



Universidad de la Sierra Sur

Inflación: causas, consecuencias y evolución en la ciudad de Miahuatlán

(Cuaderno de Divulgación)

LUIS AUGUSTO CHÁVEZ MAZA.
COORDINADOR.



LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Universidad de la Sierra Sur

Rector: Dr. Modesto Seara Vázquez

Vice-Rector Académico: cDr. Amando Alejandro Ruiz Figueroa

Jefa de Carrera L.A.P.: Mtra. Lourdes Cariño Ortega

Coordinador: M.E. Luis Augusto Chávez Maza

Diseño Editorial: Ing. Rolando Ruíz Carbajal

Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca, Febrero, 2008

Presentación

En nuestros días, el crecimiento constante y generalizado de los precios (inflación) es un fenómeno discutido extensamente por quienes administran el hogar, la empresa y los Estados. En sí, cada uno de esos agentes económicos, personas, empresas u organismos, conciben que ante incrementos de los precios, su poder de compra disminuya dado que el ingreso permanece constante.

En este sentido, el Cuaderno denominado “Inflación: causas, consecuencias y evolución en la ciudad de Miahuatlán”, intenta informar a los lectores, y además, formar opinión a través de la exposición de ideas y concepciones de aquellos, estudiantes y académicos, interesados en el análisis y discusión de los problemas públicos.

El cuaderno distingue cuatro secciones, en la primera de ellas se define y expone el fenómeno de la inflación como un evento en el que cualquier persona, del campo ó la ciudad, sufre las consecuencias o disfruta de los beneficios por el incremento en precios; así también se intenta comunicar sobre las posibles herramientas con las que cuenta el gobierno para minimizar los efectos negativos.

La segunda sección se centra en analizar la variación del precio del maíz y la tortilla, mercancías que por tradición de las familias mexicanas son parte fundamental para la canasta básica. La explicación del incremento en el precio de la tortilla y el maíz se debe principalmente, argumentan los autores, a la incapacidad productiva del campo nacional así como la dependencia de la producción importada.

En la penúltima sección se aborda la inflación como una señal que permite identificar el poder de negociación vigente en los mercados. En conjunto se intenta mostrar que la sociedad al desarrollar sus acciones cotidianas es quien influye sobre el valor de los precios, de esta forma es ella quien sostiene o elimina los procesos de inflación.

En la cuarta sección se anotan los resultados de investigación de campo realizada en la ciudad de Miahuatlán, estos resultados muestran los precios y puntos de venta. La labor en ella es modesta pero nos permite arrojar información que es valiosa para quienes se encuentran en busca de mejorar su poder de compra.

Sin más que indicar, espero que el documento permita esclarecer una de las variables económicas más controversiales, así también dejar en claro que la economía no solo dedica su esfuerzo a estimar números, sino también es un área que intenta analizar las relaciones humanas en los que distintos individuos están dispuestos a comprar y/o vender.

Luis Augusto Chávez Maza

ÍNDICE

SECCIÓN UNO

INFLACIÓN: CAUSAS Y CONSECUENCIAS

La inflación, una explicación práctica	1
Carlos Ricardo Aguilar Astorga	
Decisiones que nos afectan	3
Guimersindo Macario Luna Avendaño	
Crear o no en las acciones gubernamentales:	
Gasolinazo en Miahuatlán	5
Antero Ramírez Pérez	
Inflación en Miahuatlán	
Especulación en Mercados Cautivos	6
Macarena Orozco Martínez	

SECCIÓN DOS:

VARIACIÓN DE PRECIOS EN EL MAÍZ Y LA TORTILLA

El incremento del precio del maíz y el campesinado en Miahuatlán	10
Ireneo Juárez Ramírez	
Sujetos a la tortilla por cultura	13
Hever de Jesús García Velasco	

SECCIÓN TRES

VIDA COTIDIANA E INFLACIÓN

La variedad del intercambio comercial en Miahuatlán y su impacto en la inflación	15
Israel Juárez Sánchez	
El subsidio al consumo no es una solución para elevar el consumo de las familias	17
Maurina Aragón Ramírez	
¿Cómo vivir en la inflación?	19
Luis Augusto Chávez Maza	

SECCIÓN CUATRO

REPORTE DE PRECIOS	21
---------------------------------	----

SECCIÓN UNO
INFLACIÓN: CAUSAS Y CONSECUENCIAS

La inflación, una explicación práctica.

*Carlos Ricardo Aguilar Astorga.**

Se entiende por inflación como el aumento sostenido y generalizado del nivel de precios de bienes y servicios, medido frente a un poder adquisitivo estable. O dicho en otras palabras: es la variación de precios en cualquier producto respecto a -por ejemplo- mi salario.

Pregunta básica: ¿Qué puedo comprar con lo que tengo? Primero hay que saber de cuanto dispongo y cuánto cuesta lo que deseo, pero ¿por qué lo que quiero varía de precio respecto a lo que tengo?, ¿por qué los precios a veces suben y luego bajan y rara vez se mantienen en un precio fijo?

Analicemos el asunto con un ejemplo de la vida cotidiana: los huaraches. Su producción tiene un costo mínimo (supongamos 50 pesos), pues el material con el que se hace no se regala. Esta persona que lo produce, vive de ello y lo tiene que vender a un precio superior del material utilizado y su costo de producción, supongamos unos 30 pesos, por lo que el productor lo vende en 80 pesos el par.

* Profesor-investigador en la Universidad de la Sierra Sur.

Dado que no es el único productor, este tiene que competir con otros clientes que evidentemente buscarán el par de huaraches que satisfagan sus necesidades (barato, cómodo, durable, etc.). Pero supongamos que hay otro productor que logra conseguir material más barato y que su costo de producción disminuye de 50 a 35 pesos, esto genera que pueda vender su producto a precio más bajo y por ende tener más clientes.

Pero ahora supongamos que el disponer de material para elaborar un huarache cuesta más, pues el cuero aumentó su precio dado que el número de cabezas de ganado disminuyó por una epidemia. Esto genera que el productor de huarache compre el material más caro (pues el ganado que se salvó de la epidemia subió de precio porque hay muchos compradores que necesitan los derivados de este), lo lógico será que el precio del huarache aumente, pero como los compradores no quieren pagar sino los 80 pesos que venían pagando, el vendedor tendrá que disminuir la cantidad de su ganancia para mantener hasta donde sea posible el precio o bien vender menos.

Dado que los precios suben y bajan por lo anteriormente explicado, el comprador de huarache desarrolla una desconfianza por que los precios cambian sin que el sepa la razón, esto genera que prefiera comprar el producto en otra parte, ya que puede considerar que se está abusando de su necesidad de comprar calzado. Asunto que no conviene a los productores, la variación de precios les está haciendo perder clientes. Imaginemos que los productores deciden reducir esa desconfianza y deciden agruparse como socios para estabilizar los precios y generar mayor confianza al comprador de huarache. En este caso estaríamos hablando de una estabilidad en los precios (que evidentemente se puede romper por otros factores).

Conclusión: La inflación se da porque los recursos son escasos, no puede haber precios fijos porque los mercados no son estáticos, no hay un solo productor, la información (por ejemplo la epidemia) entre los productores no es la misma, etc.

Decisiones que nos afectan

Guimersindo Macario Luna Avendaño.*

En los diferentes medios de comunicación masiva (radio, televisión y prensa escrita), es recurrente que se hable de temas que implican cuestiones económicas, muchas de las veces desconocidos para nosotros, pero que nos afectan de forma directa en nuestro nivel de vida. Términos como déficit en la balanza comercial, incremento en las tasas de interés, apreciación o depreciación del tipo de cambio, y demás conceptos técnicos utilizados por economistas para nombrar las actividades que se realizan entre los diversos mercados (de bienes y de servicios). Pero, ¿por qué se generan?, ¿cómo hacer frente ante estos cambios?, cuestionamientos que demuestran el ejercicio de quienes conducen la política del país, en este caso la económica.

Entender los términos enunciados permite comprender los cambios repentinos o graduales que se perciben en la economía. Al respecto, el Banco Central (Banco de México) es el encargado de mantener la estabilidad de precios en el país (que no aumenten en cantidades enormes), y para ello dirige la política monetaria (decidir que cantidad de dinero debe haber en el país). Una gran cantidad de éste puede provocar inflación, la cual se considera como aumentos inesperados en precios de bienes o servicios que se encuentran en el mercado. Ante éste suceso, las familias, principalmente, experimentan una situación difícil puesto que ven disminuido su nivel de consumo.

* Estudiante en la Licenciatura en Administración Pública, UNSIS.

Retomando el papel de Banco de México, su política monetaria se basa en mantener metas de inflación las cuales debe procurar no rebasar, en los últimos años el gobierno se ha propuesto no rebasar el 3% de inflación anual, con el fin de generar confianza entre los que participan en la economía. Resulta importante en la toma de decisiones, de política monetaria, una correcta identificación de las causas que generan incremento de precios (los que ofertan ó los que demandan bienes o servicios), a través de un análisis de la situación actual de la economía. Este análisis permite identificar los factores que influyen sobre la generación ó evolución del aumento de precios, y evalúa su impacto sobre el nivel de vida de las familias, empresas, etc., aunque los resultados que presenta este análisis no son tan confiables debido a que en los mercados existen cambios que modifican el comportamiento de estos.

De entre los instrumentos que el Banco de México utiliza en la política monetaria para controlar la inflación están los “cortos” monetarios, que consisten en retirar moneda (dinero) de la economía, esto si la causa de la inflación proviene de la demanda (quienes compran bienes o servicios), generando una restricción del gasto de las familias. En el caso de que la inflación sea generada por la oferta, el día de hoy el Banco de México tiene pocas herramientas para controlar los efectos generados por la inflación. Aquí el Estado debe promover la competitividad entre las empresas con el fin de aumentar la producción para mantener un crecimiento moderado de precios, los cuales vayan al ritmo de la producción.

En todo caso, las buenas o malas decisiones que en su momento lleguen a tomar los dirigentes de la política económica perjudicará o no, el bienestar de las familias. Aunque frecuentemente los más perjudicados ante un alza de precios son quienes cuentan con una situación económica no tan favorable. Por lo tanto es necesario tener en cuenta qué propone en un principio, qué es lo que hace el gobierno y cómo nos afectan estas decisiones.

Tenemos que conocer qué tipo de gobierno se tiene, fomentar una cultura de información que nos permita situarnos en la realidad política-económica dentro de la cual se desenvuelve nuestra vida cotidiana.

Crear o no en las acciones gubernamentales: Gasolinazo en Miahuatlán

*Antero Ramírez Pérez**

A inicios del año en curso (2008), el gobierno federal anunció un incremento en el precio de la gasolina, en sus distintos tipos, Premium, Magna, etc. Ante esta política cabe preguntar, ¿cuál fué la reacción de los diferentes agentes económicos ante esta situación?

Si suponemos que los agentes económicos, consumidores y empresas, no otorgan credibilidad a la información provista por el gobierno acerca del incremento en el precio de la gasolina, ello provoca incertidumbre en la economía nacional.

Para entender esta cuestión es necesario preguntar, ¿qué pasa cuando los agentes no otorgan credibilidad a lo señalado por el ejecutivo federal?

En respuesta, tanto consumidores y empresas incluirán la información como parte de sus expectativas de consumo y oferta. Los consumidores probablemente buscarán la manera de optimizar el consumo de gasolina y otros productos, por su parte las empresas intentarán incrementar el precio de venta de sus productos. La incertidumbre estará cuando las expectativas de los agentes difieran de lo señalado por el gobierno, veamos.

* Estudiante en la Licenciatura en Administración Pública, UNSIS.

En caso de certidumbre económica, los consumidores adquieren la misma cantidad del producto ya que pensarán que el incremento es normal, pues ocurre en cada inicio del año. Las empresas incrementan el precio en la misma cuantía que el aumento del insumo.

Ahora bien en escenarios inciertos, las empresas querrán aprovecharse de la desconfianza de los consumidores ante las señales gubernamentales, y buscaran un incremento en el precio de sus productos superior a la variación del precio de la gasolina intentando mejorar sus ganancias.

A manera de ejemplo, se indica el caso del servicio de taxis urbano en la ciudad de Miahuatlán de Porfirio Díaz. Recordemos la tarifa del servicio de taxi a finales de 2007, del centro de la ciudad a la Universidad era de \$20. A inicios de 2008 la misma tarifa se intentó estipular en \$25, notemos que la tarifa sube en 25% y la gasolina subirá durante el año 2008 aproximadamente 4%. Los anteriores datos se mencionan debido a que los taxistas argumentaron -la tarifa se modifica porque la gasolina ahora es mas cara-. ¿Por qué el día de hoy sigue la tarifa en \$20? Esto se justifica por la competencia entre distintas empresas de taxis.

Para finalizar, podemos concluir que tanto en Miahuatlán, Oaxaca y otros estados de la república se puede observar los impactos negativos de la falta de confianza en las autoridades públicas. Preguntémonos ¿qué hubiera pasado si el servicio de taxis fuera dominado por una sola empresa?, y, ¿qué sucede en mercados donde no hay competencia?

Inflación en Miahuatlán Especulación en Mercados Cautivos

*Macarena Orozco Martínez**

Un precio es la cantidad de dinero que se tiene que dar a cambio de un bien y la inflación es un incremento de precios, que tiene efectos negativos en todos nosotros como los siguientes:

1.- Una economía con continuos aumentos de precios es símbolo de inestabilidad económica porque las personas no pueden prevenir las variaciones de precios y esto significa incertidumbre en las decisiones de inversión, ya que alguien no puede arriesgarse a poner un negocio cuando los precios están incrementando constantemente: porque la gente seguramente restringirá su gasto, lo que quiere decir que las ventas disminuirán y al mismo tiempo los costos de producción y distribución subirán; por lo tanto la inflación desincentiva el crecimiento económico, ya que no se crean nuevas empresas ni tampoco empleos.

2.- En una economía de mercado los precios distribuyen los recursos entre los distintos grupos sociales. Por ejemplo: al aumentar la renta de una casa, esto significa que el propietario se adueñará de una parte mayor de los ingresos generados en la economía, sobretodo si el precio del trabajo que es el salario permanece fijo; entonces el trabajador que paga la renta será perjudicado y el propietario de la casa saldrá ganando. Lo que significa que ante procesos inflacionarios es muy probable que aumente la desigualdad y la pobreza.

Aunque las causas de la inflación pueden ser varias: desde una producción limitada, insuficiente para las necesidades que

* Profesora-investigadora en la Universidad de la Sierra Sur.

las personas requieren cubrir; costos altos en materias primas y/o transporte de las mercancías; elevados costos del dinero que se pide prestado para iniciar ó ampliar un negocio, etc. En el caso de Miahuatlán de Porfirio Díaz considero que la inflación es consecuencia de cambios de precios en la economía nacional, pero también se debe a otras razones que tienen que ver con el funcionamiento de la economía del Municipio. Tales condiciones, son las siguientes:

a).- La ubicación de Miahuatlán como centro comercial en la Región Sierra Sur del Estado, es decir lo que no se pueda adquirir en Miahuatlán será difícil adquirirlo en otro lugar, además de contemplar otros costos que implicaría no adquirirlo en Miahuatlán. Este Municipio, parece ser el más grande en cuanto a población y dinamismo económico en toda la región, lo que implica que funciona como centro de abastecimiento de 70 municipios y de una población de 298,400 habitantes en toda la región.

b).- La falta de competencia, explicaré brevemente las características de este tipo de mercados:

<i>Estructura de mercado</i>	<i>Oligopolio</i>	<i>Monopolio</i>	<i>Competencia perfecta</i>
Número de empresas	Pocas	Una	Muchas
Producto	Idéntico o diferenciado	Sin sustitutos	Idéntico
Barreras de entrada al mercado	Muchas	Todas	Ninguna
Control sobre el precio	Considerable	Alto	Ninguno
Concentración del mercado	Alta	Total	Ninguna

Como podemos observar en el cuadro anterior, este tipo de estructuras mercantiles representa un gran poder de mercado para las empresas, más allá de tener amplio poder en la

fijación de la cantidad y el precio a vender, pueden además impedir que ingresen nuevos competidores o llegar a acuerdos entre ellas, para evitar la competencia, acaparar mercancías y fijar precios.

c).- Excesivo afán de lucro de los comerciantes, que redundan en la especulación y en una interpretación “fantasiosa” de la realidad: me refiero al hecho de que los comerciantes de Miahuatlán parecen conducirse bajo la idea de que una buena parte de su mercado (gente foránea o que va de paso) “tiene dinero”, y ante la imposibilidad de poder adquirir bienes en algún otro lugar cercano, no le importará pagar altos precios por las mercancías, todo esto aunado a que la actividad comercial parece ser el principal sustento de muchas familias, por lo que a toda costa buscan obtener el máximo beneficio con sus negocios, sin tomar en cuenta las condiciones económicas paupérrimas de buena parte de la población residente.

d).- Todo lo anterior reproduce además una “inflación inercial”, la inflación misma produce más inflación: causada por las expectativas de los actores económicos. Es decir, si don Juan el de la tienda de la esquina escucha que el transporte sube 4%, él subirá sus precios en 8%, y otro comerciante que observe esto, guiado por lo anterior subirá sus precios 10% y así sucesivamente. Peor, si el transporte no sube sus precios y don Juan ante el rumor lo hizo, ya se produjo una espiral inflacionaria. Aún más, si la tienda de don Juan es la única en la colonia, el tendrá un *mercado de consumidores cautivos* por lo que tiene más poder para subir los precios a su conveniencia, lo que significa que el consumidor además de pagar precios altos seguramente paga un inadecuado servicio (por ejemplo, esperar 10 minutos en la tienda).

La consecuencia más grave del proceso inflacionario sin duda es la disminución del poder adquisitivo de la moneda, y con

ello la pérdida de bienestar social. En general, las familias tienden a poder comprar menos lo que empeora las condiciones de vida de una población ya de por sí sumida en una grave situación de pobreza y marginación. Entonces si entendemos por especulación: ejecutar operaciones comerciales o financieras con la esperanza de obtener beneficios basados en las variaciones de precios (don Juan especula), si definimos como consumidores cautivos a todos aquellos que tienen que resignarse a las condiciones establecidas por el vendedor, y por eficiencia económica que los recursos sean utilizados al máximo y al menor costo; entonces en Miahuatlán somos consumidores cautivos y existe ineficiencia económica porque los propietarios de los factores productivos utilizan estos a su conveniencia afectando el bienestar de la mayoría de la población que paga altos precios.

SECCIÓN DOS

VARIACIÓN DE PRECIOS EN EL MAÍZ Y LA TORTILLA

El incremento del precio del maíz y el campesinado en Miahuatlán

*Ireneo Juárez Ramírez**

En este documento se intenta explicar la crisis del maíz en Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca. El cual es un tema de prioridad para los campesinos y, aunque está mal comprendido, también es importante para quienes toman las decisiones políticas.

Los campesinos Miahuatecos han aceptado, por falta de alternativas, la responsabilidad para fortalecer la economía del maíz y su cultura, pero requiere de apoyo de varias instituciones públicas. Habrá que reconocer la importante aportación del maíz para la cultura de los Miahuatecos y, como consecuencia, para la salud de su población.

Ante los sucesos del incremento de precios en la tortilla, hemos tenido que reflexionar ¿porqué el maíz está tan caro? Lo cierto

* Estudiante en la Licenciatura en Administración Pública, UNSIS.

es que en 1996, el precio del kilo del maíz estaba a \$ 2.00 y que actualmente (2008) se ha incrementado a \$ 4.00, es decir, el aumento es por encima de dos pesos, este precio se puede encontrar en todas las tiendas que venden maíz en Miahuatlán de Porfirio Díaz e incluso el mismo precio lo encontramos en la tienda CONASUPO.

Hay que entender que el precio del maíz es muy alto, entonces la primera pregunta que surge es ¿Por qué los campesinos Miahuatecos no obtienen una buena producción a pesar de que el precio es más atractivo?

El maíz no se produce solo, se requiere de grandes extensiones de tierras y grupos de personas para preparar el suelo, cuidar los plantíos y realizar la cosecha. En Miahuatlán gran parte de la producción es por temporal, requiere una intensa labor con personas ante la ausencia de tecnologías, esta situación confluye en que los costos de producir maíz son mayores que los beneficios, los campesinos no pueden obtener una adecuada remuneración al valor de su tiempo y su esfuerzo, ya que la producción y el precio del maíz no es suficiente para costear el gasto. Lo que trato de decir es, se invierte más en sembrar que en obtener la producción de maíz, por eso pregunto ¿Por qué la gente sigue trabajando en la milpa, la unidad campesina tradicional donde gran parte del maíz de temporal se produce, si no se le puede compensar correctamente?

La agricultura Miahuateca no es capaz de generar ingresos ni empleos dignos para los campesinos, y menos aún, podría alimentar al pueblo. A pesar de ello, los campesinos continúan encerrados entre los límites de su existencia tradicional, superados por sus hijos que aprovechan la oportunidad de migrar hacia las regiones dinámicas y al exterior.

A continuación cito tres aspectos importantes para entender esta cuestión:

1.- Los campesinos no tienen una visión empresarial, es decir, ellos producen maíz para el autoconsumo y no para venderlo al mercado Miahuateco.

2.- El sector agrícola de Miahuatlán no cuenta con suficiente maquinaria y equipo de riego, además de que la tierra ya no es fértil.

3.- Los apoyos gubernamentales subsidian al consumo y no la producción, es decir, los campesinos esperan recibir recursos públicos cuando no obtienen una buena producción, a comparación de producir y vender su cosecha.

El problema no solo es de los campesinos sino es social, cuando se incrementan los precios de maíz y por ende lo hará el precio de la tortilla. Mas el precio de la tortilla no es un problema exclusivamente local sino que esto también depende mucho de la economía exterior. En el ámbito nacional la explicación que dieron las autoridades para este incremento del precio, es que las presiones se debieron a que el maíz que México importa de Estados Unidos, se había empezado a usar para fabricar combustible. Esto había aumentado la demanda de maíz en ese país y por lo mismo había encarecido el producto.

La consecuencia para nuestro país está llena de incógnitas, la libre importación de maíz no aminora las presiones para que siga subiendo el precio de la tortilla y los campesinos nacionales no son capaces de producir a bajos costos.

Sujetos a la tortilla por cultura

*Hever de Jesús García Velasco**

La tortilla es un producto indispensable para las familias mexicanas, pues este es parte del consumo diario, tal situación da por resultado una fuente de ingresos prácticamente segura para los productores de la misma. Un ejemplo se puede dar en este municipio, donde existen varias tortillerías que trabajan a marchas forzadas para poder surtir su producto a los residentes de Miahuatlán. La mayoría de las familias Miahuatecas, seguro piensan en lo que van a gastar comprando tortillas. El precio de la tortilla, que paga la familia mexicana, se ve afectado directamente por distintos factores: el precio del gas natural, gasolina y principalmente por el precio del maíz ya que es el ingrediente básico para su producción.

En los últimos meses el precio del kilo de tortilla se ha visto afectado por la escasez de maíz de producción nacional. Generando para el kilo de tortilla un alza de precio, pasando de un promedio de \$7.00 por kilo a \$9.00 por kilo, cabe hacer mención que en diferentes lugares de la república el precio del kilo de tortilla llegó hasta \$15.00 por kilo. Lo que afecta drásticamente el consumo de las familias mexicanas no sólo de tortilla sino en general ya que tienen que redistribuir el gasto de su canasta básica.

Según marca la teoría económica, cuando la oferta (la cantidad de lo que se va a vender) supera la demanda (la cantidad de lo que se quiere comprar), los productores deben reducir los precios para estimular las ventas; de forma contraria, cuando la demanda es superior a la oferta, los compradores presionan al alza el precio de los bienes. En este caso el maíz producido era insuficiente, no por exceso de demanda, si no por la ineficiencia del campo nacional para satisfacer a su mercado, esto obligó a un alza en su precio.

* Estudiante en la Licenciatura en Administración Pública, UNSIS.

Otro factor a considerar para establecer el precio de la tortilla es el Tratado de Libre Comercio de América del Norte "TLCAN" donde se importa maíz de Estados Unidos (EU), que ha venido a presionar a que el precio del maíz nacional disminuya, ya que el maíz producido en EU es más barato. Todos estos factores explican, en parte, el comportamiento del precio del kilo de la tortilla.

Actualmente se debaten los efectos con respecto a la introducción del maíz importado lo que provoca un nuevo reacomodo de la oferta, ya que al contar con su insumo principal, el precio del kilo de tortilla debiera bajar, pero a costa de consumir maíz de EU. Con el TLCAN firmado y la introducción de maíz importado, prácticamente se está otorgando el mercado a los productores de maíz de EU. En parte, la serie de políticas de apoyo al sector primario mexicano no son suficientes para revertir esta situación, creando las condiciones para que México dependa de la producción de maíz extranjero. Si bien esta situación mantiene estable el precio de la tortilla beneficiando a gran parte de la población, pero afecta a los productores ya que no cuentan con otra actividad económica a realizar para el sustento familiar.

Nuestra cultura tradicional nos condiciona al consumo de la tortilla por lo que el precio podría seguir aumentando y su demanda no cambiaría, por lo que se podría especular con este producto. El problema es grave por el gran valor que le asignamos, dentro de nuestras prioridades diarias al consumo, de tortilla. El solo imaginar que consumimos medio kilo de tortillas por día, nos lleva a que representa un aproximado de \$1460.00 pesos al año por persona, esto multiplicado por cien millones de mexicanos, el gasto anual ascendería a \$146 mil millones de pesos. Lo que significa, alguien estará interesado en hacer esas tortillas y alguien tiene que producir el maíz.

Los consumidores mexicanos están dispuestos a pagar por el kilo de tortilla a los precios que exijan los productores de maíz y tortilla, sean nacionales o extranjeros. Los productores de México y EU lo saben, por ello el precio y la calidad de las tortillas puede cambiar y nosotros asumiremos los costos. Dicho sea de paso, ¿qué buen mexicano come sin tortillas?

SECCIÓN TRES

VIDA COTIDIANA E INFLACIÓN

La variedad del intercambio comercial en Miahuatlán y su impacto en la inflación
¿La variedad del intercambio comercial influye en la inflación?

Israel Juárez Sánchez.*

Décadas antes de los años noventas, Miahuatlán carecía de tiendas comerciales con alto índice de capital (el Jaguar, la Guvier, farmacias, instituciones de crédito, etc), motivo por el cual el intercambio de productos era homogéneo, concentrado en una mínima cantidad de tiendas que ofrecían pocos artículos y a precios elevados. Por lo general, la variedad de las tiendas y artículos, como objeto de intercambio, ha sido un proceso natural en función del tiempo, pero el caso de Miahuatlán es especial.

La necesidad de dinamizar la economía por parte del gobierno mediante inversión directa, impulsada principalmente por presiones sociales, ha generado que el día de hoy en

* Estudiante en la Licenciatura en Administración Pública, UNSIS.

Miahuatlán contemos con una mayor variedad de tiendas y productos, a comparación de lo que ocurría en la economía de los años 80`s. La inversión directa a la que me refiero, se ve materializada en ampliación de vías de comunicación, la instalación de la base militar, el establecimiento del IMSS, instalación de la universidad y otras instituciones publicas.

La concentración poblacional que provocan estos organismos permite a los agentes económicos incorporar nuevos productos comerciales en los escaparates de las tiendas, por consiguiente, el alza de precios de artículos se justifica con la distancia ante estas instalaciones. Por ejemplo, la instalación de la universidad permitió un incremento en la venta y a precios mas altos en los lotes que en su entorno se localizan. Por otra parte, las tiendas que se encuentran en la cercanía de la base militar incrementan los precios a escala constante, debido a que consideran que los militares son consumidores de altos ingresos.

Antes de los años 90`s la economía de Miahuatlán, el intercambio de artículos existente se daba principalmente por medio del trueque, es decir, se intercambiaban tomates por café, café por trastes de cocinas ó herramientas para cultivo, e incluso, muchas veces se tenía que intercambiar un producto por otros que no eran deseados. Imaginemos que se desea adquirir un refrigerador, pero este articulo no podía ser intercambiado directamente por unos cuantos kilos de café, entonces se buscaba intercambiar nuestro producto con otra persona que deseaba café, si a cambio nos ofrecía muebles y estos muebles eran deseados por la persona que poseía el refrigerador el proceso de intercambio termina. Con ello se explica los altos costos que se pagan con el trueque.

El día de hoy con el incremento del dinero circulante como consecuencia de la concentración poblacional, ha permitido vivir alejado del trueque, donde ahora, la principal vía de

intercambio es producto por dinero. Entre otras consecuencias podemos encontrar la incorporación de tiendas con alto índice de capital que a su vez ofrecen diversos productos. Permitiendo de esta forma una mejor selección, un mejor precio, mayor calidad; pero sobre todo, la variedad del intercambio comercial ayuda a incrementar el poder adquisitivo, es decir, el dinero que se gastaba en pasaje hacia Oaxaca para comprar un refrigerador, ahora se queda en el bolsillo, pues la compra de este producto ya se puede realizar aquí en Miahuatlán.

La variedad del intercambio comercial no solo permite disminuir, o por lo menos controlar la inflación, sino también trae consigo otros efectos como son: el crecimiento económico, incremento del poder adquisitivo, mayores oportunidades de elección y un leve incremento de los niveles de empleo.

El subsidio al consumo no es una solución para elevar el consumo de las familias

*Maurina Aragón Ramírez**

¿Por qué el incremento de precios de los productos ocasiona graves problemas en la economía?

Durante los periodos de inflación, no todos los precios y salarios suben proporcionalmente, en general los precios suben a una mayor tasa que los salarios. Este fenómeno causa desequilibrios en la economía de la familia.

* Estudiante en la Licenciatura en Administración Pública, UNSIS.

Como ya mencionamos, el precio de las mercancías se incrementa en mayor proporción que los salarios e inclusive en ocasiones estos pueden permanecer sin variación. En el hogar las primeras en detectar este incremento de precios son las amas de casa ya que ellas administran los gastos de la familia, principalmente cuando se habla de productos de la canasta básica. Pensemos: si una familia que antes consumía un kilo de carne de pollo, un kilo de frutas, tres kilos de tortillas al día, debido al incremento de precios de estos productos, la ama de casa se verá obligada a disminuir el consumo y/o adquirirá productos de menor calidad. ¿Pero qué consecuencia traerá consigo esto? La desnutrición de los niños lo cual conllevará al bajo rendimiento escolar, pero además no solamente los niños son perjudicados, sino toda la familia será afectada por enfermedades crónicas degenerativas por el exceso de alimentos calóricos, altos en grasa y de poca densidad nutricional.

El gobierno para subsanar este problema del incremento a los precios de la canasta básica ha financiado programas de subsidio al consumo de familias pobres, como es el caso del programa Oportunidades.

¿Pero qué tan efectiva es esta política en lugares donde solamente hay dos tiendas, ó una que ejerce monopolio de precios? Si el gobierno incrementa las transferencias hacia las familias, ello aumentará su ingreso y mejorará su poder de compra, cuando los propietarios de las tiendas se percaten de la mejoría del ingreso de las familias pobres esto hará que los dueños incrementen el precio de los productos en busca de obtener mayores ganancias.

En conclusión podríamos decir que el incremento de precios de la canasta básica ocasiona graves problemas económicos en las familias y las políticas que ha aplicado el gobierno no han

logrado gran éxito. No es adecuado buscar salidas sencillas como incrementar salarios, ya que es posible que el aumento de salarios causaría un mayor crecimiento de precios ello no tendría sentido. Por lo tanto, se debe de buscar otras alternativas las cuales busquen subsidiar la producción y no tanto el consumo.

¿Cómo vivir en la inflación?

*Luis Augusto Chávez Maza**

Resulta desalentador comprar y notar que nuestro ingreso va perdiendo poder adquisitivo. Comentarios como - ¡Ya no alcanza! -, - ¡Ya subió otra vez! -; son expresiones conocidas. En esos momentos de desesperación buscamos responsables, estos se encarnan en el “mal” gobierno, los “neoliberales”, el “modelo económico”. Mas se olvida que, nosotros elegimos nuestros gobiernos, decidimos los lugares de compra; finalmente, también somos culpables y es por ello que tenemos la capacidad de modificar los resultados indeseables.

Para una empresa quien desea maximizar beneficios, le es conveniente satisfacer la demanda de consumidores cautivos, quienes en raras ocasiones modifican los lugares de compra. Los consumidores cautivos toman decisiones como si, en todos los puntos de venta, se ofrecieran los distintos productos al mismo precio.

En la realidad los precios, dentro de una ciudad, no son iguales en todos los puntos de venta para un mismo producto; una tienda que ofrece una amplia gama de mercancías, en algunas ocasiones y para algunos productos, asignará precios por encima de los precios asignados por sus competidores. En consecuencia, la tarea de un consumidor que desea mejorar su

* Profesor-Investigador en la Universidad de la Sierra Sur.

bienestar es informarse acerca de los precios de venta, de los distintos productos y en distintos comercios.

Cuando es posible contar con información de los precios y de la calidad del producto, el consumidor se vuelve exigente y tiende a diversificar su consumo, en distintas tiendas y en diversos productos. Ante consumidores exigentes, las empresas deben reaccionar mejorando la oferta de precios y la calidad de su producto. Si los consumidores son los mayores beneficiados de la competencia, entonces, debemos ser los consumidores los interesados en fomentarlo, para ello un buen comienzo es: “informémonos” e “informemos”.

SECCIÓN CUATRO

REPORTE DE PRECIOS*

En las tablas al final del documento se presentan los resultados de investigación de campo realizado en las principales tiendas ubicadas en la ciudad de Miahuatlán de Porfirio Díaz, Oaxaca. Las tablas enlistan 46 productos, clasificados en tres grandes grupos: alimentos, productos de uso personal y de limpieza. La información que puede encontrarse en esas tablas es el producto su marca y la presentación (cantidad del producto sean unidades kilos o litros), así también se anota el precio de

* La información aquí presentada se obtuvo gracias a la participación del grupo de Administración Pública, integrado por: Carla L. Arias Morales, Arely Cornelio Matías, Victorica García Vásquez, Abigail Lucas García, Paula Martínez Martínez, Rudy Martínez Martínez, Fortina Martínez Pacheco, Maria de la Luz Martínez Santiago, Maricela Martínez Santiago, Guadalupe Ramos Martínez, Iñigo Cruz, Guillermo Domínguez Avendaño, Omar Galindo, Lauro García Ortega, Gabriel López Peña, Rene Ramos Reyes, Federico Salinas y Prudencio Vázquez Padilla.

venta de los productos en 7 distintos centros de abastecimiento. La información de precios de venta se levantó entre los días 26 y 31 de Enero del año 2008. El lector debe observar que el precio de venta es distinto en los diferentes lugares de venta; también debe considerarse que este ejercicio es solo una pequeña muestra del total de mercancías que se ofertan en los lugares mencionados.

Con la información recabada, podemos señalar que el crecimiento de precios de Diciembre de 2007 a finales de Enero de 2008 asciende a 0.1% en lo que refiere a los productos alimenticios, el crecimiento de precios de los productos de uso personal la inflación es de 0.4%; finalmente, los productos de limpieza aumentaron su valor en promedio en 1.1%. Los productos con mayores tasas son en su mayoría productos no perecederos, enlistando los productos con mayor crecimiento en los precios de entre los productos muestreados son: los desinfectantes, detergentes, toallas femeninas, papel higiénico y leche; que en promedio la variación de sus precios con respecto al mes de Diciembre es del 3%.

El lector no debe olvidar que este ejercicio solo tiene por fin el informar acerca de las distintas alternativas de compra existentes en la ciudad de Miahuatlán, la valoración de la mejor compra y el mejor lugar varía de un momento a otro, de acuerdo a nuestros recursos monetarios, la distancia del hogar a la tienda, la necesidad de comprar (ej. compras de emergencia) y otros factores que influyen sobre nuestra decisión. Pero no olvidar esta información debe actualizarse y el mejor encargado de ello, es el propio consumidor.

Tabla 1. Tabla de Precios en Alimentos (Enero de 2008)

PRODUCTOS	MARCA	PRESENTACIÓN	COQUELO	GUVIER	JAGUAR	LOS PRECIOS BAJOS	LOGUEN	PITICO	RAGUMI
ACEITE	ACEITE PATRONA	1 L.	17	13,5	17	16	17,5	16,6	15,9
ACEITE	ACEITE 1, 2, 3	1 L.	18,5	18	18,5	18	16,5	17,8	17,7
AZUCAR	AZUCAR	1 KG.	7	7,1	7,5	7,5	7,5	8,8	7
CAFÉ	NESSCAFÉ CLÁSICO	50 GR.	15,5	14,7	15	16	16	14,1	13,5
CAFÉ	NESSCAFÉ CLÁSICO	200 GR.	47,5	45,6	46,5	47	49	35	47,7
CAFÉ	NESSCAFÉ CLÁSICO	100 GR.	27,5	27,4		26	27,5	26	27,4
FRÍJOL	FRÍJOL NEGRO DEL GADO	1 KG.	8	7,1	13	8	8,5	15,8	13,5
FRÍJOL	FRÍJOL ARRAYANES	1 KG.	8,5	8	7	8	8,5	8,4	7,4
HUEVO	HUEVO (CONO)	24 HUEVOS	27	25,8	28,5	27	27,5	28,8	26
LECHE	LALA	1 L.	13	12,5	12,5	12,2	12	11,8	12,1
LECHE	NUTRILECHE	1 L.	9,5	9,6	9,5	9,5	9,5	9,2	9,4
LECHE	ALPURA	1 L.	13	11,4	12,5		13,5	12,2	12

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

Tabla 2. Tabla de precios en productos de limpieza (Enero de 2008)

PRODUCTOS	MARCA	PRESENTACION	COGUELO	GUVER	JAGUAR	LOS PRECIOS BAIOS	LOGUEN	PITICO	RAGUM
DETERGENTE	ARIEL	250GGM	5	5,5	7	5,5	5,3		
DETERGENTE	FOCA	500GGM	8	7,5	8,5	8,5	8,5	8	5,5
TRAPEADOR	TRAPEADOR	500GGM	14,1	14,4	15,5	14,5	14		7,6
CEPILLO SANITARIO	CEPILLO	850ML	16	12,8	12,6	16,1	13	11,7	13
SUAVIZANTE	DAWNY			15,09	15,5	13,7	13	14,5	14,8
AROMATIZANTE	FINOL	1LT	15,09	15,5	17,5	15	15	14,5	13,8
DESINFECTANTE	CLARASOL	1LT	6,2	5,5	7,3	6	5,6	6,7	5,8
DESINFECTANTE	FABULOSO	1LT	14,2	13,5	13,7	13	14	14	13,8
AROMATIZANTE	CLOROX	500 ML	6,03	5	4,6	5,2	5		4,8
TRAPEADOR	TRAPEADOR	DE HILLO	15	15	16,5	15,3	15		16
SUAVIZANTE	SUAVITEL	850ML	11	11,5	12,5	11,5	11,5	13	12
DESINFECTANTE	CLOROX	1LT	7,01	7,5	10,5	8,3	8		7,6
DETERGENTE	ARIEL	500GGM	9	12,8	10,5	10	10	10,5	12,8
DESINFECTANTE	CLOHALEX	1LT	9,1	8,9	12,5	9,5	9	9,2	8,9

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

Tabla 3. Tabla de precios en productos de uso personal (Enero de 2008)

PRODUCTOS	MARCA	PRESENTACIÓN	COGUELO	GUVIER	JAGUAR	LOS PRECIOS BAJOS	LOGUEN	PITICO	RAGUM	FARMACIA DEL ROSARIO	FARMACIA SAN ANDRES	FARMACIA CRISTINA
CONDONES	SICO	3		34,5						35	35	35,3
CONDONES	AROMA	3		15,8						11	12	15,3
CONDONES	M-FOR	3		32,5						35	35	
CREMA	NIVEA	200 MG	38,2		25,8	41,45	40,5	42	39,5	41	42,5	44,4
DESODORANTE (D)	ROLL-ON	OBAO	20	17	20	19	16		17,4	15,5	18	19,5
DESODORANTE (D)	ROLL-ON	DOVE	21,04	17,8					20,5	18,8		
DESODORANTE (D)	ROLL-ON	HEXONIA	21,6	27,5		29,5	29	28,8	28,5	29	20	30,4
SHAMPOO	GLYNY	150G	15	5,9	5,5	6,8	6,7	7,1	6	6		
JABON	GLYNY	150G	9,5	7,5	7,5	6,8	6,7	7,1	7	7		
JABON	ZEST	150G	8,3	4,5	6	5,7	6	6,5	6	6,5	7,5	
JABON	PALMOLIVE	150G	8,3	4,5	6	5,7	6	6,5	6	6,5	7,5	
PAPEL HIGIENICO	PETALO	PETALO 4 ROLLOS	11,08	11,5	17,8	10,3	11,3	13,2	12,5	11	11	12,4
PAPEL HIGIENICO	CHARMIN	CHARMIN 4 ROLLOS	11,5	11,5	14,8	11,1	11,7	12,3	10,8	11,5	11,5	
PAPEL HIGIENICO	LYS	LYS 4 ROLLOS	11,5	11,5	14,8	11,1	11,7	12,3	10,8	11,5	11,5	
PASTA DENTAL	LYS	100MG	22,5	5,8	5,6	6,5	6,5	7,2	5,9	6,3	5,5	6,5
SHAMPOO	COLGATE TOTAL	200ML	23,5	22,8	21,5	21,5	22,8	23,7	23,8	33	23,3	25,5
SHAMPOO	HEAD AND SHOULDERS	500ML	45,5	43,5	47,6	47,6	47,6	48,5	48	47,5	48,2	50,25
SHAMPOO	REDOUR	500ML	16,5	16,5	16,3	15,3	15,3	16,8	14,8	16	17	18,2
SHAMPOO	VANART	500ML	15,3	21,3					21,8	18		
TOALLAS FEMENINAS	NATURELLA	NATURELLA	18	18	18	15,5	15,5	20,5	17,9	19	14	19,4
TOALLAS FEMENINAS	NATURELLA	NATURELLA	16,5	16,5	15,5	17,5	17,8	16,8	19,5	19		
TOALLAS FEMENINAS	KOTEX	KOTEX	8,5	14,8	13,6	11	9	13	14,7	14,5		10,5

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo.

