

**REGISTRO DE ENTREGA DE PRODUCTO:**

**Título:** INFORME FINAL: “Encuesta para medir el precio de la Canasta Básica en 34 Comunidades de León y Chinandega”, Etapa Final 2010.

**Número de entrega:** Fideg022

**Fecha de entrega:** 3 de Diciembre 2010

**Recibido por:** \_\_\_\_\_

**Aprobado por:** \_\_\_\_\_

**Fecha de Aprobación:** \_\_\_\_\_



**Contrato:**

CRM/DG/DAF/LIC/0407/00132

**Proyecto:**

DATA GATHERING, ANALYSIS AND STUDIES FOR THE EVALUATION OF THE MILLENIUM CHALLENGE ACCOUNT PROGRAM IN NICARAGUA (Recolección de Datos, Análisis y Estudio para la Evaluación de Impacto del Programa De Nicaragua de la Cuenta Reto del Milenio).

**Producto No.**

Fideg022

**Nombre de Producto:**

INFORME FINAL: "Encuesta para medir el precio de la Canasta Básica en 34 Comunidades de León y Chinandega" Etapa Final 2010

**Firma Consultora:**

Fundación Internacional para el Desafío Económico Global  
(FIDEG)

3 de Diciembre 2010

Managua, Nicaragua

## TABLA DE CONTENIDO

<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. ANTECEDENTES .....</b>	<b>3</b>
<b>III. OBJETIVOS .....</b>	<b>5</b>
<b>IV. METODOLOGÍA .....</b>	<b>5</b>
3.1 Definición del Instrumento y descripción metodológica .....	6
3.2 Cobertura del Estudio .....	6
3.3 Muestreo para la encuesta de precios .....	7
3.4 Formulario de recolección de precios .....	9
3.6 Bienes y Servicios Especiales .....	9
3.7 Pesos y Unidades de medida .....	10
3.8 Cálculo de Precios .....	10
<b>V. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.....</b>	<b>11</b>
4.1 Capacitación .....	11
4.2 Composición de las brigadas .....	12
4.3 Función de los miembros de la brigada .....	12
4.4 Procesamiento de la información .....	12
<b>VI. RESULTADOS.....</b>	<b>14</b>
<b>VII. OBSERVACIONES AL LEVANTAMIENTO DE DATOS .....</b>	<b>15</b>
<b>7.1 SOBRE LAS COMUNIDADES: .....</b>	<b>15</b>
<b>7.2 SOBRE LA EXISTENCIA DE INFORMANTES: .....</b>	<b>15</b>
<b>7.3 SOBRE LA DISPONIBILIDAD DE MARCAS (MODIFICACIONES). .....</b>	<b>18</b>
<b>7.4 EFECTO DE LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS .....</b>	<b>19</b>
<b>7.5 PRODUCTOS SUBSIDIADOS .....</b>	<b>19</b>
<b>7.6 SOBRE PRECIOS DE BIENES Y SERVICIOS ESPECIALES: .....</b>	<b>20</b>
<b>VIII. ANEXOS .....</b>	<b>22</b>
Anexo 1.1 Comunidades seleccionadas:.....	22
Anexo 2.1: Canasta Básica por Comunidad - Septiembre 2010 y Agosto 2008 .....	23
Anexo 2.2: Canasta Básica por Comunidad - Septiembre 2010.....	24
Anexo 2.3: Consolidado Canasta Básica por Comunidad por producto - Septiembre 2010.....	24
Anexo 3: Base de Datos de Canasta Básica – Septiembre 2010 .....	24
Anexo 4: Formato para el levantamiento de la Canasta Básica – Versión Final .....	24

## GLOSARIO DE ABREVIACIONES

COMPACTO: Documento denominado Convenio Reto del Milenio

CRM: Cuenta Reto del Milenio

FIDEG: Fundación Internacional para el Desafío Económico Global

INIDE: Instituto Nicaragüense de Información para el Desarrollo

LB: Agente de Adquisiciones Louis Berger

ME: Monitoreo y Evaluación, Nicaragua

EE: Equipo de Evaluación, Wisconsin.

MCA-N: Millennium Challenge Account de Nicaragua (Por sus siglas en Inglés), Cuenta Reto del Milenio, Nicaragua

MCC: Millennium Challenge Corporation (Siglas en Inglés)

ONR: Oficina de Negocios Rurales

PNR: Programa de Negocios Rurales

SCPNR: Sistema de Control de Proyecto de Negocios Rurales

UG: Unidades Geográficas

## I. INTRODUCCIÓN

El presente documento, producto No. Fideg022 del contrato "DATA GATHERING, ANALYSIS AND STUDIES FOR THE EVALUATION OF THE MILLENIUM CHALLENGE ACCOUNT PROGRAM IN NICARAGUA " (Recolección de Datos, Análisis y Estudio para la Evaluación de Impacto del Programa De Nicaragua de la Cuenta Reto del Milenio) firmado entre la CRM-N y FIDEG, corresponde al informe final del componente de Precios en su etapa final (2010-2011).

El componente consiste en el levantamiento de registros de la Canasta Básica (CB) en comunidades de los departamentos de León y Chinandega, que serían influenciadas por el mejoramiento de carreteras aledañas. En este documento se presentan los resultados de la etapa final del componente.

Los TDR iniciales y el contrato firmado entre FIDEG y la CRM estipulaban que se realizaría un levantamiento de la CB en 30 comunidades de León y Chinandega y así fue nombrado originalmente el componente. Sin embargo, durante el diseño muestral se determinó la necesidad de ampliar la muestra a 33 comunidades para mayor representatividad de la muestra, que incluiría al menos tres comunidades por carretera secundaria intervenida, para un total de 33 registros de CB de 53 productos para 33 comunidades distintas. Adicionalmente, se recolectaron datos de referencia en algunos centros comerciales importantes en la ciudad de León por ser este el centro urbano de mayor importancia de la zona, para un total de 34 registros de la CB.

Cabe destacar que este componente implicó un trabajo nunca antes realizado en el país, por medio del cual se recolectaron precios de productos en zonas rurales de Nicaragua. Por lo tanto, se enfrentaron dificultades en cuanto a la disponibilidad, cantidad, calidad y tipo de productos cotizados, muchos de los cuales presentaron discrepancias con respecto al listado oficial de productos de la Canasta Básica a como la determinan el Instituto Nicaragüense de Información para el Desarrollo (INIDE) y el Banco Central de Nicaragua (BCN). De esta forma, este componente intenta medir el costo de una Canasta Básica urbana en zonas rurales, donde el acceso y características de los productos difieren sustancialmente al de las zonas urbanas, por tanto influenciando el precio de los mismos para el consumidor final.

Aun con estas diferencias, los resultados son enriquecedores ya que permiten conocer como varían los patrones de oferta y consumo de productos básicos en una misma comunidad a lo largo del tiempo, y entre distintas comunidades.

Cabe destacar que la responsabilidad de FIDEG para este componente incluyó el diseño metodológico, recolección de datos y presentación de resultados. El análisis y medición de impacto forma parte del trabajo de monitoreo y evaluación realizado por la CRM-N.

El documento se conforma de la siguiente manera: como primera parte se presenta una reseña de los antecedentes y objetivos del proyecto en su globalidad, y de este componente en particular. A continuación se presenta una revisión de la metodología empleada en el levantamiento de datos, y las secciones subsiguientes presentan los resultados más importantes.

## II. ANTECEDENTES

En enero de 2004, el gobierno de los Estados Unidos de América instituyó la Corporación Reto del Milenio con la finalidad de impulsar la Cuenta Reto del Milenio. La Misión de la Corporación está orientada a reducir la pobreza mediante el respaldo a iniciativas cuya finalidad sea el apoyo a un crecimiento económico sostenible en diversos países en desarrollo. Las iniciativas generadas alrededor de la Corporación y la Cuenta deberán asegurar, además, la creación y perdurabilidad de políticas ambientales consonantes con la sostenibilidad y amigables con los recursos naturales y el capital humano propios de los países beneficiarios.

Específicamente, a Nicaragua le fue asignada una donación de ciento setenta y cinco millones de dólares como respaldo a la creación de la Cuenta Reto del Milenio. Con base en esta donación y en los criterios arriba mencionados, la Cuenta Reto del Milenio se encuentra promoviendo el crecimiento económico y la reducción de la pobreza en comunidades de municipios de León y Chinandega.

En ese marco, el monitoreo y la evaluación sistemáticos y constantes son considerados fundamentales para obtener la seguridad de que los objetivos propuestos y las iniciativas impulsadas por la Cuenta Reto del Milenio, efectivamente han resultado en el incremento de ingresos y en mejoramiento de la calidad de vida de los beneficiarios identificados, para lo cual se hace necesario constar con una Línea de Base.

- **Sobre M & E de la CRM-N**

El plan de Monitoreo y Evaluación (M & E) es un componente esencial e integral del programa CRM-N. El plan de M & E Nicaragua desempeña las siguientes funciones:

- Describe la meta del Programa y explica cómo MCC y CRM-N van a monitorear los avances y beneficios del Programa, para determinar si el Programa logra los resultados esperados.
- Sirve como guía para la implementación y gerencia del Programa, de modo que tanto el Personal de CRM-Nicaragua, los Directores y las Entidades Implementadoras, entiendan los resultados que tienen la responsabilidad de lograr, y que los beneficiarios y financiadores estén enterados de los avances de cara a tales resultados.
- Proveer un marco que alertará a los financiadores sobre cualquier problema durante la implementación del Programa; al igual que proveer una base para realizar cualquier ajuste necesario al Programa.
- Realizar evaluaciones de impacto que valoren la relación causal entre el Programa y sus Metas.

- **El Proyecto de Mejoramiento Vial**

El componente de mejoramiento vial inicialmente contemplaba la rehabilitación de 2 segmentos de carreteras principales, y 13 segmentos de carreteras secundarias<sup>1</sup>. En total, se trabajarían 364.6 Km. de carretera, a lo largo de las cuales se ubican al menos 50 comunidades (de naturaleza semi-urbana y rural). El siguiente mapa ilustra las zonas de influencia del componente de mejoramiento vial. Sin

---

<sup>1</sup> En el Anexo 1 se presenta un detalle de las carreteras y caminos a ser intervenidos.

embargo, a junio del 2008 el número de caminos priorizados se había reducido a 7 u 8<sup>2</sup>, una parte de los cuales estaban pendientes de aprobación y no-objeción de la CRM.



<sup>2</sup> Los segmentos secundarios priorizados son:

1. S13: Nejapa – Izapa / Puerto Sandino.
2. Villanueva- Guasaule.
3. S9: León-Poneloya-Las Peñitas
4. S1: Somotillo-Cinco Pinos.
5. S3: Cinco Pinos – San Pedro del Norte .
6. S5: El Sauce-Achuapa.
7. S4: Villanueva-El Sauce.

## • Contexto Institucional (Relación FIDEG- CRM-N)

La Fundación Internacional para el Desafío Económico Global (FIDEG), es una Organización sin fines de lucro constituida y regida por las leyes de la república de Nicaragua. FIDEG, habiendo concursado en una licitación internacional, logró la adjudicación del contrato CRM/DG/DAF/LIC/0407/00132 "DATA GATHERING, ANALYSIS AND STUDIES FOR THE EVALUATION OF THE MILLENIUM CHALLENGE ACCOUNT PROGRAM IN NICARAGUA " (Recolección de Datos, Análisis y Estudio para la Evaluación de Impacto del Programa De Nicaragua de la Cuenta Reto del Milenio).

Este contrato comprende la ejecución de los siguientes componentes, como parte del plan de M & E:

1. Encuesta de Hogares, para conocer el impacto del proyecto en el bienestar de los hogares de las comunidades de León y Chinandega.
2. Encuesta de Precios, para medir el impacto del proyecto de Transporte en los precios de los bienes comercializados en la zona.
3. Revisión de los formularios de ingreso de información en las Oficinas de Negocios Rurales (ONR).
4. Perfiles diagnóstico de los procesos decisorios de los agentes productivos, para conocer el impacto del proyecto en las relaciones sociales y en la toma de decisiones de los productores.
5. Componente de tráfico, para revisar los procesos de recolección de datos de las distintas entidades involucradas y recolectar datos en la etapa final.

El presente documento constituye el informe final del segundo componente "Encuesta de Precios".

### III. OBJETIVOS

El presente componente tiene como objetivo medir el impacto en el costo de la vida (precios de bienes y servicios) que resulta de la influencia de los proyectos de la CRM-N en las comunidades beneficiarias, en particular el mejoramiento de la red vial secundaria en los departamentos de León y Chinandega. Como resultado indirecto, este componente permitirá conocer los efectos del proyecto en la disponibilidad y variedad de productos y en las condiciones de los negocios (existentes y nuevos) en las zonas de incidencia.

### IV. METODOLOGÍA

Se realizaron dos encuestas de precios en 34 comunidades de los departamentos de León y Chinandega. Con la primera encuesta se construyó una línea de base y con la segunda se medirá el impacto del proyecto de mejoramiento vial de la CRM en el costo de la vida de los pobladores que viven aledaños a las carreteras secundarias a ser intervenidas. La primera encuesta se levantó antes de la construcción de las carreteras (agosto 2008) y la segunda se levantó al final del período de construcción de las mismas (2010), ambas en las mismas 30 comunidades.

En la recolección de precios se utilizó la Canasta Básica (CB)<sup>3</sup> de Consumo a como lo define el Banco

<sup>3</sup> Para el propósito del presente trabajo, se utilizó la CB urbana de 53 productos. EL BCN también reporta una CB rural compuesta únicamente por 20 productos que incluye 12 productos alimenticios y 8 productos de la categoría Usos del

Central de Nicaragua (BCN), el INIDE y FIDEG.

Como se mencionó anteriormente, la responsabilidad de FIDEG para este componente incluyó el diseño metodológico, recolección de datos y presentación de resultados. El análisis y medición de impacto forma parte del trabajo de monitoreo y evaluación realizado por la CRM-N.

### 3.1 Definición del Instrumento y descripción metodológica

En la conceptualización de la CB intervienen distintos elementos como la universalidad de los bienes, su contenido energético y su participación en el consumo del hogar. La CB también se estructura de acuerdo a las características de las zonas y a los hábitos alimentarios, frecuencia de consumo y disponibilidad de alimentos y otros bienes. Es un instrumento que sirve de referencia de la demanda alimentaria familiar no solo desde el punto de vista económico, sino también nutricional.

La CB se divide en tres subgrupos: alimentos, bienes y usos del hogar y vestuario. Cada uno de los subgrupos se compone de elementos según el peso de cada uno en el consumo de los hogares. El subgrupo de Alimentos está compuesto por 23 elementos; el de Bienes Uso del Hogar por 15 elementos y Vestuario por 15 elementos.

La identificación de estos productos da origen a una lista de alimentos y bienes básicos que contengan los nutrientes mencionados bajo insumos alimenticios o grupos de alimentos y otros productos básicos del hogar. Este listado de productos básicos se expresa en términos de alimentos y productos más representativos que se utilizan para conformar los grupos

En Nicaragua se ha determinado que los requerimientos necesarios del consumo diario *per cápita* de energía es de 2,455 kilocalorías<sup>4</sup>. A partir de esto se debe tomar en consideración los requerimientos nutricionales de la población los cuales se expresan en las demandas de los productos alimentarios que las satisfagan. Adicionalmente, las cifras oficiales indican las proporciones de cada producto que consume un hogar promedio por mes.

### 3.2 Cobertura del Estudio

Este estudio abarca dos tipos de comunidades:

1. Comunidades de tratamiento ubicadas a lo largo de las carreteras secundarias que fueron rehabilitadas en los departamentos de León y Chinandega.
2. Comunidades de Control, ubicadas a lo largo o cerca de vías que no serán rehabilitadas o lo serán en fechas posteriores, pero que presentan características similares a las comunidades de tratamiento.

---

Hogar. El empleo de esta última daría una visión muy limitada del impacto del proyecto en la disponibilidad de los productos y servicios en las zonas de impacto. En cualquier caso, la CB urbana de 53 productos incluye los 20 productos de la CB rural.

<sup>4</sup> Resolución de la Sub-Comisión Nacional para la revisión de la Canasta Básica, julio 2007.

### 3.3 Muestreo para la encuesta de precios

Las comunidades y los informantes entrevistados en este estudio fueron los mismos en ambos períodos (2008 y 2011), por tanto se utilizaron los listados de comunidades e informantes visitados en la primera etapa.

#### 3.3.1 Comunidades:

Los TDR iniciales y el contrato firmado entre FIDEG y la CRM estipulaban que se realizaría un levantamiento de la CB en 30 comunidades de León y Chinandega y así fue nombrado originalmente el componente. Durante el diseño muestral<sup>5</sup>, se determinó la necesidad de ampliar la muestra a 33 comunidades para mayor representatividad de la muestra<sup>6</sup>, que incluiría al menos tres comunidades por carretera secundaria intervenida, para un total de 33 registros de CB de 53 productos para 33 comunidades distintas que conformaban la muestra original. Adicionalmente, se recolectaron datos de referencia en algunos centros comerciales importantes en la ciudad de León por ser este el centro urbano de mayor importancia de la zona, para un total de 34 registros de la CB.

Dado que la mayoría de las comunidades a lo largo de las vías secundarias a ser mejoradas son de naturaleza rural o semi-rural, en la mayoría no se encuentran la totalidad de los 53 productos de la CB. Ello depende de la disponibilidad de informantes, lo cual a su vez depende del perfil de la comunidad estudiada. En el Anexo 1.1 a este documento se presentan las comunidades seleccionadas.

La muestra se distribuyó de tal manera que se consultaran comunidades directamente beneficiarias, y comunidades no afectadas (comunidades de control) de todas las carreteras que serían intervenidas por el componente de mejoramiento vial de la CRM.

##### 3.3.1.a. Criterios de selección de las comunidades:

El mecanismo de selección de las comunidades que conformó la muestra fue diseñada por el equipo técnico de MCC, y se detalla en el Anexo 5 del documento Fideg007: Protocolo de Precios CRM 2008.

EL marco muestral estaba conformado por 108 comunidades ubicadas en las zonas de influencia de las 13 carreteras secundarias originalmente propuestas para ser rehabilitadas. De este marco se seleccionaron comunidades que sí serían beneficiadas (de tratamiento) y comunidades que no lo serán (de control) porque la carretera originalmente propuesta para intervenir no lo será.

Algunas de las variables relevantes utilizadas como criterios en la construcción del marco muestral incluyen: ubicación de la comunidad (departamento y municipio); condición de la carretera según indicador IRI; tamaño de población; ubicación de la comunidad respecto a la carretera secundaria; si en la comunidad hay sujetos que participaron en la encuesta de hogares<sup>7</sup>; si la comunidad participó

<sup>5</sup> Ver nota metodológica de Selección de la Muestra preparada por MCC el 19/08/2008.

<sup>6</sup> La ampliación del número de comunidades pretendía compensar por la incertidumbre de: i) el tamaño de las comunidades y por tanto la cantidad de informantes y ii) a la incertidumbre sobre si las carreteras serían intervenidas o no.

<sup>7</sup> Se refiere a la encuesta de línea de base levantada por FIDEG como componente del proyecto *Recolección de Datos, Análisis y Estudios para la evaluación y monitoreo de la Cuenta Reto del Milenio en Nicaragua* durante el período diciembre 2007 y abril 2008.

en la encuesta comunitaria; cantidad y tipo de negocios registrados en la comunidad<sup>8</sup>; cantidad de negocios comerciales registrados; tipo de terreno; proporción de población desempleada (al nivel comarcal); empleo por sector económico<sup>9</sup> (primario, secundario, terciario); proporción de viviendas con electrificación; nivel de legalización de la propiedad, entre otras variables.

Adicionalmente se utilizaron como control los datos recolectados en las cabeceras municipales de León, donde se ubican algunos de los centros de comercialización y abastecimiento (mercados municipales) más importantes para el resto de la zona.

### **3.3.2 Informantes:**

La recolección de precios de la CB se realizó a través de consulta directa a informantes comerciales, o sea, aquellos que comercializan los bienes y servicios de interés directamente con el consumidor final. Los principales informantes fueron: pulperías/ventas, puestos de frutas y verduras, puestos de mariscos, tiendas, mercados, supermercados, centros comerciales, empresas de transporte y empresas de servicios básicos (luz y agua).

El número y tipo de informantes utilizado estuvieron en función de las características de las comunidades y regiones que participaron en el estudio.

Como resultado del tiempo entre ambas encuestas, algunos informantes dejaron de existir o bien, aparecieron nuevos informantes establecidos en las comunidades de interés, por lo tanto, el número final de informantes entrevistados en esta segunda encuesta varía con respecto a la primera.

Los precios consultados se refieren siempre a precios de venta efectivos el día de visita a los establecimientos y fueron precios normales de venta al contado, es decir, excluyendo cualquier tipo de descuento.

### **3.3.3 Selección de establecimientos:**

En la selección de los establecimientos, se procuró que cumplieran con las siguientes características:

- Los establecimientos debían ofrecer suficientes garantías de continuidad en la venta de los artículos donde se cotizaron los precios.
- Los establecimientos de mayor volumen de venta o mayor afluencia de clientes, en el caso de que hayan opciones para seleccionar más de un establecimiento. Este criterio no aplica cuando solo existen muy pocos establecimientos.
- No se seleccionaron cooperativas o establecimiento de acceso restringido a un sector de la población, así como puntos de venta ambulantes.
- La muestra de establecimientos se mantuvo fija en el tiempo excepto cuando se tuvo que sustituir por cierre del negocio, cambio de actividad y surgimiento de nuevos establecimientos.

---

<sup>8</sup> Se utilizarán como fuente los registros de las alcaldías municipales.

<sup>9</sup> Se utilizarán como fuentes los datos del INIDE en *Municipios en Cifras 2007*.

Cabe mencionar que la naturaleza rural y semi-rural de las comunidades que participan en este estudio, impide que todos estos requisitos sean cumplidos a cabalidad.

### 3.4 Formulario de recolección de precios

El formato o formulario de encuesta que se empleó en la recolección de precios está basado en las modificaciones hechas por el Gobierno de Nicaragua (INIDE y BCN) a la estructura de la CB en el 2007.

Aunque tradicionalmente se ha empleado una sola hoja para varias cotizaciones de la CB por día con varios informantes por cada hoja, en este caso se utilizó un formulario por informante para recopilar la información requerida acerca de la identidad del informante, ubicación del establecimiento y otra información relevante.

Dado que este componente pretende medir el impacto del mejoramiento de la red vial secundaria sobre los precios y patrones de consumo de las comunidades beneficiadas, como parte del formulario de la entrevista se incluyó una sección con preguntas sobre las principales vías de tránsito utilizadas para el suministro de productos en cada comunidad, el estado de las mismas y su impacto sobre el precio y disponibilidad de dichos bienes.

El formulario se estructuró de la siguiente manera:

SECCIÓN I: Información sobre el establecimiento e Informante:

- Esta sección incluye preguntas como ubicación (urbano o rural, departamento, municipio, comunidad) y dirección del establecimiento, tipo de establecimiento (venta, supermercado, mercado etc.), identidad del informante etc. En la segunda etapa se incluyen preguntas sobre si el informante es nuevo o antiguo (de la lista original).

SECCIÓN II: Información sobre carreteras:

- Esta sección incluye preguntas sobre: procedencia de los productos, frecuencia de abastecimiento de los productos. Adicionalmente, se incluyen preguntas sobre el estado actual y estado promedio de las carreteras aledañas, así como la percepción del informante sobre el impacto que tiene la condición de la carretera en la disponibilidad y precio de los productos.

SECCIÓN III: Registro de precios de los productos de la Canasta Básica:

- Se incluye un listado de los 53 productos, su especificación (marca, peso, presentación etc.) y unidad de medida. Se incluye también una columna de "Disponibilidad" y una de "Origen" para aquellos productos de los cuales el informante conozca la procedencia.

### 3.6 Bienes y Servicios Especiales

La CB incluye el precio de algunos bienes y servicios que, aunque no están disponibles comercialmente, son de vital importancia para el sustento del hogar. Estos son bienes y servicios que están disponibles a través de proveedores de servicios especializados (agua, luz etc). Estos bienes y servicios también se caracterizan por poseer un precio fijo para toda la comunidad (tarifa de transporte), por ser establecidos por un ente regulador (luz eléctrica), por estar disponible en

limitadas cantidades (alquiler de vivienda) o por ser ofertado en condiciones especiales (el caso del agua potable: pozos públicos, privados u otras fuentes).

Estos bienes y servicios especiales son: Gas Butano, alquiler de vivienda, Luz Eléctrica; Agua Potable y Transporte).

Para la recolección de estos precios se utilizó un formato especial para cada comunidad. Las observaciones sobre estos bienes y servicios se detallan en la sección 5.4 a continuación.

### 3.7 Pesos y Unidades de medida

En la construcción de la CB, el precio de los productos debe de ser registrado en unidades de medida específicas (Ver estructura de CB). En el caso de algunos productos, sin embargo, la unidad de medida en la CB no coincide con la unidad de medida con la cual estos comúnmente se comercializan al detalle (con el consumidor final). En el caso de los productos perecederos por ejemplo, en la CB estos se registran por *libra* mientras que se comercializan al público por *unidad*.

Para superar este obstáculo se procedió de la siguiente manera:

- Se instruyó que la recolección de precios se realizara en la unidad de medida comúnmente utilizada (unidad).
- Se realizaron hasta 3 pesajes distintos<sup>10</sup> en tres establecimientos distintos, para determinar cuantas unidades del producto equivalen a una libra.
- Se obtuvo el promedio de los tres pesajes y se determinó este promedio como la equivalencia *unidades/libra* para la comunidad respectiva.

Este procedimiento se aplicó para la mayoría de las comunidades, tomando en cuenta que el tipo y peso de los productos varía según la zona de procedencia de los mismos. En algunos casos se utilizó la relación unidades/libra de la cabecera municipal o el centro urbano más cercano de la comunidad donde hubiera mayor disponibilidad del producto<sup>11</sup>. Cabe destacar que la variabilidad en las características de los productos, específicamente sus pesos/libra, pueden ser determinantes importantes de las variaciones de precios de esos productos entre distintas comunidades.

### 3.8 Cálculo de Precios

Se recolectaron los precios incluyendo IVA y que estuvieron vigentes para las compras en efectivo y al detalle. No se tomaron en cuenta los precios de rebajas o promociones.

Se recolectaron los precios en boletas que contienen el código del establecimiento informante, la lista de productos con su respectivo código, su especificación, fecha de recolección del precio, nombre del encuestador y casillas donde se registra el precio de cada producto.

---

<sup>10</sup> La cantidad de pesajes estuvo en dependencia del número de establecimientos disponibles en la comunidad.

<sup>11</sup> Se asume que hay cierto grado de similitud en las características de los productos que se venden en las comunidades y los que se venden en los mercados municipales más cercanos. Sin embargo, se evitan hacer comparaciones con productos fuera del límite municipal.

Dado que el levantamiento de los precios de la CB estuvo circunscrito a la comunidad y dada la naturaleza rural o semi-rural de la misma, se asumió que la disponibilidad de los productos y la variedad de los mismos es limitada, por lo tanto se hicieron la mayor cantidad de cotizaciones posibles por producto en cada comunidad. De esta forma, por ejemplo, si en una comunidad habían cuatro establecimientos que vendían Arroz, se hicieron cuatro cotizaciones para el precio del Arroz. Del mismo modo si en una comunidad solo había un establecimiento que vende Posta de pierna, solo se hizo una cotización para ese producto.

Se recopilaron los precios de los productos de la CB de la primera semana del mes y los de la última semana. El costo de la CB en el mes es igual a:

$$CB_c = \Sigma((P_{i,1}Q_i + P_{i,2}Q_i)/2)$$

Donde:

$CB_c$  es el costo de la Canasta Básica de la comunidad  $c$  en el mes.

$P_{i,1}$ , es el precio del bien  $i$  en la primer semana.

$P_{i,2}$ , es el precio del bien  $i$  en la última semana.

$Q_i$ , es la cantidad del bien  $i$  que la familia debería consumir en el mes según la CB oficial.

Por su parte el precio del bien será calculado de la siguiente manera:

$$P_i = (\Sigma C_{i,n})/N$$

Donde:

$P_i$  es el precio del bien

$C_{i,n}$  es la cotización del precio del bien  $i$ .

$n$  es el número de la cotización.

$N$  es el número total de cotizaciones realizadas para el producto  $i$

## V. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

En la segunda etapa (final) de recolección de precios, el trabajo se realizó de la siguiente manera:

### 4.1 Capacitación

Se llevó a cabo una capacitación de las brigadas para que dominaran la metodología a aplicarse en el levantamiento de los precios. En esta capacitación se enfatizaron los siguientes aspectos:

1. Relación con el informante (como solicitar la información).
2. Tipo y cantidades de establecimientos a visitarse.
3. Establecimientos a visitarse según categoría del producto.
4. Tipo o variedad y unidad de medida del producto.

Antes de iniciar la 2da ronda de levantamiento, se realizó una segunda sesión de capacitación para aclarar dudas e indicar ajustes en el instrumento.

## 4.2 Composición de las brigadas

Para el levantamiento de los precios se conformó 1 brigada, integrada por 6 personas:

- 1 Supervisor
- 4 Encuestadoras
- 1 Conductor

## 4.3 Función de los miembros de la brigada

*Supervisor:* La organización de la colecta de precios y los recursos humanos involucrados en dicho proceso se realizó a través del trabajo de campo con la participación de un supervisor, cuyas principales funciones fueron:

1. Comprobación de precios en puestos seleccionados aleatoriamente.
2. Seguimiento a las especificaciones y disponibilidad de los productos.
3. Asesoría sobre la manera de recolectar los precios.
4. Controlar e inspeccionar el trabajo realizado por los recolectores, verificando que las visitas se realicen de acuerdo al plan.
5. Garantizar la disciplina de la brigada.
6. Levantamiento de precios de bienes y servicios especiales.
7. Elaborar informes sobre la supervisión, los lugares visitados y los problemas encontrados.

*Encuestadora:* Su principal función fue recolectar los precios siguiendo los lineamientos de la metodología.

*Conductor:* Es el responsable del transporte de la brigada. Su principal función fue trasladar a los encuestadores a los establecimientos informantes.

Además la brigada fue acompañada por un equipo técnico para solventar cualquier problema que se presentase en los distintos lugares donde se recolectaron los precios. Estos problemas incluyeron ser desde la escasez del producto, sustitución de un producto por su similar, ausencia de informantes etc.

El equipo técnico se encargó igualmente de revisar la información de forma que se pueda pasar a la grabación primaria de los datos.

## 4.4 Procesamiento de la información

El procesamiento de los datos recolectados incluyó las siguientes actividades:

- *Revisión de las boletas completadas.* Se revisó la consistencia de la información básica de las diferentes secciones.

- *Entrada de Datos:* Los datos fueron introducidos en una aplicación generada con el software CSPro, diseñada específicamente para controlar la entrada y salida de datos de encuestas y censos. Este software es distribuido por el Buró de Censos de Estados Unidos.



- *La Digitación:* Con el programa de entrada de datos, a través de un diccionario de datos se controla que solo códigos válidos para una pregunta sean ingresados, a partir de sentencias programadas guía al Digitador por los flujos de la boleta. El sistema permite asegurar que un formulario no será duplicado.
  
- *Control de calidad.* El 20% de las boletas fueron digitadas 2 veces, para garantizar una correcta digitación de los datos. Posteriormente se realizó el apareamiento de las dos digitaciones para asegurar que los datos electrónicos son la imagen de los formularios en papel.
  
- *Exportación:* El sistema funciona de forma modular, entre los módulos se encuentra el de exportación de datos a distintos paquetes de análisis de datos como SAS, SPSS, STATA, así como al formato de hoja de cálculo EXCEL; para las necesidades de la encuesta se exportó al formato STATA (.dat) y alternativamente a formato SPSS (.sav).
  
- *Limpieza de la base de datos.* La base de datos fue revisada para garantizar la consistencia de los datos (por ejemplo, que no existiera información contradictoria sobre el mismo elemento). Se revisaron y corrigieron números extremos y unidades de medida. Una parte clave del proceso de limpieza incluyó la homogeneización de las marcas y especificaciones en cada comunidad.

## VI. RESULTADOS

En la siguiente tabla (TABLA 1), resumen el costo de la CB por comunidad, para cada una de las comunidades visitadas. En el Anexo 1 se incluye un dato comparativo 2008-2010. Adicionalmente, a los Anexos a este componente se incluye una presentación completa de la CB por producto por comunidad.

**TABLA 1: Canasta Básica por Comunidad\*: Septiembre 2010**

Departamento	Municipio	Comunidad	Costo de la canasta cotizada C\$	Cantidad de productos cotizados
Chinandega	Cinco Pinos	El Cerro	4,612.34	33
Chinandega	Cinco Pinos	La Honda	3,409.19	23
Chinandega	San Francisco del Norte	El Ubuto	3,272.25	26
Chinandega	San Francisco del Norte	Los plancitos	1,671.66	6
Chinandega	San Francisco del Norte	San Francisco del Norte - Urbano	6,847.18	45
Chinandega	San Pedro del Norte	El Chaparral	4,053.79	34
Chinandega	San Pedro del Norte	El Polvón	4,959.82	34
Chinandega	San Pedro del Norte	San Pedro del Norte - Urbano	6,206.69	44
Chinandega	Santo Tomás del Norte	Las Uvas	4,953.49	30
Chinandega	Santo Tomás del Norte	Santo Tomás del Norte	6,832.83	46
Chinandega	Santo Tomás del Norte	Villa Camilo Ortega	7,231.00	47
Chinandega	Somotillo	Los Limones	5,810.30	43
Chinandega	Somotillo	San Antonio	5,060.58	33
Chinandega	Villanueva	La Concepción	5,186.11	33
Chinandega	Villanueva	La Pitahaya	Nd**	0
Chinandega	Villanueva	Los Laureles	3,924.26	27
Chinandega	Villanueva	Villanueva - Urbano	7,261.66	49
León	Achuapa	Achuapa - Urbano	7,137.37	50
León	El Sauce	El Bejuco	Nd**	0
León	El Sauce	Las Pilas	4,043.05	24
León	León	Carlos Canales	5,900.64	32
León	León	Chacaraseca	6,405.48	40
León	León	La Ceiba	5,518.68	27
León	León	Las Peñitas	6,948.83	46
León	León	León - casco urbano	7,502.96	52
León	León	Loc. Loma Pelada	4,878.06	34
León	León	Poneloya	7,477.18	45
León	León	San Roque	4,534.10	28
León	León	Santa Teresa	Nd**	0
León	Nagarote	El Cobano	Nd**	0
León	Nagarote	El Papalote	Nd**	0
León	Nagarote	Loc. Las Ruedas	6,681.23	43
León	Nagarote	Puerto Sandino	8,026.92	50

León	Nagarote	Villa Operadoras	7,062.89	38
------	----------	------------------	----------	----

Fuente: FIDEG.

\*No incluye el costo del alquiler

\*\* Ver sección 7.1 a continuación sobre las Comunidades.

## VII. OBSERVACIONES AL LEVANTAMIENTO DE DATOS

La presente constituye una de las pocas experiencias de recolección de precios en comunidades fuera de los principales centros urbanos del país. A continuación se detallan algunas de las principales observaciones al proceso de levantamiento de datos. Estas resultaron del trabajo en comunidades de naturaleza rural o semi-rural. Cabe destacar que muchos de los obstáculos enfrentados habían sido previstos por FIDEG, lográndose anticipar soluciones y evitar afectaciones relevantes en la calidad de los datos.

### 7.1 Sobre las comunidades:

- Además de las comunidades de la muestra, se incluyó el casco urbano de León como punto de referencia, por ser la única comunidad que garantizaba la obtención de la mayoría de los precios de la CB. Además, este constituye uno de los principales centros de abastecimientos para el resto de comunidades de la zona. En total se visitaron 34 comunidades.

- Durante la línea de base se identificó que de las 33 comunidades que conformaban la muestra, 4 de ellas resultaron ser localidades (El Bejuco, Santa Teresa, El Cóbano y El Papalote). En ese momento no se encontró ningún informante que cumpliera con los criterios de selección, por lo que el valor de la CB en el 2008 resultó “no disponible”. Es decir, registros efectivos de la CB para 30 comunidades. En Septiembre del 2010 no habían informantes nuevos en estas localidades, y por tanto el resultado es el mismo que en la línea de base, dado que las condiciones de las localidades no han variado.

- Debido a la intensidad de la época lluviosa, no se logró tener acceso a algunas comunidades cuyos caminos estaban cortados por los ríos. Específicamente no se logró acceder a la comunidad de La Pithaya (Villanueva) en ninguna de las dos rondas y El Ubuto (San Francisco del Norte) y el Casco Urbano de Achuapa en la segunda ronda.

- Consecuentemente, de las 34 comunidades (33 de la muestra más el casco urbano de León), no se obtuvieron precios en 4 localidades donde no habían informantes, y no se pudo acceder a 1 comunidad. En total se tienen registros efectivos de la CB para 29 comunidades en el 2010.

### 7.2 Sobre la existencia de informantes:

Como era de esperarse, en la mayoría de las comunidades existe un número limitado de informantes. Cada informante se visitó en dos ocasiones distintas (durante la primera y última semana del mes respectivamente).

En el 2010 se visitaron un total de 496 establecimientos, de los cuales 433 (87%) respondieron exitosamente la entrevista y 45 establecimientos (9%) habían cerrado desde el 2008. El resto no

contestaron la entrevista por una variedad de motivos<sup>12</sup>. La variación en el número de informantes entre la primera y segunda ronda se debe, entre otras razones, a rechazo, ausencia o incluso a cierre temporal/permanente de establecimiento.

**TABLA 2.2: Informantes por Comunidad\***

Comunidad <sup>13</sup>		2008		Total 2008	2010		Total 2010
		Ronda 1	Ronda 2		Ronda 1	Ronda 2	
0	LEON - URBANO	27	26	53	21	23	44
9	EL CHAPARRAL	2	2	4	2	2	4
14	EL POLVON	4	4	8	4	4	8
26	SAN PEDRO DEL NORTE - URBANO	12	12	24	10	11	21
33	EL UBUTO	4	4	8	2	2	4
39	LOS PLANCITOS	2	2	4	1	1	2
40	SAN FRANCISCO -URBANO	13	18	31	15	16	31
44	EL CERRO	3	4	7	5	5	10
52	LA HONDA	3	3	6	3	3	6
62	LAS UVAS	6	5	11	5	6	11
67	SANTO TOMAS DEL NORTE	11	12	23	13	12	25
68	VILLA CAMILO ORTEGA	5	5	10	7	7	14
127	LOS LIMONES	7	7	14	8	8	16
129	SAN ANTONIO	5	5	10	8	8	16
142	LA CONCEPCION	4	4	8	4	4	8
143	LA PITAHAYA	1	1	2	0	0	0
144	LOS LAURELES	3	4	7	3	3	6
156	VILLANUEVA URBANO	15	16	31	18	18	36
195	ACHUAPA-URBANO	18	23	41	22	n/d	22
218	EL BEJUCO	0	0	0	0	0	0
226	LAS PILAS	4	4	8	3	4	7
295	CARLOS CANALES	8	8	16	9	9	18
296	CHACARASECA	12	12	24	12	12	24
312	LA CEIBA	3	3	6	4	4	8
319	LA PENITAS	10	10	20	10	10	20
324	LOMA PELADA	3	4	7	4	5	9
338	PONELOYA	10	10	20	12	12	24
345	SAN ROQUE	1	2	3	2	2	4
349	SANTA TERESA	0	0	0	0	0	0
368	EL COBANO	0	0	0	0	0	0
369	EL PAPALOTE	0	0	0	0	0	0
371	LOC. LAS RUEDAS	2	2	4	2	3	5
375	PUERTO SANDINO	8	11	19	11	11	22
385	VILLA OPERADORAS	3	3	6	4	4	8
	<b>TOTAL</b>	<b>209</b>	<b>226</b>	<b>435</b>	<b>224</b>	<b>209</b>	<b>433</b>

<sup>12</sup> En el 2010 se levantaron 496 encuestas, sin embargo, solo 433 resultaron efectivas. El resto fueron: Morador Ausente (1%), no desea contestar la entrevista o rechazo (2%), entre otros.

<sup>13</sup> El código de comunidad utilizado aquí no es el oficial del INIDE, sino un código de identificación generado durante el proceso de selección de la muestra. Es utilizado únicamente para este componente.

Fuente: FIDEG 2008 y 2010

\* Se incluyen únicamente informantes que efectivamente respondieron a la entrevista. No se incluyen informantes que fueron visitados pero no respondieron la encuesta por rechazo, ausencia entre otras.

TABLA 3.1 Observaciones por Ronda de levantamiento				
Ronda	2008	%	2010	%
1	209	48	224	52
2	226	52	209	48
<b>Total</b>	<b>435</b>	<b>100</b>	<b>433</b>	<b>100</b>
Fuente: FIDEG 2008 y 2010				
TABLA 3.2 Área de ubicación				
	2008	%	2010	%
Área urbana	263	60.5	184	42
Área rural	172	39.5	249	58
<b>Total</b>	<b>435</b>	<b>100</b>	<b>433</b>	<b>100</b>
Fuente: FIDEG 2008 y 2010				

TABLA 3.3 Tipo de establecimiento						
	2008			2010		
	Absoluto	%	% Acumulado	Absoluto	%	% Acumulado
Pulperia - Venta	317	72.9	72.9	317	73.2	73.2
Distribuidora	4	0.9	73.8	17	3.9	77.1
Mercado	44	10.1	83.9	13	3.0	80.1
Otro	70	15.6	100	86	19.9	100.0
<b>Total</b>	<b>435</b>	<b>100.0</b>		<b>433</b>	<b>100.0</b>	
Fuente: FIDEG 2008 y 2010						

TABLA 3.4 Observaciones por Comunidad					
	Comunidad	2008		2010	
		Absoluto	%	Absoluto	%
0	LEON - URBANO	53	12.2	44	10.16
9	EL CHAPARRAL	4	0.9	4	0.92
14	EL POLVON	8	1.8	8	1.85
26	SAN PEDRO DEL NORTE - URBANO	24	5.5	21	4.85
33	EL UBUTO	8	1.8	4	0.92
39	LOS PLANCITOS	4	0.9	2	0.46
40	SAN FRANCISCO -URBANO	31	7.1	31	7.16
44	EL CERRO	7	1.6	10	2.31
52	LA HONDA	6	1.4	6	1.39
62	LAS UVAS	11	2.5	11	2.54
67	SANTO TOMAS DEL NORTE	23	5.3	25	5.77
68	VILLA CAMILO ORTEGA	10	2.3	14	3.23
127	LOS LIMONES	14	3.2	16	3.7
129	SAN ANTONIO	10	2.3	16	3.7

142	LA CONCEPCION	8	1.8	8	1.85
143	LA PITAHAYA	2	0.5	0	0
144	LOS LAURELES	7	1.6	6	1.39
156	VILLANUEVA URBANO	31	7.1	36	8.31
195	ACHUAPA-URBANO	41	9.4	22	5.08
218	EL BEJUCO	0	0	0	0
226	LAS PILAS	8	1.8	7	1.62
295	CARLOS CANALES	16	3.7	18	4.16
296	CHACARASECA	24	5.5	24	5.54
312	LA CEIBA	6	1.4	8	1.85
319	LA PENITAS	20	4.6	20	4.62
324	LOMA PELADA	7	1.6	9	2.08
338	PONELOYA	20	4.6	24	5.54
345	SAN ROQUE	3	0.7	4	0.92
349	SANTA TERESA	0	0	0	0
368	EL COBANO	0	0	0	0
369	EL PAPALOTE	0	0	0	0
371	LOC. LAS RUEDAS	4	0.9	5	1.15
375	PUERTO SANDINO	19	4.4	22	5.08
385	VILLA OPERADORAS	6	1.4	8	1.85
	<b>TOTAL</b>	<b>435</b>	<b>100</b>	<b>433</b>	<b>100</b>

Fuente: FIDEG 2008 y 2010

### 7.3 Sobre la disponibilidad de marcas (modificaciones).

La estructura original de la CB se basa en marcas y especificaciones (presentaciones)<sup>14</sup> de productos disponibles en los centros urbanos, principalmente Managua y las grandes ciudades del pacífico y centro del país. Sin embargo, la disponibilidad de dichas marcas y especificaciones varía considerablemente por zona. Por ello, se orientó al personal de campo registrar en una sección aparte el precio de aquellas marcas (y especificaciones) de productos sustitutos/alternativos.

Se garantizó que en ambas rondas se obtuvieran los precios del producto original y del producto sustituto/alternativos.

Adicionalmente se identificó que la disponibilidad de marcas varía según la zona y la comunidad. En algunos de los productos (leche fluida, huevos, pastas alimentarias, jabón de lavar y detergentes), se optó por el precio de aquella marca que tuviera mayor disponibilidad en esa comunidad en particular. Esto implica que aunque los precios serían comparables a lo interno de una misma comunidad, no necesitan serlo ENTRE comunidades<sup>15</sup>. En la siguiente tabla se presentan las marcas/especificaciones de productos que presentaron conflictos en algunas comunidades:

<sup>14</sup> Por especificaciones o presentaciones se entiende el tipo de empaque, el peso y la unidad de medida.

<sup>15</sup> Esto significa que las comparaciones entre comunidades deben ser cuidadosas. Así, es posible que una marca o especificación encontrada en una comunidad tenga un precio considerablemente distinto al de otra comunidad. Un ejemplo es el caso del Desodorante, el cual tiene distintos tamaños y por tanto el precio final es distinto.

<b>Tabla 4. Productos con especificaciones Modificadas</b>			
<b>No.</b>	<b>Producto</b>	<b>Marca/Especificación Original</b>	<b>Marca/Especificación Alternativa</b>
3	Azúcar	Refinada a granel	Sulfatada, marca MONTE ROSA.
4	Aceite	Marca AMBAR	Marca DORAL
7	Carne de Ave	Maca TIP-TOP	Marca Estrella
9	Leche Fluida	Marca PARMALAT	Marca CENTROLAC o ESKIMO
10	Huevos	Blancos	Rojos
14	Pastas alimenticias	Marca ITALIANISIMA	Marca INA o ISSIMA
15	Pan	Simple, de molde, blanco, mediano	En bollo/
24	Jabón de Lavar	Marca MARFIL	Marca MARAVILLA o XTRA
25	Detergente	Marca XEDEX	Marca Rendidor
26	Pasta dental	Doble Acción	Triple Acción o Doble Frescura.

Las diferencias anteriores con respecto a las marcas/especificaciones empleadas en la línea de base del 2008 son el resultado de la incursión de nuevos productos o nuevas marcas al mercado que antes no existían, o bien de las dinámicas de competencia entre las marcas. Así por ejemplo, mientras que en el 2008 el azúcar refinada a granel era dominante en el mercado, en el 2010 la presentación dominante era la sulfatada marca Monte-Rosa.

#### **7.4 Efecto de las condiciones climáticas en la disponibilidad y efectos sobre precios**

- Debido a la intensidad de la temporada lluviosa en Nicaragua, durante el período de recolección de datos algunas carreteras estaban cortadas por los ríos desde más de un mes previo al levantamiento (por ejemplo, carretera a San Juan de Limay). Esto obligó a los comerciantes a reemplazar sus compras de los lugares habituales (donde no podían llegar), por compras en los municipios aledaños (Somotillo), donde hay menos disponibilidad de productos, los precios son más altos o las variedades son distintas.
- El exceso de lluvia, además, provocó un severo desabastecimiento de frijol rojo a nivel nacional durante los meses de Agosto a Noviembre del 2010. Esto provocó distorsiones considerables en los precios, pues el gobierno tuvo que intervenir recurriendo a importaciones del extranjero para satisfacer la demanda nacional. Consecuentemente, se registró mucha especulación y temor por algunos comerciantes de comprar alto y terminar vendiendo barato, exacerbando aun más el desabastecimiento. Este fenómeno fue de carácter nacional y afectó tanto a comunidades de tratamiento como a comunidades de control.
- Las condiciones climáticas y de los caminos también provocaron desabastecimiento de otros productos perecederos, pero este efecto no fue tan considerable como en el caso del frijol rojo.

#### **7.5 Productos subsidiados**

En los municipios de San Francisco y San Pedro se encontró una presencia importante de establecimientos distribuidores de granos básicos subsidiados por ENABAS (Empresa Estatal). Muchos informantes indicaron que cerraron o dejaron de vender granos básicos por la competencia

de menor precio de esos establecimientos. En otros casos, reemplazaron sus propios proveedores, por producto subsidiado por ENABAS, lo cual provoca distorsiones en el precio. Cabe señalar que los establecimientos subsidiados por ENABAS no forman parte de la muestra de este estudio, pues representan establecimientos que venden productos en condiciones especiales.

## 7.6 Sobre precios de bienes y servicios especiales:

- **Alquiler:** como se corroboró durante la línea de base, en la mayoría de las comunidades no aplica el concepto de “alquiler”, es decir, no se logró obtener un registro del costo de arrendamiento temporal de una vivienda. Solamente en algunas comunidades se obtuvo un precio de alquiler, pero este no es representativo ya que se da en condiciones especiales. Por ejemplo, en las comunidades costeras como PoneLOYa y las Peñitas, el alquiler se da en temporadas turísticas, dirigido a turistas que llegan por cortos períodos procedentes de los centros urbanos, y no a los habitantes de las comunidades. En el caso de la CB para la ciudad de Managua, se utiliza un precio de referencia establecido de C\$900 por mes<sup>16</sup>. Se decidió excluir este elemento en el cálculo del costo de la CB para todas las comunidades.

- **Agua Potable:** de acuerdo con la estructura oficial de la CB, el precio del agua potable se registra como C\$ por galón de consumo. Sin embargo, dada la naturaleza rural y semi-rural de las comunidades encuestadas, muchas de ellas no tienen acceso al sistema ordinario de agua potable; en cambio, obtienen el agua de: fuentes naturales, pozos privados y pozos públicos-comunales. En esta situación, el precio del agua generalmente corresponde a una cuota fija, usualmente para mantenimiento de la fuente. Como resultado, en algunas comunidades los precios del agua potable no se registran por galón sino como cuota fija. El precio de este servicio reporta mucha variabilidad como resultado de los distintos medios de acceso a agua potable.

- **Transporte:** la estructura original de la CB incluye el precio del pasaje de transporte urbano en la ciudad de Managua, registrando 240 viajes por mes para un hogar de 6 miembros. Sin embargo, dada la naturaleza rural y semi-rural de las comunidades encuestadas, no se logró obtener un precio comparable a la tarifa de transporte urbano. En cambio, se realizaron las siguientes consideraciones: 1. El uso del transporte colectivo en las zonas de estudio es menos frecuente, por lo que se asignó el número de 8 viajes por mes. 2. La población que utiliza transporte en estas zonas tiene dos rutas: de la comunidad al municipio y del municipio a la cabecera departamental. Se registraron los precios de ambas rutas, la suma de los cuales representa el costo total de transporte.

- **Luz eléctrica:** de los componentes de la CB, este es el único que es establecido por un ente regulador a nivel nacional. Para calcular el precio C\$ por kwh para el consumo de 100 kwh por mes, se recurrió al pliego tarifario publicado por el ente regulador nacional (INE) para el mes de septiembre del 2010. La tarifa de referencia incluye: consumo residencial (100 kwh)<sup>17</sup>, cargos por comercialización, cargos por alumbrado público, tasa (1%) de regulación e impuestos (IVA 15%). El

<sup>16</sup> Este monto continúa vigente en el 2010 de acuerdo a las publicaciones oficiales del INIDE.

<sup>17</sup> La tarifa es estratificada, es decir, depende del nivel de consumo. Así, los primeros 25 kwh consumidos tienen un precio, los siguientes 25 kwh otro precio y los siguientes 50 kwh otro precio. La tarifa de consumo se calcula así:  $25 \times P1 + 25 \times P2 + 50 \times P3$ , donde P1, P2 y P3 son los precios de los primeros 25kwh, siguientes 25kwh y siguientes 50 kwh consumidos respectivamente.



costo varía según la zona, siendo menor el costo en los municipios de Somotillo, El Viejo y Chinandega que para el resto de municipios.

## VIII. ANEXOS

### Anexo 1.1 Comunidades seleccionadas:

COMUNIDADES SELECCIONADAS PARA LA APLICACIÓN DE LA ENCUESTA DE PRECIOS				
carratera	Departamento	Municipio	Comunidad	cod
S3 <sup>18</sup>	CHINANDEGA	SAN PEDRO DEL NORTE	EL CHAPARRAL	9
S3	CHINANDEGA	SAN PEDRO DEL NORTE	EL POLVON	14
S3	CHINANDEGA	SAN PEDRO DEL NORTE	SAN PEDRO DEL NORTE - URBANO	26
S2	CHINANDEGA	SAN FRANCISCO DEL NORTE	EL UBUTO	33
S2	CHINANDEGA	SAN FRANCISCO DEL NORTE	LOS PLANCITOS	39
S2	CHINANDEGA	SAN FRANCISCO DEL NORTE	SAN FRANCISCO DEL NORTE-URBANO	40
S3	CHINANDEGA	CINCO PINOS	EL CERRO	44
S1	CHINANDEGA	CINCO PINOS	LA HONDA	52
S1	CHINANDEGA	SANTO TOMAS DEL NORTE	LAS UVAS	62
S1	CHINANDEGA	SANTO TOMAS DEL NORTE	SANTO TOMAS DEL NORTE	67
S1	CHINANDEGA	SANTO TOMAS DEL NORTE	VILLA CAMILO ORTEGA	68
S1	CHINANDEGA	SOMOTILLO	LOS LIMONES	127
S3	CHINANDEGA	SOMOTILLO	SAN ANTONIO	129
S4	CHINANDEGA	VILLANUEVA	LA CONCEPCION	142
S4	CHINANDEGA	VILLANUEVA	LA PITAHAYA	143
S4	CHINANDEGA	VILLANUEVA	LOS LAURELES	144
S4	CHINANDEGA	VILLANUEVA	VILLANUEVA URBANO	156
S5	LEÓN	ACHUAPA	ACHUAPA-URBANO	195
S5	LEÓN	EL SAUCE	EL BEJUCO	218
S5	LEÓN	EL SAUCE	LAS PILAS	226
S9	LEÓN	LEON	CARLOS CANALES	295
S6	LEÓN	LEON	CHACARASECA	296
S9	LEÓN	LEON	LA CEIBA	312
S9	LEÓN	LEON	LA PENITAS	319
S6	LEON	LEON	LOC .LOMA PELADA	324
S9	LEÓN	LEON	PONELOYA	338
S9	LEÓN	LEON	SAN ROQUE	345
S6	LEÓN	LEON	SANTA TERESA	349
S13	LEÓN	NAGAROTE	EL COBANO	368
S13	LEÓN	NAGAROTE	EL PAPALOTE	369
S13	LEÓN	NAGAROTE	LOC. LAS RUEDAS	371
S13	LEÓN	NAGAROTE	PUERTO SANDINO	375
S13	LEÓN	NAGAROTE	VILLA OPERADORAS	385

<sup>18</sup> Esta comunidad pertenece a la zona de influencia de la carretera S3: Cinco Pinos – San Pedro del Norte.

## Anexo 2.1: Canasta Básica por Comunidad - Septiembre 2010 y Agosto 2008

TABLA 5: Canasta Básica por Comunidad\*:  
Comparativa 2010 -2008

Departamento	Municipio	Comunidad	Costo de la Canasta Básica		Cantidad de productos cotizados	
			2010	2008	2010	2008
Chinandega	Cinco Pinos	El Cerro	4,612.34	5,070.08	33	36
Chinandega	Cinco Pinos	La Honda	3,409.19	2,884.52	23	13
Chinandega	San Francisco del Norte	El Ubuto	3,272.25	3,654.57	26	31
Chinandega	San Francisco del Norte	Los plancitos	1,671.66	1,125.00	6	3
Chinandega	San Francisco del Norte	San Francisco del N - Urbano	6,847.18	6,329.71	45	47
Chinandega	San Pedro del Norte	El Chaparral	4,053.79	3,871.27	34	37
Chinandega	San Pedro del Norte	El Polvón	4,959.82	4,307.00	34	32
Chinandega	San Pedro del Norte	San Pedro del Norte - Urbano	6,206.69	5,990.24	44	46
Chinandega	Santo Tomás del Norte	Las Uvas	4,953.49	3,825.75	30	30
Chinandega	Santo Tomás del Norte	Santo Tomás del Norte	6,832.83	6,044.27	46	45
Chinandega	Santo Tomás del Norte	Villa Camilo Ortega	7,231.00	5,466.34	47	43
Chinandega	Somotillo	Los Limones	5,810.30	5,282.47	43	44
Chinandega	Somotillo	San Antonio	5,060.58	3,929.50	33	26
Chinandega	Villanueva	La Concepción	5,186.11	4,203.74	33	31
Chinandega	Villanueva	La Pitahaya	n/d	2,406.63	0	10
Chinandega	Villanueva	Los Laureles	3,924.26	3,413.34	27	21
Chinandega	Villanueva	Villanueva - Urbano	7,261.66	6,923.40	49	50
León	Achuapa	Achuapa - Urbano	7,137.37	6,769.99	50	50
León	El Sauce	El Bejuco	n/d	n/d	nd	nd
León	El Sauce	Las Pilas	4,043.05	2,723.13	24	18
León	León	Carlos Canales	5,900.64	4,299.08	32	25
León	León	Chacaraseca	6,405.48	5,783.38	40	40
León	León	La Ceiba	5,518.68	3,709.84	27	29
León	León	Las Peñitas	6,948.83	6,155.28	46	41
León	León	León - casco urbano	7,502.96	6,964.52	52	50
León	León	Loc. Loma Pelada	4,878.06	3,864.36	34	31
León	León	Poneloya	7,477.18	6,400.30	45	40
León	León	San Roque	4,534.10	4,455.14	28	29
León	León	Santa Teresa	n/d	n/d	nd	nd
León	Nagarote	El Cobano	n/d	n/d	nd	nd
León	Nagarote	El Papalote	n/d	n/d	nd	nd
León	Nagarote	Loc. Las Ruedas	6,681.23	5,393.94	43	39
León	Nagarote	Puerto Sandino	8,026.92	7,534.82	50	52
León	Nagarote	Villa Operadoras	7,062.89	5,798.37	38	32

Fuente: FIDEG 2008 y 2010

\*No incluye el costo del alquiler



**Anexo 2.2: Canasta Básica por Comunidad - Septiembre 2010**

**Anexo 2.3: Consolidado Canasta Básica por Comunidad por producto - Septiembre 2010**

**Anexo 2.4: Sección I y II – Septiembre 2010**

**Anexo 3: Base de Datos de Canasta Básica – Septiembre 2010 (Formatos STATA (.dat) y SPSS (.sav))**

**Anexo 4: Formato para el levantamiento de la Canasta Básica – Versión Final**