

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
UNAN - LEÓN**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ECONOMÍA**

**TRABAJO MONOGRÁFICO PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN
ECONOMÍA.**

Estudio sobre la elasticidad precio de la demanda de bienes alimenticios (Arroz, Aceite, Azúcar, Frijoles y Leche) consumidos por los hogares del barrio Guadalupe de la ciudad de León, durante los meses de Abril-Julio del año 2008.

AUTORES

- ✚ Br. Roberto Carlos Espinoza Zavala.
- ✚ Br. Marcos Antonio Huete Alvarado.
- ✚ Br. Ana Miriam Solís Membreño.

TUTOR

- ✓ Lic. Jairo Terencio Martínez Avendaño.

León, Octubre del 2008.

ÍNDICE

No.	TEMA	PÁGINA
I	INTRODUCCIÓN.....	1
II	ANTECEDENTES.....	3
III	JUSTIFICACIÓN.....	4
IV	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
V	OBJETIVOS.....	6
VI	MARCO TEÓRICO.....	7
	6.1 DEMANDA.....	7
	6.1.1 CONCEPTOS.....	7
	6.1.2 ANÁLISIS ESTRUCTURAL DE LA DEFINICIÓN DE DEMANDA.....	7
	6.1.3 TIPOS DE DEMANDA.....	8
	6.1.4 FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA.....	9
	6.1.5 LA DEMANDA EN FUNCIÓN DEL PRECIO.....	9
	6.1.6 LEY DE LA DEMANDA.....	10
	6.2 ELASTICIDAD.....	10
	6.2.1 ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA.....	11
	6.2.2 OTROS CONCEPTOS USADOS EN MICROECONOMÍA.....	12
	6.2.3 CLASIFICACIÓN.....	12
	6.2.4 FACTORES QUE DETERMINAN EL COEFICIENTE DE ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA.....	13
	6.2.5 RELACIÓN ENTRE EL COEFICIENTE DE ELASTICIDAD PRECIO Y EL INGRESO TOTAL.....	13
	6.3 LA TEORÍA DEL CONSUMIDOR.....	14
	6.3.1 EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	14
	6.4 BIENES.....	17
	6.4.1 DEFINICIÓN DE BIENES Y PRODUCTOS.....	17
	6.4.2 TIPOS DE BIENES.....	18
	6.4.3 BIEN ECONÓMICO.....	22
VII	DISEÑO METODOLÓGICO.....	24
VIII	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	32
IX	CONCLUSIONES.....	45
X	BIBLIOGRAFÍA.....	49
XI	ANEXOS.....	50

TEMA

Estudio sobre la elasticidad precio de la demanda de bienes alimenticios (Arroz, Aceite, Azúcar, Frijoles y Leche) consumidos por los hogares del barrio Guadalupe de la ciudad de León, durante los meses de Abril-Julio del año 2008.

DEDICATORIAS

Dedico este Trabajo Monográfico a:

Mi **maestro Jesús**, fuente de sabiduría, por estar conmigo en los momentos más difíciles de mi vida, por mostrarme el camino correcto cuando todo está oscuro en mi vida, por darme fuerza para continuar cada día, por ser todo en mi vida cuando no he tenido nada.

Mis padres **Félix Espinoza y Verania Zavala**, por cuidarme y quererme incondicionalmente, por atenderme cuando no podía valerme por mi mismo, por tu entrega abnegada mamá, por dar siempre cuanto tienes papá, por que a pesar de todo, los mejores momentos de mi vida los viví a su lado.

A mis hermanos **Félix, José y Adriana** que junto a **Jéssica** son lo mejor que tengo en el mundo, por quererme y aceptarme tal como soy, por todo el cariño y la comprensión que me han brindado.

A mi segunda mamá **Sra. Irma Juárez Hernández**, por brindarme tu cariño sincero.

Roberto Carlos Espinoza Zavala

DEDICATORIAS

Dedico este Trabajo Monográfico, a mi Padre: **Cleto Marcelino Huete Betanco**, aunque tu existencia física ya no esta presente, espiritualmente si lo estás, te tengo siempre en mi mente y recuerdo con mucho amor lo buen padre que fuiste, los buenos consejos que me diste los tengo muy presente para ser un hombre de bien.

Marcos Antonio Huete Alvarado

Dedico este Trabajo Monográfico:

A **Dios** por darme la inteligencia y la fortaleza necesaria para culminar este trabajo.

A **mi madre Sra. Ángela Membreño** por brindarme el apoyo incondicional que sólo una madre como tú puede dar a sus hijos.

A **mis hermanos Sergio, Ligia y Jorge** por los buenos y malos momentos que hemos compartido.

A **mis amigos** por ayudarme en los momentos más difíciles de la carrera ya que es un trayecto largo y difícil de culminar.

A **mis profesores** por haberme transmitido sus conocimientos, y por comprenderme cuando por algún motivo me equivoqué o tenía algún problema.

Ana Miriam Solís Membreño

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente y de todo corazón a:

Dios, por brindarme el don de la vida, la salud y la inteligencia.

Mis padres por heredarme y enseñarme a tener carácter aún en los momentos difíciles, y por los hermanos que me dieron.

Mis hermanos, Félix “el campeón”, por ser nuestro orgullo, por ser un hermano ejemplar, por ayudarme en todo lo que puedes, por ser tú mismo y aceptarme tal como soy. **José** “el mejor” (hijo, padre, amigo etc.), gracias por enseñarme a ser responsable y prudente, por cuidarme y ayudarme. **Adriana**, por cuidar a mamá, por compórtate a la altura a pesar de los momentos difíciles que hemos pasado.

Jéssica Flores, por confiar en mí aún cuando nadie lo hacía, por ver más allá en mi vida, por estar conmigo en los buenos y malos momentos, por que simplemente...me cambias el mundo.

Mi tutor, **Lic. Jairo Terencio Martínez A.** por lo buen profesor que fuiste a lo largo de la carrera, sinceramente no tengo palabras para agradecer todo el apoyo incondicional y desinteresado que nos brindaste, por el profesionalismo con que ejerces tu trabajo, por ser tan comprensivo, por que sin tu ayuda este trabajo no sería igual, por que más que un guía metódico eres un gran maestro, un gran amigo, un gran colega...

¡¡Muchas gracias y que Dios ilumine tu camino hoy, mañana y siempre!!

Roberto Carlos Espinoza Zavala

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por darme vida, salud, inteligencia, voluntad y fuerzas para concluir mis estudios superiores.

A mi madre: **Beatríz de los Ángeles Alvarado Barrera**, por apoyarme siempre de manera incondicional y porque me distes y me das ánimo y fuerzas e inspiración para seguir y salir siempre adelante, gracias madre por ser tan buena madre.

A mis hermanos: **Lic. Patricia Elizabeth Huete Alvarado, Dr. Marcelo Huete Alvarado, Sra. Xiomara Huete Herrera** por apoyarme incondicionalmente y hacer posible la realización de mis estudios universitarios.

Al **Lic. Jairo Terencio Martínez A.** por ser un excelente profesor y tutor, por el gran apoyo desinteresado y con voluntad que nos brindaste, que Dios te siga dando salud, sabiduría y muchos éxitos más, muchas gracias “Profe”.

Marcos Antonio Huete Alvarado

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente a Dios por todas las bendiciones que ha puesto en mi vida, por mostrarme la luz cuando tenía dificultades, y en especial por que ha permitido la realización de este trabajo que simboliza toda una vida de sacrificios para nuestros familiares, profesores y para nosotros mismos.

Quiero expresar:

“Gracias **Mamá**”, Tú has sido mi punto de apoyo. Toda la vida has estado ahí, dispuesta a darlo todo por tus hijos. Eres lo que me motiva a levantarme cada mañana y tomar fuerzas para emprender un nuevo día.

“Gracias **Roberto y Marcos**”, ustedes me brindaron su ayuda incondicional cuando tenía dificultades y cuando más necesitaba de un apoyo ¡Dios los guarde y los bendiga siempre!

“Gracias **Lic. Jairo Martínez**”, Siempre admiré la dedicación a su trabajo y la paciencia con que nos enseñó. Deseo que Dios ilumine su camino en cada momento de su vida. Y continúe con la misma dedicación, brindándole ayuda y apoyo a quienes lo necesiten.

Ana Miriam Solís Membreño

I. INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios, la ciencia económica se ha enfrentado al problema de satisfacer las crecientes necesidades de los seres humanos, con dotaciones cada vez más escasas de recursos. Dentro de este conjunto de necesidades pueden identificarse claramente dos grupos, atendiendo al criterio de prioridad: por un lado, las denominadas básicas (alimentación, vivienda y vestido, para muchos autores); y una segunda categoría, que bien pudiera denominarse de necesidades secundarias, que comprende las restantes no incluidas dentro de la primera categoría.

Si bien en los países desarrollados existe una importante experiencia en la investigación de la elasticidad de demanda de alimentos a nivel de consumidor, en los países en desarrollo es más difícil encontrar investigaciones de elasticidad debido a la escasez de datos disponibles y muchas veces por la falta de interés de los investigadores con respecto al tema.

En este sentido, la presente investigación que lleva como título "*Estudio sobre la elasticidad precio de la demanda de bienes alimenticios (Arroz, Aceite, Azúcar, Frijoles y Leche) consumidos por los hogares del barrio de Guadalupe de la ciudad de León*" adquiere relevancia ya que como hemos mencionado anteriormente en países con características como el nuestro no se hacen muy a menudo y más aún cuando se pretende cumplir con los objetivos que nos hemos planteado, los cuales se describen a continuación: - Conocer cómo ha impactado al consumo del hogar, el incremento en los precios de los bienes en estudio; - Calcular la elasticidad precio de la demanda de los bienes estudiados; - Identificar qué medidas han adoptado las familias, con respecto a su consumo de bienes alimenticios, ante las variaciones en los precios de dichos bienes.

El método que se ha utilizado para lograr el cumplimiento de estos objetivos es, descriptivo y de corte transversal, en donde en un primer momento se ha elaborado un instrumento para la recolección de la información.

Posteriormente se procedió a organizar y procesar dicha información en una hoja de cálculo (Excel) y a través del análisis matemático con lo cual se obtuvieron los cálculos de las elasticidades.

Los resultados obtenidos se presentan en tres grandes acápite los cuales son;

1. Datos generales de los hogares encuestados.
2. Datos generales del jefe de hogar.
3. Datos del consumo familiar.

Este último acápite se subdivide a la vez en: -Datos de precios y cantidades de los bienes en estudio; y – Datos de las medidas adoptadas por las familias ante variaciones (incremento o disminución) en el precio.

En la última sección del trabajo se presentan las principales conclusiones a las que se han llegado una vez realizados todos los análisis de los resultados.

II. ANTECEDENTES

2.1 Datos socio demográficos

El barrio Guadalupe está ubicado al sur de la ciudad de León, es el barrio más grande de la ciudad, estructuralmente está conformado por 19 calles, veintiocho manzanas, mil ciento noventa y cinco viviendas y está habitado aproximadamente por seis mil quinientos setenta y dos personas (según datos del Centro de investigaciones en Demografía y Salud – CIDS, UNAN-LEÓN). Entre sus principales referencias se encuentra la iglesia Nuestra Señora de Guadalupe, el Cementerio de Guadalupe y los recintos universitarios Campus Médico y la Preparatoria, ambos pertenecientes a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-LEÓN.

2.2 Datos de la elasticidad

El análisis de la sensibilidad de la demanda de los distintos bienes alimenticios es de gran significado, tanto para los consumidores, productores, comercializadores de los bienes y servicios, como para el nivel jerárquico al que le corresponde dictaminar sobre los términos de la política económica, bien sea fiscal o monetaria.

A pesar de su gran relevancia, en el departamento de León no se ha realizado ninguna investigación que procure estudiar el comportamiento de la demanda de bienes alimenticios ante variaciones en los precios y otros factores influyentes, ni se conoce acerca de la elasticidad de dichos bienes.

Por lo tanto, esta investigación es un trabajo pionero en su ramo, ya que se constituye como el primero en su clase que busca conocer cómo impacta al comportamiento de la demanda las constantes variaciones de los precios. Transformándose automáticamente en un importante marco de referencia para futuras investigaciones que se orienten en un sentido analógico al de esta investigación.

III. JUSTIFICACIÓN

Actualmente en Nicaragua, al igual que en muchos países, se vive un intenso proceso de cambios. La apertura al mercado mundial, la lucha por sobrevivir en un sistema cada día más exigente y medios de producción más competitivos a nivel global son solo algunas de las características más resaltantes de dicho proceso, en el cual los consumidores están inmersos.

En este sentido, la información que brinde esta investigación respecto al comportamiento de los consumidores, sobre sus reacciones frente a los cambios en los precios, las condiciones del mercado, sobre sus gustos y preferencias por uno u otro bien, constituye una herramienta particularmente importante para aquellos que tienen que decidir sobre el aumento de la producción o la capacidad productiva de las empresas.

Así también, esta investigación será de gran importancia para las instituciones encargadas de implementar políticas, así como de formular y ejecutar proyectos. Además, servirá como un valioso marco de referencia para futuros investigadores y estudiantes que deseen ahondar en este interesante campo de estudio.

El presente trabajo apunta en esa dirección. Busca en concreto, proporcionar información respecto a la forma en que reaccionan los hogares en relación al consumo de un bien o servicio ante modificaciones de precios y los niveles de ingreso familiar, es decir, el trabajo tiene el propósito de estudiar las elasticidades de la demanda de los principales bienes alimenticios consumidos por los hogares del barrio Guadalupe de la ciudad de León.

IV. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Debido a la tendencia alcista en el precio de los bienes de consumo alimenticio registrado en el último año (2007), la pérdida del poder adquisitivo de la moneda nacional y el estancamiento de los salarios, así como también las expectativas de los productores con respecto al incremento constante del precio del petróleo y los efectos colaterales ocasionados por la actual crisis financiera por la que atraviesa Estados Unidos nos resulta interesante investigar:

¿Es la variación de los precios un factor determinante, capaz de generar variaciones significativas en la demanda de bienes alimenticios (Arroz, Aceite, Azúcar, Frijoles y Leche) consumidos por los hogares del barrio Guadalupe de la ciudad de León, durante los meses de Abril-Julio del año 2008?

V. OBJETIVOS

Objetivo general

Estudiar el comportamiento de la demanda, ante variaciones en el precio de los bienes alimenticios (Arroz, Aceite, Azúcar, Frijoles y Leche) consumidos por los hogares del barrio Guadalupe, durante los meses de Abril- Julio del año 2008.

Objetivos específicos

- Conocer el impacto ocasionado al consumo del hogar, por las variaciones en los precios de los bienes en estudio.
- Calcular la elasticidad precio de la demanda de los bienes estudiados.
- Identificar las medidas adoptadas por los hogares, con respecto a su consumo de bienes alimenticios, ante las variaciones en los precios de dichos bienes.

VI. MARCO TEÓRICO

6.1 Demanda

En términos generales, la “**demanda**” es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado, (la otra es la oferta) y representa la cantidad de productos o servicios que el público quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

6.1.1 Conceptos

“La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca” (1).

“Demanda es la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar” (2).

También se puede definir la demanda como la cantidad de un bien o servicio que un individuo o una colectividad están dispuestos a adquirir a un precio dado en un periodo determinado.

La demanda es igual a comprar y no es otra cosa que la cantidad de bienes que pueden ser consumidos en el mercado por la economía familiar de los compradores y está en función directa a su capacidad de compra y al nivel de ingresos que dispone la economía familiar, si se incrementa el precio de un producto automáticamente disminuye su demanda y el consumidor procura sustituir su consumo con otro bien cuyo precio sea más conveniente y tenga condiciones similares en la satisfacción de sus necesidades.

6.1.2 Análisis estructural de la definición de demanda

Tomando en cuenta las definiciones anteriores, se puede apreciar que la definición de demanda revela un conjunto de partes que conforman la demanda (3).

Esas partes son las siguientes:

- a) La cantidad de bienes y servicios: se refiere a un cierto número de unidades que los compradores estarían dispuestos a comprar o que ya han sido adquiridas.
- b) Compradores o consumidores: son las personas, empresas u organizaciones que adquieren determinados productos para satisfacer sus necesidades o deseos.
- c) Necesidades o deseos: la necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos factores básicos (alimento, vestido, abrigo, seguridad, sentido de pertenencia, estimación). En cambio los deseos consisten en anhelar la satisfacción específica para estas necesidades profundas.
- d) Disposición a adquirir el producto o servicio: se refiere a la determinación que tiene el individuo, empresa u organización por satisfacer su necesidad o deseo.
- e) Capacidad de pago: es decir que el individuo, empresa u organización tiene los recursos necesarios para realizar la adquisición.
- f) Precio dado: es la expresión de valor, expresado por lo general, en términos monetarios que tienen los bienes y servicios.
- g) Lugar establecido: es el espacio físico o virtual en el que los compradores están dispuestos a realizar la adquisición.

6.1.3 Tipos de demanda

- a) Demanda Individual:** Es la cantidad de un bien o servicio que requiere un individuo, una familia o una empresa u organización.

Variables determinantes de la demanda individual:

1. Precio del bien o servicio.
2. Precio de los otros bienes.

3. Ingreso de las personas.
4. Gustos y preferencias de las personas.

b) Demanda Colectiva: Es la sumatoria de las demandas individuales.

Variables determinantes de la demanda colectiva:

1. Precio del bien.
2. Precios de los otros bienes.
3. Ingresos de las personas.
4. Gustos y preferencias de las personas.
5. Tamaño de la población.
6. Distribución de la renta.

6.1.4 Factores que influyen en la demanda

a) Tamaño de la población: determinado por

- Natalidad y mortalidad.
- Migraciones.
- Estructura (determinada por: la edad y el sexo).

b) Renta.

c) Precio del producto.

d) Precio de otros productos.

e) Gustos o preferencias del consumidor (moda, publicidad, religión, cultura, costumbres y tradiciones, psicosis sociales).

6.1.5 La demanda en función del precio

Si consideramos todos los factores como constantes excepto el precio tenemos la función de demanda propiamente dicha $D = f(P)$.

- La demanda es una función inversa del precio.

- Su representación gráfica es la curva de demanda, y tiene pendiente negativa.

6.1.6 Ley de la demanda

Al aumentar el precio disminuye la cantidad demandada y al disminuir el precio aumenta la cantidad demandada. Esto ocurre por dos razones:

- a) Efecto sustitución:** Al aumentar el precio de un bien, aumenta el consumo de otros productos que son relativamente más baratos y deja de consumirse en cierta cantidad. Es sustituido total o parcialmente por otros productos cuyo precio relativo no ha aumentado.
- b) Efecto renta:** Al aumentar el precio de un bien, disminuye el poder adquisitivo y disminuye el consumo de todos los bienes y de ese en particular.

6.2 Elasticidad

El concepto de Elasticidad es uno de los elementos más importantes en el estudio de la demanda de cualquier bien o servicio. *Las elasticidades de la demanda miden la sensibilidad de la cantidad demandada de un bien o servicio ante variaciones de alguna variable que explica su comportamiento (precios, ingreso, gustos y preferencias, etc.), asumiendo constante el resto de variables.*

La elasticidad precio de la demanda aporta información sobre lo conveniente o no de proceder a una modificación de los precios, por el efecto que puede acarrear sobre la demanda y, consecuentemente sobre los ingresos, según el desplazamiento de la demanda.

La presencia de una elasticidad precio preponderantemente elástica hace evidente que cualquier medida que propenda a la reducción del precio de los bienes puede llevar a un incremento de la demanda de tal modo que los niveles de ingreso de los productores y comercializadores se incrementan. Se trata de adoptar medidas que, al provocar la reducción de los costos involucrados —bien sea de los

insumos, o de los bienes y servicios que entran en la formación del costo—, lleven a que el propio productor y comercializador de los bienes, esté interesado en la reducción del precio.

Ello consecuentemente tributaría al incremento de la renta real de los consumidores, sin la necesidad del lanzamiento de más dinero a la circulación, y provocaría una mejor satisfacción de las necesidades de los consumidores, con un consecuente incremento del nivel de vida y de bienestar material de la población.

Los tipos de elasticidades de demanda más estudiadas son la elasticidad-precio, la elasticidad cruzada y la elasticidad-ingreso, ya que dependiendo de los valores que tomen estas elasticidades, es posible identificar ciertas características de los bienes que son relevantes para la toma de decisiones empresariales.

Dado que en el presente trabajo se calcula la elasticidad precio de la demanda de los bienes objeto de estudio, a continuación se presenta en detalle en qué consiste:

6.2.1 Elasticidad precio de la demanda

“El coeficiente de elasticidad precio de la demanda (e) mide el cambio porcentual de la cantidad demandada de un artículo por unidad de tiempo, que resulta de un cambio porcentual dado en el precio del artículo. Puesto que el precio y la cantidad tienen una relación inversa, el coeficiente de la elasticidad precio de la demanda es un valor negativo. A fin de evitar el uso de números negativos con frecuencia se introduce un signo “menos” en la fórmula para e (4). Si (ΔQ) representa el cambio en la cantidad demandada de un artículo, debido a un cambio en su precio (ΔP), se tiene:

$$e = - \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P} = - \frac{\Delta Q}{\Delta P} \cdot \frac{P}{Q}$$

“La elasticidad precio de la demanda es un cambio proporcional en la cantidad comprada dividido entre el cambio proporcional en el precio (5). Donde la elasticidad precio es simbolizada por η_x (η es la letra griega *eta*)”.

Donde:

$$\eta_x \equiv \frac{\Delta x/x}{\Delta P_x/P_x} \equiv \frac{\Delta x/\Delta P_x}{x/P_x} \equiv \frac{\Delta x}{\Delta P_x} \cdot \frac{P_x}{x}$$

6.2.2 Otros conceptos usados en microeconomía y teoría económica

a) La elasticidad precio de la demanda

Mide el grado de sensibilidad de la cantidad demandada de un bien ante un cambio en su precio.

Dado que la cantidad demandada y el precio varían inversamente, un cambio positivo del precio irá acompañado por un cambio negativo de la cantidad demandada, con lo que la elasticidad será negativa. No obstante, para que la elasticidad precio sea positiva se utiliza un signo "menos" en la fórmula. Numéricamente se expresa como el cambio porcentual en la cantidad demandada dividido por el cambio porcentual en el precio del bien.

6.2.3 Clasificación

La demanda se clasifica según el valor del coeficiente de elasticidad e (6) como:

a) Elástica

Si la elasticidad precio es mayor que uno (e mayor que 1) se dice que la demanda es elástica, indicando que el cambio porcentual en el precio origina un cambio porcentual mayor en la cantidad demandada.

b) Elasticidad unitaria

Si la elasticidad precio es igual a uno ($e = 1$), la demanda tiene elasticidad unitaria, lo que significa que los cambios porcentuales en precio y cantidad son iguales.

c) Inelástica

Finalmente, si la elasticidad precio es menor que uno (e menor que 1), la demanda es inelástica, con lo que el cambio porcentual en el precio genera un cambio porcentual menor en la cantidad demandada.

6.2.4 Factores que determinan el coeficiente de elasticidad precio de la demanda

a) El número y la proximidad de los sustitutos del bien

Cuanto más y mejores sean los sustitutos disponibles de un bien, probablemente será mayor su elasticidad precio de la demanda.

b) El número de usos del bien

Cuanto mayor sea el número de usos de un artículo, mayor será su elasticidad precio.

c) Los gastos en el bien

Cuanto mayor sea el porcentaje del ingreso que se gasta en un bien, probablemente será mayor su elasticidad.

d) El tiempo de ajuste

Cuanto mayor sea el periodo para lograr el ajuste de la cantidad de un bien demandado probablemente más elástica será su demanda.

e) El nivel de los precios

Si el precio vigente se localiza en el extremo superior de la curva de la demanda es probable que sea más elástica la demanda que si se ubicara en el extremo inferior.

6.2.5 Relación entre el coeficiente de elasticidad-precio y el ingreso total.

Cuando la demanda es elástica

- Al aumentar el precio disminuye el ingreso total.
- Al disminuir el precio aumenta el ingreso total.

Cuando la demanda es inelástica

- Al aumentar el precio aumenta el ingreso total.

- Al disminuir el precio disminuye el ingreso total.

6.3 La teoría del consumidor

Bajo el supuesto de que los consumidores actúan como agentes económicos racionales, el problema principal al que éstos se enfrentan se reduce a la búsqueda de la mejor alternativa de entre todas las posibilidades que tienen en su proceso de decisión como consumidores. En otras palabras, la decisión del consumidor será aquella opción que le permita adquirir la mayor combinación posible de los distintos bienes y servicios disponibles, dada una dotación inicial de recursos (7).

6.3.1 El comportamiento del consumidor

a) Aspectos generales

Dada la complejidad de los estudios realizados en torno al comportamiento del consumidor y su dispersión temporal, no es tarea fácil establecer distinciones entre ellos como enfoques. Antes que contrapuestos, la mayoría de ellos son estudios complementarios. Un estudio del comportamiento del consumidor, referido a las actividades de ciertos consumidores en un lugar de mercado, y como campo de estudio, incluye un examen de:

- i) Qué es el comportamiento del consumidor; y
- ii) Por qué se comporta así.

Algunos autores definen el comportamiento del consumidor como el proceso de decisión y actividades físicas individuales en el cual se comprometen la evaluación, adquisición y uso económico de los bienes y servicios. Otros opinan que el comportamiento del consumidor se configura como el conjunto de actos de los individuos que se relacionan directamente con la obtención, uso y consumo de los bienes y servicios. En consecuencia, un análisis de dicho comportamiento incluirá el estudio del porqué la gente consume, el dónde, con qué frecuencia y en qué condiciones son consumidos los distintos bienes y servicios. El concepto en cuestión tiene como finalidad comprender, explicar e intentar pronosticar las acciones humanas relativas al consumo.

De las posiciones anteriores se desprende que el comportamiento de los consumidores es un proceso complejo, que comprende distintas actividades y funciones desde que aquéllos deciden comprar hasta que finalmente lo hacen. Y un poco más allá, si se diferencia entre comprador y consumidor (siendo este último que finalmente compra y “destruye” o disfruta del bien o servicio), el proceso sería una decisión compartida o individual, si es el caso en el que comprador y consumidor son personas distintas (ej. el jefe de familia y su hijo).

Los consumidores pueden ser individuos u hogares, o indirectamente negocios privados, organismos o agencias del gobierno y otras instituciones. Lo que sí parece llegar a ser un consenso es que el consumo no puede reducirse a un simple proceso económico, sino que además debe ser considerado como un proceso psicosociológico (8).

La conducta del consumidor está influenciada por dos grupos de características inherentes a él: las internas y las externas. Dentro de las primeras se encuentran a su vez *las características personales*, que comprenden aspectos relacionados con la edad, ocupación, sistema económico, estilo de vida y personalidad; y *las características psicológicas*, que comprenden procesos como motivación, percepción, aprendizaje, actitudes y creencias consideradas por el individuo. Dentro de las segundas se encuentran *las características culturales*, relacionadas con la cultura, subcultura y clase social a las que pertenece; y *las sociales*, que denotan el grupo de referencia, *status* y roles.

Las influencias psicológicas se resumen en el proceso de percepción y apreciación donde el individuo quien recibe el “*input*” o estímulo, lo procesa en el sistema nervioso, donde organiza, interpreta y reacciona de manera significativa, condicionado por diversos factores como la personalidad, la motivación, el aprendizaje, las actitudes y creencias, entre otros. Puede existir luego una motivación, presión dirigida que conduce a la persona a la meta de satisfacción de necesidades, mediada por su atracción o acción tendente a reducir o conducir.

Esas necesidades son de dos tipos: *biogénicas o fisiológicas*, que comprenden las necesidades de comida, aire, vestido, sexo, que son de carácter primario y

esenciales para sustentar la vida; y las *psicogénicas*, adquiridas desde la cultura y entorno, y que tienen mayor dificultad en ser satisfechas. Es el caso de las necesidades de afecto, seguridad y prestigio, entre otras.

Las necesidades son organizadas en términos de prioridades, con lo que se convierten en necesidades jerarquizadas.

Existen cinco niveles jerárquicos que se muestran como sigue:

1. Necesidades fisiológicas: básicas, como hambre, vivienda, energía, supervivencia.
2. De seguridad y protección: renta, empleo, seguridad social, salud.
3. Sociales: de pertenencia a un grupo, emocionales de vida social.
4. De estima y apreciación: *status* social, prestigio, poder, reputación.
5. De autoestima y realización: uso al máximo de los recursos.

En la medida en que las necesidades del nivel inmediato anterior quedan satisfechas, se ponen en marcha motivaciones de un nivel más alto. En este punto debe tenerse en cuenta que las jerarquías no son tan puras, y que en la mayoría de los casos aparecen combinadas. Además, las jerarquías cambian en función del nivel de desarrollo de cada país. Así por ejemplo, en los países desarrollados (de alta renta *per cápita*), la base de la pirámide la constituye el nivel 1, en tanto que en los países en desarrollo (de baja renta *per cápita*) la pirámide de jerarquías se invierte. Siguiendo con el proceso conductual, el individuo experimenta más adelante el aprendizaje, proceso en el que su comportamiento se modifica con carácter permanente debido a los efectos de una actividad, adiestramiento y observación.

Dos son los tipos de aprendizaje: uno, el motor; y el otro, referido a los conocimientos, ideas y opiniones. En el segundo caso, los distintos autores lo fijan como un proceso impulsado básicamente por las expectativas y necesidades del consumidor, que lo llevarán más adelante a una satisfacción.

Con relación a las influencias culturales, es del conocimiento general que la pertenencia a una sociedad que tienen unas creencias básicas, normas y valores, condicionará la conducta del consumidor. Éste las absorberá inconscientemente, y formará valores centrales y secundarios, transmitidos generacionalmente y

reforzados y/o desviados en el proceso educativo y experiencias de vida. También la pertenencia a una clase social (estructurada generalmente según características de ingreso, ocupación, y prestigio o *status*) condiciona la conducta del consumidor, siendo la familia el principal grupo de socialización.

6.4 Bienes

En general se llama bien a “cualquier cosa que el hombre juzgue capaz de concurrir a la satisfacción directa o indirecta, de sus necesidades.

6.4.1 Definición de bienes y productos

a) Bien

Es un concepto abstracto, intangible. Significa utilidad, beneficio. Hablamos de un bien económico, lo abundante y gratuito no es un bien económico, porque no es escaso y no tiene precio (tiene valor de uso pero no valor de cambio), a pesar de que satisface una necesidad, tal es el caso del aire, los rayos solares, etc. A estos bienes se les denomina bienes libres o bienes no económicos. Aquellos que se encuentran en abundancia y libres en la naturaleza.

A veces también denominados mercancías o mercaderías en economía a todo aquel género con el que se puede comerciar. Podemos distinguir multitud de bienes: materias primas, bienes inferiores, bienes superiores, bienes Giffen, bienes de consumo, bienes de inversión, bienes normales, bienes de lujo o bienes de primera necesidad, entre otros.

Ahora, lo contrario de un bien, es un mal. Esta definición tampoco nos interesa porque a nadie se le ocurriría, dentro de lo racional, comprar un mal que es algo que no satisface una necesidad, por lo tanto la demanda sería cero.

b) Producto

Es un concepto concreto, real, tangible, físico. Es la concretización del bien. Un producto es cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e

ideas. Podría igualarse a las mercancías (definición marxista, que significa medio material, de oferta limitada, que satisface las necesidades humanas).

6.4.2 Tipos de bienes

Existen varias clasificaciones, sin embargo las más usuales son la de bienes básicos, secundarios (servicios) y terciarios (lujos).

En la búsqueda de productos que satisfagan las necesidades y la búsqueda de estrategias de diseño de productos, haremos una clasificación de bienes que nos permitan su análisis (9).

a) Primera Clasificación:

En la teoría económica, los productos pueden clasificarse en tres grupos:

i. Bienes no duraderos

Son bienes tangibles que se consumen normalmente en uno o unos cuantos usos. Los ejemplos incluyen los alimentos. Como estos bienes se consumen rápido y se compran con frecuencia (alta rotación), la estrategia de mercadotecnia es hacerlos asequibles en muchas ubicaciones, cobrar sólo un pequeño margen de ganancia y hacer mucha publicidad. Vemos, que los productos alimenticios que satisfacen la necesidad de alimentación no son duraderos, la salud que satisface la necesidad de vida, generalmente no es duradera, la vestimenta que satisface la necesidad de calor o abrigo si es un bien duradero.

ii. Bienes duraderos

Son bienes tangibles que normalmente sobreviven a muchos usos. Los ejemplos incluyen artefactos electrodomésticos, ropa. Los productos duraderos requieren normalmente más ventas personales, servicios adicionales, requieren un margen más elevado de ganancias y más garantías del vendedor.

iii. Servicios

Son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta. Los ejemplos incluyen cortes de cabello, reparaciones, transporte, etc. Los servicios

son intangibles, inseparables, variables y perecederos. Como resultado, requieren normalmente más control de calidad, credibilidad del proveedor y adaptabilidad.

b) Segunda clasificación: “Bienes de consumo”

i. Bienes de consumo

O bienes de uso familiar. En general, los bienes de consumo serán aquellos bienes que sean utilizados por los individuos o familias. La cantidad de bienes de consumo que se venden en un país refleja los niveles de vida del mismo y también permiten ver los gustos y las características de la sociedad. Son bienes finales producidos por el hombre destinados al consumo de las personas (a diferencia de los bienes intermedios, que son bienes que se utilizan en el proceso de producción para transformarlos en bienes finales, o de los bienes de capital, que son la maquinaria que se utiliza en las industrias).

ii. Bienes de consumo no duradero

Entre los bienes de consumo podemos distinguir los producidos para el consumo inmediato (caramelos, dulces).

iii. Bienes de consumo duradero

Son aquellos bienes que se pueden utilizar varias veces durante largos periodos (un automóvil, un reproductor de vídeos o una lavadora). Sin embargo, cuando un bien de consumo (por ejemplo, un ordenador o computadora) se utiliza en una empresa para producir otros bienes, según la teoría económica será un bien de capital, y no un bien de consumo. Por lo tanto, definiremos los bienes en función del uso que se les confiera.

Los precios de los bienes duraderos de consumo están relacionados con los de segunda mano; su demanda está influenciada por los auges en las reposiciones, reciclados, etc.

A causa del alto precio en relación con los ingresos de la mayoría de consumidores, los bienes duraderos de consumo se compran en su mayoría a plazos o mediante otros métodos de extensión de su pago a lo largo de un período de tiempo.

iv. Bienes de producción

O bienes de Inversión (o simplemente inversión fija, activo fijo), bienes de capital, o bienes de las empresas privadas, públicas y organizaciones diversas tanto privadas y públicas. Se subclasifican en: bienes de producción duraderos (inversión fija) y bienes de producción no duraderos (bienes intermedios).

Los bienes de producción son bienes duraderos propiamente dichos y sus precios son altos, en relación a los precios de los bienes no duraderos que significan pocos montos, y por tal son compras frecuentes sin mayor análisis de compra.

La expansión de la producción en las industrias de bienes de capital únicamente pueden mantenerse si la tasa de crecimiento de la demanda de bienes de consumo se mantiene, la base de la prosperidad en las industrias de bienes de capital tiene carácter precario.

Incluyen la maquinaria, equipo, instrumentos de producción.

Los bienes de producción o capital fijo consisten en bienes de producción como fábricas, planta, equipo, edificios, ferrocarriles, transportes, canales y todas las formas de capital disponibles para la producción de bienes de consumo o bienes de producción. Estos son los bienes propiamente dichos.

c) Tercera clasificación: Bienes Intermedios, Bienes en Proceso y Bienes Finales

i. Bienes Intermedios

Son bienes que podrían considerarse bienes de producción no duraderos que sirven para la obtención de bienes finales. Se denominan insumos, materia prima, materiales. Estos bienes intermedios convertidos en algo concreto que se denominarán productos finales.

Estos factores se combinan siguiendo etapas para obtener el producto en proceso y luego final. Estos bienes son fungibles. Se podría decir que son bienes de consumo de las empresas y organizaciones.

Combinando los factores o elementos productivos se obtienen otros bienes de consumo y de capital, que serán vendidos al mercado de consumo y organizacional (empresas industriales y de reventa, gobierno).

Dentro de las organizaciones se tienen otras definiciones como:

ii. Bienes en Proceso

Se refieren a los factores de la producción vinculados al proceso productivo y todavía no totalmente convertidos en productos acabados, como los edificios no terminados o los autos semiterminados en cualquiera de las fases de producción. También se les denomina productos no terminados.

iii. Bienes Finales

O productos terminados. Los que están listos en los estantes para las ventas. Ahora, se convierten bienes de consumo (familias) o producción (organizaciones).

d) Otros Bienes

i. Bienes Complementarios

Aquellos bienes que deben utilizarse conjuntamente para satisfacer una necesidad.

Los bienes pueden estar relacionados o no; los bienes relacionados pueden subdividirse en bienes complementarios y bienes competitivos o sustitutos. Los ejemplos de complementarios incluyen el pan y la mantequilla, la computadora y el uso del Internet, etc. Y entre los bienes sustitutos sucede cuando los consumidores se enfrentan con una gran variedad de bienes para satisfacer sus necesidades. Algunas necesidades pueden satisfacerse con más de un bien, es decir, mediante bienes competitivos, que son sustitutos uno de otro.

Cuanto más un individuo emplea un bien, tanto más debe usar de los bienes que le son complementarios, así por ejemplo, el automóvil y la gasolina, la electricidad y los electrodomésticos, los cigarrillos y los fósforos. Existen diversos grados de complementariedad. Puede haber una relación estrecha, rígida o flexible.

ii. Bien inferior o Giffen

Aquellos que se compran en cantidades relativamente grandes a niveles de ingresos bajos. A medida que baja el precio del bien, disminuye su demanda. La elasticidad precio-ingreso es menor que uno.

iii. Bien normal

Son bienes que a medida que aumenta o disminuye su precio, también aumenta o disminuye su consumo proporcionalmente. La elasticidad precio-ingreso es igual a uno.

iv. Bien superior

Son bienes que se caracterizan porque al bajar su precio, también aumenta más de la proporción disminuida. Su elasticidad precio-ingreso es mayor que uno.

6.4.3 Bien económico

Lo que hasta aquí se ha dicho encaja dentro de lo que se conoce como bien en el sentido genérico y más limitado de la palabra, pero no se enmarca dentro de lo que se conoce como bien en término económico. En el primer caso se alude a los medios que se pueden obtener en distintas cantidades para llenar deseos o carencias de algo.

Entre estos hay algunos que se consiguen sin esfuerzos alguno, (como el aire que sirve para respirar) y que por ser abundantes los encasillamos dentro del concepto de “bien gratuitos, libres o no económicos”.

Para que un bien sea catalogado como bien económico, debe ser escaso y concurrir a la satisfacción de las necesidades del hombre. La distinción entre bien económico y no económico, no es absoluta, sino que a veces depende de las circunstancias. En condiciones normales el agua de un río es un bien gratuito para quien vive cerca de él; pasa a ser bien económico cuando se le introduce a una ciudad por medio de acueducto.

Los bienes económicos son aquellos que existen en una cantidad limitada y además se incurre en un tiempo y un costo para producirlos.

VII. DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de estudio

Es un **estudio descriptivo**: En el cual abordamos un problema de trascendencia en la teoría económica, como lo es, la incidencia de las variaciones cíclicas de los precios en la demanda de los bienes de consumo familiar, y se identifican las acciones que adoptan los hogares y el impacto que tiene sobre su consumo de bienes alimenticios las variaciones en los precios. Además, es un **estudio de corte transversal** porque se realiza en un periodo de tiempo determinado.

Área de estudio

El área de estudio es el barrio Guadalupe de la ciudad de León, se ubica al sur de la ciudad y limita al norte con el barrio San Sebastián, al sur la comarca el Chagüe, al este con Residencial Fundeci, al oeste con el reparto Emir Cabezas.

Universo

Lo conforman mil ciento noventa y cinco (1195) hogares que hay en el barrio Guadalupe (según datos del CIDS).

Muestra

Se obtuvo a partir de la siguiente ecuación estadística:

$$n = \frac{N pq}{(N-1) D + pq}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población.

p= Proporción de hogares en los que las variaciones de los precios generan variaciones en la demanda.

q= (1-p) Proporción de hogares en los que las variaciones de los precios no generan variaciones en la demanda.

$$D = \frac{B^2}{4}$$

B= error de estimación.

$$\text{Entonces: } n = \frac{1195 (0.5) (0.5)}{(1195 - 1) \frac{(0.09)^2}{4} (0.5) (0.5)}$$

n ≈ 112 hogares

Por lo tanto, de los 1195 hogares que conforman el universo, se extrae una muestra de 112 hogares a encuestar.

Muestreo

Se utilizó el muestreo probabilístico aleatorio simple, donde todos los hogares tenían la misma probabilidad de ser seleccionados para conformar la muestra, a partir de la visita al barrio y con la orientación de su mapa se identificaron las 28 manzanas que comprende el barrio. Posteriormente se cuantificaron los hogares asignándoles un número único comprendido entre 1 y 1195 a cada hogar, luego se efectuó el sorteo de selección, dónde se introdujo en una caja los 1195 números y a continuación se extrajo al azar uno a uno los 112 números de los hogares que conformarían la muestra.

Fuentes de información

- **Primarias:** Encuesta aplicada a los 112 jefes de hogar del barrio Guadalupe.
- **Secundaria:** Se consultó a expertos sobre el tema, la bibliografía pertinente, e información actualizada de los diarios de circulación nacional.

Recolección de Datos

Para este estudio, el instrumento de recolección de datos fue la encuesta por muestreo a partir de la cual se hace inferencia de la población con base en la información extraída de una muestra. Se estructuró un instrumento orientado a alcanzar los objetivos de la investigación, capaz de recopilar la información pertinente para estudiar la elasticidad de la demanda y otros aspectos importantes como los datos generales del jefe de la familia y las medidas que adoptan los hogares a la hora de hacer frente a las variaciones en los precios de los bienes que consumen. Aplicamos la encuesta durante cuatro meses en los hogares del barrio Guadalupe, visitamos cada hogar seleccionado en cuatro ocasiones (periodos mensuales). La encuesta se estructuró con preguntas cerradas y de selección múltiple para un mejor procesamiento de datos y análisis de resultados.

Procesamiento de Datos

El procesamiento de los datos obtenidos de la encuesta se realizó en el programa **Microsoft office Excel 2007** y a través de operaciones matemáticas.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

7.1 Datos generales

VARIABLE	DEFINICIÓN	SUBCATEGORIA	INDICADOR	ESCALA
Datos Generales	Es una forma de identificar cuantitativamente a la población en estudio.	-Número de miembros en el hogar.	¿Cuántas personas habitan en su hogar?	
		-Número de miembros que actualmente laboran.	¿Cuántas personas están laborando actualmente?	
		-Ingreso mensual en el hogar.	¿Qué cantidad de ingresos perciben en el hogar cada mes?	

7.2 Datos del jefe de la familia

VARIABLE	DEFINICIÓN	SUBCATEGORIA	INDICADOR	ESCALA
Datos del jefe de la familia.	Es una forma de identificar cualitativamente al jefe de la familia.	-Sexo.	Marque con una "X", en M__ sí es hombre, y en F__ sí es mujer.	M__ F__
		-Preparación académica del jefe de la familia.	Marque con una "X", en el nivel académico que le corresponda.	Ninguno____ Primaria____ Secundaria____ Técnico____ Profesional____
		-Estado laboral Actual.	Marque con una "X", según sea su situación laboral.	Empleado____ Desempleado____ Trabaja x cuenta propia____

7.3 Datos del consumo familiar.

VARIABLE	DEFINICIÓN	SUBCATEGORIA	INDICADOR	ESCALA
Precio pagado por los bienes de consumo.	Es la cantidad de unidades monetarias que paga el consumidor para adquirir un bien o servicio.	Precio del Arroz.	Costo del Arroz.	Córdobas
		Precio del Aceite.	Costo del Aceite.	Córdobas
		Precio del Azúcar.	Costo del Azúcar.	Córdobas
		Precio de los Frijoles.	Costo de los Frijoles.	Córdobas
		Precio de la Leche.	Costo de la Leche.	Córdobas

7.4 Datos del consumo familiar.

VARIABLE	DEFINICIÓN	SUBCATEGORIA	INDICADOR	ESCALA
Cantidad demandada de bienes de consumo.	Es la cantidad de unidades de bienes que consumen las familias.	Cantidad de Arroz.	Cantidad consumida de Arroz.	Libras por semana.
		Cantidad de Aceite.	Cantidad consumida de Aceite.	Litros por semana.
		Cantidad de Azúcar.	Cantidad consumida de Azúcar.	Libras por semana.
		Cantidad de Frijoles.	Cantidad consumida de Frijoles.	Libras por semana.
		Cantidad de Leche.	Cantidad consumida de Leche.	Litros por semana.

7.5 Medidas ante variaciones en el precio.

VARIABLES	DEFINICIÓN	SUBCATEGORIA	INDICADOR	ESCALA
Medidas adoptadas frente a las variaciones en los precios de los bienes alimenticios	Son las distintas acciones que toman los consumidores con respecto a los incrementos o decrementos de los precios de los bienes alimenticios que consumen.	Medidas ante incrementos en el precio de los bienes.	Marque con una "X" la medida que usted prefiere.	<p>Redujo la cantidad consumida de ese bien.____</p> <p>Dejó de consumirlo completamente.____</p> <p>Lo sustituyó por otro bien.____</p> <p>Destinó más presupuesto para mantener su nivel de consumo.____</p>
		Medidas ante decrementos en el precio de los bienes.	Marque con una "X" la medida que usted prefiere.	<p>Aumentó la cantidad consumida de ese bien.____</p> <p>Lo sustituyó por otro bien de más calidad.____</p> <p>Mantuvo su nivel de consumo.____</p>

VIII. ANÁLISIS DE RESULTADOS

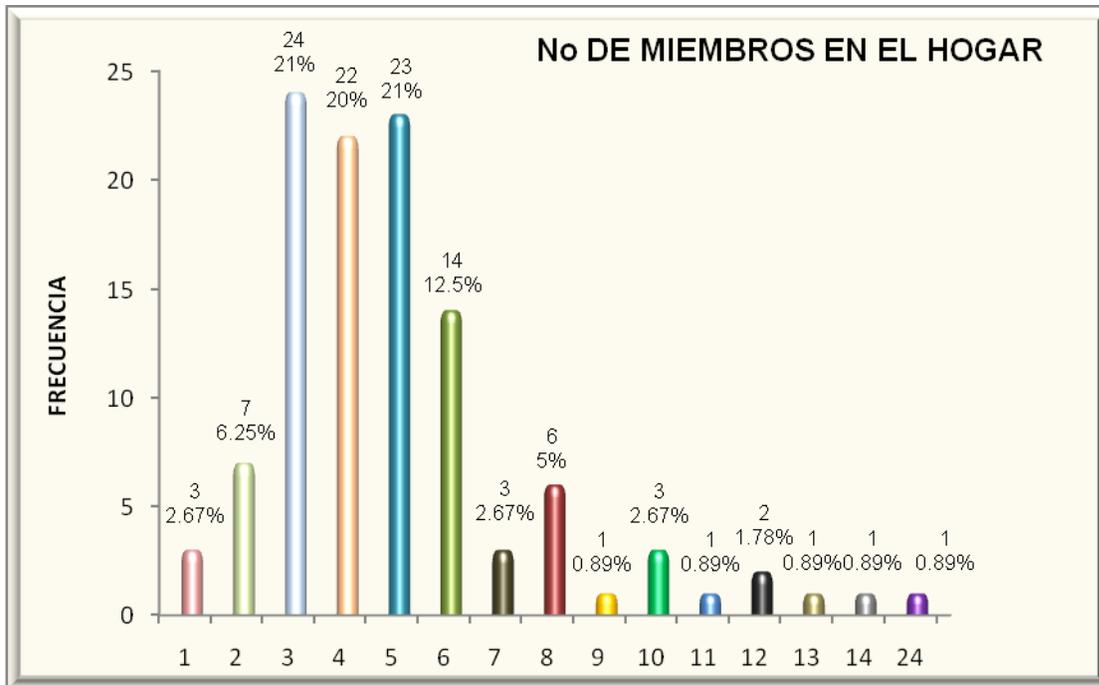
A continuación, se presentan los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a 112 hogares del barrio Guadalupe de la ciudad de León. Las cuales se aplicaron a través de visitas mensuales durante cuatro meses a cada una de las familias seleccionadas para ser objeto de nuestro estudio. Los resultados se presentan en tres grandes acápite;

- 1- Se presentan datos generales de los hogares encuestados.
- 2- Se presentan los datos del jefe del hogar.
- 3- Se presentan los datos del comportamiento del consumo familiar durante los cuatro meses que duró el estudio.

8.1 Datos Generales de la familia

En el **Gráfico No. 1** se observa que de los 112 hogares encuestados se destacan como datos relevantes tres hogares por el gran número de miembros que los integran, encontramos un hogar conformado por 24 miembros, otro hogar conformado de 14 y otro de 13 miembros, esta cantidad de miembros en un hogar es inusual en las ciudades. También es importante mencionar que tres personas es la cantidad más frecuente de miembros en el hogar ya que 24 hogares están constituidos por tres miembros, mientras que 23 hogares están conformados por 5 miembros y 22 hogares están conformados por 4 miembros, estas cantidades de miembros en un hogar es normal en las ciudades.

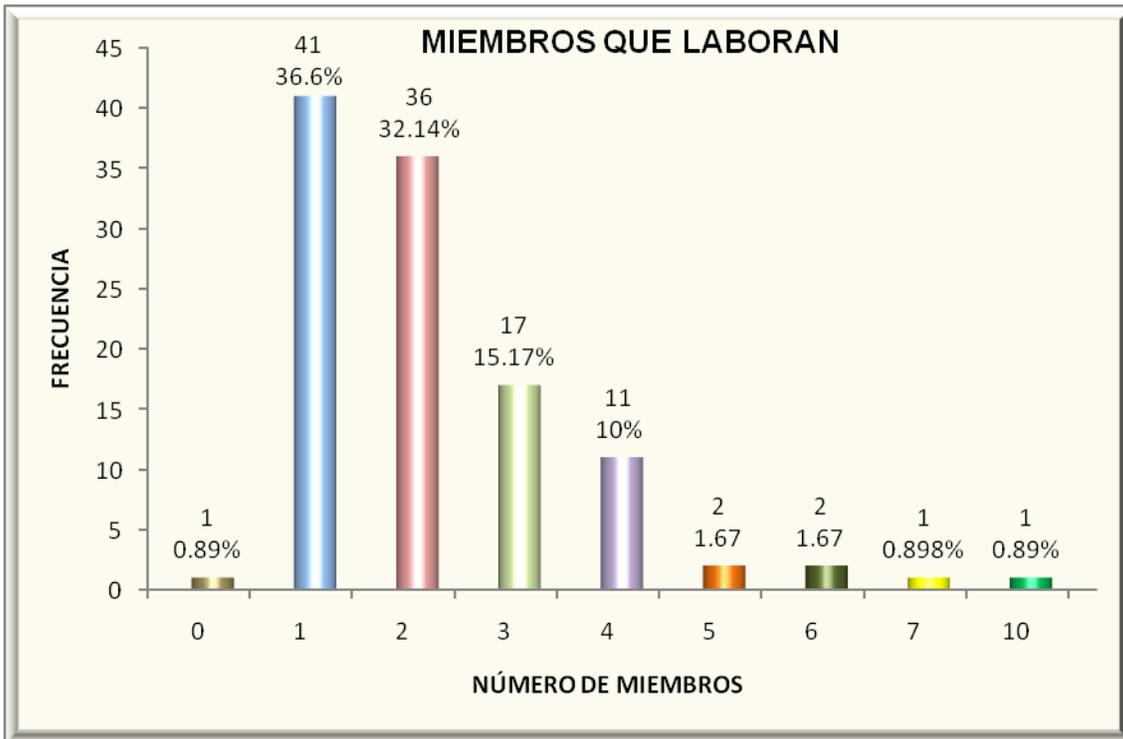
Gráfico No.1



Fuente: elaboración propia.

El **Gráfico No. 2** muestra la cantidad de miembros del hogar que actualmente trabajan, es importante señalar que la mayor parte de los hogares encuestados cuentan solamente con una o dos personas laborando actualmente, para ser más exacto, de los 112 hogares encuestados en 41 de ellos (hogares), solamente trabaja una persona mientras que en 36 de ellos solamente trabajan dos personas, alcanzando ambos un 68.75% de la muestra, por otra parte, cabe mencionar que hay 17 hogares en los que trabajan tres personas y 11 hogares en los que trabajan cuatro de sus miembros. El dato más relevante se aprecia en dos hogares, en uno de ellos trabajan diez personas, mientras que en el otro trabajan 7 de sus miembros.

Gráfico No.2



Fuente: elaboración propia.

La **Tabla No. 1** muestra los distintos niveles de ingresos que perciben los hogares en estudio, es interesante el hecho de que el 14.28% de los hogares capta ingresos que oscilan apenas entre C\$500 y C\$1500 córdobas, pero eso no es todo, la Tabla refleja la realidad de nuestro país, realidad a la que no escapan estas familias, ya que el 85% de los hogares encuestados no percibe ingresos suficientes para cubrir el costo de la canasta básica (cuyo costo promedio durante los meses que duró el estudio es de C\$8627.29 córdobas según datos del BCN) y sólo el 15% de los hogares encuestados alcanza a cubrir la canasta básica con los ingresos que percibe. Este suceso se relaciona directamente con el nivel académico del jefe de la familia, ya que del total de hogares encuestados el 41% de los jefes de hogar cuentan apenas con poca o ninguna preparación académica (nivel primario o ninguna formación) (ver **Gráfico No 4**).

Tabla No.1

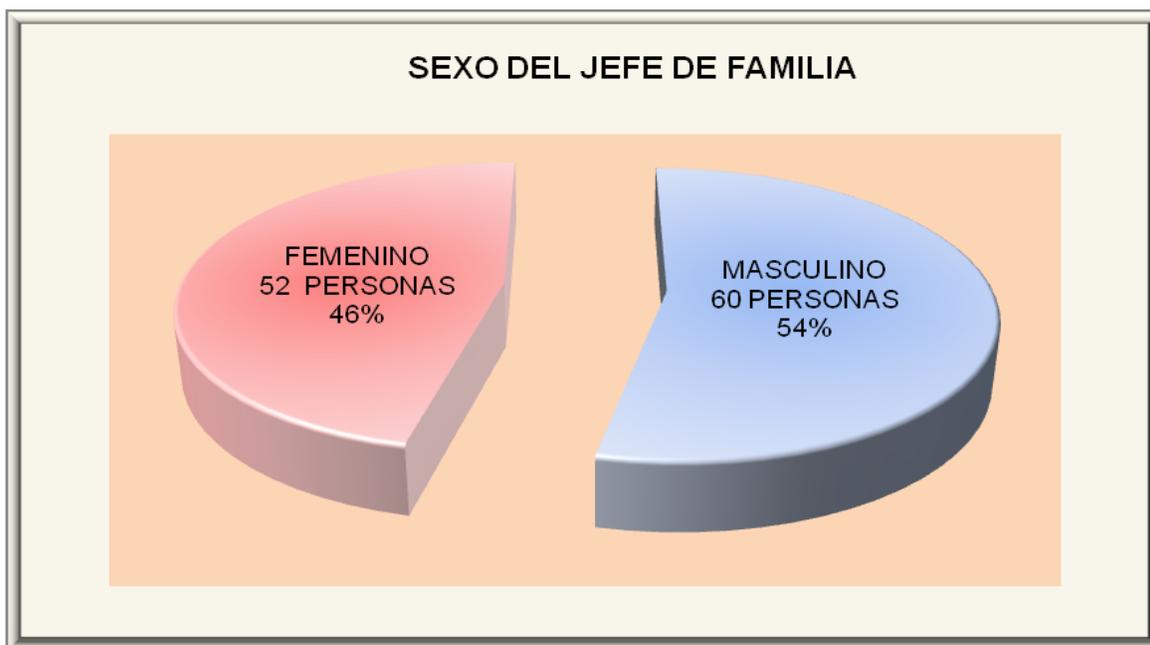
INGRESO MENSUAL	
RANGO	FRECUENCIA
500 - 1500	16
1501 – 2500	18
2501 – 3500	18
3501 – 4500	13
4501 – 5500	10
5501 – 6500	10
6501 -7500	6
7501 – 8500	4
8501 – 9500	1
9501 – MAS	16

Fuente: elaboración propia.

8.2 Datos del jefe del hogar

El **Gráfico No. 3** nos muestra el género de los jefes de familia de la población encuestada, es importante mencionar la particularidad de este gráfico ya que nos indica que un 54% de los jefes pertenecen al género masculino y el restante 46% al género femenino, es interesante conocer estos datos ya que casi un 50% de los jefes son mujeres lo cual en años anteriores la cifra de género femenino no eran tan relevante como en la actualidad, esto se debe en parte a la liberalización del género femenino y también al constante aumento de madres solteras.

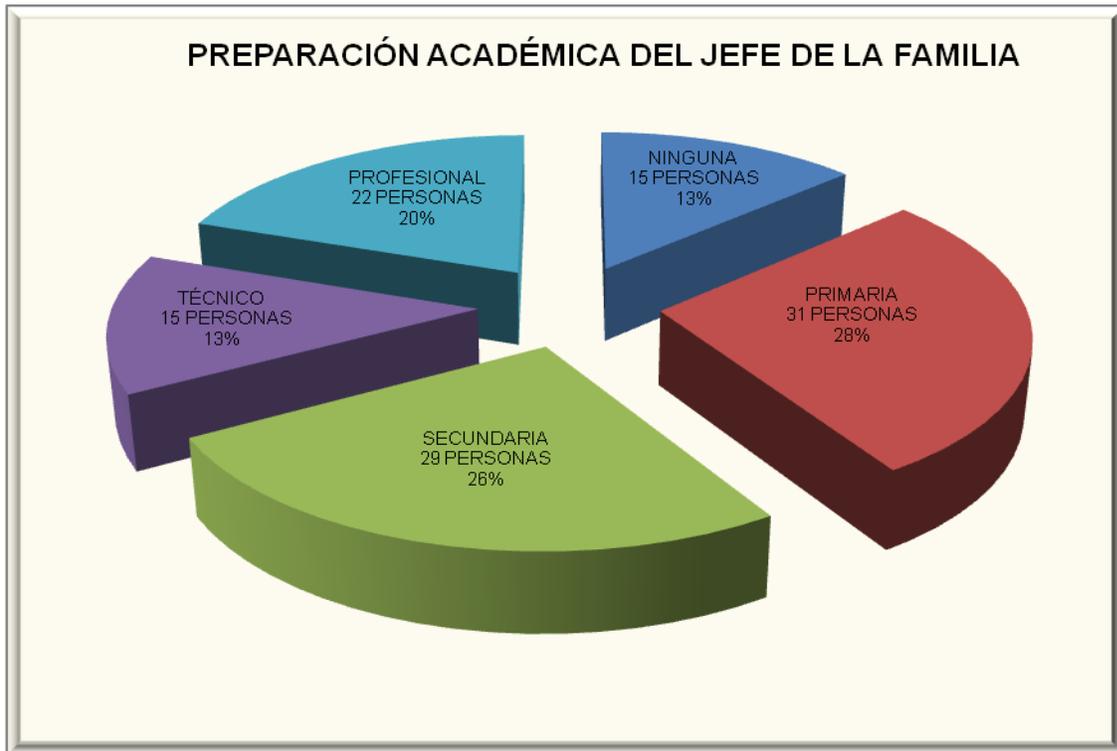
Gráfico No. 3



Fuente: elaboración propia.

El **Gráfico No. 4** nos presenta el nivel académico de los jefes de familia de la población en estudio, nos refleja que solamente un 20% de la población encuestada es profesional, un 13% realizó estudios técnicos, y el restante 67% posee poca, muy poca o ninguna preparación académica. La característica del bajo nivel académico de los jefes de familia tiene un impacto directo en el ingreso que perciben las familias, y se demuestra en la **Tabla No. 1**, donde se puede apreciar que sólo 17 de los 112 hogares del estudio, tienen la capacidad salarial para cubrir el costo de la canasta básica. También cabe destacar el hecho de que a pesar de ser la ciudad de León considerada como una de las más desarrolladas del país y además es una ciudad en la que hay muchas universidades, un considerable porcentaje de personas no alcanzan el nivel profesional, a como lo observamos en el **Gráfico No. 4** donde podemos apreciar que un 39% de la población en estudio se conforma de bachilleres y técnicos.

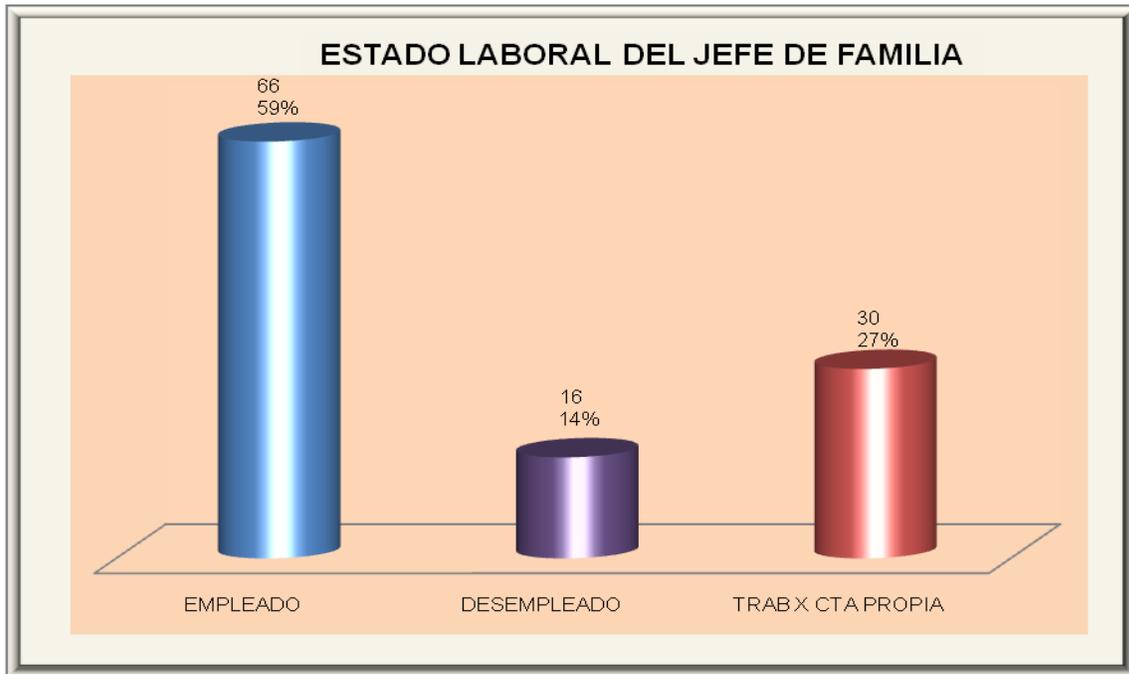
Gráfico No. 4



Fuente: elaboración propia.

El **Gráfico No. 5** nos muestra la situación laboral de los jefes de hogar, es importante señalar el hecho de que el 14% de los jefes de hogar del estudio actualmente están desempleados, siendo este un porcentaje alto si tomamos en cuenta que en teoría, los jefes de hogar son el sostén de familia y que esta situación de desempleo también va en detrimento de la formación académica de sus hijos, que puede tener como consecuencia un círculo vicioso de bajos ingresos y desempleo. Es importante destacar que a pesar de haber dentro de la población en estudio, un 86% de jefes de familia entre empleados y personas que trabajan por cuenta propia, la mayoría refirió que no le ajusta el salario para la manutención de su hogar y se quejó del estancamiento del nivel salarial en el país, así como de sentirse insatisfecho con la actividad laboral que desempeña.

Gráfico No. 5



Fuente: elaboración propia.

8.3 Datos del consumo familiar

El **Gráfico No. 6** nos muestra el comportamiento del consumo familiar durante el periodo de estudio, específicamente detalla la sensibilidad de la demanda de los productos alimenticios (Arroz, Aceite, Azúcar, Frijoles y Leche) que consumen los hogares del barrio Guadalupe, durante el periodo de estudio, se midió la Elasticidad Precio de la Demanda en tres periodos mensuales(los meses de Mayo, Junio y Julio), teniendo como base el mes de Abril. Es importante señalar que la Leche fue el producto menos sensible a las variaciones en los precios, siendo su demanda inelástica en el primer periodo (Mayo con respecto al mes base), es decir, que aunque el precio de la leche disminuyó del mes de Abril al mes de Mayo, la demanda se comportó indiferente y en algunos casos disminuyó, mientras que para el segundo y tercer periodo (Junio y Julio con respecto al mes base), su curva de elasticidad tuvo un comportamiento ascendente continuo, por

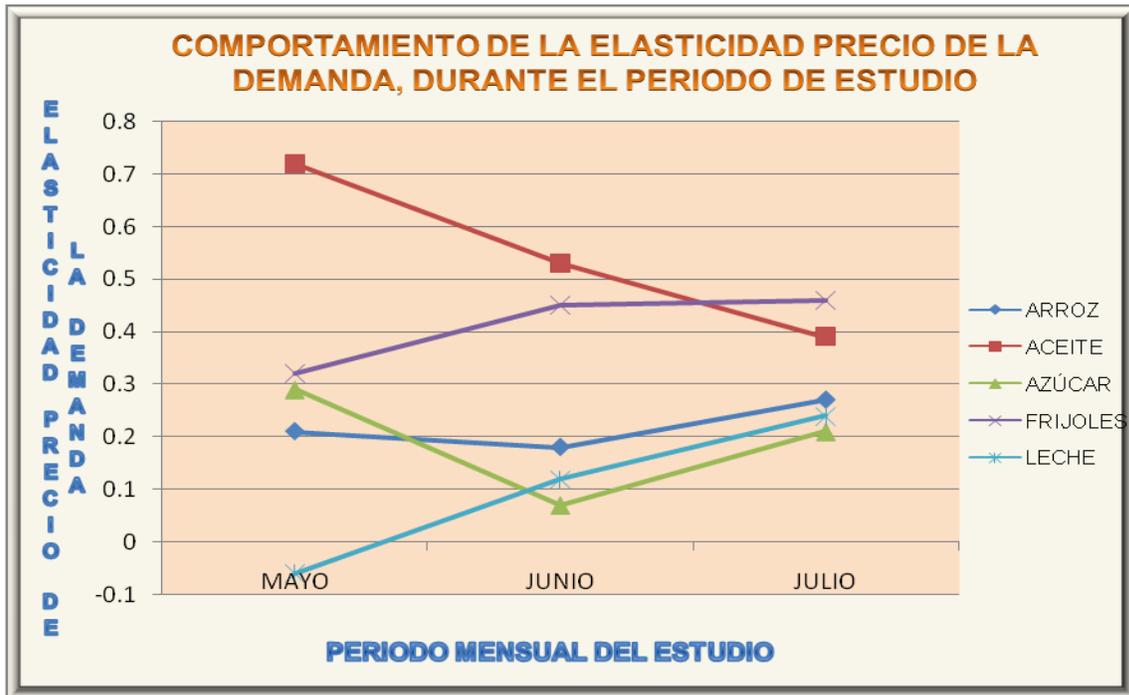
lo tanto al incrementarse el precio de la Leche en estos periodos los hogares disminuyeron su consumo. En el caso del Aceite sucedió lo contrario, ya que fue el producto más elástico del estudio, en el primer periodo tuvo una demanda bastante elástica con respecto al mes base pero para el segundo y tercer periodo su curva de elasticidad presenta un comportamiento descendente continuo con respecto a los incrementos en el precio, es decir, que los hogares al incrementar el precio del Aceite en esos meses redujeron la cantidad que consumían de este producto.

Un caso particular es el consumo de Azúcar, ya que su demanda se comporta elástica en el primer período, los hogares reaccionan disminuyendo su nivel de consumo al incrementarse el precio, pero la curva de elasticidad de demanda tiene un comportamiento descendente para el segundo periodo, es decir que los hogares aumentaron (o por lo menos mantuvieron constante) su consumo de Azúcar aunque incrementó su precio en el segundo periodo, sin embargo reacciona negativamente el consumo en el tercer periodo, observamos cómo la curva de la elasticidad adopta un comportamiento ascendente, las familias optaron por disminuir su nivel de consumo al incrementarse el precio.

En el caso del Arroz, en el primer periodo la demanda apenas reacciona ante el incremento en el precio, para el segundo la reacción fue aún más ligera y en el tercer periodo reacciona un poco más sensible al incremento en el precio pero, sin mucha relevancia.

En el caso de los Frijoles, para el primer periodo su demanda se aprecia un poco elástica, ya que aunque hay una disminución en el precio ligeramente se incrementa el nivel de consumo, sin embargo para el segundo y tercer periodo se mantiene la tendencia decreciente de los precios pero incrementa un poco más el nivel de su consumo, se aprecia en la tendencia ascendente que tiene su curva de elasticidad de la demanda.

Gráfico No. 6



Fuente: elaboración propia.

En la **tabla No.2** se presentan las variaciones en los precios y las cantidades de los productos alimenticios que consumen las familias durante el mes de Mayo, a partir de el mes base (Abril), el Arroz experimentó un aumento de 38.5% en el precio lo que provocó una reducción en la demanda equivalente al 8.17%, en el caso de la demanda del Aceite se comportó más sensible ya que disminuyó en un 10% debido a un incremento del 13.85% en su precio.

El Azúcar sufrió un incremento en su precio equivalente al 15.44% provocando una contracción en su demanda, disminuyendo ésta en 4.77%. El precio de los Frijoles disminuyó en un 23.44% en este periodo provocando que los hogares incrementaran su demanda en un 7.53%. Mientras que la Leche tuvo el comportamiento más inelástico del periodo ya que las familias apenas redujeron su consumo en un 0.54%, debido a la reducción del 8.87% en su precio, esta disminución del consumo de Leche se debe en parte al incremento del precio en el resto de los productos en estudio.

Tabla No 2.

PRODUCTOS	SEMANA DEL 25 AL 30 DE ABRIL		SEMANA DEL 25 AL 30 DE MAYO	
	PRECIO PROMEDIO	Qx PROMEDIO	PRECIO PROMEDIO	Qx PROMEDIO
Arroz	7.8	8.81	10.81	8.09
Aceite	35.58	2.2	40.51	1.98
Azúcar	5.05	5.24	5.83	5
Frijoles	19.83	3.32	15.18	3.57
Leche	9.69	7.31	8.83	7.27

Fuente: elaboración propia.

En la **Tabla No.3** observamos el comportamiento de la demanda en el tercer mes (Junio) del estudio, siempre analizando las variaciones de los precios y las cantidades consumidas con respecto al mes base (Abril). En este periodo el Arroz presentó un incremento del 32.56% en su precio, como consecuencia la demanda se redujo en un 6%. En el caso del precio del Aceite que registró un incremento del 14.53% en el precio, reaccionando la demanda de manera más elástica ya que la cantidad consumida se redujo en un 7.77%. El Azúcar tuvo un considerable incremento del 20% en su precio reflejando una leve reducción del 1.52% en su demanda. La demanda de Frijoles reaccionó positivamente a la disminución del precio ya que la cantidad demandada se incrementó en un 10.54% debido a la reducción en el precio del 23.09%.

La Leche registró un incremento en el precio del 9.49%, debido a eso los hogares optaron por reducir la demanda en 1.23%.

Tabla No. 3

PRODUCTOS	SEMANA DEL 25 AL 30 DE ABRIL		SEMANA DEL 25 AL 30 DE JUNIO	
	PRECIO PROMEDIO	Qx PROMEDIO	PRECIO PROMEDIO	Qx PROMEDIO
Arroz	7.8	8.81	10.34	8.28
Aceite	35.58	2.2	40.75	2.03
Azúcar	5.05	5.24	6.06	5.16
Frijoles	19.83	3.32	15.25	3.67
Leche	9.69	7.31	10.61	7.22

Fuente: elaboración propia.

En la **Tabla No. 4** observamos el comportamiento de la demanda en el último mes del estudio (Julio). Continuó la tendencia alcista en el precio del Arroz, esta vez el incremento fue del 37.56%, como consecuencia la demanda de las familias disminuyó en un 8.28%, esto siempre con respecto a la demanda que se experimentó en el mes de Abril. El Aceite experimentó un incremento del 26.47% en su precio ocasionando una disminución del 10.45% en la cantidad demandada. La demanda de Azúcar continuó disminuyendo debido al aumento del 22.57% de su precio. Mientras que el precio de los Frijoles presentó una reducción del 11.69% y por ende provoca un incremento de un 10.54% de la cantidad demandada. La Leche reportó un incremento en el precio de un 13.31%, provocando que su demanda disminuyera en 3.14%.

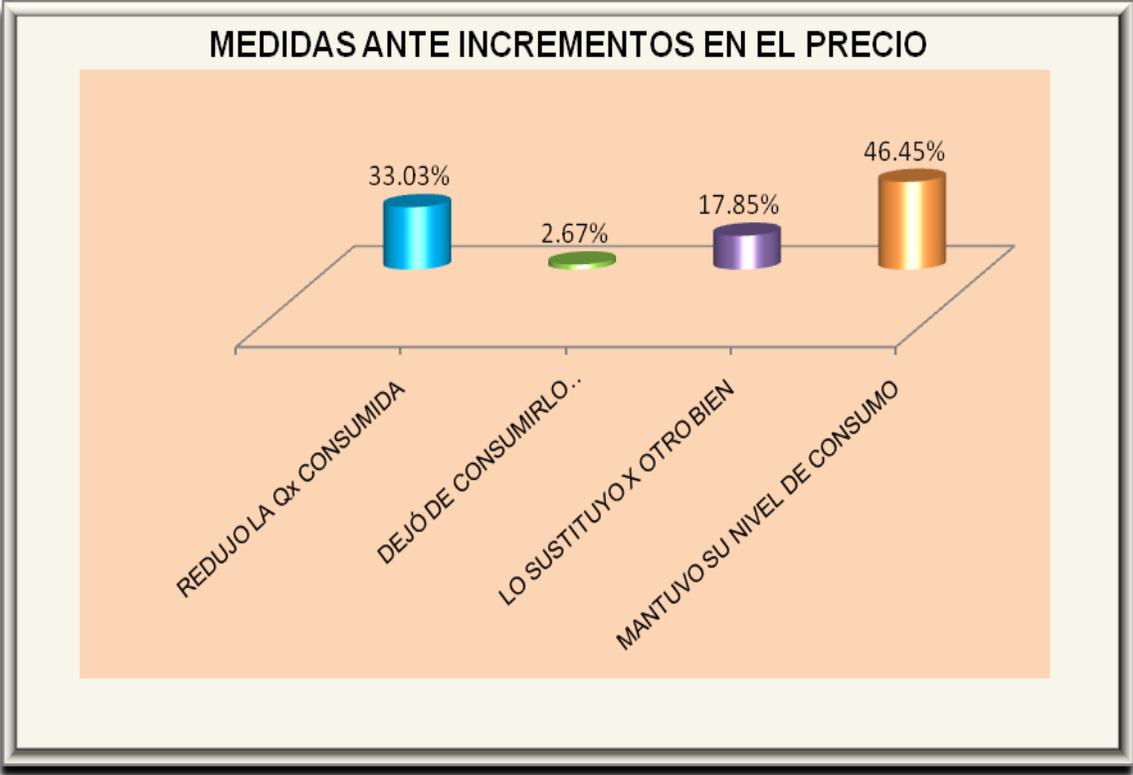
Tabla No. 4

PRODUCTOS	SEMANA DEL 25 AL 30 DE ABRIL		SEMANA DEL 25 AL 30 DE JULIO	
	PRECIO PROMEDIO	Qx PROMEDIO	PRECIO PROMEDIO	Qx PROMEDIO
Arroz	7.8	8.81	10.73	8.08
Aceite	35.58	2.2	45	1.97
Azúcar	5.05	5.24	6.19	4.98
Frijoles	19.83	3.32	17.51	3.5
Leche	9.69	7.31	10.93	7.08

Fuente: elaboración propia.

En el **Gráfico No. 7** podemos observar las medidas que con más frecuencia adoptan los jefes de hogar en el barrio Guadalupe para hacer frente a los incrementos de los precios de los productos que consumen. El 46.45% de los encuestados respondió que ellos mantienen su nivel de consumo aunque tengan que destinar más presupuesto o sacrificar el consumo de otros productos para poder seguir comprando la misma cantidad de los bienes en estudio a pesar del incremento de precio, mientras que en un 33% de los hogares respondieron que la medida que ellos adoptan es reducir su nivel de consumo y un 18% de los hogares manifestaron que al incrementarse el precio de un producto no tenían otra opción más que cambiarlo por un bien sustituto más barato, aunque el nuevo producto consumido fuera de menos calidad. Apenas un 2% refirió que dejaba de consumir completamente un producto, si éste incrementaba su precio.

Gráfico No. 7



Fuente: elaboración propia.

En el **Gráfico No. 8** se presentan las medidas adoptadas por los hogares cuando disminuye el precio de los bienes alimenticios que consumen. La mayoría de los hogares, exactamente un 64 % de ellos respondieron que preferían mantener su nivel de consumo a pesar de que al disminuir el precio de los productos, su poder adquisitivo se incrementa. Por otro lado, un 23% de las familias prefieren elevar su nivel de consumo aprovechando la disminución del precio y el aumento del poder adquisitivo de su renta. Por último, en el 13% de los hogares encuestados prefieren abandonar el consumo de un producto al disminuir su precio y optan por sustituirlo por un producto de mejor calidad.

Gráfico No. 8



Fuente: elaboración propia.

IX. CONCLUSIONES

A partir del análisis de resultados (realizado previamente), podemos concluir lo siguiente:

La demanda de bienes alimenticios (Aceite, Arroz, Azúcar, Frijoles y Leche) de los hogares del barrio Guadalupe de la ciudad de León se comportó durante el periodo de estudio de la siguiente manera.

- En lo que respecta al Aceite, éste fue el producto que mostró mayor variación en su demanda durante todo el periodo de estudio, ya que ésta disminuyó un 10.25%, debido a un considerable aumento del 26.47% en el precio.
- Otro caso destacado es el precio del Arroz, que experimentó un considerable incremento del 36.57% en sus precios, provocando que los hogares redujeran en un 8.28% la demanda de este producto.
- En el caso de la demanda de Azúcar, también tuvo que soportar un considerable aumento del 22.57% en el precio, obligando a los hogares a reducir en un 4.96% su demanda.
- Los hogares tuvieron su único alivio en el precio de los Frijoles, ya que, éste presentó una reducción del 11.69%, incrementando la demanda de Frijoles en un 10.54%.
- Mientras que la Leche soportó una baja en su demanda del 3.14%, provocada por un alza equivalente al 13.14% en su precio durante el estudio.

En lo que respecta a la elasticidad precio de la demanda de los bienes alimenticios consumidos por los hogares del barrio Guadalupe durante el estudio, podemos concluir que:

- La demanda de Aceite en los hogares, tuvo el comportamiento más elástico de todos los bienes en estudio, esto debido a que fue el producto que más variación (disminución del 10.25%) experimentó en su demanda

como consecuencia de las variaciones en el precio (incrementos del 26.47%).

- La demanda de Arroz se comportó de manera menos sensible que la del Aceite, ya que, aunque durante el periodo de estudio su precio varió significativamente, los hogares respondieron variando gradualmente su demanda. De tal manera que los hogares redujeron su demanda de Arroz, en 8.28% debido a un incremento en el precio de 37.56%.
- En el caso del Azúcar, la demanda no tuvo una variación muy significativa y por lo tanto fue más inelástica que los dos productos anteriormente citados, ya que sólo se redujo en un 4.96% a pesar de que su precio aumentó sustancialmente en un 22.57% a lo largo del periodo de estudio.
- Los hogares del barrio Guadalupe reflejaron un comportamiento casi proporcional en la variación de la demanda de Frijoles con respecto a la variación del precio, ya que, durante el estudio el precio de los Frijoles experimentó una reducción del 11.69%, como consecuencia los hogares elevaron su demanda en un 10.54%. Esto nos lleva a concluir que hay una elasticidad casi unitaria en este producto. Así mismo, es importante mencionar que de los 112 hogares en estudio, casi un 4% de ellos refirieron no consumir Frijoles.
- La demanda de Leche es sin duda uno de los elementos más importantes que se estudió en esta investigación, en primer lugar, una significativa parte de la población refirió no consumir Leche (27.67% de los 112 hogares en estudio no consumen Leche), en segundo lugar la población que consume este producto manifestó que de todos los bienes en estudio, es el producto que ocupa el primer puesto a la hora de sacrificar el consumo cuando aumenta el precio de cualquiera de los otros bienes. Es decir que tiene una demanda inelástica durante los primeros meses de estudio (Abril a Mayo), ya que como se pudo observar en la Tabla No. 2 aunque el precio de la Leche disminuyó, también la demanda se contrajo. Lo cual nos lleva a concluir que en los hogares del barrio de Guadalupe se prioriza el mantener el consumo de los bienes más básicos como el Arroz,

los Frijoles, el Aceite y el Azúcar, y se sacrifica el consumo de un bien menos básico como la Leche en el caso que los precios aumentan.

Por otra parte, a partir de la información recopilada podemos concluir que los jefes de familia implementan algunas medidas a la hora de hacer frente a las variaciones en los precios.

- En el caso que aumente el precio de un bien, los jefes de familia mayoritariamente (el 46.45% de los jefes de familia encuestados optaron por esta medida) optan por mantener el consumo, aunque tengan que destinar más presupuesto de sus ingresos o tengan que sacrificar la demanda de otros bienes para mantener su nivel de consumo. No menos importante es la segunda opción de los jefes de hogar, que prefieren adoptar la medida de reducir su nivel de consumo ante un incremento en el precio (33. 03% de los jefes de familia adoptan esta medida), mientras que un 17.85% de los jefes de familia encuestados prefieren sustituir el consumo de un bien por otro al incrementar de precio, aunque tengan que consumir un bien de menor calidad. Apenas un 2.67% de los jefes de familia decidieron dejar de consumir completamente un producto al incrementarse el precio.
- Lo contrario al caso anterior, dada una disminución en los precios de los bienes, un 64% de los jefes del hogar prefirieron como medida cautelar mantener el nivel de consumo de su hogar, a pesar que esta disminución en el precio de los bienes representa un incremento del poder adquisitivo de su renta, esto nos hace pensar que en los hogares del barrio de Guadalupe la mayoría de los jefes de hogar esperan que esa disminución en el precio sea transitoria por lo cual optan por no cambiar su consumo. En segundo lugar y en menor proporción, el 23% de los jefes de hogar optaron por aumentar las cantidades consumidas, mientras que en última instancia los jefes de hogar eligieron sustituir el bien depreciado por otro bien de mejor calidad, apenas el 13% de toda la muestra optó por esta medida.

Además, en esta investigación se obtuvieron otros datos importantes del hogar, como la cantidad de miembros que integran las familias, donde se observó que la mayoría de los hogares están conformados por tres miembros (21% de la muestra), mientras que un hogar está compuesto por 24 miembros, siendo este último dato algo inusual en los hogares, también se identificó la cantidad de miembros del hogar que están laborando, donde se determinó que en 77 de los 112 hogares encuestados solamente trabaja una o dos personas y también hay un hogar donde trabajan diez personas de los miembros que lo conforman.

Otra importante información recopilada en la presente investigación es que el 46% de los jefes de hogar encuestados eran mujeres, así mismo debemos de resaltar el hecho de que sólo el 20% de los jefes de hogar dijeron ser profesionales, resaltando un alto porcentaje de ellos con poca, muy poca o ninguna preparación académica.

En cuanto a la situación laboral de los jefes de hogar podemos concluir que hay un alto porcentaje de ellos (14% del total de encuestados) que está en el desempleo, esto viene a ser un factor perturbador en el nivel de consumo de la familia.

X. BIBLIOGRAFÍA

- ❖ 1) **Andrade Simón**, “Diccionario de Economía”, Tercera Edición, Editorial Andrade, pág. 215.
- ❖ 2) **Mankiw Gregory**, “Principios de Economía”, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill, pág. 42.
- ❖ 3) <http://monografias.com/trabajos54/resumen-economía.Shtml>.
- ❖ 4) **Salvatore Dominick, Et al.** “Microeconomía”, Tercera Edición, Editorial McGraw Hill (1992), pág. 47.
- ❖ 5) <http://monografias.com/trabajos10/resumen-economía.Shtml>.
- ❖ 6) <http://www.elprisma.com//apuntes/economía/elasticidad,demanda>.
- ❖ 7) **Gracia Azucena, Et al.** “La demanda de productos alimenticios en España: Estimación de datos de corte transversal”, Universidad de Zaragoza, Tesis Doctoral. (1994), pág. 67.
- ❖ 8) **Delgado María**, Análisis del comportamiento del consumidor, Zaragoza (1990). Instituto Agronómico Mediterráneo. Tesis de Maestría, pág. 79.
- ❖ 9) <http://www.monografias.com/trabajos11/metods/metods.shtml.#Analit>.

Bibliografía adicional

- ❖ 10) **Hernández Sampieri Roberto, Et al.** “Metodología de la investigación”, Cuarta Edición. Editorial McGraw Hill, México (1992).
- ❖ 11) **Zorrilla Santiago**, “Guía para elaborar la tesis”, Segunda Edición. Editorial McGraw Hill, México (1994).

ANEXOS

2. TABLAS A PARTIR DE LAS CUALES SE HAN GENERADO LOS RESULTADOS

Tabla anexa No. 1

MIEMBROS DEL HOGAR	
No. DE MIEMBROS	FRECUENCIA
1	3
2	7
3	24
4	22
5	23
6	14
7	3
8	6
9	1
10	3
11	1
12	2
13	1
14	1
24	1

Tabla anexa No. 2

MIEMBROS QUE TRABAJAN	
No DE MIEMBROS	FRECUENCIA
0	1
1	41
2	36
3	17
4	11
5	2
6	2
7	1
10	1

Tabla anexa No. 3

GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS	
MASCULINO	60
FEMENINO	52

Tabla anexa No. 4

PREPARACIÓN ACADÉMICA DEL JEFE DE LA FAMILIA	
NIVEL ESCOLAR	FRECUENCIA
NINGUNA	15
PRIMARIA	31
SECUNDARIA	29
TÉCNICO	15
PROFESIONAL	22

Tabla anexa No. 5

SITUACIÓN LABORAL DEL JEFE DE FAMILIA	
ESTADO ACTUAL	FRECUENCIA
EMPLEADO	66
DESEMPLEADO	16
TRAB X CTA PROPIA	30

Tabla anexa No. 6

ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA			
PRODUCTOS	MAYO	JUNIO	JULIO
ARROZ	0.21	0.18	0.27
ACEITE	0.72	0.53	0.39
AZÚCAR	0.29	0.07	0.21
FRIJOLES	0.32	0.45	0.46
LECHE	-0.06	0.12	0.24

Tabla anexa No. 7

¿QUÉ MEDIDA HA ADOPTADO UD SI EL Px DE LOS BIENES AUMENTÓ?	RESPUESTAS (FRECUENCIAS)
REDUJO LA Qx CONSUMIDA	37
DEJÓ DE CONSUMIRLO COMPLETAMENTE	3
LO SUSTITUYÓ X OTRO BIEN	20
MANTUVO SU NIVEL DE CONSUMO	52

Tabla anexa No. 8

¿QUÉ MEDIDAS HA ADOPTADO UD SI EL Px DE LOS BIENES DISMINUYÓ?	RESPUESTAS (FRECUENCIAS)
AUMENTÓ LA Qx CONSUMIDA	26
LO SUSTITUYÓ X OTRO BIEN	14
MANTUVO SU NIVEL DE CONSUMO	72

Encuesta

Estimado ciudadano, somos egresados de la carrera de Economía de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y estamos realizando un estudio para optar al título de Licenciado en Economía. La presente encuesta tiene como objeto recopilar información acerca del comportamiento de la demanda de los productos básicos que consumen las familias del barrio Guadalupe, la información que nos proporcione será manejada confidencialmente y únicamente para fines del estudio. Sin más a que referirnos le agradecemos cordialmente su cooperación.

I. Datos generales

Número de miembros en el hogar_____

Número de miembros que actualmente laboran_____

Ingreso mensual en el hogar C\$_____

II. Datos del jefe de la familia

Sexo del jefe de familia:

- M_____
- F_____

Preparación académica del jefe de familia:

- Ninguna_____
- Primaria _____
- Secundaria_____
- Técnica _____
- Profesional_____

Estado laboral actual:

- Empleado _____
- Desempleado _____
- Trabajo por cuenta propia_____

III. Datos del consumo familiar.

1) Tabla del consumo familiar

Semana del ___ de _____ al ___ de _____			
Productos	Unidad de medida	Precio pagado	Cantidad demandada
Arroz	Libra		
Aceite	Litro		
Azúcar	Libra		
Frijoles	Libra		
Leche	Litro		

2) ¿Qué medidas ha adoptado usted, para hacer frente a las variaciones de los precios de los bienes alimenticios que consume? de tal manera que:

Si el precio de un bien incrementó, usted:

- Redujo la cantidad consumida de ese bien. _____
- Dejó de consumirlo completamente. _____
- Lo sustituyó por otro bien. _____
- Destinó más presupuesto para mantener su nivel de consumo. _____

Si el precio de un bien disminuyó, usted:

- Aumentó la cantidad consumida de ese bien. _____
- Lo sustituyó por otro bien de más calidad. _____
- Mantuvo su nivel de consumo. _____

¡¡Muchas gracias!!

