras como tabaco, papas, café, frijoles y cueros. La parte oeste situada detrás de la Catedral, tenía un corredor abierto, dividido en tramos cubierto con telones de manta azul, donde se vendían zapatos y ropa. La parte oriental servía para la entrada de carretas y había piezas destinadas para hospedar a los forasteros que llegaban a comercializar sus productos de lugares lejanos. Del movimiento comercial con la Segovia, surgió este mercado, que ha incidido en los cambios de la ciudad por más de 100 años. Una situación trágica que sucedió el 19 de abril de 1951 a las 2 am, fue cuando la población leonesa despierta desesperada al escuchar el repique de las campanas de la insigne Catedral, dado que esta era una forma de alarma. Efectivamente anunciaba que el mercado se consumía por un voraz incendio que lo redujo a cenizas y que ocasionó grandes pérdidas materiales. Posteriormente a esta tragedia se reconstruye nuevamente el mercado con un diseño diferente, bajo la

administración del Alcalde Municipal Carlos Manuel Icaza. Los gastos fueron sufragados por el seguro del mercado, por aportes de la municipalidad y con la colaboración gubernamental del país, bajo la presidencia de Anastasio Somoza García. (Medina M, 2013)

En el 2017 fue remodelado el Mercado Central debido a que el paso de los años era evidente, ahora es otro “rostro”; el rediseño incluyó instalación de pisos de cerámica, reemplazo del techo y cielo falso, nuevo sistema eléctrico, pintura y batería sanitaria con el fin de brindar mayor comodidad a comerciantes y compradores, el mercado está dentro de las 13 manzanas fundacionales del centro patrimonial e histórico de la ciudad, es de estilo neoclásico donde se conjugaron los elementos arquitectónicos del paraninfo de la UNAN León, la Catedral, las casas y corredores leoneses. (INTUR, 2017)

VII. Diseño metodológico

7.1. Tipo de estudio.

7.1.2 Según el enfoque:

El estudio es cuantitativo porque se auxilia de instrumentos que permiten cuantificar el comportamiento de las variables en estudio, refiere a la ciencia como verdad, y el uso de medios tradicionales de matemática y estadística para medir los resultados de manera concluyente.

7.1.3 Según el alcance:

La investigación es de alcance descriptivo, porque se detalla la situación actual del comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica en el mercado central de León y Chinandega, y se describen las causas que provocan tales variaciones; dándole con precisión respuesta a la pregunta del problema.

7.1.4 Según el diseño:

El diseño del trabajo es no experimental debido a que no se da la manipulación deliberada de las variables en estudio, sino que se emplean en su contexto natural. (Sampieri, 2010)

7.1.5 Área de estudio:

El estudio se realiza en la ciudad de León en el Mercado Central Raúl Cabezas Lacayo y el Mercado Central de Chinandega para identificar el número de comerciantes y los sectores en lo que están divididos.

7.1.6 Población.

La población está conformada por todos los comerciantes fijos y eventuales del Mercado Central de León Raúl Cabezas Lacayo que representan un total de 435 vendedores y el Mercado Central de Chinandega que representan un total de 611 vendedores. Cabe destacar que estos comerciantes a los que se aplica la encuesta son los que se dedican a ofrecer los productos que se encuentran contenidos en la Canasta básica, divididos en 12 sectores para el mercado de León y 14 sectores para el mercado de Chinandega.

7.1.7 Muestra (Mercado Central de León)

Para establecer el número de comerciantes a los que se les aplica la encuesta, se utiliza la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{z^2 (pq)}{i^2 + \left(\frac{z^2(pq)}{N}\right)}$$

$$n = \frac{1.96^2 (0.3 * 0.7)}{0.05^2 + \left(\frac{1.96^2(0.3 * 0.7)}{435}\right)}$$

$$n = \frac{3.8416 (0.21)}{0.0025 + \left(\frac{3.8416(0.21)}{435}\right)}$$

$$n = \frac{0.806736}{0.0025 + (0.001869048276)}$$

$$n = \frac{0.806736}{0.004369048276}$$

$$n = 184.647994 \cong 184$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

z: nivel de confianza

p: probabilidad de aceptación

q: probabilidad de rechazo

i: margen de error

N: total de la población

Datos:

n:184

z: 1.96

p: 0.3

q: 0.7

i: 0.05

N: 435

7.1.8 Muestreo:

El muestreo utilizado es estratificado porque los individuos de toda la población se dividen en grupos o sectores siendo ésta de 435 comerciantes que están divididos en 12 sectores. Se cuantifica el número de comerciantes por sector y se mide el peso de cada uno considerando el número total, es por ello que se realiza un muestreo estratificado.

Tabla No.1 Cálculo del muestreo estratificado de los comerciantes del mercado Raúl Cabezas Lacayo					
Estratos	Tamaño de la población	Fracción de muestreo		Tamaño final de la muestra	
Sector comida	50	50/435	0.11	0.11*184	22
Ropa y zapatos	70	70/435	0.16	0.16*184	30
Granos básicos	60	60/435	0.13	0.13*184	25
Frutas y verduras	40	40/435	0.10	0.10*184	17
Plástico y piñatas	50	50/435	0.11	0.11*184	22
Refresco y repostería	40	40/435	0.10	0.10*184	17
Artesanía	20	20/435	0.04	0.04*184	8
Sala de bellezas y joyerías	20	20/435	0.04	0.04*184	8
Ferretería y puesto de celulares	20	20/435	0.04	0.04*184	8
Farmacia y floristería	20	20/435	0.04	0.04*184	8
Cereales y semillas	20	20/435	0.04	0.04*184	8
Lácteos y carne	25	25/435	0.05	0.05*184	11
	435		1		184

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la intendencia del mercado.

7.1.9 Muestra (Mercado Central de Chinandega)

Para sacar el tamaño de la muestra se divide la población en 12 sectores, que es para establecer el número de comerciantes a los que se les aplica la encuesta, se utiliza la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{z^2(pq)}{i^2 + \left(\frac{z^2(pq)}{N}\right)}$$

$$n = \frac{1.96^2(0.3 * 0.7)}{0.05^2 + \left(\frac{1.96^2(0.3 * 0.7)}{611}\right)}$$

$$n = \frac{3.8416(0.21)}{0.0025 + \left(\frac{3.8416(0.21)}{611}\right)}$$

$$n = \frac{0.806736}{0.0025 + (0.001320353519)}$$

$$n = \frac{0.806736}{0.003820353519}$$

$$n = 211.1678922 \cong 211$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

z: nivel de confianza

p: probabilidad de aceptación

q: probabilidad de rechazo

i: margen de error

N: total de la población

Datos:

n:211

z: 1.96

p: 0.3

q: 0.7

i: 0.05

N: 611

7.1.10 Muestreo:

El muestreo utilizado es estratificado porque los individuos de toda la población se dividen en grupos o sectores siendo ésta de 611 comerciantes divididos en 14 sectores.

Tabla No.2 cálculo del muestreo estratificado de los comerciantes del mercado central de Chinandega

Estratos	Tamaño de la población	Fracción de muestreo		Tamaño final de la muestra	
Ropa	96	96/611	0.15	0.152*11	33
Zapatos	52	52/611	0.08	0.08*211	18
Madera	18	18/611	0.02	0.02*211	6
Marisco	44	44/611	0.07	0.07*211	15
Sala de belleza y plástico.	33	33/611	0.05	0.05*211	11
Granos	19	19/611	0.03	0.03*211	7
Carne	79	79/611	0.12	0.12*211	27
Cerdo	24	24/611	0.03	0.03*211	8
Adoquín verdura	85	85/611	0.13	0.13*211	29
Cocina	20	20/611	0.03	0.03*211	7
Fresco y especie	28	28/611	0.04	0.04*211	10
Plancha y piñatas	25	25/611	0.04	0.04*211	9
Granos Masaya	60	60/611	0.09	0.09*211	21
Corazón de Jesús	28	28/611	0.04	0.04*211	10
	611		1		211

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la intendencia del mercado.

Para sacar el tamaño de la muestra se divide la población en 14 sectores, que es la forma de organización en la que están distribuidos en el mercado. Se cuantifica el número de comerciantes por sector y se mide el peso de cada uno considerando el número total, es por ello que se realiza un muestreo estratificado.

7.2 Fuentes de información:

7.2.1 Fuente de información primaria

Las fuentes directas son las encuestas aplicadas a los comerciantes del mercado Raúl Cabeza Lacayo y Mercado Central de Chinandega para adquirir por medio de la formulación de preguntas cerradas en una encuesta estructurada, datos

necesarios para el estudio de los precios de los 53 productos que componen la Canasta Básica.

7.3 Criterios de inclusión y exclusión:

Los criterios de inclusión son las características que deben tener los posibles participantes para considerar su aporte en la investigación. Describen la población de comerciantes y los criterios de selección dentro del mercado. En esta investigación se incluyen los comerciantes fijos e inscritos en la intendencia del mercado central Raúl Cabezas Lacayo incluidos en los 12 sectores y del mercado central de Chinandega incluidos en los 14 sectores. Los criterios de exclusión son características que impiden la participación en la investigación. Los comerciantes que se excluyen del estudio son:

- Los que no tiene su puesto fijo y no están inscritos en la intendencia.
- Los que solo laboran eventualmente.
- Los que no están inscritos como comerciantes de los mercados centrales de León y Chinandega.

7.3.1 Proceso de recolección de datos

Se obtiene información de la encuesta aplicada a los comerciantes que ofrecen productos de la canasta básica dentro del mercado Raúl Cabeza Lacayo y del Mercado Central de Chinandega, se digita en Microsoft Excel, luego se redacta el informe final en Microsoft Word, presentando tablas y gráficos que son útiles para realizar el análisis comparativo de los precios. Así mismo se elaboran diapositivas en Microsoft PowerPoint para la presentación.

7.4 Plan de análisis

Se obtiene la información necesaria de otros estudios monográficos, internet y comerciantes encuestados para analizar la coyuntura económica de los consumidores en el occidente del país, centrándose específicamente en el comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica, haciendo hincapié en los verdaderos costos que incurre el ciudadano para satisfacer sus necesidades, así como el comportamiento de los precios de los productos de la canasta básica. Una vez aplicado los instrumentos de proceso de recolección de datos se procede a analizar el resultado correspondiente para los encuestados de

los mercados, se digita en Microsoft Excel para después elaborar gráfico y tablas que permiten realizar el análisis comparativo.

7.5 Operacionalización de variables.

Se identifican las diferentes variables que permiten el alcance de los objetivos y la respuesta a la pregunta problema.

Tabla 3. Operacionalización de variables.

Variable	Definición	Indicadores	Naturaleza
Precio del producto	Éste equivale al valor monetario que se le asigna a un bien o servicio determinado en función de la utilidad percibida por el usuario y el coste que le haya supuesto a la empresa producir dicho bien o servicio. (empredepyme.net, 2019)	Unidades en moneda nacional (C\$)	Cuantitativa
Demanda	La cantidad de bienes y servicios que desean adquirir las empresas y los hogares dentro de una economía de mercado. (empredepyme.net, empredepyme.net, 2019)	Precio Cantidades	Cuantitativa
Mercado	el mercado es el lugar donde se reúnen compradores y vendedores para realizar sus operaciones comerciales. (economiasimple.net, 2019)	Cantidad de bienes y servicios Unidades	Cuantitativa
Causas que inciden en la variación de los precios	Los precios de los bienes y servicios están determinados, fundamentalmente, por la demanda y la oferta de los mismos. Cuando aumentan o disminuyen, se debe a que una de estas dos variables ha protagonizado un cambio.	Cambios climáticos, sociopolíticos y alza del precio del combustible	Cualitativa
Canasta básica	La canasta básica en Nicaragua, se ha definido como el conjunto de bienes y servicios (alimentos, usos del hogar y vestuario) que conforman el requerimiento usual de un hogar, en cantidades mínimas y suficientes para cubrir las necesidades. (INIDE, 2017)	53 productos	Cuantitativa

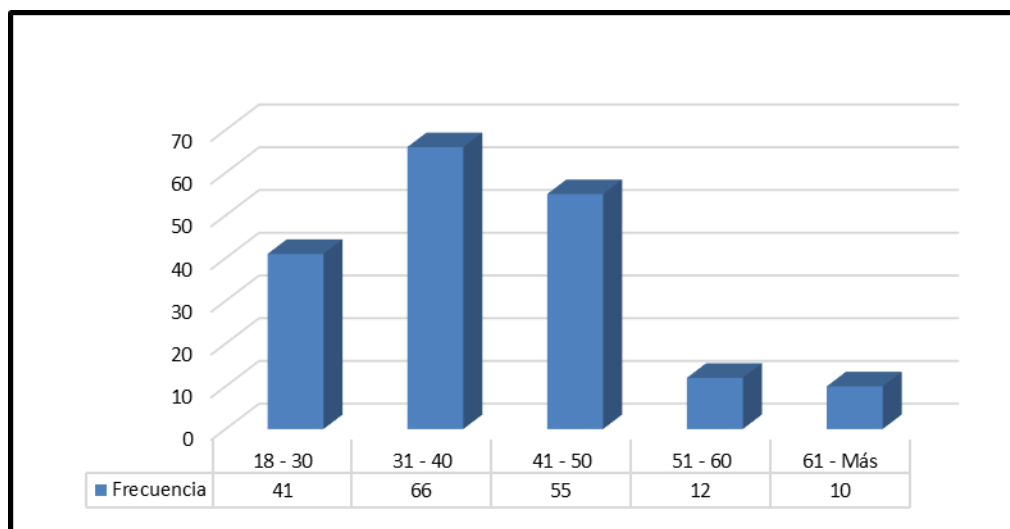
VIII. RESULTADOS Y ANÁLISIS

A continuación, se muestran los resultados obtenidos en la investigación a partir de la aplicación de los cuestionarios diseñados para ambos mercados en estudio. La discusión de los resultados se presenta de tal manera que se van dando respuesta a los objetivos específicos.

8.1. Características socio demográficas de los encuestados.

Se ha aplicado encuesta a 184 comerciantes del mercado central de León y 211 del mercado central de Chinandega.

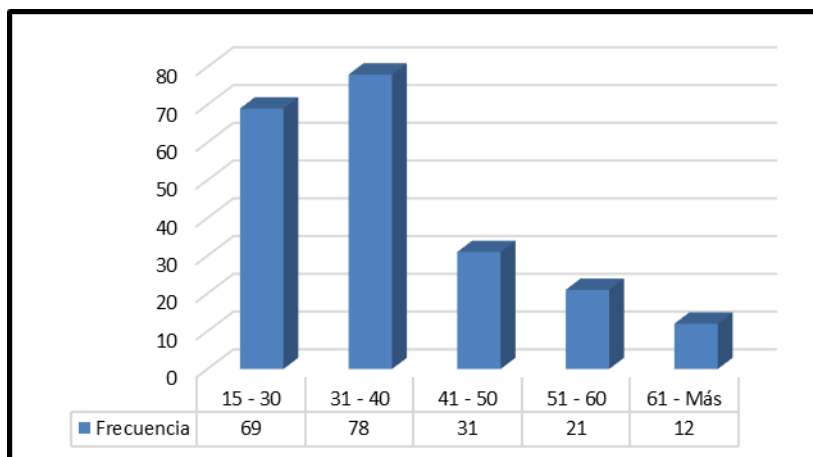
Gráfico 1. Edad de los encuestados en Mercado Central de León



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

En el caso de los comerciantes del Mercado Central de León, el gráfico 1 muestra los resultados de las edades de los encuestados, la edad mínima que tienen es de 18 años y la edad máxima 75 años, de los 184 comerciantes, 66 están en la edad de 31 a 40 años, 55 tienen entre 41 y 50 años siendo estos dos rangos de edades los más representativos. Esto es consistente con la realidad económica que se vive a nivel nacional en el sentido que se encuentran en la edad económicamente activa.

Gráfico 2. Edad de los encuestados en Mercado Central de Chinandega.

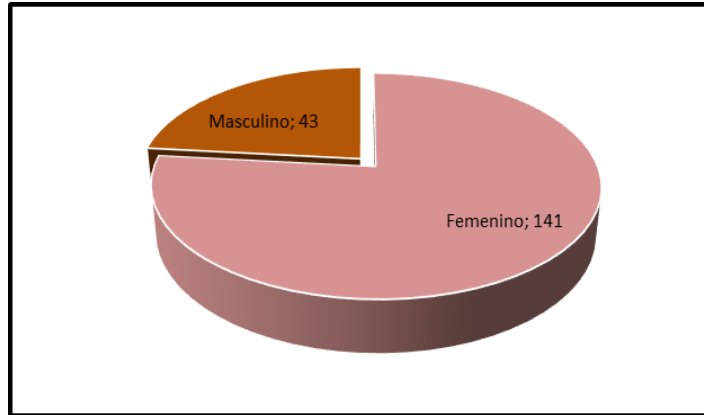


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

En el Mercado Central de Chinandega la edad mínima de los comerciantes encuestados es de 15 años y la máxima 75, siendo el rango de edad más representativo el de los 31 a 40 años con 78 comerciantes seguido por los que tienen 15 a 30 años que son 69 comerciantes.

Como se puede apreciar, los rangos de edad mínima y máxima de los encuestados para ambos mercados son bien distantes, esto se puede explicar principalmente porque en ambos mercados los dueños de comercios se han establecido con sus familias, de tal manera que los padres y abuelos que son los de mayor edad han ido creando condiciones para que sus hijos también establezcan un negocio en el mercado, lo cual conlleva a que los dueños de negocios sean adultos y jóvenes con mucha diferencia de edad, sin embargo es notable que en el Mercado Central de Chinandega prevalecen los más jóvenes esto se explica debido al mayor dinamismo del comercio en esta ciudad que hace que las familias se dediquen por entero a su negocio.

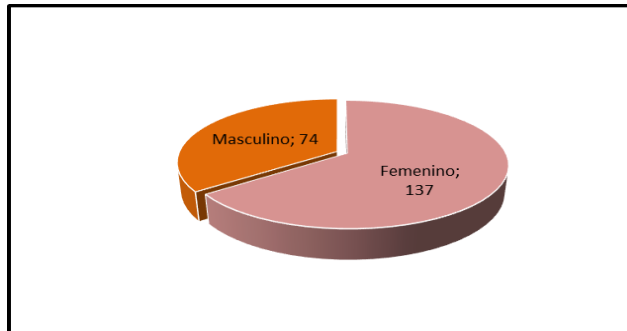
Gráfico 3. Sexo de los encuestados en Mercado Central de León



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

El gráfico 3 muestra el sexo de los comerciantes encuestados del mercado central de la ciudad de León, como se puede observar, el sexo de los encuestados que predomina es el femenino, de los 184 comerciantes encuestados 141 son mujeres y 43 hombres. Los datos a nivel nacional muestran que en Nicaragua normalmente las mujeres son las que se dedican al comercio como una forma de subsistir.

Gráfico 4. Sexo de los encuestados en Mercado Central de Chinandega

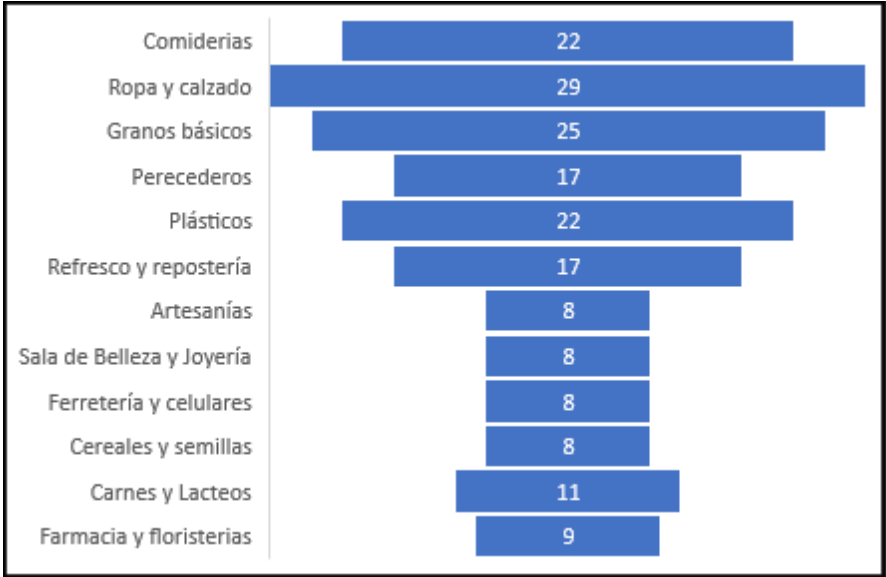


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

El gráfico 4 muestra el sexo de los encuestados en el Mercado Central de Chinandega, tal como se puede observar en Chinandega de los 211 encuestados 137 son mujeres y 74 hombres.

Es importante destacar que en ambos mercados hay más mujeres que hombres dueños de negocios, lo cual es consistente con las características del mercado a nivel nacional.

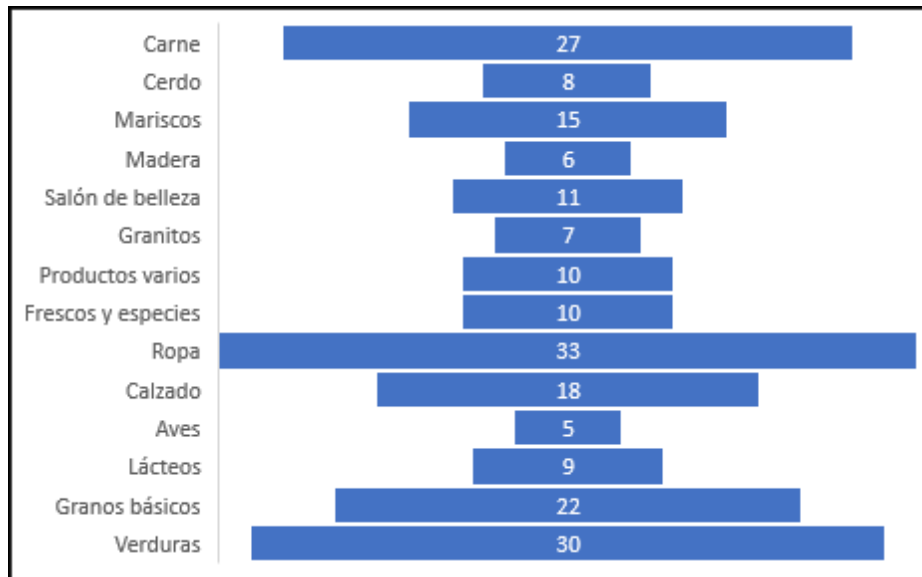
8.2. Productos demandados en los mercados en estudio
Gráfico 5. Productos demandados en el Mercado Central de León.



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

El gráfico anterior muestra los productos demandados en el Mercado Central de León, como se observa según la encuesta aplicada los cuatro grupos de productos más demandados son ropa y calzado, granos básicos, comiderías y plásticos, en contraposición a ello los productos de menor demanda son artesanía, sala de belleza y joyería, ferretería y celulares y cereales y semillas. Es importante tener en cuenta que la mayor o menor demanda se ha calculado en función del número de comerciantes con presencia en el mercado al momento de aplicar la encuesta, los que prevalecen en el mismo una vez que sus productos son consumidos por la población.

Gráfico 6. Productos demandados en el Mercado Central de Chinandega.



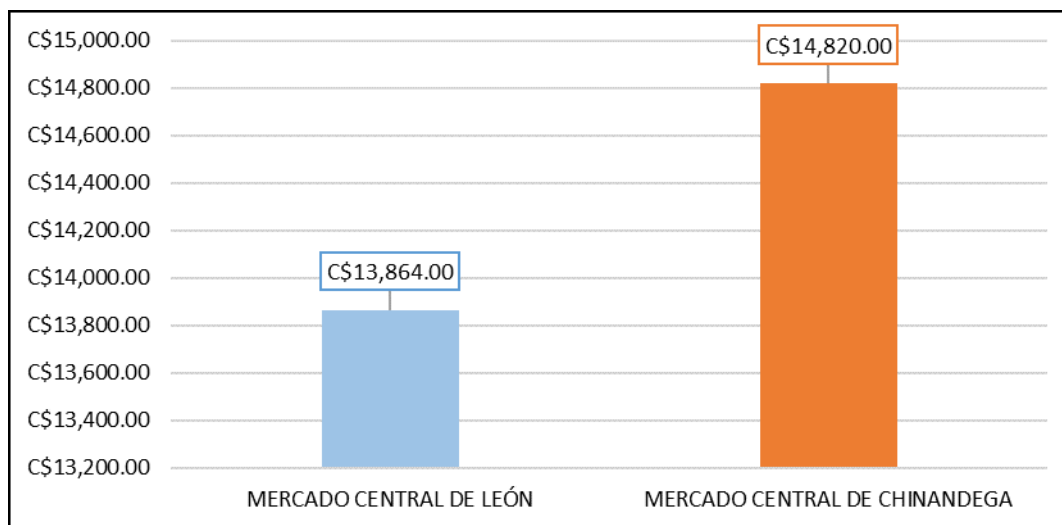
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

En el caso del Mercado Central de Chinandega los productos de mayor demanda que se han identificado son ropa, verduras y carne, siendo los de menor demanda aves, madera y granitos.

De igual manera que se hizo en el Mercado Central de León se ha calculado la demanda en el Mercado Central de Chinandega. Los resultados son similares en cuanto al sector ropa, pero en el caso del mercado de León hay mucha más venta de comiderías y granos básicos que en Chinandega en donde se comercializa más verduras y carnes que en León.

8.3. Comparación de los precios de los productos de la Canasta Básica del mercado central de León y el mercado central de Chinandega durante el periodo de estudio.

Gráfico 7. Comparativo de precios de la canasta básica de 48 productos de los mercados de León y Chinandega.



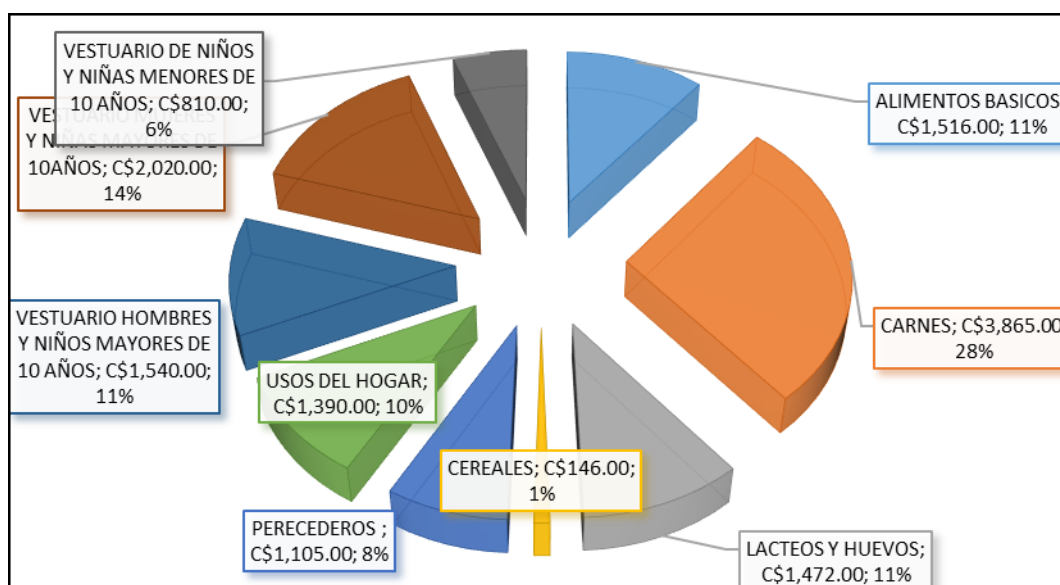
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

Se encuestó a 184 comerciantes en el Mercado Central de León y 211 comerciantes del Mercado Central de la ciudad de Chinandega. Del total de encuestas aplicadas se ha obtenido información de 48 productos de la canasta básica en cada mercado y sus respectivos precios. Según los datos obtenidos en el gráfico 7 se muestra que en el mercado central de León el precio total de los 48 productos incluidos, al mes de mayo 2019 es de C\$ 13,864 córdobas y en el caso del Mercado Central de la ciudad de Chinandega el resultado fue de C\$14,820 córdobas.¹

Como se puede ver el precio de los productos es mayor en el Mercado Central de Chinandega que el mercado central de León, lo cual está siendo explicado principalmente por el precio de dos grupos de productos que son vestuario de mujeres y niñas mayores de 10 años y usos del hogar.

¹ Se desglosa la información en los gráficos 8 y 9. Precios según grupos de productos en el Mercado Central de León y Mercado Central de Chinandega, mes de mayo 2019

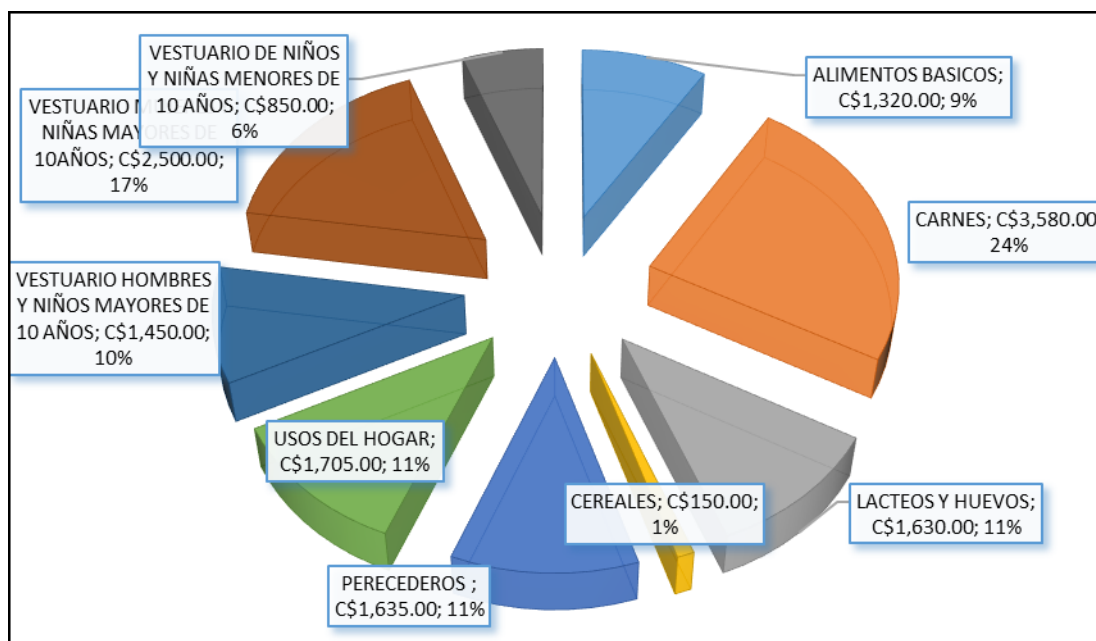
Gráfico 8. Precios según grupos de productos en Mercado Central de León, mes de mayo 2019



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

De igual manera se ha calculado el valor de los precios de los productos según grupo de consumo, tal a como se aglutina en la Canasta Básica que muestra el Banco Central de Nicaragua. El gráfico muestra los resultados de los precios según grupos de productos para el Mercado Central de León, el grupo carnes (muestra precios de la posta de res, posta de cerdo, carne de pollo y pescado) es el que presenta el precio más alto con C\$ 3,865 córdobas para el mes de mayo 2019, en segundo lugar, está el grupo vestuario mujeres y niñas mayores de 10 años (muestra precios de blusa de manga corta, pantalón largo de tela de jeans, vestido entero, calzones/viquinis, brassiers/sostén, sandalias de cuero sintético) con un precio de C\$2,020 córdobas, el tercer grupo de productos con precio más alto es el de vestuario de hombres y niños mayores de 10 años (muestra precios de pantalón largo de tela de jeans, camisa manga corta, calzoncillos, calcetines, zapato de cuero natural) con C\$1,540 córdobas. Por otro lado, los productos que menor precio tienen al momento de la encuesta son cereales (incluye precios de tortilla, pinolillo, pastas alimenticias, pan) C\$146 córdobas y vestuario de niños y niñas menores de 10 años (incluye precios de traje completo, calzones, calcetines, zapato de cuero sintético) con C\$810 córdobas.

Gráfico 9. Precios según grupos de productos en Mercado Central de Chinandega, mes de mayo 2019



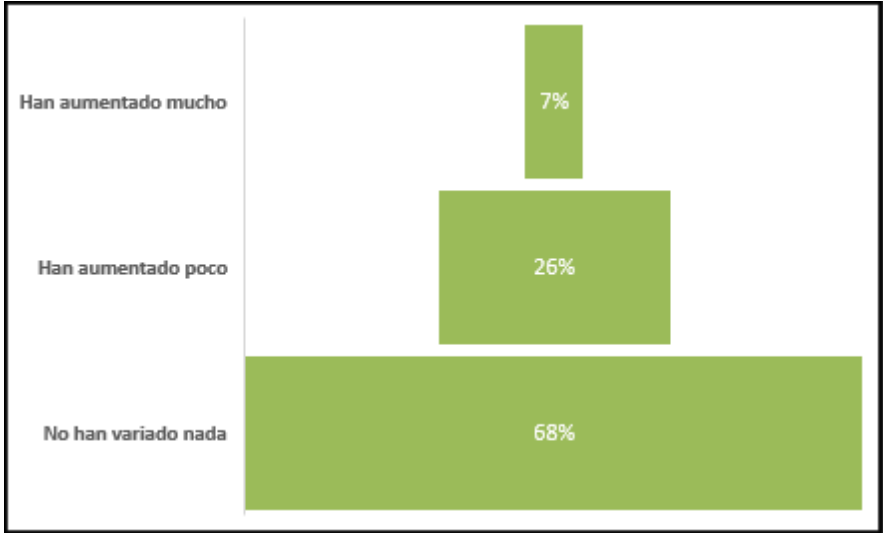
Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

En el caso del Mercado Central de Chinandega, el grupo de productos que mayor precio tiene al momento de la encuesta es carnes (muestra precios de la posta de res, posta de cerdo, carne de pollo y pescado) C\$3,580 córdobas, seguido por vestuario de mujeres y niñas mayores de 10 años (muestra precios de blusa de manga corta, pantalón largo de tela de jeans, vestido entero, calzones/viquinis, brassiers/sostén, sandalias de cuero sintético) con C\$2,500 córdobas y en tercer lugar usos del hogar (muestra precios de jabón de lavar, detergente, pasta dental, fósforos, escoba, papel higiénico, jabón de baño, toallas sanitarias, desodorante nacional, cepillo dental, alquiler, gas butano, luz eléctrica, agua, transporte) con C\$1,706 córdobas. En el caso contrario los grupos de producto que menor precio tienen son cereales (incluye precios de tortilla, pinolillo, pastas alimenticias, pan) C\$150 córdobas y vestuario de niños y niñas menores de 10 años (incluye precios de traje completo, calzones, calcetines, zapato de cuero sintético) con C\$850 córdobas.

Es importante destacar que al comparar los precios por grupos de productos en ambos mercados se observa que, el caso de las carnes tiene un mayor precio en el Mercado Central de León que en Chinandega, pero en el caso del vestuario de mujeres y niñas mayores de 10 años los precios son mayores en el mercado de Chinandega en comparación al Mercado Central de León.

8.4. Comportamiento de los precios en los mercados en estudio

Gráfico 10. Comportamiento de los precios en el Mercado Central de León, mes de mayo 2019

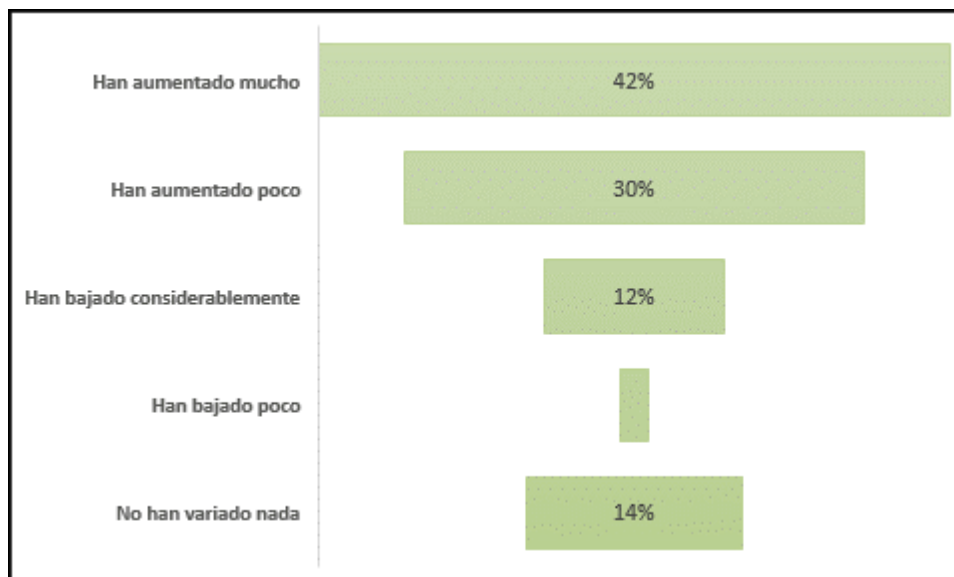


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

Otro de los aspectos abordados por la encuesta es el comportamiento de los precios de los productos ofertados en cada mercado objeto de estudio. El gráfico muestra que, en el caso del Mercado Central de León, el 68 por ciento de los encuestados dicen que los precios no han variado, el 26 por ciento que han aumentado poco y un 7 por ciento expresa que han aumentado mucho.

Por lo tanto, para el caso del Mercado Central de León se puede decir que el comportamiento de los precios ha sido a mantenerse estables, ya que la mayoría de los encuestados afirman que en el mes de estudio los precios no han variado con respecto al mes anterior.

Gráfico 11. Comportamiento de los precios en el Mercado Central de Chinandega, mes de mayo 2019



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas

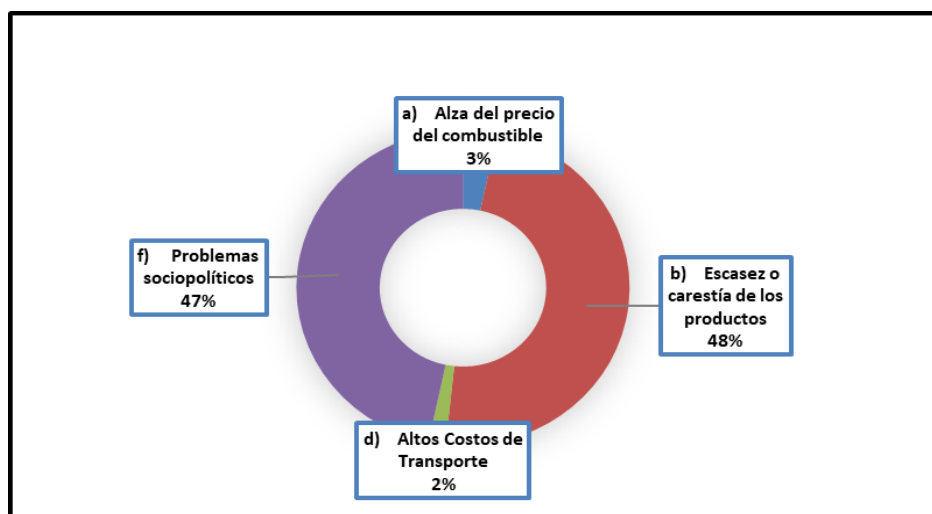
Las respuestas sobre el comportamiento de los precios en el mercado de Chinandega se muestran en el gráfico 11, como se observa el 42 por ciento de los encuestados afirman que los precios han aumentado mucho, seguido de un 30 por ciento que afirma han aumentado poco. Hay un 14 por ciento que dice no han variado nada y 12 por ciento que afirma han bajado considerablemente. Por lo tanto, en este mercado al sumar los que dicen que han subido mucho (42%) con los que dicen que han aumentado poco (30%) tenemos que la mayoría de los encuestados (72%) dice que los precios han subido debido a la crisis sociopolítica y carestía de los productos.

Los resultados de los comportamientos de los precios de los productos en ambos mercados son diferentes, en el caso del Mercado Central de León la mayoría de los comerciantes afirman que los precios de los productos no han variado, en cambio en el caso de los comerciantes del Mercado Central de Chinandega la mayoría dice que los precios han aumentado, esto se puede explicar debido a los costos de transporte que se asumen en algunos productos para ser comercializados.

8.5. Causas que inciden en las variaciones de los precios de los productos de la Canasta Básica en ambos mercados.

Por otro lado, se les pide a los encuestados que en función del comportamiento de los precios de los productos expresaran las causas de dicho comportamiento. En el caso del Mercado Central de León, sólo se identifican dos comportamientos en los precios para el periodo de estudio, los encuestados afirman que los precios han aumentado y otros expresan que los precios se han mantenido.

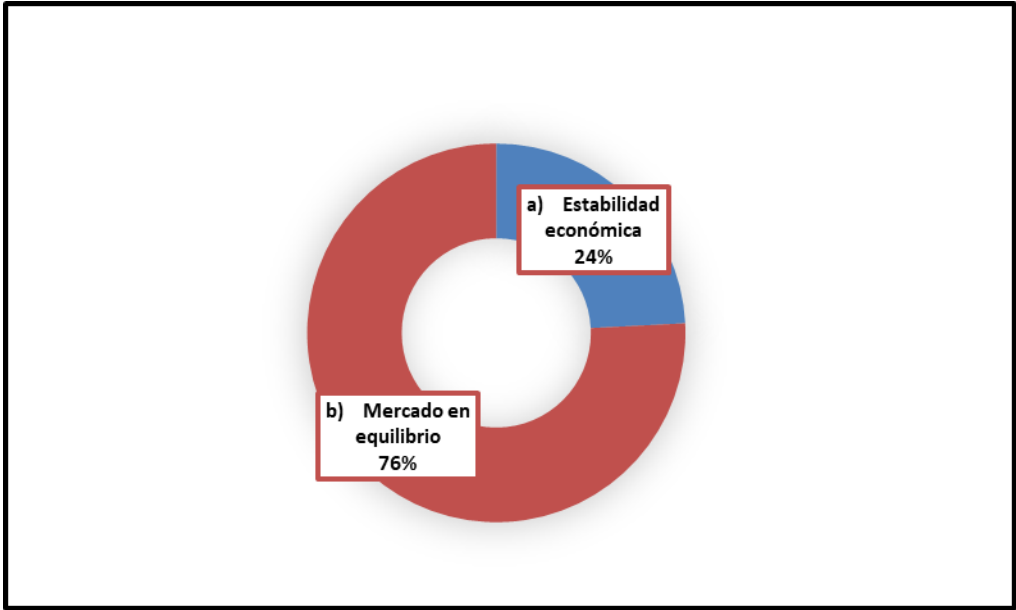
Gráfico 12. Causas identificadas en el Mercado Central de León para el aumento de los precios (mucho o poco), mes de mayo 2019



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas aplicadas

Cuando plantean que los precios han aumentado, ellos identifican 4 causas las cuales se distribuyen de la siguiente manera; el 48 por ciento plantea que la principal causa del aumento de los precios es la escasez o carestía de los productos, seguido por los problemas sociopolíticos con un 47 por ciento, un 3 por ciento identifica como causa el alza en el precio del combustible y el 2 por ciento que son los altos costos del transporte.

Gráfico 13. Causas identificadas en el Mercado Central de León para el mantenimiento de los precios, mes de mayo 2019

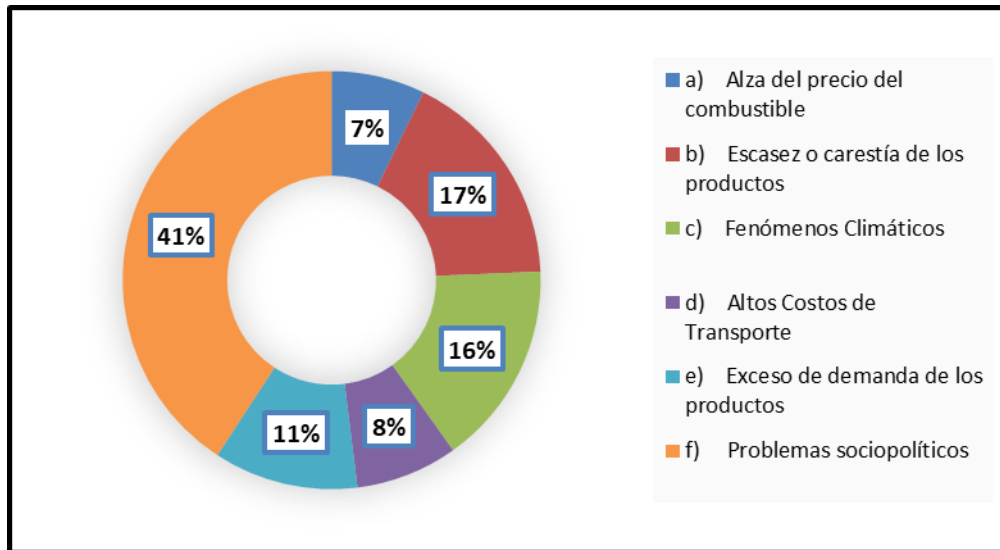


Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

En el caso de los que afirman que los precios se han mantenido, ellos identifican dos razones o causas; el 76 por ciento dice que es debido a que el mercado está en equilibrio y un 24 por ciento plantea que hay estabilidad económica.

Los comerciantes encuestados en el Mercado Central de Chinandega han identificado tres (3) comportamientos en los precios de los productos, hay quienes dicen que los precios han aumentado, otros que los precios han bajado y los que dicen que los precios se han mantenido estables.

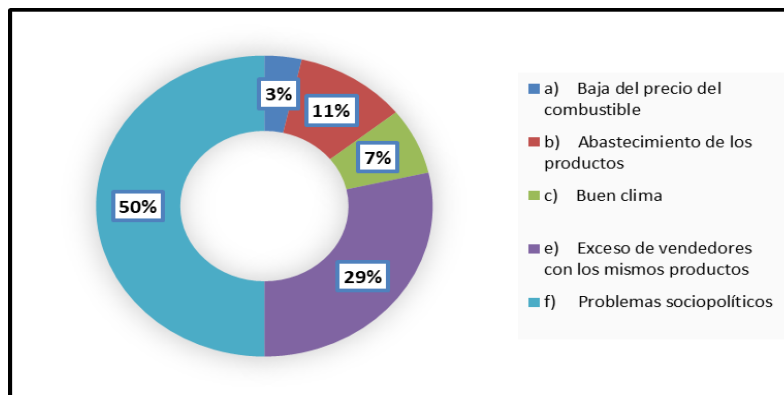
Gráfico 14. Causas identificadas en el Mercado Central de Chinandega por el aumento de los precios (mucho o poco), mes de mayo 2019



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

De los que dicen que los precios han aumentado el 41 por ciento opina que es por los problemas sociopolíticos, un 17 por ciento, por la escasez o carestía de los productos, el 16 por ciento dice que es por fenómenos climáticos, por otro lado, hay un 11 por ciento afirma que hay un exceso en la demanda de los productos, un 8 por ciento cree que es por los altos costos de transporte y el 7 por ciento por el alza del precio del combustible.

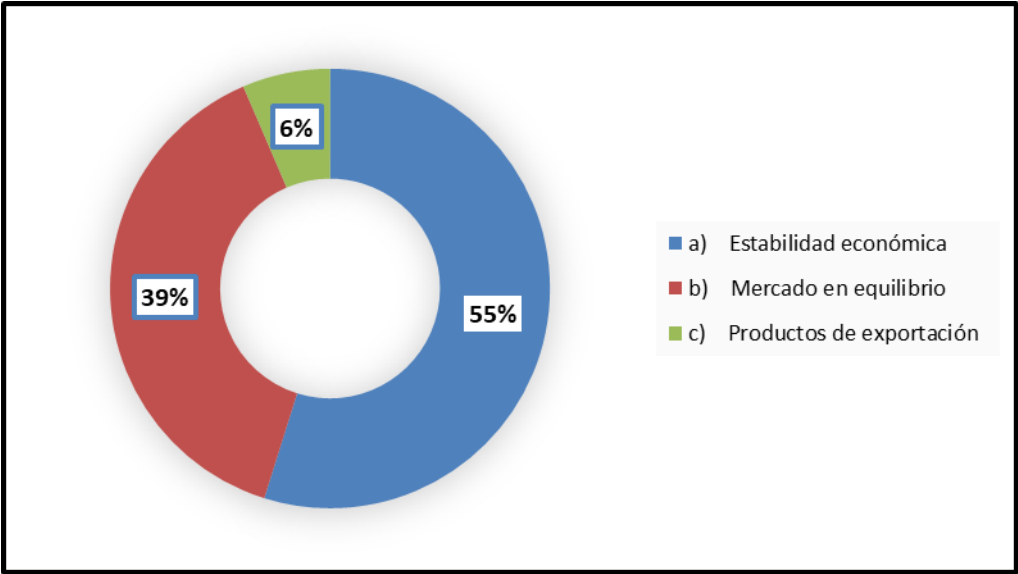
Gráfico 15. Causas identificadas en el Mercado Central de Chinandega por la baja de los precios (considerablemente o poco), mes de mayo 2019



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

En el caso de los que dijeron que los precios han bajado (poco o considerablemente), el 50 por ciento cree que es por los problemas sociopolíticos, un 29 por ciento dice que es porque hay exceso de vendedores con los mismos productos, un 11 por ciento cree que es porque los productos están sobre abastecidos, el 7 por ciento cree que es porque las condiciones climáticas han sido favorables y un 3 por ciento por la baja del precio de combustible.

Gráfico 16. Causas identificadas en el Mercado Central de Chinandega por estabilidad de los precios, mes de mayo 2019



Fuente: Elaboración propia en base a encuesta aplicada

Existe un número de comerciantes que expresan que los precios han permanecido estables, de ellos el 55 por ciento considera que es porque hay estabilidad económica, un 39 por ciento considera que el mercado está en equilibrio y un 6 por ciento porque los productos son de exportación.

IX. Conclusiones

- Los productos de la canasta básica que son demandados en los mercados en estudio, según grupo de consumo, para el Mercado Central de León son cuatro: ropa y calzado, granos básicos, comiderías y plásticos, en el caso del Mercado Central de Chinandega los productos de mayor demanda que se identifican son ropa, verduras y carne. Los resultados son similares en cuanto al grupo de consumo ropa y calzado, pero en el caso del mercado de León hay mucha más venta de comiderías y granos básicos que en Chinandega en donde se comercializa más verduras y carnes que en León.
- En relación a los precios de los productos de la canasta básica del Mercado Central de León y el Mercado Central de Chinandega según los datos obtenidos se muestra que en el primero el precio total de los 48 productos incluidos, al mes de mayo 2019 es de C\$ 13,864 córdobas y en el caso del Mercado Central de la ciudad de Chinandega el resultado es de C\$14,820 córdobas hay una diferencia de C\$ 956 córdobas ya que también tienen que asumir costos de transporte.
- Las principales causas que inciden en las variaciones de los precios de los productos de la canasta básica en el mercado Raúl Cabezas Lacayo son: en cuanto al aumento de los precios, se encuentra como mayor causante la escasez o carestía de los productos, seguido por los problemas sociopolíticos, el alza en el precio del combustible y altos costos del transporte. Las principales causas para el Mercado Central de Chinandega son: de los que dicen que los precios han aumentado opinan que es por los problemas sociopolíticos, escasez o carestía de los productos, fenómenos climáticos, exceso en la demanda de los productos, altos costos de transporte y el alza del precio del combustible.

- En el caso de los que dijeron que los precios han bajado (poco o considerablemente) se cree que es por los problemas sociopolíticos, hay exceso de vendedores con los mismos productos, existen productos que están sobre abastecidos, las condiciones climáticas han sido favorables y por la baja del precio de combustible
- Según el comportamiento de los precios de la Canasta Básica existe un número de comerciantes del Mercado Central de León que expresan que los precios han permanecido estables, se considera que es porque hay estabilidad económica y los del Mercado Central de Chinandega afirman que los precios han aumentado, aunque hay un grupo de comerciantes que consideran se han mantenido estables.

X. Recomendaciones

- **A las autoridades municipales:** incentivar a los consumidores a que realicen sus compras en los mercados para ayudar a las comerciantes a diversificarse y crecer económicamente.
- **A la Alcaldía y/o Intendencia:** actualizar información estadística en los mercados con el fin de realizar estudios a mayor profundidad.

XI. Bibliografía

- Africa 70 ; Unión Europea ; Alcaldía de Chinandega ; Alcaldía de El Viejo. (2012). *Diagnóstico sobre el Manejo de Residuos Sólidos Urbanos de Chinandega*. Chinandega. Chinandega.
- BCN. (19 de febrero de 2010). *bcn.gob.ni*. Obtenido de *bcn.gob.ni*: <https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/metodologias/documentos/IPC20preguntas.pdf>
- Caballero, F. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de *economipedia*: <https://economipedia.com/definiciones/salario-o-sueldo.html>
- Díaz S & López E. (22 de febrero de 2018). *repositorio.ug.edu.ec*. Obtenido de *repositorio.ug.edu.ec*: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30156/1/TESIS%20CANASTA%20BASICA.pdf>
- Díaz, E. García, M. (6 de octubre de 2014). *riul.unanleon.edu.ni*. Obtenido de *riul.unanleon.edu.ni*: <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/bitstream/123456789/3316/1/227178.pdf>
- economiasimple.net*. (7 de mayo de 2019). *economiasimple.net*. Obtenido de *economiasimple.net*: <https://www.economiasimple.net/glosario/mercado>
- economiasimple.net*. (27 de mayo de 2019). *economiasimple.net*. Obtenido de *economiasimple.net*: <https://www.economiasimple.net/glosario/demanda>
- emprendepyme.net*. (7 de mayo de 2019). *emprendepyme.net*. Obtenido de *emprendepyme.net*: <https://www.emprendepyme.net/el-precio-del-producto.html>
- emprendepyme.net*. (7 de mayo de 2019). *emprendepyme.net*. Obtenido de *emprendepyme.net*: <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-producto.html>
- Espinoza U, E. (26 de noviembre de 2002). *repositorio.uca.edu.ni*. Obtenido de *repositorio.uca.edu.ni*: <http://repositorio.uca.edu.ni/1522/1/UCANI3699.PDF>
- González, J. (16 de febrero de 2016). *elnuevodiario*. Obtenido de *elnuevodiario*: <https://www.elnuevodiario.com.ni/economia/385827-leon-economia-diversa/>
- INIDE & MAGFOR. (2019). *IV Censo Nacional Agropecuario CENAGRO, Departamento de Chinandega y León y sus municipios*. Chinandega. .
- INIDE. (2017). *Análisis descriptivo del comportamiento de precios de la Canasta Básica, en el periodo de enero 2016 a enero 2017*. Managua.
- INTUR. (abril de 15 de 2017). *intur.gob.ni*. Obtenido de *intur.gob.ni*: <s://www.intur.gob.ni/2017/02/remodelacion-mercado-central-leon-da-nuevo-rostro-la-ciudad/>
- Kiziryan, M. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de *economipedia*: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-bienes.html>
- Leiva A, O. C. (2009). *riul.unanleon.edu.ni*. Obtenido de *riul.unanleon.edu.ni*: <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/4921>

- Leiva, A . Orochena, C. Solís A. (6 de agosto de 2009). *riul.unanleon.edu.ni*. Obtenido de riul.unanleon.edu.ni: <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/retrieve/188>
- Mankiw, G. (2004). *Principios de economia 3era edición*. España: S.A. MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE ESPAÑA.
- Medina M. (11 de enero de 2013). *riul.unanleon.edu.ni*. Obtenido de riul.unanleon.edu.ni: <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/4209>
- Parkin, M. (2001). *Microeconomía. Versión para Latinoamérica. Quinta Edición*. Mexico: Addison Wesley.
- Pedrosa, S. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Piura C ,Romero M. (11 de junio de 2015). *riul.unanleon.edu.ni*. Obtenido de riul.unanleon.edu.ni: <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/4008>
- Romero. (2002). *Principios de la contabilidad segunda edicion* . Mexico: Ultra,S.A de C.V.
- Sampieri, R. H. (2010). Metodología de la investigación. En R. H. Sampieri, *Metodología de la investigación* (pág. 656). México: Mc Graw Hill.
- Solís C. (s.f.). *eobservadoreconomico*. Obtenido de eobservadoreconomico: http://www.eobservadoreconomico.com/archivo_anterior/127/actualidad.htm
- Treminio, J. C. (5 de marzo de 2013). *bcn.gob.ni*. Obtenido de bcn.gob.ni: <https://www.bcn.gob.ni>
- Vázquez, R. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/precio.html>

XII. Anexos

12.1. Encuesta

Estimado comerciante, somos egresadas de la carrera de Economía de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UNAN-León, estamos aplicando la siguiente encuesta con el objetivo de recopilar información para analizar el comportamiento del costo de la canasta básica. Solicitamos su ayuda, su certera respuesta será de vital importancia para nuestro estudio. De antemano gracias por su valiosa cooperación.

Datos generales

Edad____ sexo____ Mercado en que labora_____

I. Datos de los productos de la canasta básica que son demandados en los mercados en estudio, según grupo de consumo.

En la siguiente tabla marque con una "X" la actividad comercial a la que se dedica a vender.

Sector	Marque con una "x"
Alimentos y gastos del hogar	
Lácteos	
Posta de res	
Posta de cerdo	
Carne de aves	
Chuleta de pescado	
Perecederos	
Ropa de Hombres y Mujeres mayores y menores de 10 años	
Calzado de Hombres y Mujeres mayores y menores de 10 años	

II. Datos de los precios de los productos de la Canastas Básica según la actividad comercial a la que se dedica a vender.

Ubique el precio de los productos según la actividad comercial a la que pertenece.

No	Descripción del producto	Unidad de medida	Precio unitario
Alimentos y gastos básicos			
1	Arroz	Libra	
2	Frijoles	Libra	
3	Azúcar	Libra	
4	Aceite	Litro	
5	Leche	Litro	
6	Huevos	Docena	
7	Pinolillo	Libra	
8	Pastas alimenticias	Libras	
9	Jabón de lavar ropa	Unidad	
10	Detergente en polvo	Bolsitas de 40 gr	
11	Pasta dental	Unidad de 115 gr	
12	Fósforos	Cajetillas de 40 cerillos	
13	Escoba	Unidad	
14	Papel higiénico	Rollos	
15	Jabón de baño	Unidad	
16	Toallas sanitarias	Bolsa de 10 unidades	
17	Desodorante nacional	Unidad	
18	Cepillo dental	Unidad	
Lácteos			
19	Queso seco	Libra	
20	crema		
21	Queso de freír		
Carnes			
22	Posta de res	Libra	
23	Posta de cerdo	Libra	
24	Carne de aves	Libra	
25	Chuleta de pescado	Libra	
Perecederos			
26	Tomate de cocinar	Libra	
27	Cebolla blanca	Libra	
28	Chiltoma	Libra	
29	Papa	Libra	
30	Ayote	Libra	
31	Plátano verde	Unidad	
32	Naranja repollo	Docena	
33	repollo	Libra	

	Ropa hombres y niños mayores de 10 años		
34	Pantalón largo de tela de jeans	Unidad	
35	Camisa manga corta	Unidad	
36	Calzoncillos	Unidad	
37	Calcetines	Par	
	Ropa mujeres y niñas mayores de 10 años		
38	Blusa manga corta	Unidad	
39	Pantalón largo de tela de jeans	Unidad	
40	Vestido entero	Unidad	
41	Calzones/ Bikinis	Unidad	
42	Brassiers/ sostén	Unidad	
	Ropa de niños y niñas menores de 10 años		
43	Traje completo	Unidad	
44	Calcetines	Unidad	
45	Calzones	Unidad	
	Calzado de hombres y niños mayores de 10 Años		
46	Zapato de cuero natural (mocasín, acordonado, cerrado, etc.)	Par	
	Calzado de mujeres y niñas mayores de 10 años		
47	Sandalias de cuero sintético	Par	
	Calzado de niños y niñas menores de 10 Años		
48	Zapato de cuero sintético	Par	

III. Marque con una "X" su respuesta

1. Datos del comportamiento de los precios de los productos que vende. ¿Cómo cree usted que ha sido el comportamiento de los precios de los productos que vende?

COMPORTAMIENTO	Marque con una "X"
a) Han aumentado mucho	
b) Han aumentado poco	
c) No han variado nada (Constantes)	
d) Han bajado considerablemente	
e) Han bajado poco	

2. Datos de las causas de las variaciones de los precios del producto que vende. ¿Cuál cree usted que son las causas de las variaciones de los precios de los productos que vende?

Si han aumentado (mucho o poco)	Marque con una "X"
a) Alza del precio del combustible	
b) Escasez o carestía de los productos	
c) Fenómenos Climáticos	
d) Altos Costos de Transporte	
e) Exceso de demanda de los productos	
f) Problemas sociopolíticos	
Si han bajado (considerablemente o poco)	Marque con una "X"
a) Baja del precio del combustible	
b) Abastecimiento de los productos	
c) Buen clima	
d) Bajos costos de transporte	
e) Exceso de vendedores con los mismos productos	
f) Problemas sociopolíticos	
Razones por mantenimiento de precio	Marque con una "X"
a) Estabilidad económica	
b) Mercado en equilibrio	
c) Productos de exportación	
Frecuencia de compra de Productos (canasta básica)	Marque con una "X"
a) Diario	
b) Semanal	
c) Quincenal	
d) Mensual	

12.2. Precios de los productos en el Mercado Central de León

MERCADO CENTRAL DE LEÓN					
CANASTA BASICA Mayo 2019					
(CORDOBAS)					
DESCRIPCION DEL PRODUCTO	UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO S C\$		
ALIMENTOS BASICOS	DE MEDIDA	DE CONSENSO			
1	Arroz	Libra	60	C\$16.00	C\$960.00
2	Frijoles	Libra	12	C\$15.00	C\$180.00
3	Azúcar	Libra	10	C\$12.00	C\$120.00
4	Aceite	Litro	8	C\$32.00	C\$256.00
5	Leche	Litro	6	C\$22.00	C\$132.00
6	Huevo	Cajilla	2	C\$120.00	C\$240.00
7	Pinolillo	libra	2	C\$25.00	C\$50.00
8	Pasta alimenticia	Unidad	6	C\$16.00	C\$96.00
9	Jabón de lavar ropa	Unidad	6	C\$30.00	C\$180.00
10	Detergente en polvo	Unidad 40 gramos	40	C\$10.00	C\$400.00
11	Pasta dental	Unidad 115 Gramos	3	C\$30.00	C\$90.00
12	Fosforo	Cajetillas	1	C\$40.00	C\$40.00
13	Escoba	Unidad	1	C\$90.00	C\$90.00
14	Papel higiénico	Unidad	12	C\$30.00	C\$360.00
15	Jabón de baño	Unidad	5	C\$20.00	C\$100.00
16	Toalla sanitaria	Paquete 10 unidades	2	C\$25.00	C\$50.00
17	Desodorante	Unidad	1	C\$65.00	C\$65.00
18	Cepillo dental	Unidad	1	C\$15.00	C\$15.00
					C\$3,424.00
LACTEOS					
19	Queso Seco	Libra	12	C\$50.00	
20	Crema	Libra	4	C\$50.00	

0				
2				
1	Queso de freír	Libra	6	C\$50.00
CARNES				
2				
2	Posta de res	Libra	24	C\$80.00
2				
3	Posta de cerdo	Libra	3	C\$75.00
2				
4	Pollo	Libra	24	C\$55.00
2				
5	Chuleta de pescado	Libra	5	C\$80.00
PERECEDEROS				
2				
6	Tomate	Libra	20	C\$12.00
2				
7	Cebolla	Libra	10	C\$29.00
2				
8	Chiltoma	Unidad	15	C\$4.00
2				
9	papa	Libra	5	C\$27.00
3				
0	Ayote	Unidad	5	C\$15.00
3				
1	Plátano Verde	Unidad	35	C\$7.00
3				
2	Naranja	Docena	2	C\$20.00
3				
3	Repollo	Unidad	1	C\$20.00
ROPA DE HOMBRES Y NIÑOS MAYORES DE 10 AÑOS				
3	Pantalón largo de tela			C\$400.0
4	jeans	Unidad	1	0
3				C\$320.0
5	camisa manga corta	Unidad	1	0
3				
6	Calzoncillos	Unidad	1	C\$50.00
3				
7	Calcetines	Pares	1	C\$20.00
ROPA MUJERES Y NIÑAS MAYORES DE 10 AÑOS				
3				C\$280.0
8	Blusa manga corta	Unidad	1	0
3				C\$420.0
9	Pantalón largo de tela de jeans	Unidad	1	0

4	0	Vestido Entero	Unidad	1	C\$630.00
4	1	Calzones/Bikinis	Unidad	2	C\$50.00
4	2	Brassiers/ Sostén	Unidad	2	C\$120.00
ROPA DE NIÑOS Y NIÑAS MENORES DE 10 AÑOS					
4	3	Traje completo	unidad	1	C\$360.00
4	4	Calcetines	unidad	2	C\$15.00
4	5	calzones	unidad	2	C\$35.00
CALZADO DE HOMBRES Y NIÑOS MAYORES DE 10 AÑOS					
4	6	Zapatos	pares	1	C\$750.00
CALZADO DE MUJERES Y NIÑAS MAYORES DE 10 AÑOS					
4	7	Sandalias de cuero sintético	Pares	1	C\$350.00
CALZADO DE NIÑOS Y NIÑAS MENORES DE 10 AÑOS					
4	8	Zapato de cuero sintético	Pares	1	C\$350.00

12.3. Precios de los productos en el Mercado Central de Chinandega.

MERCADO CENTRAL DE CHINANDEGA					
CANASTA BASICA Mayo 2019					
(CORDOBAS)					
DESCRIPCION DEL PRODUCTO		UNIDAD	CANTIDAD MENSUAL	PRECIOS	
ALIMENTOS BASICOS		DE MEDIDA	DE CONSENSO	C\$	
1	Arroz	Libra	60	C\$13.00	C\$780.00
2	Frijoles	Libra	12	C\$15.00	C\$180.00
3	Azúcar	Libra	10	C\$12.00	C\$120.00
4	Aceite	Litro	8	C\$30.00	C\$240.00
					C\$1,320.00
CARNES					
22	Posta de res	Libra	24	C\$75.00	C\$1,800.00
23	Posta de cerdo	Libra	3	C\$70.00	C\$210.00

24	Filete de pollo	Libra	24	C\$55.00	C\$1,320.00
25	Chuleta de pescado	Libra	5	C\$50.00	C\$250.00
					C\$3,580.00

LACTEOS Y HUEVOS					
19	Queso Seco	Libra	12	C\$75.00	C\$900.00
20	Crema	Libra	4	C\$30.00	C\$120.00
21	Queso de freír	Libra	6	C\$45.00	C\$270.00
5	Leche	Litro	6	C\$20.00	C\$120.00
6	Huevo	Cajilla	2	C\$110.00	C\$220.00
					C\$1,630.00

CEREALES					
7	Pinolillo	libra	2	C\$30.00	C\$60.00
8	Pasta alimenticia	Unidad	6	C\$15.00	C\$90.00
					C\$150.00

PERECEDEROS					
26	Tomate	Libra	20	C\$40.00	C\$800.00
27	Cebolla	Libra	10	C\$25.00	C\$250.00
28	Chiltoma	Libra	15	C\$10.00	C\$150.00
29	papa	Libra	5	C\$25.00	C\$125.00
30	Ayote	Unidad	5	C\$15.00	C\$75.00
31	Plátano Verde	Unidad	35	C\$5.00	C\$175.00
32	Naranja	Docena	2	C\$20.00	C\$40.00
33	Repollo	Unidad	1	C\$20.00	C\$20.00
					C\$1,635.00

USOS DEL HOGAR					
9	Jabón de lavar ropa	Unidad	6	C\$30.00	C\$180.00
10	Detergente en polvo	Unidad 40 gramos	40	C\$7.00	C\$280.00
11	Pasta dental	Unidad 115 Gramos	3	C\$30.00	C\$90.00
12	Fosforo	Cajetillas	1	C\$40.00	C\$40.00
13	Escoba	Unidad	1	C\$60.00	C\$60.00
14	Papel higiénico	Unidad	12	C\$70.00	C\$840.00
15	Jabón de baño	Unidad	5	C\$20.00	C\$100.00
16	Toalla sanitaria	Paquete 10 unidades	2	C\$20.00	C\$40.00
17	Desodorante	Unidad	1	C\$60.00	C\$60.00
18	Cepillo dental	Unidad	1	C\$15.00	C\$15.00
					C\$1,705.00

VESTUARIO HOMBRES Y NIÑOS MAYORES DE 10 AÑOS					
34	Pantalón largo de tela	Unidad	1	C\$280.00	C\$280.00

	jeans				
35	camisa manga corta	Unidad	1	C\$250.00	C\$250.00
36	Calzoncillos	Unidad	1	C\$50.00	C\$50.00
46	Zapatos	pares	1	C\$850.00	C\$850.00
37	Calcetines	Pares	1	C\$20.00	C\$20.00
					C\$1,450.00

VESTUARIO MUJERES Y NIÑAS MAYORES DE 10AÑOS					
38	Blusa manga corta	Unidad	1	C\$280.00	C\$280.00
39	Pantalón largo de tela de jeans	Unidad	1	C\$480.00	C\$480.00
40	Vestido Entero	Unidad	1	C\$550.00	C\$550.00
41	Calzones/Bikinis	Unidad	2	C\$50.00	C\$100.00
47	Sandalias de cuero sintético	Pares	1	C\$850.00	C\$850.00
42	Brassiers/ Sostén	Unidad	2	C\$120.00	C\$240.00
					C\$2,500.00

VESTUARIO DE NIÑOS Y NIÑAS MENORES DE 10 AÑOS					
43	Traje completo	unidad	1	C\$350.00	C\$350.00
44	Calcetines	unidad	2	C\$15.00	C\$30.00
45	calzones	unidad	2	C\$35.00	C\$70.00
48	Zapato de cuero sintético	Pares	1	C\$400.00	C\$400.00
					C\$850.00

C\$14,820.00

12.4 Base de datos León

N°	Edad	Sexo	Sector	Comportamiento de los precios	Causa de las variaciones de los precios	frecuencia de compras
1	35	F	Comiderias	No han variado nada	estabilidad económica	diario
2	48	F	Comiderias	Han aumentado poco	carestía de los productos	diario
3	39	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
4	50	F	Comiderias	No han variado nada	estabilidad económica	diario
5	43	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
6	47	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
7	39	F	Comiderias	Han aumentado poco	carestía de los productos	diario
8	40	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
9	45	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
10	48	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
11	44	F	Comiderias	No han variado nada	estabilidad económica	diario
12	36	F	Comiderias	No han variado nada	estabilidad económica	diario
13	51	F	Comiderias	Han aumentado poco	carestía de los productos	diario
14	36	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
15	47	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
16	34	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
17	43	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
18	41	F	Comiderias	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
19	33	F	Comiderias	han aumentado un poco	carestía de los productos	diario
20	53	F	Comiderias	han aumentado poco	carestía de los productos	diario

21	51	F	Comiderias	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
22	43	F	Comiderias	No han variado nada	estabilidad económica	diario
23	50	M	ropa y calzado	No han variado nada	estabilidad económica	diario
24	34	M	ropa y calzado	No han variado nada	estabilidad económica	diario
25	47	F	ropa y calzado	No han variado nada	estabilidad económica	diario
26	33	F	ropa y calzado	No han variado nada		diario
27	44	M	ropa y calzado	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
28	51	F	ropa y calzado	No han variado nada	estabilidad económica	diario
29	27	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
30	35	M	ropa y calzado	No han variado nada	estabilidad económica	diario
31	37	M	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
32	49	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
33	33	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
34	54	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
35	39	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
36	44	M	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
37	31	F	ropa y calzado	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
38	34	F	ropa y calzado	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
39	25	F	ropa y calzado	No han variado nada	estabilidad económica	diario
40	48	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
41	39	M	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
42	44	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
43	36	M	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario

44	50	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
45	32	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
46	30	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
47	48	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
48	42	F	ropa y calzado	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
49	33	F	ropa y calzado	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
50	29	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
51	32	F	ropa y calzado	No han variado nada	mercado en equilibrio	diario
52	40	F	Granos básicos	han aumentado poco	alza precio del combustible	diario
53	45	F	Granos básicos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
54	30	F	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
55	25	F	Granos básicos	no han variado nada	problemas sociopolíticos	diario
56	28	F	Granos básicos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
57	35	F	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
58	30	M	Granos básicos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
59	20	F	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
60	28	M	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
61	19	F	Granos básicos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
62	27	F	Granos básicos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
63	35	M	Granos básicos	no han variado nada	estabilidad económica	diario
64	40	F	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
65	30	F	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
66	40	M	Granos	han aumentado	problemas	diario

			básicos	poco	sociopolíticos	
67	38	M	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
68	18	M	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
69	20	M	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
70	40	F	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
71	65	F	Granos básicos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
72	52	F	Granos básicos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
73	42	M	Granos básicos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
74	45	F	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
75	30	f	Granos básicos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
76	41	F	Granos básicos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
77	40	F	Perecederos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
78	45	F	Perecederos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
79	41	F	Perecederos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
80	48	F	Perecederos	han aumentado mucho	problemas sociopolíticos	diario
81	48	F	Perecederos	han aumentado mucho	problemas sociopolíticos	diario
82	45	F	Perecederos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
83	48	F	Perecederos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
84	50	F	Perecederos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
85	38	F	Perecederos	han aumentado mucho	carestía de los productos	diario
86	40	F	Perecederos	han aumentado mucho	problemas sociopolíticos	diario
87	50	F	Perecederos	han aumentado mucho		diario
88	50	F	Perecederos	han aumentado mucho	problemas sociopolíticos	diario
89	58	F	Perecederos	no han variado	mercado en	diario

				nada	equilibrio	
90	43	F	Perecederos	han aumentado mucho	carestía de los productos	diario
91	59	f	Perecederos	han aumentado mucho	carestía de los productos	diario
92	67	F	Perecederos	han aumentado mucho	carestía de los productos	diario
93	75	F	Perecederos	han aumentado mucho	carestía de los productos	diario
94	62	F	plásticos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
95	70	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
97	37	F	plásticos	han aumentado poco	alza precio del combustible	diario
98	67	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
99	49	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
100	23	M	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
101	74	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
102	35	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
103	32	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
104	38	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
105	31	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
106	33	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
107	30	M	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
108	39	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
109	28	M	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
110	28	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
111	30	M	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
112	32	M	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario

113	25	F	plásticos	no han variado nada	estabilidad económica	diario
114	25	F	plásticos	no han variado nada	estabilidad económica	diario
115	38	F	plásticos	no han variado nada	estabilidad económica	diario
116	30	F	plásticos	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
117	60	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
118	46	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
120	29	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
121	47	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
122	35	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
123	47	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
124	35	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
125	45	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
126	39	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
127	33	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
128	46	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
129	31	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
130	31	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
131	41	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
132	42	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
133	40	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
134	35	F	Refresco y repostería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
135	28	F	Artesanías	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
136	34	M	Artesanías	han aumentado poco	alto costo de transporte	diario

137	30	F	Artesanías	no han variado nada	estabilidad económica	diario
138	42	F	Artesanías	no han variado nada	estabilidad económica	diario
139	32	M	Artesanías	no han variado nada	estabilidad económica	diario
140	28	F	Artesanías	no han variado nada	estabilidad económica	diario
141	22	M	Artesanías	no han variado nada	estabilidad económica	diario
142	31	F	Artesanías	no han variado nada	estabilidad económica	diario
143	30	F	Sala de belleza y joyería	no han variado nada	estabilidad económica	diario
144	30	F	Sala de belleza y joyería	no han variado nada	estabilidad económica	diario
145	40	f	Sala de belleza y joyería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
146	40	F	Sala de belleza y joyería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
147	48	M	Sala de belleza y joyería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
148	48	M	Sala de belleza y joyería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
149	50	M	Sala de belleza y joyería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
150	52	M	Sala de belleza y joyería	no han variado nada	estabilidad económica	diario
151	25	M	ferretería y celulares	no han variado nada	estabilidad económica	diario
152	43	M	ferretería y celulares	no han variado nada	estabilidad económica	diario
153	28	F	ferretería y celulares	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
154	24	M	ferretería y celulares	no han variado nada	estabilidad económica	diario
155	21	F	ferretería y celulares	no han variado nada	estabilidad económica	diario

156	29	M	ferretería y celulares	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
157	28	M	ferretería y celulares	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
158	68	M	ferretería y celulares	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
159	50	F	cereales y semillas	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
160	60	F	cereales y semillas	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
161	55	F	cereales y semillas	no han variado nada	estabilidad económica	diario
162	70	F	cereales y semillas	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
163	65	F	cereales y semillas	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
164	35	F	cereales y semillas	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
165	38	F	cereales y semillas	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
166	35	F	cereales y semillas	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
167	40	F	Carnes y lácteos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
168	40	M	Carnes y lácteos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
169	42	M	Carnes y lácteos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
170	35	M	Carnes y lácteos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
171	40	F	Carnes y lácteos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
172	48	M	Carnes y lácteos	han aumentado mucho	problemas sociopolíticos	diario
173	45	F	Carnes y lácteos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
174	38	M	Carnes y lácteos	han aumentado poco	carestía de los productos	diario
175	50	M	Carnes y lácteos	han aumentado mucho	problemas sociopolíticos	diario
176	38	M	Carnes y lácteos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
177	40	F	Carnes y lácteos	han aumentado poco	problemas sociopolíticos	diario
178	50	M	Farmacia y Floristería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario

179	30	M	Farmacia y Floristería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
180	30	F	Farmacia y Floristería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
181	40	F	Farmacia y Floristería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
182	45	F	Farmacia y Floristería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
183	35	F	Farmacia y Floristería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
184	21	F	Farmacia y Floristería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario
	28	F	Farmacia y Floristería	no han variado nada	mercado en equilibrio	diario

12.5 Base de datos Chinandega.

N°	EDAD	SEXO	SECTOR	COMPORTAMIENTO	CAUSAS DE LAS VARIACIONES DE LOS PRECIOS	FRECUENCIA DE COMPRAS
1	61	F	Carne	Han Aumentado mucho	Problemas políticos	Diario
2	59	M	Carne	Han Aumentado poco	problemas políticos	Diario
3	46	M	Carne	Han Aumentado mucho	Problemas políticos	Diario
4	30	F	Carne	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Quincenal
5	55	F	Carne	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
6	53	F	Carne	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
7	20	F	Carne	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
8	43	F	Carne	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
9	19	F	Carne	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
10	25	F	Carne	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
11	38	M	Carne	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
12	26	M	Carne	Han Aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	semanal
13	41	F	Carne	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
14	35	F	Carne	Han aumentado mucho	Alza del precio de los combustibles	Diario
15	29	M	Carne	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
16	28	F	Carne	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
17	66	F	Carne	Han aumentado mucho	Alza del precio de los combustibles	Diario
18	58	F	Carne	Han Aumentado mucho	Exceso de demanda de los productos	Diario
19	45	F	Carne	Han aumentado poco	Estabilidad económica	Diario
20	35	F	Carne	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
21	28	F	Carne	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
22	48	F	Carne	Han aumentado mucho	Alza del precio de los combustibles	Diario
23	45	M	Carne	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los	Diario

					productos	
24	39	F	Carne	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los productos	Diario
25	39	M	Carne	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
26	38	F	carne	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
27	34	M	carne	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
28	28	F	Cerdo	No han variado nada	Estabilidad económica	Quincenal
29	57	F	Cerdo	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
30	31	M	Cerdo	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
31	50	F	Cerdo	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
32	39	F	Cerdo	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
33	30	F	Cerdo	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
34	41	F	Cerdo	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
35	31	F	Cerdo	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
36	40	F	Mariscos	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
37	55	F	Mariscos	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
38	21	M	Mariscos	Han aumentado poco	Abastecimiento de los productos	Diario
39	52	F	Mariscos	Han aumentado poco	Altos costos de transporte	semanal
40	25	F	Mariscos	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
41	30	M	Mariscos	Han aumentado poco	Alza del precio de los combustibles	Diario
42	45	F	Mariscos	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
43	37	F	Mariscos	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
44	28	F	Mariscos	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
45	24	M	Mariscos	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
46	29	M	Mariscos	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	semanal
47	42	M	Mariscos	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Quincenal
48	35	M	Mariscos	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
49	38	F	Mariscos	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los	semanal

					productos	
50	24	M	Mariscos	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
51	31	M	Madera	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	semanal
52	29	F	Madera	Han aumentado mocho	Alza del precio de los combustibles	Diario
53	35	F	Madera	No han variado nada	Productos de exportación	Diario
54	61	F	Madera	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
55	32	F	Madera	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
56	27	M	Madera	Han aumentado poco	Altos costos de transporte	Diario
57	38	F	Salón de belleza	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los productos	Quincenal
58	38	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	Quincenal
59	45	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	Quincenal
60	56	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Exceso de demanda de los productos	Quincenal
61	68	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	semanal
62	38	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Exceso de demanda de los productos	Quincenal
63	50	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Exceso de demanda de los productos	semanal
64	36	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	semanal
65	63	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	semanal
66	48	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	semanal
67	43	F	Salón de belleza	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	Quincenal

68	20	F	Granitos	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
69	25	M	Granitos	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
70	31	F	Granitos	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
71	28	M	Granitos	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
72	40	F	Granitos	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
73	35	F	Granitos	Han aumentado poco	Buen clima	Diario
74	38	F	Granitos	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
75	31	F	Corazón de Jesús	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
76	28	F	Corazón de Jesús	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
77	30	M	Corazón de Jesús	Han bajado poco	Exceso de vendedores con los mismos productos	Diario
78	21	M	Corazón de Jesús	No han variado nada	Exceso de vendedores con los mismos productos	Diario
79	22	F	Corazón de Jesús	Han aumentado poco	Exceso de vendedores con los mismos productos	Diario
80	21	M	Corazón de Jesús	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
81	36	F	Corazón de Jesús	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
82	37	F	Corazón de Jesús	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
83	45	F	Corazón de Jesús	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
84	50	F	Corazón de Jesús	Han aumentado poco	Buen clima	Diario
85	30	M	Frescos y Especies	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
86	28	M	Frescos y	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario

			Especies			
87	25	M	Frescos y Especies	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
88	31	F	Frescos y Especies	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
89	35	M	Frescos y Especies	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
90	38	M	Frescos y Especies	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
91	30	F	Frescos y Especies	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
92	25	F	Frescos y Especies	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
93	25	F	Frescos y Especies	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
94	18	F	Frescos y Especies	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
95	38	F	Ropa	Han variado mucho	Exceso de los productos	Diario
96	40	M	Ropa	Han variado poco	Abastecimiento de los productos	Diario
97	42	F	Ropa	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	Semanal
98	39	F	Ropa	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
99	75	F	Ropa	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Semanal
100	18	F	Ropa	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
101	30	F	Ropa	Han aumentado mucho	Altos costos de transporte	Diario
102	38	M	Ropa	Han aumentado poco	Altos costos de transporte	Diario
103	53	M	Ropa	No han variado nada	Estabilidad económica	Diario
104	28	F	Ropa	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
105	59	f	Ropa	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
106	35	F	Ropa	Han bajado	Problemas sociopolíticos	semanal

				considerablemente		
107	28	F	Ropa	Han bajado considerablemente	Alza del precio de los combustibles	semanal
108	31	F	Ropa	Han aumentado poco	Exceso de demanda de los productos	Diario
109	39	F	Ropa	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Mensual
110	30	M	Ropa	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
111	35	M	Ropa	Han aumentado poco	Altos costos de transporte	Diario
112	38	F	Ropa	Han aumentado mucho	Altos costos de transporte	semanal
113	51	F	Ropa	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
114	25	H	Ropa	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
115	35	F	Ropa	Han aumentado poco	Altos costos de transporte	Diario
116	28	M	Ropa	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
117	52	F	Ropa	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
118	19	F	Ropa	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
119	39	M	Ropa	Han aumentado poco	Altos costos de transporte	Diario
120	46	F	Ropa	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
121	42	M	Ropa	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
122	38	F	Ropa	Han aumentado poco	Altos costos de transporte	Diario
123	40	F	Ropa	Han aumentado mucho	Alza del precio de los combustibles	Diario
124	37	F	Ropa	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
125	25	M	Ropa	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
126	20	F	Ropa	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Quincenal
127	40	f	Ropa	No han variado nada	mercado en equilibrio	Diario
128	41	M	Calzado	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
129	28	M	Calzado	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Semanal
130	21	F	Calzado	Han aumentado poco	Alza del precio de los combustibles	Diario
131	55	M	Calzado	Han bajado considerablemente	Exceso de vendedores con los mismos productos	Mensual

132	32	F	Calzado	Han bajado considerablemente	mercado en equilibrio	Mensual
133	29	f	Calzado	Han bajado considerablemente	Exceso de vendedores con los mismos productos	Mensual
134	59	F	Calzado	Han bajado considerablemente	Bajas del precio de combustible	Mensual
135	66	F	Calzado	Han bajado considerablemente	Exceso de vendedores con los mismos productos	Mensual
136	65	M	Calzado	Han bajado considerablemente	Exceso de vendedores con los mismos productos	Mensual
137	15	M	Calzado	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	Mensual
138	25	F	Calzado	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Semanal
139	71	M	Calzado	No han variado nada	Exceso de vendedores con los mismos productos	Mensual
140	43	M	Calzado	Han bajado considerablemente	productos de exportación	Mensual
141	35	F	Calzado	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Mensual
142	30	F	Calzado	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
143	36	F	Calzado	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los productos	Semanal
144	25	M	Calzado	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
145	35	F	Calzado	Han aumentado mucho	Escases o carestía de los productos	Diario
146	28	F	Aves	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
147	38	F	Aves	Han aumentado poco	Exceso de demanda de los productos	Diario
148	44	F	Aves	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
149	45	F	Aves	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
150	25	F	Aves	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
151	52	M	Lácteos	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario

152	55	M	Lácteos	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
153	30	M	Lácteos	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
154	33	F	Lácteos	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
155	25	F	Lácteos	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
156	47	F	Lácteos	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
157	39	F	Lácteos	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
158	41	F	Lácteos	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
159	50	F	Lácteos	Han bajado poco	Abastecimiento de los productos	Diario
160	60	M	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Quincenal
161	55	M	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los productos	Diario
162	41	M	Granos Básicos	Han aumentado poco	Altos costos de transporte	Diario
163	38	M	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los productos	Diario
164	25	M	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
165	40	F	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los productos	semanal
166	33	F	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Alza del precio de los combustibles	Diario
167	35	M	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Quincenal
168	50	F	Granos Básicos	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
169	32	F	Granos Básicos	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
170	35	M	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los productos	Diario

171	40	F	Granos Básicos	Han aumentado poco	Alza del precio de los combustibles	Diario
172	27	M	Granos Básicos	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
173	41	M	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Exceso de demanda de los productos	Diario
174	60	F	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Altos costos de transporte	Diario
175	39	F	Granos Básicos	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
176	35	M	Granos Básicos	Han aumentado poco	Altos costos de transporte	semanal
177	27	M	Granos Básicos	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
178	28	F	Granos Básicos	han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	semanal
179	35	M	Granos Básicos	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	semanal
180	45	M	Granos Básicos	Han aumentado poco	Escasez o carestía de los productos	Diario
181	29	M	Granos Básicos	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
182	26	F	Verduras	Han aumentado mucho	Alza del precio de los combustibles	Diario
183	33	M	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
184	29	F	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
185	35	F	Verduras	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
186	40	F	Verduras	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
187	38	F	Verduras	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
188	28	M	Verduras	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
189	38	M	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario

190	52	M	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
191	39	M	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
192	35	F	Verduras	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
193	30	F	Verduras	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
194	25	M	Verduras	Han aumentado poco	Problemas sociopolíticos	Diario
195	32	F	Verduras	Han aumentado poco	Fenómenos climáticos	Diario
196	55	M	Verduras	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
197	37	F	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
198	47	F	Verduras	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
199	25	M	Verduras	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	Diario
200	32	M	Verduras	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	Diario
201	38	F	Verduras	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	Diario
202	23	F	Verduras	Han bajado considerablemente	Problemas sociopolíticos	Diario
203	27	F	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
204	38	F	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
205	61	F	Verduras	Han aumentado mucho	Fenómenos climáticos	Diario
206	38	F	Verduras	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
207	65	F	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
208	66	M	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
209	39	F	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario
210	34	F	Verduras	Han aumentado mucho	Escasez o carestía de los productos	Diario
211	28	M	Verduras	Han aumentado mucho	Problemas sociopolíticos	Diario