

MI/231 52
República Argentina

Comité Coordinador
de Encuestas
de Costo de Vida
en el Interior

Consejo Nacional
de Salario Vital
Mínimo y Móvil

Consejo Federal
de Inversiones
Instituto Nacional
de Estadísticas y Censos

Metodología para las Encuestas sobre Ingresos y Gastos de las Familias de Asalariados Urbanos



20 MAY 1985



PROHIBIDO FOTOCOPIAR
(Material Histórico)

FE DE ERRATAS

Pág. 7, columna 2ª, renglón 4º:
donde dice: realizada
debe decir: realizara

Pág. 8, columna 2ª, renglón 27º:
donde dice: "... por lo que habría de volver ..."
debe decir: "...,habrá de volver ..."

Pág. 8, fórmula de Laspeyres dice:

$$I_n = \frac{\sum p_n q_o}{\sum p_o q_o} 100$$

debe decir:

$$N I_n = \frac{\sum p_n \cdot q_o}{\sum p_o \cdot q_o} 100$$

Pág. 16, fórmula b, dice:

$$* b) \quad I_n = I_{n1} \frac{\sum P_{n1} Q_o \frac{P_n}{P_{n1}}}{\sum P_{n1} Q_o}$$

debe decir:

$$* b) \quad I_n = I_{n-1} \frac{\sum P_{n-1} Q_o \frac{P_n}{P_{n-1}}}{\sum P_{n-1} Q_o}$$

Pág. 22, fórmula *, dice:

$$* I_n = I_{n-1} \frac{\sum P_o Q_o \sum P_{n-1} Q_o \frac{P_n}{P_{n-1}}}{\sum P_{n-1} Q_o}$$

debe decir:

$$* I_n = I_{n-1} \frac{\sum P_o Q_o \frac{P_n}{P_{n-1}}}{\sum P_{n-1} Q_o}$$

Pág. 50, columna 1ª, renglón 4º:
donde dice: inasistencia
debe decir: inexistencia

Pág. 130, columna 1ª, renglón 21º:
donde dice: proderado
debe decir: ponderado

Pág. 132, columna 1ª, renglón 16º:
donde dice: bastecimiento
debe decir: abastecimiento



MI/231
82

Metodología para las Encuestas sobre Ingresos y Gastos de las Familias de Asalariados Urbanos

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES
CONSEJO NACIONAL DE SALARIO VITAL, MINIMO Y MOVIL
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICA Y CENSOS

BUENOS AIRES

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723

IMPRESO EN ARGENTINA

PRINTED IN ARGENTINA

ÍNDICE

Introducción	7
Objetivos de la investigación	9
De la denominación	10
Antecedentes internacionales	12
Antecedentes nacionales	28
Período y localización de la investigación	33
Determinación del grupo social a encuestar	36
Diseño de muestra y determinación de su extensión	38
Definición de los distintos aspectos a investigar	43
Definición de los formularios. Sus respectivas áreas y otros impresos a ser utilizados en la encuesta a las familias	46
Códigos preliminares	71
Agrupamiento del código de artículos	72
Periodicidad de la información	75
Recepción de la información - Control y codificación	76
Normas de trabajo e instrucciones para los encuestadores	77
Instrucciones para los encuestados	85
Planillaje de control interno	88
Equipo humano	90
Selección de personal - Requisitos	96
Cursos de entrenamiento	100
Investigación piloto: preparación y realización	103
Análisis de consistencia de la información	106
Problemas especiales	108
Eliminación de familias informantes	114
Compilación mecánica	116
Formación del presupuesto básico	127
Fórmula para el cálculo del índice	130
Captación de precios	131
Homogeneización de la composición familiar	137
Plan de propaganda para encuesta y estímulo a las familias	138

INTRODUCCIÓN

El Comité Coordinador de Encuestas sobre Costo de Vida en el Interior, áreas urbanas, tuvo origen en el primer plan de trabajo del "Programa tentativo de investigaciones socio-económicas" preparado por el Consejo Nacional de Salario Vital, Mínimo y Móvil en sus comienzos, con miras a dar adecuado cumplimiento a las funciones de asesoramiento y apoyo técnico que la ley 16.459 le fijó para orientar las decisiones del Cuerpo tripartito (empleadores, trabajadores y Estado) previsto en la citada norma legal.

Con el criterio de actuar en coordinación armónica con otros organismos y entes nacionales a los que pudiera interesar el tema Costo de Vida y, desde luego, hacer participar también a las dependencias provinciales competentes en la materia, para cada una de las zonas a encuestar se suscribieron convenios con el Consejo Federal de Inversiones (C.F.I.) y la ex Dirección Nacional de Estadística y Censos (D.N.E.C.), ahora Instituto Nacional de Estadística y Censos (I.N.D.E.C.), a fin de llevar adelante investigaciones sobre el particular en distintas áreas del interior, concretándose las correspondientes a los ejidos urbanos de las ciudades capitales de Córdoba, Mendoza, Tucumán, Formosa y La Pampa.

Los resultados obtenidos en las tres primeras de las ciudades nombradas ya se han dado a conocer al tiempo de editarse este nuevo trabajo, y los correspondientes a las dos últimas indicadas se están procesando a nivel de gabinete para también ser oportunamente publicados.

Para la ejecución de esas encuestas se tomó como base la metodología adoptada por la entonces D.N.E.C. en la actualización que en 1960 realizada de la "canasta familiar básica" obtenida en 1943, complementada en diversos aspectos por las experiencias recogidas por dicho organismo en el lapso transcurrido desde entonces.

A ello se sumaron sobre la marcha ciertos ajustes y correcciones que el proceso de ejecución práctica de las investigaciones hicieron conveniente adoptar; hubo desde luego unos pocos puntos respecto de los cuales se suscitaban criterios encontrados o de definiciones cuya precisión se estimó debía aclararse explícitamente.

Fue así como, con el propósito de hacer conocer la metodología seguida para llevar a cabo estas nuevas encuestas en el interior y al mismo tiempo dar un pronunciamiento sobre puntos en discusión a nivel técnico, el Comité Coordinador decidió convocar a un calificado equipo de expertos con reconocidas antecedentes teórico-prácticos sobre el tema, encomendándoles la preparación de un documento de trabajo actualizado sobre Metodología para Encuestas de Costo de Vida con el objeto de poder elaborar en forma permanente y por áreas Índices de Precios a Nivel del Consumidor.

En el Comité Coordinador actuaron, a lo largo del período transcurrido desde que iniciara su cometido, y según el orden de su participación los siguientes funcionarios técnicos:

— Por el Consejo Federal de Inversiones

- (C. F. I.), en la primera etapa la Cont. Nélica Muffatti y el Dr. Enrique Dieulefait, y luego los Licenciados Juan Carlos Auernheimer y Carlos Lac Prugent.
- Por el Consejo Nacional de Salario Vital el Cont. Jorge S. García Ferro, el señor Carlos G. Kaufman y la Lic. Ana María La Guidara.
 - Por la ex Dirección Nacional de Estadística y Censos (actual Instituto Nacional de Estadística y Censos - I. N. D. E. C.), el señor Enrique N. Compiano, Cont. Lorenzo A. Rinetti, Cont. Juan V. Sourrouille y Lic. Marta Sanjurjo.

Por su parte, el equipo de expertos que preparó los comunicados originales llevándolos a decisión del Comité Coordinador y que dieron como resultado final el presente documento, actuó mediante grupos de trabajo y la Coordinación General de la Lic. Ana María La Guidara, integrándose así:

- Grupo 1 - Lic. Jorge Fernández Bussy
Lic. Amancio C. López
Sr. Luis J. Chiodo
- Grupo 2 - Srta. Julia Pérez
Cont. Leonardo M. Mertel
- Grupo 3 - Sr. Mercurio V. Checcaci

También se contó, en la evaluación y definición de la fórmula para el cálculo del Índice, con la asistencia *ad-honorem* del Dr. José Barral Souto, quien entre otros títulos cuenta con el de Profesor Titular de Teoría Estadística en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Buenos Aires, figura relevante y prestigiosa como para pretender reseñar aquí sus aquilatados conocimientos técnicos.

En términos generales puede afirmarse que prevalecieron criterios coincidentes en todos los puntos de los subtemas en que fue distribuida la tarea de elaborar la metodología comentada, unidad que también se puso de manifiesto en la compaginación final del trabajo excepto en el aspecto referido a la fórmula para el cálculo del índice de precios;

en concreto, en la faz referida al procedimiento más idóneo para absorber las distorsiones que se dan por estacionalidad.

Aquí y no obstante haber evaluado el dictamen del Dr. Barral Souto, además de trabajos preparados por el Profesor Guido Lisserre, Director del Instituto de Estadística Matemática en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Cuyo, de otros técnicos del C. F. I., del Cont. Lorenzo A. Rinetti, del Lic. Amancio López, como asimismo el procedimiento por el cual el Instituto Nacional de Estadística y Censos "desestacionaliza" la serie 1960 - base 100, y otras alternativas surgidas en la discusión técnica de dicho punto, no fue posible conciliar una fórmula que satisficiera plenamente al Comité Coordinador ni a la mayoría de los técnicos que colaboraron en la preparación de esta metodología.

Por ello, para no diferir por más tiempo la ya postergada publicación de las demás conclusiones y por entender que, al haber emprendido el I. N. D. E. C. un nuevo relevamiento de canasta familiar para el área de Capital Federal y Gran Buenos Aires, por lo que habría de volver sobre este punto para agotar su análisis, se optó por trabajar con la tradicional fórmula de Laspeyres:

$$I_n = \frac{\sum p_n q_0}{\sum p_0 q_0} 100$$

Se ha considerado útil dar a conocer los resultados alcanzados con el carácter de documento de trabajo, dado que se establecen nuevas pautas para investigaciones de este tipo y constituye un punto de partida más avanzado para otros estudios sobre metodología para las encuestas que sirven de base para el cálculo posterior del índice de precios a nivel del consumidor (Costo de Vida).

No obstante, el tema queda abierto a la discusión, y el trabajo desde luego sujeto a perfectibilidad por aporte de nuevas experiencias e ideas sobre el particular.

1. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo principal:

Relevamiento de la información básica para la determinación del conjunto de bienes y servicios consumidos y utilizados por familias urbanas del interior del país, cuyos jefes sean asalariados no jerarquizados, ocupados en las actividades representativas en cada ciudad.

Esta información permitirá:

- 1) Conocer la composición del gasto de las familias estudiadas en el momento de la investigación.
- 2) Determinar las cantidades consumidas en bienes y servicios a fin de seguir la evolución de los precios minoristas y obtener un *Índice de Precios a Nivel del Consumidor* para cada área. (Al respecto ver el apartado *Denominación*.)

La formulación adoptada supone la definición de los siguientes términos:

Familia urbana: núcleo familiar (cuya definición operacional se dará en cada caso al definir el grupo a encuestar) con residencia dentro de los límites del ejido municipal.

Asalariados: son asalariados todos aquellos

que, trabajando en relación de dependencia, reciben como remuneración por su tarea un salario o sueldo.

No jerarquizados: son considerados tales todos aquellos que, trabajando en relación de dependencia, no tienen personal a su cargo. Se excluyen de este grupo los profesionales universitarios que cumplan tareas para las que los habilita el título profesional, aun cuando no tengan personal a su cargo.

Actividades representativas en cada ciudad: éstas surgirán de la información auxiliar de que se disponga en cada caso.

Objetivos secundarios:

- 1) Obtención de la distribución del gasto en distintos niveles de ingreso de las familias incluidas en la muestra.
- 2) Obtención de la distribución del gasto para las distintas categorías ocupacionales de las familias investigadas.
- 3) Comparación de la distribución del gasto en las distintas zonas del país.
- 4) Obtención de datos que permitan evaluar los componentes nutricionales de la alimentación de las familias estudiadas.

2. DE LA DENOMINACIÓN

De acuerdo a las distintas modalidades, el índice de que nos ocupamos ha tomado tres nombres diferentes según los países que lo elaboran; los utilizados con mayor frecuencia son:

- Índice de Costo de Vida.
- Índice de Precios al por Menor para Familias (se definen aquí las familias sobre cuyos consumos se basa).
- Índice de Precios del Consumo de Familias.

Desde un punto de vista cuantitativo, la última de las mencionadas —que según las traducciones puede también tomarse como “Índice de Precios a Nivel del Consumidor”— es la denominación más aceptada. En efecto, de los 124 índices descritos en la Guía Técnica —Volumen I de la Organización Internacional del Trabajo (O. I. T.)—, 80 llevan la nominación general en cuestión, 24 de Índice de Costo de Vida y 20 la de Índice de Precios al por Menor.

Estas denominaciones suelen ser más extensas, aclarando el grupo de familia encuestado (ej.: Índice de los Precios del Consumo de Familias de Condición Modesta), pero en general responden a estos tres conceptos, de los cuales, como se ha dicho, el último representa el 64,2 % de los utilizados.

También en las metodologías empleadas por las Naciones Americanas —según información recopilada por el Instituto Interamericano de Estadística (I.A.S.I.)— se advierte la tendencia a utilizar la nominación de Índices de Pre-

cios de Consumo, que aquí alcanza el 61,1% de los países encuestados. En este grupo la preferencia adquiere mayor relieve, por la decisión de tres países (Canadá, Colombia y Estados Unidos) de adoptarla abandonando la de Índice de Costo de Vida utilizada anteriormente.

Existe asimismo una recomendación internacional en este sentido. La O. I. T. en la 4ª reunión de Estadísticos del Trabajo, en 1931, aconsejó el cambio de la tradicional denominación de Índice de Costo de Vida por la que aquí mencionamos.

Si bien el nombre utilizado puede parecer de importancia secundaria en la elaboración de una metodología, la forma en que el uso de este indicador se ha generalizado, trascendiendo el campo del investigador, obliga a prestarle mayor cuidado. En efecto, no son pocas las cláusulas normativas de la legislación actual que lo utilizan a modo de referencia para medir desvalorización del signo monetario, dándole en más de un caso el alcance del que carece aun dentro del marco de sus restricciones: por ejemplo, su empleo en los contratos de locaciones urbanas. Sectores políticos, empresarios, gremiales, y aun el “hombre de la calle”, lo citan a diario en la discusión de los problemas económicos de las más diversas características.

Se hace entonces importante encontrar una denominación que defina en la forma más precisa posible su significación y alcance.

La nominación de “Índice de Costo de Vida” resulta extremadamente vaga y es quizás la

que más favorece el uso que de él se hace como “deflactor universal”. Es obvio que el “costo de vida” varía con el nivel de ingresos, el grado de educación, la ubicación geográfica, la categoría ocupacional, la composición de la familia, las pautas culturales propias de un determinado grupo, etc. Pero aun cuando se precisara a qué grupo social está referido, siempre adolecería del defecto de inducir a la idea de un concepto valorativo. Establecida la composición familiar, su forma y nivel de ingresos, y toda otra variable que influya en su determinación, en el mismo momento que se logra el valor del año base se estará diciendo que dicho valor representa el “costo de vida” de aquel grupo; o lo que es lo mismo, monto que *necesita* aquella familia para vivir, lo que en alguna medida da la idea de la definición de un juicio de valor, respecto a las condiciones en que *debe vivir*.

Por el contrario, el llamarlo “Índice de Precios del Consumo de Familias...” indica que se está haciendo referencia a los precios de los bienes y servicios consumidos por determinadas familias, en un lugar y un momento determinados.

Se podrá aducir que la cuestión planteada entra en el terreno de la sutileza y que en definitiva no cambia su elaboración conceptual ni metodológica; pero, como se ha dicho, es éste un indicador que por haberse popularizado no es patrimonio exclusivo de sectores técnicos y basta ver la utilización que en la práctica se hace del Índice General para avalar la posición de encontrar una denominación más precisa.

Respecto a la tercera fórmula utilizada por algunos países de “Índices de Precios al por Menor”, es susceptible de ser confundida con la de Precios Minoristas, por lo que no se ha creído conveniente tenerla en cuenta.

Por lo antedicho, se adoptará la denominación: “Índice de Precios a Nivel del Consumidor”; no obstante, dado lo institucionalizado de la fórmula Índice de Costo de Vida y a los fines de no generar susceptibilidades en los usuarios del mismo, se recomienda mantener entre paréntesis, durante un período dado, la antigua denominación. O sea, que en definitiva resultaría: **Índice de Precios a Nivel del Consumidor** (Costo de Vida).

3. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Del análisis de los antecedentes internacionales reunidos, surge como conclusión general la falta de uniformidad en la metodología utilizada por los distintos países. Esta falta de uniformidad, que se pone de manifiesto en algunos aspectos determinados que sintetizaremos más adelante, puede ser atribuida a los siguientes factores:

a) *Características climáticas y geo-económicas de los distintos países.*

La metodología puede diferir, especialmente en lo que se refiere a los problemas generados por el tratamiento de la estacionalidad.

Así, por ejemplo, la estabilidad climática de algunos países (en general los que se encuentran sobre la línea del Ecuador) determina que los consumos asuman características especiales, en particular en los rubros Alimentación y Vestido. Las variaciones estacionales desaparecen en estos casos, lo cual puede incidir también en la decisión que se tome respecto a la duración de la investigación.

Un efecto similar se produce en otros países, por ejemplo, Estados Unidos, donde la red de distribución de los bienes es tan eficiente que permite un abastecimiento homogéneo de mercancías en todo el territorio, superando las diferencias climáticas de cada zona.

b) *Grado de desarrollo del Sistema Estadístico.*

Resulta notable, por ejemplo, la disparidad existente en el lapso destinado a la recopilación

de información. Los períodos utilizados en la encuesta varían entre 1 mes y 1 año por tomar como ejemplo el grupo de países americanos. Este factor juega también en la extensión de la muestra. Estas importantes diferencias tienen que ver con el grado de complejidad y desarrollo alcanzado por el respectivo Sistema Estadístico Nacional, aun cuando también es cierto que en ellas influyan las disponibilidades financieras con que se ha contado en cada caso.

c) *Criterios tendientes a lograr una mayor representatividad.*

La complejidad que presentan las estructuras económico-sociales y el afán de lograr muestras homogéneas y representativas del fenómeno local, han inducido al empleo de distintos criterios en la definición de las familias a encuestar. Criterios éstos que presentan toda una gama entre dos polos que podríamos llamar de máxima restricción y de máxima liberalidad.

Así, mientras en un extremo se imponen condiciones rígidas al número de integrantes de la familia, a la unicidad de ingresos, al cruce categoría-nivel de retribución, el lugar de residencia y ocupación; en el otro se toma prácticamente a toda la población, con la única exigencia que no supere un determinado monto de ingresos anuales.

A estos factores se suman otros de menor relevancia, que en suma conspiran contra la uniformidad metodológica en el campo inter-

nacional. Conviene citar aquí la influencia que ejerce la tasa de natalidad, que desplaza el valor de la familia modal.

Una idea más detallada de las distintas modalidades empleadas en la elaboración y ejecución de las etapas del Índice puede lograrse a través de la siguiente síntesis de los antecedentes reunidos en el grupo de países americanos, en la cual se han obviado las relativas a "denominación" por ser tratadas en especial en otro ítem del presente Informe:

1. Índices que se elaboran.

a) Cobertura Geográfica:

En general puede decirse que estas encuestas cubren áreas más restringidas en los países menos desarrollados y en los coloniales. En estos casos generalmente comprenden únicamente la ciudad capital, o ésta y zona de influencia, o las ciudades más importantes desde el punto de vista de la industrialización. Los países europeos, en cambio, así como Estados Unidos, Canadá y Japón, cubren áreas geográficas más amplias. En algunos de estos casos se llevan índices independientes por ciudad, dando la posibilidad de lograr, mediante su consolidación, un único Índice Nacional (ej.: Estados Unidos).

Los distritos rurales son excluidos de este tipo de investigaciones en la mayor parte de los casos. (Han realizado encuestas para este sector los siguientes países: Alemania Federal, en 1957; Suecia, en 1958; Inglaterra, en 1957-59; México, en 1963; Dinamarca, en 1964; España, en 1964-65; Gibraltar e Italia, ambos en 1966.)

La exclusión de que hablamos reconoce como causa las especiales dificultades que supone una encuesta sobre condiciones de vida aplicada a familias rurales, dificultades tanto de carácter técnico (evaluación de ingresos en especie, pagos en especie, etc.) como de orden práctico (el aislamiento y las distancias).

b) Por Grupos y Sub-Grupos:

Al índice general, se suman otros particu-

lares que siguen la evolución de grupos y subgrupos de bienes y servicios que desagregan en mayor o menor medida según el interés local: Alimentación, Alojamiento, Vestido, Otros, suele ser el agrupamiento más comúnmente utilizado.

Es interesante mencionar la clasificación especial que utiliza Canadá para el Índice Nacional: Bienes Durables, Bienes No Durables y Servicios.

c) Cobertura Social.

c 1) *Composición Familiar*: En casi la totalidad de los casos se encuesta un grupo familiar, eliminándose las personas aisladas. (España, en cambio, admite los hogares unipersonales.) Es muy variable el número de niños que se toma en cuenta para definir la familia y en algunos casos no se especifica si alguno de los miembros debe ser un niño (ej.: Paraguay y Nicaragua, que limitan sólo el número de miembros).

Otros países, Argentina entre ellos, limitan aún más su definición de familia imponiendo límites de edad para los hijos.

En el otro extremo tenemos los casos en que la investigación queda abierta a cualquier tipo de composición familiar; tal es la situación, obviamente, cuando se toma toda la población y no sólo un sector de ella.

c 2) *Categoría Ocupacional y Nivel de Ingresos*: En este aspecto también difieren mucho los criterios utilizados. Puede pasarse de la máxima apertura (encuestas para toda la población) hasta restricciones de diversa gama. En líneas generales las limitaciones que se imponen se refieren a la categoría ocupacional (obreros, empleados, obreros y empleados, trabajadores en general) o a nivel de ingresos, o a ambos en forma combinada; por ejemplo, Argentina, Colombia, Hon-

duras, e India, calculan índices para obreros industriales con ingresos hasta cierto monto.

Otros países limitan únicamente el nivel de ingresos, tal es el caso de Estados Unidos, Canadá y Panamá. Las cotas puestas a los ingresos, que pueden ser máxima y mínima o sólo máxima admiten ser definidas previamente o establecerse *a posteriori* una vez analizada la distribución de los mismos.

Se da el caso de países que investigan más de una categoría ocupacional y luego calculan un índice separado para cada una de ellas (ej.: Colombia, Chile).

2. Plan de Muestreo.

Los planes de muestreo presentan características muy disímiles y no se cree conveniente realizar un resumen general sobre extensión de la muestra en cada caso, para no oscurecer el sentido de la presente síntesis.

3. Duración de la investigación.

El período durante el cual se captan los datos es sumamente variable (desde un mínimo de una semana hasta un máximo de un año), debido en general a razones presupuestarias.

4. Recolección de datos.

En lo referente a recopilación de la infor-

mación básica se han utilizado los sistemas de entrevistas y los de libretas de gastos, según la duración de la encuesta. También se dio la modalidad de combinar ambos sistemas: tal el caso de Canadá, donde se utilizaron libretas para el grupo Alimentación y se efectuaron entrevistas para requerir otros consumos realizados en el año anterior.

5. Fórmulas.

En general se ha utilizado el Índice de LASPEYRES. En algunas investigaciones (aparentemente las menos) se realizan ajustes por estacionalidad. Sobre este particular se volverá *in extenso* al desarrollar el punto específico

6. Precios.

Como norma se utilizan encuestadores que recopilan periódicamente los precios realmente pagados en comercios minoristas que se determinan mediante una muestra previa. En ciertas encuestas se combina con formularios enviados por correo, que el comerciante debe llenar y remitir periódicamente.

La periodicidad de recolección dentro del mes depende de los bienes o servicios de que se trata. En general los correspondientes al grupo alimentación son muy frecuentes, mientras que las tarifas de transporte, por ejemplo, se toman sólo de una vez por mes y aun los relativos a vivienda suelen superar el período mensual del índice.

ÁFRICA

PAÍS	Investigación realizada y año	Denominación	Base	Cálculo del índice	Cobertura social y geográfica	Observaciones
Camerún	Encuestas sobre presupuestos familiares. Marzo 1961.	Índice de los precios del consumo de las familias no indígenas (europeos).	Marzo 1961	Promedio aritmético ponderado de base fija.	Familias europeas de Yaundé.	
Chad	Encuesta sobre presupuestos familiares. Enero 1964.	Índice de los precios del consumo de las familias europeas.	1964	Ídem	Familias europeas de Fort-Lany.	
Congo	Encuesta de presupuestos familiares. Febrero y marzo 1963.	Índice de los precios del consumo de las familias europeas.	1964	Ídem	Hogares europeos de Brazzaville.	
Congo	Elección dirigida de artículos. (Leopoldville)	Índice de precios al por menor (africanos)	1964	Como promedio geométrico de relativos de precios.	—	
Liberia	Encuesta sobre gastos familiares. Octubre a diciembre 1963.	Índice de los precios del consumo.	Set./nov. 1964	Promedio aritmético ponderado de base fija.	Monrovia.	
Mozambique	Encuestas de presupuestos familiares. Octubre 1956 a setiembre 1957.	Índice de los precios del consumo.	1956/1957	Ídem	Ciudad de Lourenço Márquez.	
Niger	Encuesta de presupuestos familiares. 1960.	Índice de los precios de consumo para africanos.	1962/1963	Ídem	Familias africanas de Niamey.	

AMÉRICA

PAIS	Encuesta año y período de realización	Denominación	Indíces que se elaboran	Año base	Cobertura social y geográfica	Oficina elaboradora	Periodi- cidad	Número de familias encuestadas	Recolección de datos	Fórmulas	Precios
Argentina.	1943 Mayo/ julio	Índice del Costo de Vida.	—General —Alimentación —Indument. —Gtos. grles. —Menaje —Alojam. (alq., elect.)	a) p todos los ind. período base: 1943 = 100. b) p/las pon- deraciones se usa como ba- se mayo/julio 1943.	a) Peones Ind., matrimonios y 2 hijos, 14 años. b) Buenos Ai- res y suburbios.	D. N. de E. y Censos	Mensual	No se tiene in- formación. Se distribuyeron 30.000 libretos (10.000 p/mes); se emplearon 18.795.	No se tiene información.	a) Promedio ponde- rado de relativos de precios. b) $Ajuste \frac{p}{estacionalidad}$. Se cambian mensua- lmente las ponderacio- nes de frutas y ver- duras.	a) Sistema de Reco- lección: Por investi- gadores. b) N^o y variedad de arts. y serv.: Los in- cluidos en el índice. c) Fuentes de infor- mación: Ferias fran- ciscas, mercados muni- cipales, grandes al- macenes, cooperati- vas y establecimien- tos situados en ba- rrios obreros. d) Cotizaciones: Pre- cios reales pagados por consumidores.
	1960 Enero/ diciembre.	Índice del Costo del Nivel de Vida en la Capital Federal.		a) 1960 = 100. b) Enero/Dic. Matrimonio y 2 hijos 6 = edad = 14. b) Buenos Ai- res y suburbios.	a) Obreros Ind. Ofic. y peones. Matrimonio y 2 hijos 6 = edad = 14. b) Buenos Ai- res y suburbios.	Ídem	Mensual	Se utilizaron 1419 presupues- tos.	a) Gastos: Equipo de visita. que asesoraron su cuaderno de cuentas. b) Ingresos: Informe mensual de los emplea- dores.	a) * b) Ídem año 43. c) Innecesario por la fórmula empleada. b) Ídem. c) Se toman de 275 proveedores de los cuales 206 proporcio- nan información por planillas certificadas. d) Ídem 1943.	a) Por correo para determinados artícu- los. Investigadores para los de alimenta- ción. b) Ídem. c) Se toman de 275 proveedores de los cuales 206 proporcio- nan información por planillas certificadas. d) Ídem 1943.
Bolivia ...	1931	Índice del Costo de Vida.	a) Clasificación geográfica: La Paz Cochabamba Oruro b) Por grupos y subgrupos: — Alimentac. — Pan y cer. — Carnes — Prod. lact., grs. y huevos — Tubérculos — Otros alim. — Vestuario — Combustib. — Vivienda — Gastos — Índice Total.	Enero 1957 = 100.	a) Flia. de cla- se media, em- pleados públi- cos. 2 adultos y 3 menores. b) Las ciuda- des indicadas.	Ídem Boletín de Índice de Costo de Vida de las ciudades de La Paz, Cocha- bamba y Oruro.		Comprendió 50 familias.	No se tiene información.	a) Laspeyres. b) * c) No se realiza ajus- te por estacionalidad. Los índices de las distintas ciudades se presentan separada- mente y no se conso- lidan.	a) Son recolectados por investigadores en la Capital y en cada ciudad.
* a) $In = \frac{\sum pn \cdot q_0}{\sum p_0 \cdot q_0}$ $1 \sum P_{n1} \frac{Q_0}{P_{n1}}$ * b) $In = In_1 \frac{\sum P_{n1} Q_0}{\sum P_{n1} Q_0}$											

$$* a) In = \frac{\sum pn \text{ qo. } 100}{\sum po \text{ qo}}$$

$$1 \sum Pn_i \quad Q_0 \quad Pn_i$$

$$* b) In = In_i \quad \sum Pn_i \quad Q_0$$

PAIS	Encuesta año y período de realización	Denominación	Índices que se elaboran	Año base	Cobertura social y geográfica	Oficina elaboradora	Periodi- cidad	Número de familias encuestadas	Recolección de datos	Fórmulas	Precios
Brasil	1951/52 En perio- dos de 30 días.	Índice ponderado del Costo de Vida Clase Operaria na Cidade de São Paulo.	— Total — Alimentac. — Vestuario — Vivienda — Combustib. — Atenc. médi- co-dental y farmacia — Tabaco y gts. — personales — Art. de limp. doméstica — Muebles p/el hogar — Transporte — Otros gastos	a) 1951 = 100 b) Las ponde- raciones: en- cuesta 1951- 1952.	Familias traba- jadoras de San Pablo.	Divisas de Estadística e Documen- tación Social Depto. de Cultura, Prefeitura do Muni- cipio de São Paulo. En la 2ª quincena mimeogra- fiado (hojas sueltas).	Mensual	Se enumeraron 300 familias. De las que resulta- ron 237 libretas útiles referen- tes a 1229 per- sonas.	Cuestiona- rios combi- nados con li- bretas. Las familias debían ano- tar sus gas- tos de con- sumo 30 días consecuti- vos.	No se tiene informa- ción.	a) Por investigadores. b) <i>Alimentícios</i> : Mer- cados Municipales, fe- rias francas, almace- nes de productos ali- menticios, verdule- rias y carnicerías del centro de la ciudad y de zonas urbanas, suburbanas y rural. <i>Vestuário, limpeza,</i> etc.: en comercios mi- noristas. <i>Assistenciais</i> : en far- macias y profesiona- les de reconocida idoneidad. <i>Alquiler</i> : Por oferta en periódicos. c) <i>Frecuencia de re- colección</i> . Alimentícios men- sual, el resto en pe- ríodos variables.
Canada	1957 (12 en- cuestas mensua- les).	"Consumer Price Index" (Índice de Precios al consumidor) desde 1949. Antes: "Cost-of- living Index" (Índice de Costo de Vida).	— General — Alimentac. — Vivienda — Vestuario — Transporte — Atenc. pers. y de la salud — Diversiones y material de lectura — Tabaco y be- bidas alcohó- licas El general en: — Bienes dura- bles — No durables — Servicios	a) 1949 = 100. b) 1959 base p/las ponde- raciones (re- sultan de la encuesta de 1957).	a) Familias que vivan en 27 ciu- dades de pob. 30.000 habitan- tes. b) Tamaño va- riable entre 2 adultos y 2 niños. c) Ingr. anual en el año de la encuesta entre \$ 2.500 y \$ 7.000.	"Dominion Bureau of Statistics" (Depto. de Est. del Dominio). a) Suelto mensual "Price Movements" b) Publi- cación mensual defasada en un mes. "Price and Price Indexes".	Mensual	7.200 informes semanales (ali- mentación) y 1.100 informes anuales (otras compras). Muestreo siste- mático de una lista que había participado en la encuesta de Fuerza de Tra- bajo durante los 6 meses an- teriores. En cada una de las 9 ciudades.	a) Alimentici- cios: Libretas. b) Entrevis- tadores re- quirieron so- bre compras en el año an- terior. c) El ajuste por es- tacionalidad se hace modificando la can- tidad de artículos a través de los meses y calculando así un índice ajustado para los grupos afectados por estacionalidad. Los índices así calcu- lados forman parte de la fórmula general con una ponderación fija.	a) Laspeyres. Se en- cadenó esta fórmula con la anterior, ha- ciéndose en relación con los datos de ene- ro de 1961. b) El ajuste por es- tacionalidad se hace modificando la can- tidad de artículos a través de los meses y calculando así un índice ajustado para los grupos afectados por estacionalidad. Los índices así calcu- lados forman parte de la fórmula general con una ponderación fija.	a) Por investigadores. b) <i>Alimentícios</i> : en almacenes en cadena e independientes. <i>Ropa y utensilios</i> : en grandes tiendas y co- mercios. <i>Artículos para automóviles</i> : en garages, estaciones de servicio y agencias de automóviles. <i>Asis- tenciales</i> : en consul- torios médicos y odontológicos. En ca- da ciudad una mues- tra dirigida en esta- blecimientos repre- sentativos del grupo social. Se asegura la comparabilidad con una descripción deta- llada de cada artícu- lo o servicio. c) Precios al por me- nor pagados por con- sumidores finales. d) Mensuales en casi todos los casos. <i>Vivienda</i> : de la en- cuesta regular sobre <i>fuerza de trabajo</i> .

PAIS	Encuesta año y período de realización	Denominación	Indíces que se elaboran	Año base	Cobertura social y geográfica	Oficina elaboradora	Periodi- cidad	Número de familias encuestadas	Recolección de datos	Fórmulas	Precios
Colombia	1953 (Agosto y com- pleto de visitas mensua- les).	"Índice de Precios al Consumi- dor" (obre- ro o em- pleado).	a) Por grupo a) Se refie- ren al período de 12 meses, julio 1954 a junio 1955 = 100. b) Clasificac. geográfica: Bogotá, Me- dellín, Cali, b) Pondera- ciones, 1953 Barranqui- lla, Bucara- manga, Ma- nizales, Pas- to, Total del resto). c) Por grupos: Alimentac. Vivienda Vestuario Misceláneos Total.	a) Se refie- ren al período de 12 meses, julio 1954 a junio 1955 = 100. b) Pondera- ciones, 1953 Barranqui- lla, Bucara- manga, Ma- nizales, Pas- to, Total del resto). c) Por grupos: Alimentac. Vivienda Vestuario Misceláneos Total.	a) En la ciu- dades citadas. Filiat, que re- registraron por lo menos un miembro cla- sificado como emp. u obrero excluyendo los que regist. em- pleados o tra- bajadores por cuenta propia. Grupos fami- liares comple- tos e incom- pletos. Padre y/o ma- dre c/o sin hi- jos, sirvientes y huésp. Se excluyeron hombre o mu- jer c/o sin pa- rientes. b) Grupo: q. 2 adultos y 1 niño. Adultos solos no.	Dto. Adm. Nac. de Estad. de Colombia Bogotá: hoja volante entre 1 y 2 del mes siguiente. "Boletín Mensual de Estadística", entre el 10 y el 13.	Mensual	Se tomó como base el censo de 1951 cada 10 ^a boleta censal al azar. Se obtuvo una muestra de 4.887 familias, elegibles, de ellas al azar 1.950 en forma tal que cada fa- milia represen- tara 100 por ciudad.	En base a visitas dia- rias y men- suales.	a) Laspeyres. b) * c) No se efectúa. d) Se hacen separa- damente y se conso- lida tanto para el ge- neral como para gru- pos por ponderacio- nes. Para el Nacional de los que presentan se da un factor de ponderación fijo (%) a cada ciudad. e) Dependencia de la fre- cuencia con que cam- bia cada artículo.	
								b) *		$\frac{P_n}{\sum Q_0 P_{n-1}}$ $\frac{P_n}{P_{n-1}}$ $\frac{\sum Q_0 P_{n-1}}{\sum Q_0 P_{n-1}}$	a) Investigadores. b) Todos los artículos y servicios del índice. c) Se toman 3 secto- res en que ha sido subdividida la ciudad. d) Los que pagan los consumidores, se to- man como para gru- pos por ponderacio- nes. Para el Nacional de los que presentan se da un factor de ponderación fijo (%) a cada ciudad. e) Dependencia de la fre- cuencia con que cam- bia cada artículo.
Costa Rica	Setiem- bre 1949	"Índice de Precios para el Consumi- dor Medio y Obrero de San José".	— General — Alimentac. — Vestuario — Electricidad, combustible, hielo — Enseres do- mésticos — Misceláneos.	a) Febrero- Diciemb. 1952 = 100. b) Pondera- ciones. Setbre. 1949.	a) Familias de clase trabaja- dora. Servicios a cambio de sa- rio del que de- penden ec. sin discriminar en- tre ob. y emp. b) Los 4 distri- tos de la ciu- dad Capital.	D. G. de Estadística y Censo. "Índice de Precios al Consumi- dor". Mensual.	Mensual	Se selecciona- ron a través de establecimien- tos industria- les, comercia- les, bancos gu- bernamentales, etcétera, menos agricolas-gana- deros. Se extra- tificaron por tamaño y nivel de salarios pa- gados y se se- leccionaron 50. Luego de allí se eligieron 258 familias.	Se recolec- taron duran- te 4 semanas en visitas únicas en las que se re- quirió: gas- tos de la úl- tima sema- na excepto vestuarios y muebles que se preguntó sobre los úl- timos 12 me- ses.	a) In = Laspeyres. b) * c) No se efectúa.	a) Por investigadores. b) De los 143 artícu- los del índice. c) Establecimientos comerciales y fuen- tes directas. d) Precios al por me- nor. e) En la semana que comprende el día 15. Alquiler trimestral- mente por encuesta a los inquilinos.
								b) *		$\frac{P_n}{\sum Q_0 P_{n-1}}$ $\frac{P_n}{P_{n-1}}$ $\frac{\sum Q_0 P_{n-1}}{\sum Q_0 P_{n-1}}$	a) Investigadores. b) Todos los artículos y servicios del índice. c) Se toman 3 secto- res en que ha sido subdividida la ciudad. d) Los que pagan los consumidores, se to- man como para gru- pos por ponderacio- nes. Para el Nacional de los que presentan se da un factor de ponderación fijo (%) a cada ciudad. e) Dependencia de la fre- cuencia con que cam- bia cada artículo.

PAÍS	Encuesta año y período de realización	Denominación	Índices que se elaboran	Año base	Cobertura social y geográfica	Oficina elaboradora	Periodi- cidad	Número de familias encuestadas	Recolección de datos	Fórmulas	Precios
Chile	Novbre. 1956/ dicbre. 1957	"Índice de Precios al Consumidor"	— General — Alimentac. — Vivienda — Vestuario — Varios	a) 1958 = 100 b) Ponderaciones Nov. 1956 Dicbre. 1957	a) Familias de obreros y empleados. b) Gran Santiago.	Serv. Nac. de Estad. y Censos. Boletín Mimeografiado.	Mensual	Sedivió Gran Santiago en gastos diarios. Para 8.700 "Unidades de Área" con 25 a 30 familias c/una. 1ª etapa: el 5% de las unidades vistas sobre se encuestaron los 4 meses. para clasificar: (Sólo a la Obreros, Emi- pleados y otros. Resultaron razones de 4.730 familias de empleados y 5.713 familias obreras. 2ª etapa: 1/4 familias empleadas, 1/3 flías. obreras (1.200 familias em- pleadas y 1.000 obreras). Finalmente, al depurar: 960 empleados y 1.139 obreros. Se distribuyeron en 4 grupos que informaron durante 4 meses. A la vez, cada uno de éstos se dividió en cuatro grupos de familias, uno por cada mes.	Libreta de gastos diarios. Para gastos de in- dumentaria, médico y otros, entre los 4 meses. Sólo a la mitad de las familias por razones de economía). El ingreso se investigó sólo en 1 mes.	a) Laspeyres. b) * c) No se realizan ajustes por estacionalidad. d) Negocios elegidos por su importancia en ventas globales pre- via estratificación por centro comercial y del número de habi- tantes. Se prefirió aquellos que habi- tualmente ofrecen un surtido completo. No se toman ferias ni vendedores ambulan- tes. e) Vivienda: Muestra de 2.500 viviendas. f) Precios realmente pagados. g) Alimentación se- manalmente. El resto en la 3ª semana de cada mes.	a) Por investigacio- nes. b) Los incluidos en el índice. c) Negocios elegidos por su importancia en ventas globales pre- via estratificación por centro comercial y del número de habi- tantes. Se prefirió aquellos que habi- tualmente ofrecen un surtido completo. No se toman ferias ni vendedores ambulan- tes. d) Vivienda: Muestra de 2.500 viviendas. e) Precios realmente pagados. f) Alimentación se- manalmente. El resto en la 3ª semana de cada mes.
Ecuador	Dicbre. 1950/ enero 1951	"Índice de Precios al Consumidor para flías. de la clase obrera de Quito"	— General — Alimentac. — Vestuario — Alquiler — Combustible y luz — Varios.	Agosto 1950 / Julio 1951 = 100. b) Dic. 1950 y Enero 1951 pueden consi- derarse base de las ponderaciones (Ali- menticios) los otros al año completo.	Clase media y separadamen- te obrera. — Ver encues- básica.	D. G. de Estadística y Censos. Boletines especiales.	Mensual	Sin informa- ción.	S/inform. b) *	a) Laspeyres. b) * c) $I_n = I_{n-1} \frac{\sum Q_0 P_{n-1}}{\sum P_{n-1} Q_0}$ d) $I_n = \frac{\sum P_{n-1} Q_0}{\sum P_{n-1} Q_0} \frac{I_{n-1}}{I_{n-1}}$	a) Investigaciones después del 20 de ca- da mes. b) Los del índice. c) Tiendas, mercados, almacenes de ropa, salones de belleza, boticas, vivienda por encuesta trimestral.

PAIS	Encuesta año y período de realización	Denominación	Índices que se elaboran	Año base	Cobertura social y geográfica	Oficina elaboradora	Periodi- cidad	Número de familias encuestadas	Recolección de datos	Fórmulas	Precios
El Salvador	25 mayo a 24 junio 1954 (7 meses comple- menta- rios por recorda- ción).	"Índice de Precios de Consumidor Obrero de San Salvador, Mejicanos y Villa Delgado".	— General — Alimentac.: pan y cerea- les, carne y pescado, pro- ductos lác- teos, grasas y huevos, tu- berculos, le- gumbres y frutas. — Otros: — Vivienda: Alquiler y alumbrado, combusti- bles, art. del hogar. — Vestuario: Hombre Mujer Niño Niña. — Misceláneos — Gastos Varios Gastos Culturales Ciudadanos Médicos Arts. de uso Personal Otros Misc. Transportes Gastos Varios	a) Junio 1954 = 100. b) Junio 1954.	a) Flias. obre- ras de 5 miem- bros. b) San Salva- dor, Mejicanos y Villa Delga- do (son parte del área metro- politana de la ciudad de San Salvador).	D. G. de Estadística y Censos. En el boletín: "Costo de la Vida Obrero de San Salvador, Mejicanos y Villa Delgado" y en el Boletín trimestral de la D. G. E. C.	Mensual	Se realizó un censo de "mesones" ("edificación con 6 ó más familias con cocina y sanitarios comunitarios control de consumo"). Se seleccionaron 1.000 familias (sobre 16.628).	a) Laspeyres. b) No realizan ajustes.	a) Por investigadores.	
Estados Unidos	1950	"Consumer Price Index for Moderate Income Families in large Cities". Antes Índice Costo de Vida.	— Alimentac. — Vivienda — Vestuario — Transporte — Atención Médica — Atención Personal — Diversiones y material de lectura — Otros bienes y servicios	a) 1947 - 1949 = 100 y desde 1962 además: 1957- 1959 = 100. b) 1950 pero previamente fueron actua- lizadas al año fiscal 1951-52.	a) Familias de asalar. y emp. en ciudades (20 más personas en 3.000 ciuda- des, pueblos y suburbios). Se excluyeron flias con ingr., \$ 10.000 (repre- sentan el 64 % de la población urb. y el 40 % de la total.	Departa- mento of Labor. Boletines especiales del mínimo de trabajo.	Mensual para el Índice nacional y de las princi- pales ciudades.	Se obtuvo una muestra de ciudades teniendo en cuenta las características: Tamaño; clima; densidad de población y nivel de ingreso de la comunidad. Dentro de cada ciudad se seleccionaron las familias.	a) Entrevistas por recordación para todos los gases realizados durante 1950. b) Se agrupan conforme a ponderaciones proporcionales, las que tienen en cuenta: Cantidades del año base, población y precios corrientes.	a) Laspeyres. b) * c) Se hacen ajustes para dos artículos. Los índices de las diferentes ciudades. d) Se agrupan conforme a ponderaciones proporcionales, las que tienen en cuenta: Cantidades del año base, población y precios corrientes.	a) Se toman de 46 de las 97 ciudades. En cada ciudad una lista de establecimientos análogos a los utilizados en el momento de la encuesta por las familias. b) El índice abarca 298 artículos y servicios. c) Se promedian los de establecimientos independientes con los de almacenes en cadena ponderando por volumen de ventas.

$$b) * \quad \frac{P_n}{\sum P_{n-1} Q_0 - P_{n-1}} \quad \frac{P_n}{\sum P_{n-1} Q_0}$$

$$In = In_{-1} - \frac{\sum P_{n-1} Q_0}{\sum P_{n-1} Q_0}$$

PAIS	Encuesta año y período de realización	Denominación	Indíces que se elaboran	Año base	Cobertura social y geográfica	Oficina elaboradora	Periodi- cidad	Número de familias encuestadas	Recolección de datos	Fórmulas	Precios
Guatemala	Agosto 1946	"Índice de Precios al Consumidor para la ciudad de Guatemala"	— General — Alimentos — Vivienda — Vestuario — Combustib. — Otros	a) Agosto 1946 = 100. b) Agosto 1946	a) Filias, obre- ras con más de 2 miembros. b) Ciudad de Guatemala.	D. G. de Estado. "Boletín Mensual de Estadística".	Mensual	Se solicitó la colaboración de instituciones (sindicatos, ofi- cinas públicas, etc.). Se reunie- ron 495 fami- lias de distinta categoría ocu- pacional. Al realizar la depuración, re- sultaron 179 ca- sos útiles.	Se enviaron libretas por correo que debían lle- nar diaria- mente.	a) Laspeyres.	Sin información.
Haití	1949/ 1950	Índice del Costo de la Vida en Pto. Príncipe	— General — Alimentac. — Vestuario — Vivienda	1948 = 100	a) Familias de ingresos mode- rados. b) Para 1/pon- derac. 5 ciud. Para los pre- cios, Puerto Príncipe.	Instituto Haitiano de Estadística.	Mensual	Sin informa- ción.	Sin informa- ción.	a) Laspeyres.	Sin información.
Honduras .	1950	"Índice de Precios al Consumidor para filias de ingresos moderados en Teguci- galpa DC y en San Pedro Sula".	— General — Alimentac. — Cereales, leguminosas, Tubérculos y hortalizas, Frutas, Car- nes, Produc- tos Lácteos, Ali- mentos Va- rios combust. — Bebidas y Tabaco — Vestuario: Ropa, calza- do, acces. de vestuario. — Alojamiento: — Funcionam. Doméstico: Muebles y accesorios, alumbrado, varios. — Cuidado de la persona: Atención médica y medicinas. Aseo personal, — Otros Consumos.	a) 1948 = 100 b) 1950	a) Familias de obreritos cali- ficados y peque- ños empleados que a 1950. 1.000 = agr. = 2.500 lempi- ras. b) Tegucigalpa y San Pedro Sula.	Depto. de Estudios Económicos del B. C. de Honduras. Boletín del B. C. (dos meses después).	Mensual	Sin informa- ción.	Sin informa- ción.	a) Laspeyres. b) No existe proble- ma de estacionalidad; frutas y verduras son permanentes por la estabilidad climática. Lo mismo ocurre con vestuario y combus- tibles. Alquiler: muestra de viviendas arrendadas. c) Precios al por me- nor. d) Alimentos: men- sual. Otros: no se tiene in- formación.	

PAIS	Encuesta año y periodo de realización	Denominación	Índices que se elaboran	Año base	Cobertura social y geográfica	Oficina elaboradora	Periodi- cidad	Número de familias encuestadas	Recolección de datos	Fórmulas	Precios
México	1934 Corregi- da según datos 1937/ 1938.	Índice del Costo de la Vida Obrera en la ciudad de México.	— General — Alimentac. — Vestido — Servicios — domésticos	1939 = 100.	a) Trabajado- res industriales con familias de 4 a 6 miembros. b) Ciudad de México.	Dirección General de Estadística de la Sec. de Industria y Comercio.	Mensual	Sin informa- ción.	Sin informa- ción.	Sin información.	Sin información.
Nicaragua.	Octubre 1953	"Índice de Precio al Consumi- dor" en la ciudad de Managua. Obrero industrial.	— General — Alimentos, bebida y ta- baco — Vivienda — Combustible — Vestido — Otros gastos	a) 1956 = 100. b) Octubre 1953.	a) Principal sos- tén obrero in- dustrial en fa- milias de 5 a 7 miembros. b) Ciudad de Managua.	D. G. E. y C. Boletín mensual de Estadística.	Mensual	Se tomaron de- partamentos representativos de cada región del país. Se obtuvo in- formación de 603 familias.	Visitas di- rectas y dia- rias a las fa- milias (10 a 12 familias por encues- tador).	a) Laspeyres. Para alimentos, combusti- bles y otros y para el General: * Para vivienda y ves- tuario: * b) No se efectúan ajustes por estaciona- lidad.	Sin información.
Panamá	Mayo/ agosto 1953	"Índice de Precio al Consu- midor"	— Alimentac. — Vivienda — Vestuario — Misceláneos	a) 1952 = 100. b) mayo/agos- to 1952.	a) Familias de 2 o más miem- bros con ingre- sos anuales de: 1.000 a 3.000 balboas. b) Ciudad de Panamá.	D. G. E. y C.	Trimes- tral	Muestreo sobre el censo de 1950. Se tomó el 40% de las direccio- nes en cada ba- rrio. Sistemá- tico.	Entrevistas: Se entrevis- taron un nú- mero varia- ble de veces según la in- formación obtenida en cada visita.	a) Laspeyres. b) * c) El precio pondera- do de ciertas frutas, verduras y pescados es ajustado por el re- lativo de precios co- rrespondiente a otro artículo del subgru- po al cual pertenece el estacional en cues- tión, o sea el precio ponderado del artícu- lo no cotizado es im- putado al subgrupo hasta que nuevamen- te se obtengan pre- cios del original. Los precios de ves- tidos (impermea- bles plásticos) pon- derados se mantienen corrientes en la épo- ca en que desapare- cen.	a) Por encuestadores. b) Sólo de 194 artícu- los del presupuesto se consideran que el resto se modifica en la misma forma. c) En 200 estableci- mientos seleccionados por distrito geográfi- co en la ciudad, tipo de clientela, clase y tipo de estableci- miento. Las abarro- terías (alimentos) 1 por cada 10.000 habi- tantes.

$$* I_n = I_{n-1} \frac{\sum P_n Q_0}{\sum P_{n-1} Q_0}$$

$$* I_n = \frac{(\sum P_{n-1} q_0) \cdot P_n q_0}{\sum P_0 q_0 \sum P_{n-1} Q_0} \cdot 100$$

$$* I_n = I_{n-1} \frac{\sum P_n Q_0}{\sum P_{n-1} Q_0} \frac{P_n}{P_{n-1}}$$

$$* I_n = I_{n-1} \frac{\sum P_{n-1} q_0}{\sum P_{n-1} q_0}$$

PAIS	Encuesta año y período de realización	Denominación	Indices que se elaboran	Año base	Cobertura social y geográfica	Oficina elaboradora	Periodi- cidad	Número de familias encuestadas	Recolección de datos	Fórmulas	Precios
Paraguay	Agosto y novbre. 1963 y febrero, mayo y agosto 1964	Índice de los Precios del Con- sumo.	— General — Alimentac. — Vivienda — Vestido — Gastos varios	a) 1964 = 100 para Asun- ción. b) 1965 = 100 para las ciu- dades del in- terior.	a) Flías. obre- ras de 3 o más miembros. b) 5 centros ur- banos: Asun- ción, Concep- ción, Encarna- ción, Pilar y Vi- llarrica.	Banco Central.	Mensual	Elegida aleato- riamente sobre tarjetas del Censo de 1962. Número de fa- milias: 395 para Asun- ción. 130 para Con- cepción. 66 para Pilar. 132 para Villa- rica. 68 para En- año para a carnación. (En ciudades del interior cal- culado según cantidad de en- cuestadores disponibles) La muestra se sub- dividió en cua- tro grupos que trabajaron una semana por mes cada uno.	Libretas con anotación diaria para: alimentos, combusti- bles, artícu- los para hi- giene del ho- gar, tabaco, transportes, diarios. En- trevista re- ferida a un año para a gastos res- tantes.	a) Promedio de re- lativos de precios con ponderaciones fijas (adaptación de Las- peyres). b)* c) Se aplica a los es- tacionales el relativo de precio de los de- más artículos del mismo subgrupo.	a) Encuestadores. b) Los del presupues- to resultante de la en- cuesta. c) Minoristas, mues- tra según informes de las familias. Alquiler, muestra de unidades de vivienda. e) En Asunción: Alimentación: Frescos: semanal- mente. Resto: mensualmente en los días alrededor del 15. Vestuario y Gastos Varios: trimestral- mente. Alquiler: semestral- mente. Tarifas: anualmente. En las otras ciudades se utiliza la misma frecuencia pero sólo en los meses de fe- brero, mayo, agosto y noviembre.
Perú	 Sin infor- mación.	— Índices del Costo de la Vida" o Índice de los Precios pagados por los consumi- dores en la ciudad de Lima.	— General — Alimentac. (abierto a su vez en una serie de Subg.) — Habitación — Indument. — Diversos	1934-36 = 100.	a) Familias de clase obrera. b) Ciudad de Lima.	Dirección Nacional de Estadística y Censos.	Mensual	Sin informa- ción.	Sin informa- ción.	Sin información.	Sin información.

$$P_t = \frac{P_{t-1} \cdot P_{t-2} \cdot \dots \cdot P_0}{P_0}$$

$$I_n = \frac{\sum P_t}{\sum P_0} \cdot 100$$

PAIS	Encuesta año y período de realización	Denominación	Índices que se elaboran	Año base	Cobertura social y geográfica	Oficina elaboradora	Periodi- cidad	Número de familias encuestadas	Recolección de data	Fórmulas	Precios
República Dominicana	Novbre. 1941	Índice del Costo de la Vida de la República Dominicana.	— General — Alimentac. — Vivienda, agua y electricidad — Combust. — Vestuario — Diversos	1941 = 100.	a) Familias con ingresos limitados. b) Ciudad de Santo Domingo.	Dirección General de Estadística.	Mensual	Sin información.	Sin información.	Laspeyres.	Sin información.
Uruguay . Sin información		Índice de los Precios del Consumo.	— General — Alimentac. — Alquiler y electricidad — Menaje — Vestuario — Gastos Generales	1929 = 100.	Familias de 4 miemb. (cónyuges y 2 hijos hasta 14 años), con ingresos limitados.	Dirección General de Estadística y Censos.	Mensual	Sin información.	Sin información.	Sin información.	a) Investigadores. b) Negocios al por menor. c) Vestuarios: inversión anual. Alquiler: anual. Resto: mensual.
Venezuela	Junio y julio 1945	Índice del Costo de la Vida en Caracas.	— General — Alimentac. — Combust. — Vivienda — Vestido — Otros gastos	1945 = 100.	a) Familias de clase obrera y clase media. b) Caracas.	Banco Central de Venezuela.	Mensual	2.867 formularios finales.	Cuadernillo para anotación diaria.	Sin información.	Sin información.

ASIA

PAIS	Investigación realizada y año	Denominación	Base	Cálculo del índice	Cobertura social y geográfica	Observaciones
Corea	Encuesta sobre los gastos de las familias. 1966.	Índice de los precios del consumo urbano.	1965	Promedio aritmético ponderado de base fija.	31 ciudades importantes.	
Hong Kong .	Encuesta sobre presupuestos familiares. Setiembre 1963 a agosto de 1964.	Índice de los precios del consumo.	1963/1964	Ídem.	Obreros y empleados de Hong Kong.	
India	Encuesta sobre presupuestos familiares. Setiembre 1958 a agosto de 1959.	Índice de los precios del consumo para obreros industriales.	1960	Ídem.	Obreros industriales. Bombay.	
Irak	Encuesta sobre gastos familiares. 1961.	Índice de los precios del consumo.	1963	Ídem.	Familias de trabajadores no calificados, con ingresos limitados. Bagdad y sus alrededores.	
Japón	Encuesta sobre los gastos de las familias sobre una muestra aleatoria. 1965.	Índice de los precios al consumidor.	1965	Ídem.	8.000 hogares urbanos en 170 localidades. Se excluyen los hogares unipersonales.	El índice tiene validez nacional.
Nueva Zelanda	Elección de artículos en base al consumo nacional para el período 1962-1963.	Índice de los precios del consumo.	1965	Ídem.	Sin datos.	
Pakistán	Encuesta sobre presupuestos familiares. 1965-1966.	Índice de los precios del consumo.	1961	Ídem.	Trabajadores industriales excluidos capataces. Karachi.	
Siria	Encuesta sobre gastos familiares. Junio 1961 a julio 1962.	Índice de los precios al por menor.	1962	Ídem.	Sin datos.	

EUROPA

PAIS	Investigación realizada y año	Denominación	Base	Cálculo del índice	Cobertura social y geográfica	Observaciones
<i>Austria</i>	Encuesta sobre presupuestos familiares. 1964.	Índice de los precios del consumo.	1966	Laspeyres.	Hogares urbanos.	
<i>Dinamarca</i> .	Estructura de los gastos nacionales de consumo. 1963.	Índice de los precios del consumo.	1964	Laspeyres.	Toda la población.	
<i>España</i>	Encuesta de presupuestos familiares. Marzo 1964/marzo 1965.	Índice del Costo de la vida. Se calculan índices para cada zona y se consolida en un índice general.	Sin información.	Laspeyres.	Toda la población (urbana y rural).	Cada familia fue encuestada durante una semana, pidiéndose información diaria para los gastos cotidianos y pequeños, de un mes para los que tienen esa periodicidad y de un año para los extraordinarios de valor alto y los regulares de período largo. Quedaron cubiertas todas las semanas del año.
<i>Francia</i>	Encuesta de presupuestos familiares. 1962.	Índice de los precios de artículos de consumo de familias de condición modesta.	1962	Laspeyres.	Obreros, empleados, personal servicio y cuadro subalterno fuerzas armadas.	
<i>Gibraltar</i> . .	Encuesta sobre presupuestos con muestra aleatoria. 1964-65.	Índice de precios al por menor.	1966	Laspeyres.	Toda la población.	
<i>Grecia</i>	Encuesta sobre los presupuestos familiares en las zonas urbanas de Grecia. Abril 1957/marzo 1958.	Índice de precios del consumo.	Sin información.	S/información.	Todos los hogares familiares en una muestra de las ciudades de 10.000 habitantes y más.	Método de captación: Entrevistas diarias durante una semana. Por recordación, gastos de los doce meses anteriores en algunos rubros. La muestra total (2.830 hogares) se subdividió al azar en 52 grupos, cada uno de los cuales informó durante una semana.

PAÍS	Investigación realizada y año	Denominación	Base	Cálculo del índice	Cobertura social y geográfica	Observaciones
<i>Italia</i>	Estructura del gasto de consumo del total de la población en 1966.	Índice de los precios del consumo.	1966	Laspeyres.	Toda la población.	
<i>Luxemburgo</i>	Encuesta de presupuestos familiares. 1963-64.	Índice de los precios del consumo.	1965	Laspeyres.	Hogares de obreros y empleados.	
<i>Reino Unido</i>	Encuesta sobre gastos familiares. Gran Bretaña desde 1957. Irlanda del Norte desde 1958. Se mantiene panel permanente de informantes.	Índice de precios minoristas.	Sin información.	S/información.	Toda la población.	Se encuestó a cada familia durante 14 días, combinando el método de libretas con el de entrevistas. Se aplicó un cuestionario a cada uno de los miembros de la familia en condiciones de efectuar gastos.
<i>Suecia</i>	Estimación de la contabilidad nacional de los gastos privados de consumo. Los coeficientes de ponderación provienen de encuestas de consumo y de estadísticas de comercio.	Índice de los precios del consumo.	1949	Índice en cadena con eslabones anuales. Los promedios no ponderados de los precios se combinan con un promedio de precios nacional ponderado.	Toda la población.	La última encuesta de consumo fue realizada en 1958. Se utilizaron libretas de cuentas llevadas por cada uno de los miembros de la familia mayores de 12 años, complementadas con entrevistas mensuales.
<i>Suiza</i>	Encuesta sobre presupuestos familiares. Enero/diciembre 1963.	Índice de los precios del consumo.	Setiembre 1966	Laspeyres.	Familias de obreros y empleados en 15 regiones del país.	

4. ANTECEDENTES NACIONALES

Se tomarán en consideración en este punto únicamente los Índices de Costo de Vida basados en encuestas de consumo y no los calculados sin contar con una investigación básica de esa naturaleza.

El más lejano antecedente nacional sobre estudios relacionados con el "Costo de la Vida" es una investigación sobre las relaciones entre ese concepto y el poder adquisitivo de la moneda, realizada por la entonces Dirección General de Estadística de la Nación en el año 1924. Aunque no se poseen datos sobre la metodología seguida, y ni siquiera sobre el contenido exacto de ese trabajo, es dable suponer que se inscribe en una serie de estudios que no pueden relacionarse directamente con los que hoy conocemos como Investigaciones de Costo de Vida.

A) INVESTIGACIONES NACIONALES

1. Capital Federal.

1. 1. *Investigación del Departamento Nacional del Trabajo, año 1933.*

En el año 1932 el Poder Ejecutivo Nacional dictó un decreto (15 de setiembre de 1932) designando una Comisión para la realización de "las investigaciones necesarias, con el fin de calcular y establecer los índices del Costo de la Vida obrera y de las fluctuaciones de los salarios". Dichas investigaciones deberían efectuarse en el ámbito del Departamento Nacional del Trabajo.

En cumplimiento del mencionado decreto, ese Departamento dictó las reglas para la realización del estudio del Costo de la Vida para

la población obrera de la Capital Federal.

La encuesta se realizó en un período de un mes (octubre de 1933), obteniéndose 3.020 casos útiles. Se tomaron obreros y empleados con ingresos que oscilaban entre \$ 120 m/n. y \$ 500 m/n. mensuales. Se admitieron diversas composiciones familiares, recurriéndose a ponderaciones por "capacidad de consumo" de cada componente de la familia. Se determinó posteriormente un presupuesto básico para cada tipo de composición familiar dentro de cada nivel de ingresos.

La presentación de los presupuestos se hizo en cuatro Capítulos: Alimentación, Vivienda, Gastos Generales y Menaje de corta duración, incluyéndose a veces Indumentaria, aunque como gasto global, sin distinción de artículos. Sólo en Alimentación se especificaron algunos artículos (Ej.: papas), mientras otros se presentaban dentro de un subgrupo (Ej.: frutas).

Con posterioridad a la encuesta se mantuvo el índice, pero sólo para los artículos de los capítulos Alimentación, Gastos Generales y Menaje de corta duración. Para los restantes se dejaron valores constantes, pues la información recogida fue insuficiente.

1. 2. *Encuesta complementaria de 1935.*

En razón de la insuficiencia apuntada, el mismo Departamento Nacional del Trabajo realizó una encuesta complementaria en 1935. Esta investigación se llevó a cabo en un período de un año (1935), en Capital Federal, tomando familias obreras con ingresos entre \$ 115 m/n. y \$ 135 m/n. mensuales, compuestas

por matrimonio y tres hijos. Se captaron los datos mediante cuadernillos de cuentas. Tanto en este caso, como en el arriba comentado del año 1933, no se menciona en absoluto ningún procedimiento de selección de familias. El presupuesto comprendía iguales ítems que el resultante del estudio anterior, habiéndose abierto Indumentaria en tres grupos de artículos.

No se menciona ni el número de familias considerado ni la fórmula del Índice que utilizarían.

1. 3. *Encuesta de la Dirección de Estadística Social, año 1943.*

La siguiente investigación del tipo de las que venimos estudiando fue encarada por la Dirección de Estadística Social del Departamento del Trabajo, en el año 1943. Las ponderaciones resultantes de este trabajo fueron utilizadas para el cálculo del Índice de Costo de Vida de Capital Federal hasta 1960.

En esta encuesta se delimitó claramente el grupo social a estudiar, circunscribiéndolo más que en 1935. Se tomaron asalariados ocupados en establecimientos industriales de la Capital Federal y suburbios más inmediatos, cuyos ingresos mensuales variasen entre \$ 100 m/n. y \$ 200 m/n. La composición familiar, en cambio, no fue homogeneizada: se tomaron matrimonios con hasta nueve hijos, aplicándose posteriormente índices de capacidad de consumo.

El número total de familias encuestadas fue de 10.000, pero no se menciona el método de selección de las mismas.

La investigación abarcó un período de tres meses: mayo, junio y julio, obteniéndose así la cantidad de 30.000 presupuestos, de los cuales pudieron aprovecharse 18.795.

La "canasta familiar" obtenida discrimina los consumos a nivel de artículos en todos los capítulos considerados.

Como no era posible hacer un tratamiento sistemático de la estacionalidad, porque no se contaba con datos del año completo, se consideraron estacionales los consumos de frutas

y verduras, a los cuales se les aplicaron las ponderaciones mensuales obtenidas en la encuesta de 1935.

En cuanto a la fórmula utilizada, pareciera que fue la misma que se empleara en investigaciones anteriores, que también fueron realizadas por el Dr. José Figuerola. En un informe que firma el Dr. Figuerola se menciona la utilización de una fórmula que es un promedio ponderado de precios relativos.

Es importante hacer notar que el cálculo permanente del Índice a partir de 1943 se realizó sobre el presupuesto calculado para la familia tipo (familia modal, resultante de la encuesta) compuesta por matrimonio y dos hijos.

1. 4. *Encuesta de la Dirección Nacional de Estadística y Censos, año 1960.*

En el ámbito nacional transcurrieron diecisiete años sin que la "canasta familiar" fuera actualizada. Recién en 1960 la Dirección Nacional de Estadística encaró la realización de una nueva encuesta. Ésta ha sido la primera realizada en el país con una metodología rigurosa.

Sus características fundamentales son las siguientes:

- Cobertura geográfica: Capital Federal. Los encuestados debían vivir y trabajar en la ciudad.
- Período: el año calendario 1960.
- Grupo social estudiado: Obreros industriales de todas las categorías ocupacionales, con ingresos entre \$ 4.500 m/n. y \$ 8.500 m/n. Fue requisito que el ingreso proviniese exclusivamente del jefe de familia.
- Composición de la familia: Matrimonio con dos hijos de 6 a 14 años (familia modal dentro de la población obrera industrial de la Capital Federal).
- Número de familias: Se obtuvieron en total 1.419 presupuestos, o sea que se mantuvieron informando durante todo el año un promedio de 118 familias.
- Método de selección de la muestra: Se procedió a una selección al azar en base a

los listados de establecimientos industriales previamente elegidos.

- Captación de los datos: Se utilizó un cuadernillo de cuentas anotándose diariamente todos los gastos. Los gastos no habituales debían ser consignados en una planilla anexa.
- Fórmula: Se utiliza la de Laspeyres con una modificación.
- Estacionalidad: Se cambian mensualmente las ponderaciones para un grupo de frutas y verduras.

2. Investigaciones en el Interior.

En el período abril 1966-marzo 1967, el Comité Coordinador de Encuestas de Costo de Vida en áreas del Interior realizó, junto con las respectivas Direcciones Provinciales de Estadística, investigaciones en un todo similares a la de Capital Federal, en las ciudades de Córdoba, Mendoza y Tucumán. La metodología seguida se ajustó a la empleada por la Dirección Nacional de Estadística en 1960, habiéndose introducido las siguientes modificaciones:

- 1) la edad de los hijos fue ampliada de 0 a 14 años;
- 2) se tomaron no sólo obreros industriales, sino también empleados en el comercio y los servicios;
- 3) la selección de familias no se realizó mediante listados por los empleadores, sino que se utilizaron en forma mixta los datos de las Encuestas de Empleo y Desempleo y el rastreo de área.

B) INVESTIGACIONES PROVINCIALES

En el ámbito provincial se cuenta con la siguiente información:

1. Tucumán.

En la ciudad de Tucumán, la Dirección General de Estadística de la Provincia ha seguido

hasta 1965 un índice de precios al que aplicaban las ponderaciones de la canasta familiar de Capital Federal del año 1943.

2. Resistencia.

En la ciudad de Resistencia se realizó un estudio sobre obreros industriales durante cuatro meses, uno por cada estación, en los años 1958 y 1959. Se investigaron 78 familias tipo, matrimonio con dos hijos, con ingresos hasta \$ 3.000 m/n.

La Dirección Provincial de Estadística, Organismo que realizó el trabajo, ha calculado los índices a partir de ese momento en forma mensual.

3. Rosario.

3. 1. La Federación de Industria y Comercio de Rosario realizó una investigación en esa ciudad en el año 1957, relevando información para la familia tipo, definida de igual manera que en Capital Federal; el grupo estudiado estaba compuesto por obreros industriales. El índice posterior fue seguido por la Universidad Nacional del Litoral.

3. 2. En 1966 el Instituto de Economía Aplicada de la Universidad del Litoral, realizó una investigación similar a las que comentamos, para la Ciudad de Rosario. Esta investigación se realizó sobre 1.200 familias divididas en cuatro grupos de 300 familias, cada uno de los cuales informó durante un mes. El estudio no se realizó en el año completo sino que se tomó un mes de cada estación (julio y octubre de 1966, enero y abril de 1967).

El grupo social analizado fue el de obreros y empleados asalariados del sector público y privado. No se fijaron límites de tamaño y composición de la familia; los consumos se refieren a la familia media.

El método de relevamiento combinó los cuadernillos de gastos diarios que debían completarse en el transcurso de una semana y la recordación que se aplicó con respecto a un trimestre para los gastos menos frecuentes.

4. Bahía Blanca.

En esta ciudad el Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad del Sur, realizó una encuesta similar a las anteriormente descriptas. El período de trabajo de campo abarcó cuatro meses alternados, uno de cada estación, en 1965. Esta modalidad fue adoptada por limitaciones de presupuesto. Por lo demás, la metodología se ajustó a la utilizada para Capital Federal.

5. Posadas.

En enero de 1968 la Dirección Provincial de Estadística de Misiones inició una encuesta en la Ciudad de Posadas, con igual metodología que en Capital Federal tendiente a obtener los consumos de familias de obreros y empleados. Esta investigación se halla en curso.

6. Catamarca.

6. 1. La Provincia de Catamarca ha llevado un "Índice de gastos de la Familia Obrera" entre los años 1943 y 1951. No se dispone de otra información con respecto a la fuente de ponderaciones, aunque cabe suponer, dado el año de iniciación de la serie, que se trata del seguimiento de precios de los artículos comprendidos en la canasta capitalina de 1943. Con posterioridad, y aparentemente en base a la lista de artículos consumidos en Capital Federal en 1960, se ha calculado, y se sigue calculando al presente, un índice de precios anual.

6. 2. En esta provincia se menciona también un trabajo titulado "Consumo de Artículos de Primera Necesidad correspondientes a Familia Rural Obrera", realizado en 1950, del cual no se posee otra información.

C) INVESTIGACIONES PRIVADAS

Diversas entidades privadas han realizado también investigaciones tendientes a deter-

minar el costo de la vida para distintos grupos sociales.

Estos estudios son considerados con carácter meramente informativo, pues el pequenísimo número de casos analizado en casi todos ellos, impide tenerlos en cuenta como trabajos sistemáticos.

La "Revista del Río de la Plata" elabora un índice mensual para familias de obreros que viven y trabajan en Buenos Aires (igual criterio que la Dirección Nacional de Estadística y Censos), cuyas ponderaciones fueron extraídas de una encuesta realizada a cinco familias durante once meses.

Dos empresas de Buenos Aires llevan también índices correspondientes a familias de empleados con categoría de jefes, sobre un reducido número de informantes.

Para este mismo grupo social el Instituto para el Desarrollo de Ejecutivos en la Argentina, ha elaborado también un presupuesto básico. IDEA trabajó en noviembre de 1965 sobre un grupo denominado de "ejecutivos medios", cuyas características eran las siguientes:

Edad: entre 30 y 55 años.

Salarios: entre \$ 70.000 $\frac{m}{n}$ y \$ 130.000 $\frac{m}{n}$ mensuales. Se incluyeron los casos en que los ingresos provinieran de más de una fuente.

Composición familiar: casados, con uno o más hijos.

Cobertura geográfica: residentes en Capital Federal y Gran Buenos Aires.

Estas características definitorias resultaron de una encuesta previa que se aplicó a informantes clave, salvo el dato correspondiente a número de hijos que resultó de la investigación propiamente dicha.

Se tomaron 320 casos, de los cuales fueron utilizados 290. La información fue relevada mediante el método de recordación para los artículos durables y semidurables, mientras que para los de único uso se anotaron diariamente los gastos, durante una semana, en un cuadernillo en el que se hallaba impresa la lista de bienes.

Para el cálculo del índice utilizan como

ponderación el gasto en cada ítem y no la cantidad. La fórmula empleada es la de Laspeyres.

El Sindicato de Luz y Fuerza de la Capital Federal sigue un índice para la familia obrera en base a un presupuesto teórico confeccionado según la dieta del Instituto de la Nutrición.

Otra institución privada, el Instituto Lanús, efectuó en 1961 y 1962 dos encuestas, para

determinar un presupuesto básico para la familia tipo porteña (compuesta por matrimonio y dos hijos). La investigación se realizó durante quince días del mes de mayo de 1961 y 1962; las familias analizadas fueron 54, distribuidas en tres grandes grupos socio-económicos. Esta investigación no ha tenido como objetivo la confección y actualización de un índice, sino únicamente la descripción del presupuesto.

5. PERÍODO Y LOCALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

5. 1. *Período.*

El período de relevamiento de los consumos en el campo está estrechamente ligado con la metodología general de la investigación. Sin embargo, distintas razones aconsejan que las tareas de campo se prolonguen por un año calendario. En especial se consideran los consumos de tipo estacional, tanto por época de la producción del bien, como por el período en que se realiza el consumo. Los casos más evidentes son el consumo de productos frescos y ciertos gastos propios de determinadas épocas del año: compra de útiles escolares, gastos de vacaciones, consumo de medicamentos, etc.

Por otra parte, de no encararse una investigación a lo largo del año, debe adoptarse un sistema de relevamiento de datos que no ofrece suficiente seguridad.

La recordación de consumos en los rubros de no alimentos, sistema habitualmente empleado, deja librado a la buena memoria del ama de casa los gastos realizados en productos de gran importancia en la estructura del consumo, como es la indumentaria, y por otra parte de difícil recordación.

El contacto permanente de los encuestadores con la familia permite un control continuado que se materializa mensualmente con el balance de ingresos y egresos, y la corrección inmediata por olvidos y equivocaciones, no sólo del ama de casa y encuestadora, sino también de las etapas siguientes en el proceso de elaboración de la información primaria.

Todo lo dicho se refleja también en la seguridad a nivel estadístico de la información

relevada y la posibilidad de realizar distintos análisis a partir de los datos mensuales que pueden ser comparados entre sí.

Por otra parte, se agrega a esto la oportunidad de ofrecer, a distintas disciplinas, información básica a nivel mensual, lo que permite su elaboración con distintas variables que se relevan con la misma frecuencia.

Desde un punto de vista práctico, es importante que la investigación se realice a lo largo de un año calendario. Esto tiene dos ventajas:

- por una parte, en la consideración del período base del índice se salvarán confusiones;
- en segundo término se evitará que la tendencia de las amas de casa a dar por terminado el trabajo a fin de año provoque un abandono momentáneo de la tarea. Esta tendencia que se menciona, se dio en forma muy clara en las investigaciones realizadas en Córdoba, Mendoza y Tucumán.

5. 2. *Localización.*

Los objetivos de la investigación enunciados determinan que la misma debe ser realizada en áreas urbanas. La definición de área urbana ha sido objeto de revisión de bibliografía, llegándose por fin a coincidir en la definición de la Oficina del Censo de Estados Unidos que agrega al núcleo central de la ciudad: 1) Las poblaciones con más de 2.500 habitantes; 2) Las poblaciones con menos de 2.500 habitantes, pero con densidad aproximada de 80 personas por manzana, valor asociado con las áreas urbanizadas, y 3) Los lugares dedi-

cados a actividades comerciales, industriales, de transporte, recreación y otro tipo de uso funcionalmente relacionado con la ciudad central. Esta es una definición funcionalizada de las ciudades, en la cual se las considera, más allá de sus características físicas, como sistemas dinámicos de elementos funcionalmente diferenciados e interrelacionados.

Para las ciudades argentinas, y para los fines de las investigaciones de costo de vida, la aceptación lisa y llana de la definición anterior plantea problemas específicos que exigen una revisión de los términos en que la misma se ha formulado. En efecto, la etapa de urbanización en que se hallan las diferentes ciudades hace que su definición sea muy difícil dentro del marco anteriormente enunciado, por la aceleración que sufre el proceso a que están sometidas las áreas que las rodean. Los ejidos municipales han sido superados ampliamente y los partidos vecinos se incorporan de hecho a la ciudad central. La información básica disponible es pobre y, cuando existe, pierde actualidad rápidamente, lo cual constituye una dificultad que se suma a las anteriormente señaladas.

De todo lo dicho se desprende que la aceptación de las definiciones habituales de áreas urbanas implicaría, en algunos casos, la consideración de zonas alejadas y separadas físicamente, lo cual tiene como consecuencia elevar los costos y restar operatividad al manejo, ejecución y dirección de la encuesta.

A los fines de la investigación se propone limitar el área de extracción de las familias a encuestar utilizando un criterio de economía y eficiencia operativa de la investigación.

El criterio propuesto se aplicará al área que define la ciudad central y los núcleos que la rodean y que cumplen las siguientes condiciones, por orden de importancia:

a) *Densidad demográfica mínima.*

Se tomará como límite mínimo 100 habitantes por manzana, densidad que corresponde a zona urbanizada y con un aceptable grado de

construcción, según especialistas en urbanismo consultado.

b) *Continuidad edilicia.*

Integración del núcleo de edificación con la ciudad central sin zonas abiertas que la separen de la misma.

c) *Áreas a investigar.*

Los objetivos principales y secundarios determinan en una primera aproximación cuáles son las áreas de interés del Comité Coordinador de Encuestas para llevar a cabo las investigaciones sobre consumos familiares.

Si bien el enunciado del objetivo principal apunta a "familias urbanas del interior del país" en general, distintas consideraciones hacen que las áreas a investigar se limiten:

- 1) Las ciudades deben ser representativas y de importancia geoeconómica en áreas no cubiertas con este tipo de investigación.
- 2) Debe contarse con el apoyo local a partir del gobierno provincial.

En lo que hace al Punto 1, para la determinación de las áreas de localización de las ciudades, se tuvo en cuenta la división en zonas realizadas por el Consejo Nacional de Desarrollo (CONADE) en Regiones de Desarrollo (ver plano adjunto). De las 8 regiones consideradas, las tres investigaciones realizadas por el Comité Coordinador de Encuestas en Córdoba, Mendoza y Tucumán cubre las regiones Centro, Cuyo y Nor-Oeste.

Una cuarta región, Área Metropolitana, queda descartada por estar cubierta por la investigación que periódicamente lleva a cabo en la misma la Dirección de Estadística y Censos.

Por lo dicho y considerando de especial interés el Punto 2, por ser necesario mantener actualizada la investigación en la elaboración de sus resultados periódicos, se seleccionaron cuatro ciudades que corresponden a otras tantas regiones:

Rosario, Región Pampeana;
Santa Rosa, Región Comahue;
Formosa, Región Nor-Este;
Río Gallegos, Región Patagonia;

en las mismas existe interés de las autoridades locales en colaborar con la investigación y mantener *a posteriori* el relevamiento de precios para actualizar los presupuestos familiares.

Es claro que las ciudades a analizar no son representativas de toda la región, ni siquiera de todos los nucleamientos urbanos de las mismas, ya que dentro de cada área pueden darse ciudades cuyas respectivas estructuras económicas difieran ampliamente, siendo en conse-

cuencia muy dispares las correspondientes pirámides de ingreso y las modalidades de consumo. Sin embargo, y aunque no pueda hablarse de representatividad a nivel de región, se considera que los resultados obtenidos en cada ciudad serán buenos indicadores de la cambiante situación de los precios en el área, pues la misma está compuesta por zonas relativamente homogéneas en cuanto al grado de desarrollo y a la situación con respecto a la oferta de bienes.

6. DETERMINACIÓN DEL GRUPO SOCIAL A ENCUESTAR

El grupo social dentro del que se realiza la investigación básica y que luego determinará la cobertura de los índices en este aspecto, queda definido por las siguientes variables:

- a) Composición familiar.
- b) Nivel de ingresos.
- c) Nivel ocupacional.

Las diversas investigaciones de este tipo que se han realizado varían muchísimo en cuanto al tratamiento de estas variables. Como ya se vio en el punto *Antecedentes internacionales* es posible definir las tres variables rígidamente ya sea *a priori* o *a posteriori* de la investigación, o bien dejarlas totalmente abiertas como en los casos en que se toma toda la población.

a) Composición familiar.

En este aspecto debemos considerar el número de miembros del núcleo familiar, así como la composición interna del mismo.

Para los fines de nuestra investigación definiremos *núcleo familiar* como sigue:

Se entiende por núcleo familiar al grupo de dos o más personas, vinculados consanguínea y/o legalmente o no, que comparten una unidad de vivienda y realizan en común los gastos de alimentación por lo menos.

Dentro de esta definición queda incluido el servicio doméstico sin retiro que comparte las comidas de la familia. Se excluyen los pensionistas que toman sus comidas (almuerzo y/o cena) con la familia.

Se considera que no es posible limitar el número de miembros y el tipo de composición mediante una definición *a priori*.

Sin embargo, no se aconseja en este caso dejar esta variable totalmente abierta, ya que tal posibilidad implica un considerable aumento en el tamaño de la muestra.

Por lo tanto, se hace necesario ya sea contar con información auxiliar al respecto suficientemente reciente (p. ej.: un censo de población o descripción de muestras para toda la población o para los estratos que interesan) o bien realizar una investigación preliminar que permita describir la o las familias típicas en la población bajo estudio.

b) Nivel de ingresos.

El nivel de ingresos se define como el resultante de los ingresos netos percibidos por el jefe de familia en su actividad principal (ver definición de ingresos en apartado: Definición de aspectos a investigar) y en su actividad secundaria, así como los resultantes de actividades esporádicas y no permanentes, más lo percibido por todos los otros miembros de la familia ocupados permanente o temporariamente en concepto de salario, más lo recibido en concepto de alquileres, pago de pensionistas, becas, ventas de artículos de producción propia, etc.

Si bien se considera conveniente tener acotada esta variable a fin de obtener resultados homogéneos, se estima que dicha acotación debe realizarse *a posteriori* de una investigación preliminar, si es que se carece de información actualizada sobre la distribución de los ingresos. Dicha investigación permitirá obtener esa distribución, en función de la cual

podrán establecerse los límites superior e inferior a admitir.

c) *Nivel ocupacional.*

En este aspecto partimos de dos acotaciones sucesivas. Primeramente deben determinarse los sectores de actividad para los cuales se realizará la encuesta.

Se aconseja en términos generales eliminar el sector rural, por cuanto presenta problemas particulares que obligan a utilizar una metodología diferente.

Dentro de los sectores de actividad urbana se elegirán aquellos que, según los objetivos enunciados, sean representativos en cada ciudad. Para ello es necesario analizar la infor-

mación básica de que se disponga en cuanto a los porcentajes de ocupación en cada sector. En base a estos datos, será posible decidir cuáles serán eliminados de la investigación.

En lo referente a la categoría ocupacional ésta quedó ya delimitada en las definiciones básicas enunciadas en el punto I-Objetivos. Efectivamente, de acuerdo a ello el estudio limitará a los asalariados no-jerarquizados. Es decir, que se toman todas las categorías hasta los niveles de capataz, supervisor o jefe del nivel más bajo exclusive. Los profesionales universitarios, aun cuando estuvieren ocupados como asalariados no-jerarquizados, son asimismo excluidos por considerarse que sus pautas de consumo difieren de manera significativa de las del resto de ese grupo.

7. DISEÑO DE MUESTRA Y DETERMINACIÓN DE SU EXTENSIÓN

PARTE GENERAL

La elección del diseño de muestra a aplicar en una investigación, así como la extensión de la muestra están condicionados fundamentalmente por:

1. Objetivos de la investigación.
2. Tiempo en el cual quieren obtenerse los resultados.
3. Información básica disponible.
4. Precisión que se quiere obtener.
5. Costo presupuestario de la investigación.

Información básica disponible

Este criterio ha pesado muy especialmente en la determinación de los diseños de muestra.

La información obtenida para las tres áreas cuyo estudio ha sido encarado conjuntamente con la presente metodología, ha forzado a plantear dos modelos distintos en lo que hace a la definición del Universo y al camino previo para llegar a las unidades finales de muestreo (de aquí en adelante UFM).

En efecto, mientras que para la ciudad de Rosario se opta por la detección de las UFM a través de los listados de establecimientos registrados en el último Censo Económico Nacional, para Formosa y Río Gallegos se accede a los mismos mediante sondeos de área.

El uso de listados de establecimientos como marco de la investigación, tiene como ventajas la facilidad de su disposición, siempre y cuando la investigación esté dirigida a un (o unos) sector de actividad específico y que el registro de establecimientos de que se disponga esté

actualizado. Además, permite un mayor control de los ingresos de las familias encuestadas, si se define como ingreso el percibido exclusivamente por el jefe de la familia.

La elección de un (o unos) sector de actividad debe estar avalada por la importancia que el mismo tenga en el conjunto de actividades económicas que se desarrollan en el área. Puede ocurrir entonces que no sea posible obtener listados para todos esos sectores de actividad homogéneos en cuanto a los datos consignados y al momento a que esos datos se refieren. Por ejemplo, en el caso de Formosa, si se eligieran los listados de los sectores de actividad clásicos (industria, comercio y servicios, que son los disponibles inmediatamente) se estaría prescindiendo del sector público que por sí representa el 32 % de la actividad y para el cual no existe listado en este momento. Obtenerlo llevaría en esta circunstancia, a una enorme pérdida de tiempo.

Otro inconveniente con el que se tropieza es la falta de operatividad que puede presentar su uso, en el caso en que los establecimientos registrados sean pequeños, lo cual lleva a tener que relevar un número muy grande de ellos, para poder cubrir la cantidad de unidades finales de muestreo requerida.

Este problema suele obviarse fijando una escala mínima de ocupación, con la consiguiente pérdida de representatividad de los resultados, con lo cual se restringe el universo. Este es uno de los inconvenientes básicos de este tipo de procedimiento, por cuanto implica una redefinición del universo sobre

el cual se realizará la investigación. Este no estará ya constituido por las familias de los "asalariados no jerarquizados ocupados en la industria, el comercio y los servicios", sino que se transformará en las familias de los "asalariados no jerarquizados que trabajan en establecimientos de X personal ocupado en la industria, el comercio y los servicios".

Es necesario tener en cuenta que en esas condiciones no sería válida ninguna extensión de los resultados que quisiera hacerse al conjunto de los asalariados en las actividades correspondientes.

Además la inclusión en la muestra de familias cuyos jefes se hallan ocupados en pequeños establecimientos, permite suponer que se obtendrían resultados diferentes pues la remuneración a una misma tarea varía de acuerdo al tamaño de la empresa. Por consiguiente la pirámide de ingresos sufrirá variaciones que han de reflejarse en los consumos. En áreas no industriales del interior del país la importancia relativa de estos establecimientos en pequeña escala puede ser grande; con su exclusión estaríamos eliminando del universo una parte importante del grupo socio-económico que se pretende estudiar.

Además, a fin de obtener el listado de U. F. M. debe solicitarse a los establecimientos seleccionados la nómina de personal, consignando cargas de familia e ingresos, área ésta que suele demandar mucho tiempo si el pedido se efectúa por vía postal y también es trabada por la falta de colaboración de los empresarios en el suministro de este tipo de información.

Los sondeos de áreas fueron aplicados para Formosa y Río Gallegos. La gran ventaja que presenta este método es la poca información básica que requiere, además de aumentar la representatividad de los resultados al no ofrecer limitaciones sobre el universo, tales como un determinado sector de actividad o la importancia (medido en escala de ocupación) del establecimiento donde se desempeña el jefe de familia.

Por otra parte el relevamiento permite de-

tectar el ingreso total del jefe de familia o el ingreso familiar (suma de los ingresos de los componentes de la misma) según la definición que se adopte.

Cabe recordar que el uso de listado de establecimientos exige una verificación "in situ" de las características de las familias a incluir en la muestra, con el rastreo del área ya se satisface este requisito, puesto que el mismo se realiza a escaso margen de tiempo de la investigación.

El inconveniente que ofrece este método es su elevado costo de relevamiento y procesamiento en el caso en que el área a investigar sea muy grande, tal como acontece en la ciudad de Rosario, disminuyendo ostensiblemente el mismo cuando se trata de ejidos más pequeños.

Costo Presupuestado de la Investigación

Este factor incide fuertemente en la determinación del tamaño de la muestra y por consiguiente en el error de estimación.

Para la ciudad de Rosario se han tenido en cuenta los errores probables para la determinación del tamaño de muestra jugando el costo como un factor condicionante en la elección del mismo.

En cambio para las otras ciudades ha sido el costo de la investigación el que ha impuesto el tamaño de muestras y el error máximo previsible.

La dualidad de temperamentos adoptados encuentra su justificación en la importancia relativa de las áreas a investigar y también en que los tamaños de muestra serían en el caso de Formosa, Santa Rosa y Río Gallegos aproximadamente iguales, pues el factor de corrección de poblaciones finitas que debería aplicarse, no incide en forma significativa.

Por ejemplo para un tamaño de muestra $n = 400$, supuesta población infinita, aplicando la fórmula

$$n = \frac{n}{1 + \frac{n}{N}}$$

que puede expresarse

$$n = \frac{n}{k}$$

en donde definimos a "k" como "factor de corrección de poblaciones finitas", tendremos la siguiente tabla para poblaciones-ejemplo dadas

Población	Factor de corrección "k"	Muestra 400/k
5.000	1,08	370
10.000	1,04	385
50.000	1,008	396
100.000	1,001	398

Submuestras

En investigaciones como la que nos ocupa, en las cuales la duración del período de relevamiento es muy grande (normalmente un año), suele presentarse el problema que las familias integrantes del panel de informantes se niegan a continuar colaborando.

Esta alternativa suele atribuirse a la pérdida de interés o cansancio por parte de las familias, o también a la falta de habilidad del entrevistador.

La reducción del número de unidades de análisis trae como consecuencia la pérdida de representatividad de la muestra, circunstancia ésta, que es necesario evitar por cuanto lleva al fracaso de la investigación, con los consiguientes inconvenientes que esta situación implica.

A fin de zanjar este problema se han sugerido varias soluciones alternativas.

La primera, consiste en seleccionar simultáneamente con las unidades integrantes de la muestra original, un número determinado de familias de reemplazo las que, en caso de abandono o negativa de las primeras, pasarán a integrar el panel. Este procedimiento es válido y se recomienda su utilización *sólo* en el caso que la negativa a colaborar sea al inicio de la investigación y nunca al promediar la misma.

Las razones por las cuales no puede aplicarse el criterio de reemplazo durante la investigación, son las siguientes:

Muchos son los factores que condicionan la estructura del gasto de una familia:

- nivel de ingresos,
- composición familiar (edad y sexo),
- hábitos de consumo, originados generalmente por características ecológicas de los habitantes (grupo étnico, nacionalidad, religión) y pautas culturales,
- hábitos de compra.

Es lógico pensar pues, que producida la deserción de una unidad de investigación, es muy difícil su reemplazo, sin alterar la continuidad de la información a través del tiempo.

Además, dado el carácter aleatorio de esta situación, es imposible predecir cuáles serán las unidades que habrá que reemplazar y por consiguiente, disponer de aquellas que las sustituirán oportunamente con un grado de homogeneidad muy significativo en lo que hace a los atributos enumerados más arriba.

Esta última consideración lleva implícita pues, la necesidad de disponer de un porcentaje muy elevado de familias en reemplazo, so pena de tener que innovar sobre la marcha, en oportunidad del reemplazo, con la consiguiente pérdida de tiempo de relevamiento, lo cual implica la ruptura de la continuidad de la información.

Resumiendo lo dicho anteriormente podemos concluir diciendo que:

1. Se admite el reemplazo de familias siempre que la negativa a colaborar sea al comienzo de la investigación.
2. No se admitirá el reemplazo durante la investigación, por cuanto:
 - a) disminuye la eficiencia de la estima-

ción al introducir familias con composición y/o características diferentes a las reemplazadas, generando un sesgo en la muestra;

b) de adoptar el criterio de remplazo, se "dirige" la muestra con lo que pierde su carácter de aleatoria.

3. El tener que disponer de un número considerable de familias de reemplazo, lleva a encarecer la primera etapa de la investigación (fundamentalmente en lo que respecta a las tareas de listado de las unidades finales de muestreo): cabe entonces plantear la alternativa, si los gastos destinados a preparar el listado de unidades de reemplazo, no podrían destinarse a mejorar otras etapas o procedimientos de la investigación a los fines de evitar estos inconvenientes.

La segunda alternativa, y que se propone como mecánica a aplicar en las investigaciones a realizar, consiste en no efectuar el reemplazo de las familias que se niegan a continuar colaborando o que, por otras causas, se ven forzadas a ser excluidas de la muestra (cambio en la estructura familiar, etc.).

Ahora bien, a los efectos de asegurar la representatividad de los datos obtenidos, se propone comenzar la investigación en cada área, con una muestra de tamaño superior al que le correspondería, cubriendo de esta forma la posible deserción "natural" (cambios en los requisitos exigidos a las familias para su incorporación al universo a estudiar; nivel de ingresos, jerarquía ocupacional, etc.).

En lo que respecta al control de los abandonos por "cansancio" en el suministro de información, deberán tenerse en cuenta los siguientes factores:

—Disminuir el período de relevamiento por unidad de investigación, mediante la aplicación de un plan de muestreo que permita asegurar la cobertura del año calendario de investigación pero en el cual cada familia suministra información sólo una parte del mismo (generalmente cuatro meses).

—Rigurosa selección y adecuado entrenamiento de los encuestadores, quienes son en parte los responsables de la pérdida de interés de las encuestadas.

—Crear un régimen de estímulos a las familias informantes.

Lo dicho con respecto al entrenamiento y selección de las encuestadoras, así como el régimen de estímulos a las familias, son considerados ya en otros puntos a tratar por los distintos grupos de trabajo.

Queda por analizar la posibilidad de disminución del período de relevamiento, lo cual tiene directa relación con el diseño de la muestra. Como se ha dicho más arriba, esta disminución no afecta al tiempo global de duración de la encuesta, sino que se reduce el tiempo durante el cual se capta información de la *misma* unidad de investigación, o sea la familia. Esto no significa ningún aporte novedoso a este tipo de estudios. Varios países han aplicado distintos procedimientos que tienen en común el hecho de llevar la investigación a períodos más cortos que un año y que, a los efectos de detectar las variaciones de los consumos por estacionalidad, realizan muestras distribuidas a través del tiempo.

En este caso la alternativa propuesta implica la subdivisión de la muestra en submuestras de la siguiente manera:

Sea N el tamaño de la muestra, se divide aleatoriamente en tres submuestras N_1 , N_2 y N_3 tal que $N_1 = N_2 = N_3$, es decir que cada submuestra será elegida de modo tal que sean absolutamente equivalentes entre sí.

Se define en función del tiempo, el mes como unidad muestral. El año queda asimismo dividido en cuatro períodos iguales (uno por cada estación), tomándose como unidades muestrales los cuatro meses, de modo que la información se distribuye a lo largo de todo el año, cubriendo absolutamente *todos* los meses a fin de evitar los problemas que podría generar la elección *a priori* de un único mes como representativo de una estación determinada.

A fin de obtener la evolución de una *misma* familia a través de las cuatro estaciones, cada unidad encuestada proporciona información durante cuatro meses no continuos, uno por cada estación, rotando las submuestras a tra-

vés del año durante el que se realiza la investigación según el esquema siguiente, suponiendo que se iniciara con la submuestra N_2 :

Mes	Enero 1	Febrero 2	Marzo 3	Abril 4	Mayo 5	Junio 6	Julio 7	Agosto 8	Setbre. 9	Octubre 10	Novbre. 11	Diebre. 12
Submuestra	N_2	N_3	N_1	N_2	N_3	N_1	N_2	N_3	N_1	N_2	N_3	N_1

De esta forma se cubrirán todos los meses y se obtendrá mayor información por cada unidad familiar.

Se entiende que esta alternativa es la más conveniente a fin de mantener el año completo como período de captación de la información tal como se recomienda en el punto pertinente de este mismo informe.

Este método tiene además la ventaja que el tamaño de muestra requerido será menor dada la circunstancia ya mencionada, que los errores en que se incurrirá con este tipo de muestreo son menores que aquellos que surgen de la utilización exhaustiva de la misma familia a lo largo de todo el período que se toma en consideración; por lo tanto el tamaño de muestra puede reducirse.

A fin de asegurar la continuidad en el suministro de información por parte de las uni-

dades de cada submuestra, y para evitar la fuente de rechazo que podría surgir de la interrupción en la captación de la información, se las mantendrá ligadas a la investigación por medio de entrevistas semanales o quincenales.

De esta forma, una familia de la submuestra N_2 cumplimentará los cuadernos de cuentas en los meses 1, 4, 7, 10 y en los intermedios recibirá la visita del encuestador que no sólo recabará información de los productos de compra no habitual, sino que tratará de corregir o de completar las posibles inconsistencias detectadas en los cuadernos de cuentas. Estos datos obtenidos de las entrevistas a través de los meses intermedios, pueden ser repartidos a lo largo de todo el año o bien descartados. Más adelante se hablará sobre el particular.

8. DEFINICIÓN DE LOS DISTINTOS ASPECTOS A INVESTIGAR

Durante la investigación se usarán términos que a pesar de tener un significado preciso, es conveniente delimitar en algunos casos, adecuar a las características de la investigación o en otros casos hacerlos consistentes con precisas adoptadas en el planteo de la metodología.

Definición de ingreso

Se debe considerar como tal a la totalidad de las entradas que percibe la familia durante un cierto período, sean éstas en efectivo o en especie.

Deberán incluirse por lo tanto:

- 1) los ingresos regulares u ocasionales percibidos por cualquier miembro de la familia, aunque revistan la categoría de "changas". En este caso también entran en la clasificación así hayan sido cobrados en efectivo o en especie;
- 2) la valuación de cosas o servicios percibidos, como ser: casa habitación en el caso de personal que habita en el lugar de trabajo o viviendas proporcionadas por la empresa, artículos vendidos a menor precio por los establecimientos donde se desempeña el trabajador, de manera que ese menor precio sea un ingreso que debe ser computado, prestaciones médicas dentro del ámbito de trabajo o fuera de él, pero a cargo de la empresa, de manera que se trata de servicios gratuitos, etc.;
- 3) los descuentos por servicios o bienes comprados sin hacerse la distinción acer-

ca de qué mes es al que corresponden realmente, porque de lo contrario se complicaría más de lo necesario la operacionalización de las registraciones. En esta categoría están comprendidos los descuentos por planilla de: cuotas de compras financiadas por la empresa donde trabaja el jefe de familia, cuotas por servicios médicos, seguros varios, servicios por préstamos (hipotecarios y similares), cuotas sindicales ya que éstas son la retribución por un servicio de acción sindical, etc.;

- 4) los bienes producidos en el hogar: como ser productos de huerta familiar, gallinero y similares, como por ejemplo el ingreso obtenido por la venta de lo confeccionado son un "hobby" productivo.

En algunos casos el problema que plantea esta definición un tanto amplia de ingreso es el de la valuación de bienes o servicios a los cuales no se les fija un precio.

Las cosas más problemáticas y quizá las más frecuentes son los de la casa-habitación, y el de los bienes producidos en el hogar y consumidos en el mismo. La encuestadora deberá proceder a tomar nota de estas circunstancias en los registros correspondientes, pero sin indicar valor, solo asentará el bien o el servicio. A posteriori, el Jefe de encuesta decidirá acerca de la valuación y posterior inclusión de estos conceptos en función de su efectiva importancia económica.

El criterio a seguirse en tal oportunidad, será el de valuar a precios de mercado. De esa manera los bienes producidos en la huerta

y consumidos por la familia serán valuados al precio promedio de ese bien relevado en el mes en que fueron consumidos.

Cuando un bien producido por la familia es objeto de una transacción en la cual se le acuerda un cierto precio, esa será la valuación del bien en cuestión. Por ese motivo, la encuestadora deberá estar atenta para poder registrar este tipo de entrada. De esta clase serán los ingresos originados en las ventas de bienes producidos en la huerta familiar, el producido por las ventas de un "hobby", o el monto del alquiler de una pieza del fondo, o cierto subalquiler, etc.

En el caso de cuotas por servicios, éstas ya están valuadas de por sí, de manera que no es necesario ninguna valuación, sino su cómputo directo.

- 5) deben considerarse también los ingresos por donaciones (en especie o en efectivo), sumas ganadas en juegos (lotería, caballos de carrera, etc.) y todo cualquier otro ingreso ocasional;
- 6) del sueldo bruto deberá descontarse, como es natural, los aportes jubilatorios, así como todos aquellos descuentos que no representen una prestación de servicios.

Definición de gasto

En general gastos, de acuerdo con el criterio que conviene establecer en esta investigación, es toda erogación realizada por cualquier miembro de la familia, siempre dentro de cierto período.

Es importante establecer que se trata de las erogaciones y no de lo devengado en cada período. Por lo tanto, la compra de un artículo a crédito no significará en el período un gasto igual al total del monto del crédito otorgado, sino que en el período deberá computarse como gasto a la cuota o adelantos pagados en el mismo y correspondientes a ese crédito.

Problema aparte es que la encuestadora lleve anotaciones respecto a las característi-

cas del crédito por razones de su ordenamiento. Este criterio es el aconsejado en la prolija investigación de Suecia realizada en 1958.

Participan en esta definición todas las salidas por pagos de cualquier especie, inclusive los descuentos por planilla relativos a prestaciones efectivamente percibidas. El criterio seguido en este caso es el mismo que el marcado respecto a la definición de ingreso. Así y todo parecerá innecesario a primera vista sumar y restar casi simultáneamente conceptos similares, pero debe tenerse en cuenta que al medirse el rédito de la familia bajo el criterio de flujo de riqueza, una parte de éste quedaría sin detectar utilizando el criterio contrario.

En el caso de préstamos temporarios, la suma percibida o puesta a disposición es un ingreso en el período en que fue entrada. Los servicios de amortización del préstamo comparten la definición de gasto del correspondiente período.

En el caso que el préstamo haya sido otorgado bajo un sistema de empeños, no se contabilizará la salida del bien figurado ni tampoco su ingreso.

Definición de ahorro

En el balance de fin de mes en que se comparan los totales de gastos e ingresos de la familia pueden darse tres situaciones: 1) que el total de gastos sea igual al total de ingresos percibidos, 2) que el total de ingresos sea mayor que el total de gastos, y 3) que el total de ingresos sea menor que el de gastos. En 1) no hay ahorro, en 2) hay ahorro positivo y en 3) ahorro negativo o desahorro.

La registración de las sumas ahorradas o desahorradas corre por cuenta de la encuestadora quien las asentará en la libreta donde efectúa los resúmenes por familia.

Es conveniente que la encuestadora maneje el movimiento del concepto "ahorro" como una cuenta que tendrá el siguiente movimiento:

Las diferencias positivas entre ingreso y

gasto acrecentarán la suma ahorrada de modo que a los efectos de cerrar el balance mensual el ahorro jugará como un gasto. En el caso contrario se sigue un criterio similar: cuando la diferencia entre gastos o ingresos es positiva, su monto que constituye un desahorro se computa para cerrar el balance como si se tratara de un ingreso. Idéntico tratamiento recibirán las sumas retiradas de una cuenta bancaria de ahorro o similar para solventar ciertas erogaciones durante el período, o sea: deben ser consideradas ingreso del mes.

Definición de artículo comprado

En el caso de bienes, es el nombre de cada uno especificándose en detalle sus características que lo distinguen perfectamente de otro similar, en cuanto a tipo de envase, tamaños, modelos y todo aquel aditivo que pueda distinguir un bien de otro, a los efectos de que se puedan asignar a cada uno de los bienes los distintos precios que les corresponden.

En el caso de servicios, el "artículo" es la prestación. No interesa que se registre su precio unitario, pero sí en cambio la cantidad de prestaciones recibidas y el monto total pagado por ese concepto en el período.

En cuanto a otras erogaciones, que si bien son estrictamente servicios, no aparecen tan nítidamente como tales, como por ejemplo los pagos de impuestos, cuotas pagadas por compras o servicios financieros diversos (inclusive cuotas del sistema de ahorro y préstamo), debe titulárselas de acuerdo al nombre del concepto que origina el pago.

Definición de grupo familiar

Se trata del grupo familiar que, viviendo en una unidad de vivienda común, está com-

puesto por los cónyuges e hijos, mediando las siguientes condiciones:

- a) El ingreso del jefe de familia sea el único que con carácter regular componga el de la familia.
- b) La cantidad de hijos o componentes de la familia debe ser igual al tamaño modal de las familias de la zona, según datos del censo más cercano.
- c) El jefe de familia debe ser un asalariado no-jerarquizado en la actividad que se determine, de acuerdo con el criterio de que la misma debe ser representativa de las de la zona.
- d) Si bien la existencia de vínculo familiar es indispensable, no lo es en cambio que el mismo esté formalizado legalmente. Los niños adoptados deben considerarse como hijos directos.

Definición de hogar o unidad de vivienda

Es el conjunto de habitaciones comunes a una salida identificable exterior, y comparadas por el grupo familiar.

No importa a este efecto, el tipo de construcción ni las características exteriores del inmueble.

Es importante en cambio, distinguir con precisión a los integrantes del grupo familiar de acuerdo con su definición, de los inquilinos que comparten una sección de la unidad de vivienda, etc. Este hecho es no sólo valioso a los efectos de conocer la composición de la familia, sino también para que pueda ser imputado como ingreso del grupo familiar el alquiler o subalquiler cobrado al inquilino, como así también en caso de existir un pensionista que comparte la mesa familiar.

Igual cuidado deberá tenerse con pensionistas ocasionales o no.

9. DEFINICIÓN DE LOS FORMULARIOS. SUS RESPECTIVAS ÁREAS Y OTROS IMPRESOS A SER UTILIZADOS EN LA ENCUESTA A LAS FAMILIAS

I. PLANILLA PARA RELEVAR A LOS EMPLEADOS U OBREROS DE CIERTA CATEGORÍA QUE TRABAJAN EN EMPRESAS INDUSTRIALES

Comentario

Esta planilla deberá ser usada solamente en caso que se decida encarar la búsqueda de jefes de familia en ciertas condiciones, a partir de un padrón de establecimientos industriales del área. La misma planilla es útil para el caso de empresas comerciales

Definición

Planilla dirigida a los empleadores, que tiene por objeto anotar un detalle del personal de la firma de cierta categoría, casado y con hijos a cargo.

Áreas que deberá contener

1. Nombre de la empresa empleadora.
2. Dirección de la misma.
3. Tipo de actividad a que se dedica.
4. Cantidad de obreros y empleados de la misma.
5. Columna para número de orden.
6. Columna para apellido y nombres de empleados de la categoría "z".
7. Columna para el domicilio de cada uno de los empleados u obreros.
8. Columna para su respectiva remuneración bruta (del mes anterior).
9. Columna para los descuentos jubilatorios, cuota sindical, y similares efectuados al empleado u obrero.

10. Columna para los descuentos de obras sociales, mutualidades, prestaciones médicas y otras de esa naturaleza.
11. Columna para otros descuentos.
12. Columna para otros ingresos.
13. Columna para lo efectivamente cobrado en el mes anterior.
14. Columna para cantidad de hijos.
15. Columna para categoría del empleado u obrero.
16. Firma, aclaración y fecha.

II. FORMULARIOS DE DATOS DE LAS FAMILIAS SELECCIONADAS

Comentario

Una vez seleccionadas las familias de la muestra, siguiendo el supuesto de que su selección se realice en base a un listado de establecimientos industriales o comerciales del área, se encuestará a las familias para relevar por una sola vez cuáles son sus características socio-económicas básicas, fundamentalmente para verificar si la familia encuadra en la definición de familia-tipo de la investigación. Por supuesto que ese mismo contacto con las familias resolverá otros problemas, como por ejemplo el de establecer el primer contacto entre la encuestadora y la familia o el ama de casa.

Puede ser que se decida no ubicar a las familias tomando como base listados proporcionados por las empresas, sino más bien de acuerdo a cualquier otro método, que podría ser por ejemplo, la visita directa a domicilios

para ubicar en definitiva a familias que cumplan las características deseadas.

En este caso, el formulario N° 1 no será utilizado, pero para este tipo de trabajo será de utilidad equivalente el que aquí se define (Cuestionario N° 2).

Definición

Formulario para relevar las características socio-económicas básicas de las familias.

Áreas que deberá contener

1. Sector de identificación:

- 1.1 Fecha y hora de la entrevista.
- 1.2 Apellido, nombre, número y firma de la encuestadora.
- 1.3 Ubicación del inmueble: zona, sub-zona, manzana, número de vivienda.
- 1.4 Domicilio: calle, número, localidad, piso, departamento, habitación N°, casa N°, barrio, T. E.
- 1.5 Número de visitas efectuadas a ese lugar hasta obtener respuesta.

2. Sector de composición familiar:

2. 1 Persona que es encuestada.
2. 2 Cantidad de personas que integran la familia.
2. 3 Relación de parentesco con el jefe de la familia.
2. 4 Sexo de cada integrante.
2. 5 Edad.
2. 6 Domicilio transitorio o permanente.
2. 7 Nacionalidad, y para los argentinos, lugar de nacimiento.
2. 8 Localidad desde donde se mudaron la última vez.
2. 9 Estado civil.
- 2.10 Incapacitación para el trabajo: causa y quiénes.

3. Sector de datos relativos al empleo (*).

- 3.1 Trabaja en forma remunerada actualmente.

* Datos pedidos a cada uno de los integrantes de las familias.

3.2 Lugar de trabajo (detalle de todos los trabajos de cada una de las personas, sean éstos temporarios o permanentes, indicando también nombre de la empresa).

3.3 Tipo de trabajo que realiza (ocupación).

3.4 Cargo que desempeña.

3.5 Tipo de industria en que está empleado.

3.6 Horario que cumple (horas diarias promedio).

3.7 Frecuencia de pago del salario (quincenal, mensual, etc.).

3.8 Ingresos netos del último mes.

4. Sector del grado de instrucción alcanzado (*).

4.1 Último grado cursado por tipo de enseñanza o en curso.

4.2 Algún otro tipo de enseñanza cursado o en curso.

4.3 Títulos obtenidos.

5. Sector de las características de la vivienda.

5. 1 Tipo de edificación (paredes, techo, pisos, frente, revoques, etc.).

5. 2 Cantidad y dimensión de los ambientes.

5. 3 Situación de tenencia.

5. 4 Monto del alquiler.

5. 5 Gastos comunes en los casos de propiedad horizontal.

5. 6 Aparatos sanitarios poseídos.

5. 7 Provisión de agua.

5. 8 Estado de conservación.

5. 9 Tipo de edificio en que se encuentra el hogar (inquilinato, propiedad horizontal, monoblock, terreno solo, etc.).

5.10 Subalquileres y su monto.

5.11 Posesión de huerta, quinta, gallinero, etc.

6. Inventario de artefactos del hogar.

6.1 Tipo de iluminación y de fuentes de energía.

* Datos pedidos a cada uno de los integrantes de las familias.

- 6.2 Combustible para calefacción, cocina, agua caliente.
- 6.3 Detalle de todos los artefactos que poseen, indicando marca, modelo, año y tipo.
- 7. Sector de inventario de grandes provisiones.
 - 7.1 Volumen aproximado de grandes compras (bolsas de azúcar, jamones, quesos, dulces, etc.).

III. CUADERNOS DE CUENTAS PARA LAS AMAS DE CASA

Comentario

Es prácticamente de uso general, el sistema por el cual el ama de casa anota en un cuestionario (cuaderno de cuentas) todos los gastos realizados en la semana sistemáticamente. Este cuadernillo puede ser cerrado o abierto. En el primer caso se trata de planillas que tienen impresa una lista de artículos al lado de los cuales el ama de casa deberá consignar las cantidades adquiridas e importes pagados. El principal inconveniente de este tipo de cuadernillo radica en que la mencionada lista actúa sugiriendo respuesta, siendo por otra parte de manejo relativamente complejo para las amas de casa de nivel educacional más bajo.

Los cuadernillos de tipo abierto, sin lista impresa, en los cuales los encuestados anotan directamente todos sus gastos a medida que van produciéndose, obvian las dificultades antedichas, aunque presentan otro inconveniente. Su gran peligro son las omisiones, que resultan incontrolables.

El único camino para subsanarlas es contar con una favorable motivación por parte de la familia encuestada, una efectiva labor de la encuestadora y una gran claridad del formulario en cuestión (cuaderno de cuentas). En este caso se opta por el segundo tipo.

Definición

Cuaderno en el cual se anotarán los gastos en la medida que el ama de casa los va efectuando, durante una semana o período equivalente.

Áreas que deberá contener

1. Sector de identificación:
 - 1.1 Lapso que comprende.
 - 1.2 Apellido, nombre, número y firma de la encuestadora.
 - 1.3 Ubicación del inmueble, zona, subzona, manzana, número de vivienda.
 - 1.4 Domicilio: calle, número, localidad, piso, departamento, habitación N^o, casa N^o, barrio, T. E.
 - 1.5 Hora de la visita en la que se entrega el cuaderno y fecha.
2. Sector de instrucciones al ama de casa:
 - 2.1 Algunos ejemplos.
 - 2.2 Instrucciones breves.
 - 2.3 Observaciones indicando detalles importantes.
3. Sector de las compras a crédito:
 - 3.1 Fecha de la compra.
 - 3.2 Artículo comprado (marca, modelo, año, tipo).
 - 3.3 Anticipo pagado.
 - 3.4 Cantidad de cuotas y monto de las mismas.
4. Sector de las compras al contado o pagaderas dentro del mes:
 - 4.1 Fecha.
 - 4.2 Bien adquirido y marca (con lugar para código).
 - 4.3 Unidad de medida.
 - 4.4 Cantidad del bien.
 - 4.5 Monto pagado por ese bien.
 - 4.6 Tipo de comercio en el cual lo adquirió.

IV. FORMULARIO PARA DECLARACIÓN SEMANAL DE GASTOS DEL JEFE DE FAMILIA

Como se verá más adelante, los gastos que realiza el jefe de familia fuera del hogar, generan problemas especiales que se ha estimado resolver a través de este formulario. En este caso se opta por una planilla con lista impresa de bienes y servicios.

Definición

Formulario para captación de los gastos realizados por el jefe de familia fuera del hogar.

Se aplicará mediante entrevista a realizar por un encuestador de sexo masculino fuera del ámbito del hogar.

Áreas que deberá contener

1. Sector de identificación:
 - 1.1 Fecha.
 - 1.2 Período de referencia.
 - 1.3 Identificación de la familia (número y domicilio).
 - 1.4 Identificación del encuestador.
2. Sector de compras de bienes y servicios.
3. Sector de cuotas abonadas.
4. Sector de créditos obtenidos.

V. CUADERNO RESUMEN DE LA ENCUESTADORA CON DATOS DE CADA FAMILIA

Comentario

Tiene las siguientes finalidades:

- a) En caso de cambiar de encuestadora, conseguir continuidad en el trabajo.
- b) No requerir el uso de la memoria a la encuestadora para verificar o conocer ciertos datos de la familia.
- c) Verificar por parte de la encuestadora, la consistencia de algunas respuestas.
- d) Evitar omisiones recordando al ama de casa ciertos gastos periódicos.

- e) Hacer un análisis exhaustivo del tipo de crédito obtenido por las familias.

Definición

Cuaderno de anotaciones en el cual habrá una hoja para cada familia, con los datos fundamentales de cada una de ellas, de uso exclusivo de la encuestadora (como principio básico, no deberá ser exhibido ante ninguna ama de casa o familiar).

Áreas que deberá contener

1. Sector de gastos periódicos.
 - 1.1 Alquileres.
 - 1.2 Gastos comunes en los casos de propiedad horizontal.
 - 1.3 Cuotas por artefactos.
 - 1.4 Cuotas por otras compras.
 - 1.5 Cuotas de seguros, bonos de capitalización, ahorro y préstamo, etc.
2. Sector de créditos obtenidos durante la encuesta.
 - 2.1 Bienes para cuya adquisición se obtiene.
 - 2.2 Monto total.
 - 2.3 Plan utilizado.
 - 2.4 Número y monto de las cuotas.
 - 2.5 Institución que lo otorga.
3. Sector de composición de la familia.
 - 3.1 Número.
 - 3.2 Detalle de los que trabajan.
 - 3.3 Enfermedades crónicas contraídas y otras incapacidades.
 - 3.4 Hijos que van a la escuela.
 - 3.5 Edad de los hijos.
4. Sector de las características de la vivienda:
 - 4.1 Subalquiler y monto del mismo.
 - 4.2 Instalación general.
 - 4.3 Huerta, gallinero, etc.
 - 4.4 Artefactos y muebles inventariados.

VI. FORMULARIO PARA RECABAR INFORMACIÓN DE LAS EMPRESAS, SOBRE INGRESOS

Comentario

Por razones prácticas se hace necesario utilizar un formulario distinto al empleado originalmente, para comprobar la existencia o inasistencia de alteración en los ingresos familiares, para asegurarse que los mismos no superan cierto límite.

Es indispensable captar esta información mensualmente a través del empleador, pues es frecuente que las familias no suministren este dato con la precisión requerida a veces intencionalmente y otras por ignorancia. Además es necesario, dadas las definiciones ya vistas de gasto e ingreso, obtener con especificidad la información correspondiente a los descuentos que se han practicado. Estos dos puntos podrían cubrirse solicitando a la familia muestre a la encuestadora el recibo mensual o quincenal del sueldo o salario. Sin embargo, esto se considera menos practicable por cuanto genera un mayor rechazo por parte de los encuestados y además no se halla disponible en todos los casos.

4. Ingreso neto.

5. Firma del responsable de la empresa.
Lugar y fecha.

VII. PLANILLA DE "ANOTACIÓN QUINCENAL DE DETERMINADAS COMPRAS Y GASTOS"

Comentario

La metodología de la presente investigación prevé la rotación de las familias que han de participar en ella. De esa manera habrá ciertos meses en los cuales un grupo de familias no va a ser consultada. Sin embargo, la desvinculación total entre los encargados de la encuesta y las familias no es una circunstancia favorable, ya que puede aumentar el rechazo el volver a solicitar la información. Se pensó entonces en una solución intermedia por la cual la encuestadora visita quincenalmente a

las familias que en ese momento no utilizan el cuadernillo, con un formulario en el cual se le hacen preguntas acerca de algunos gastos fácilmente recordables por su magnitud o carácter extraordinario. De esa manera no sólo se mantiene el contacto entre la familia y la encuestadora sino que se releva información muy útil sobre gastos en rubros significativos, como ser: indumentaria, artículos para el funcionamiento del hogar, muebles, accesorios y artefactos para el hogar. Esta información será tratada con carácter experimental.

Definición

Planilla sustituto del cuadernillo donde la encuestadora asienta los consumos realizados durante una quincena sobre los que, por recordación, le informa el ama de casa. Se aplica a familias que no utilizan el cuadernillo de cuentas durante ese mes por haber rotado.

Áreas que contiene

- a) De identificación, similar a las contenidas en el cuadernillo.
- b) De registración de los consumos: contiene los nombres impresos de los Capítulos y Subgrupos que ayudarán al ama de casa a recordar los restantes renglones para asentar cada uno de los artículos comprados en forma abierta.

Las columnas tienen el mismo encabezamiento del cuadernillo de cuentas: lugares para marca del artículo, unidad de medida, cantidad, gasto total, especificación acerca de si la compra es al contado o a crédito, domicilio y tipo del negocio donde se efectuó la compra, para código, y los espacios correspondientes.

Instrucciones

Estas instrucciones deben ser exclusivamente para atención de las encuestadoras.

Todas las anotaciones deberán ser hechas

por la encuestadora. Por supuesto que bajo las mismas condiciones de legibilidad que en caso del cuadernillo.

La encuestadora tratará de estimular la memoria del ama de casa indicándole los rubros que están contenidos en la planilla que se comenta, pero debe tener sumo cuidado de que la memoria no se convierta en imaginación, y sean vertidos al formulario gastos que en realidad no fueron realizados. Este tipo de inconveniente es bastante usual entre amas de casa que tratan de dar una idea de plenitud económica gracias a la profusión de gastos no comunes.

VIII. HOJAS IMPRESAS CON INSTRUCCIONES

Comentario

Su uso es fundamental. A cada nivel, deben contener un detalle de las normas que guían el trabajo y de los posibles inconvenientes, con algunos ejemplos si es el caso, para resolver las situaciones de duda.

Definición

Partes impresas de redacción distinta para cada rol, con conceptos generales explicativos, indicaciones normativas, modalidades operativas y algunos ejemplos típicos.

Instrucciones que deberán confeccionarse

1. Para los supervisores.
2. Para las empresas que proporcionan datos.

3. Para las encuestadoras.
4. Para las amas de casa.

Planillas del Jefe

A fin de poder obtener los datos necesarios para los tabulados anuales Nros. 2 y 3 (*ver Plan de Tabulaciones*) se hace necesario resumir mes a mes para cada familia la información relativa a ingresos y categoría ocupacional.

Definición

Planilla de gabinete, resumen anual desagregado mensualmente del ingreso y de la categoría ocupacional para cada familia.

Áreas que deberá contener

1. Sector de identificación.
 - 1.1 Ciudad.
 - 1.2 Responsable.
2. Sector de vuelco de información.
 - 2.1 Número de familia.
 - 2.2 Mes.
 - 2.3 Ingresos netos.
 - 2.4 Categoría ocupacional.
3. Sector de resumen.
 - 3.1 Total de ingreso anual.
 - 3.2 Nivel de ingresos (media mensual y escala).
 - 3.3 Categoría ocupacional.

MEMBRETE

FORMULARIO 1/A

Nº DE REGISTRO

.....

ENCUESTA SOBRE LAS CONDICIONES DE VIDA DE FAMILIAS

EN LA CIUDAD DE

INFORMACION Estrictamente CONFIDENCIAL Y RESERVADA

Los datos a consignar en los cuestionarios 1/A, 1/B y 1/C, están amparados por el secreto estadístico y serán utilizados exclusivamente en compilaciones del conjunto. El suministro de la información requerida es de carácter obligatorio, de acuerdo con lo establecido por la Ley 17.622 que legisla las actividades estadísticas y censales en todo el país.

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:

DOMICILIO:

ACTIVIDAD PRINCIPAL:

PRINCIPALES ARTÍCULOS QUE FABRICA O COMERCIÁ:

Personal ocupado:

Declárase a continuación el total de obreros y empleados ocupados en el establecimiento el último día hábil del mes de de 19... según sexo, y estado civil para varones exclusivamente.

CATEGORÍA	VARONES		Mujeres
	Casados (1)	Solteros	
TOTAL			
Obreros			
Empleados			

(1) IMPORTANTE: Será considerado en la categoría de "casados" no solamente aquel personal unido legalmente, sino también el que, bajo cualquier otra forma, constituya un hogar (es decir, definición de hogar).

El que suscribe en su carácter de del establecimiento, declara ser verdad lo consignado en la presente declaración.

.....
Lugar y fecha

.....
Firma

NOTA: Cualquier aclaración sobre el diligenciamiento de los formularios 1/A, 1/B y 1/C podrá efectuarla personal o telefónicamente a la Dirección de Estadística Provincial, sita en:
..... (T. E.)

INSTRUCCIONES FORMULARIO 1/B

En este formulario deberá declarar la totalidad del personal masculino casado que se hallaba ocupado en ese establecimiento al último día hábil del mes de de 19...., desempeñándose como obrero o empleado dentro de alguna de las categorías indicadas en los respectivos convenios colectivos de trabajo. Declárase primero la totalidad de obreros en tales condiciones, siguiendo luego con los empleados.

Los conceptos que debe incluir en cada una de las columnas numeradas del 1 al 12 son los siguientes:

COLUMNA 1: Número de orden: numere correlativamente al personal a indicar. Tenga en cuenta que el número de orden asignado a un obrero o empleado debe ser el mismo que figurará en el Formulario 1/C.

COLUMNA 2: Apellido y nombre: indique primero el apellido y después los nombres completos de los obreros y empleados, con total claridad.

COLUMNA 3, 4, 5 y 6: Domicilio: indique calle, número y localidad, como también cualquier otro dato que considere necesario para identificar el domicilio (piso, departamento, casilla, etc.).

COLUMNA 7 y 8: Situación ocupacional: en la columna 7 deberá declarar la categoría en que revista el personal. Por ejemplo, en caso de obreros, señalará oficial, medio oficial, operario, etc. Si es empleado lo indicará de esa forma.

En la columna 8 declarará el oficio o especialidad; por ejemplo, tornero, tenedor, fresador, dactilógrafo, etc.

COLUMNA 9: Cantidad total de hijos que conviven en el hogar: indicará la cantidad total de hijos que viven con sus padres en el mismo hogar. En consecuencia, no deben declararse los hijos que por haberse casado u otro motivo no habitan con los padres.

A efectos de cumplimentar correctamente esta pregunta se sugiere que se consulte directamente al personal.

COLUMNA 10 y 11: Cantidad de hijos menores de 14 años: del total señalado en la columna 9, declarará, por sexo, los hijos menores de 15 años de los empleados y obreros.

COLUMNA 12: Remuneración nominal total: consignará la cantidad de pesos moneda nacional ganados por el obrero o empleado, es decir, el monto resultante de adicionar al jornal o sueldo, el salario familiar, horas extras, bonificaciones, premios, retroactividades, aguinaldo y todo otro concepto si lo hubiere.

FORMULARIO 1/C

FORMULARIO 1/C

FORMULARIO 1/C

FORMULARIO 1/C

FORMULARIO 1/C

INSTRUCCIONES FORMULARIO 1/C

En el presente formulario deberá consignar, en forma desagregada el importe nominal total ganado por los obreros y empleados declarados en el Formulario 1/B, como también los descuentos sufridos por dicha ganancia y lo efectivamente percibido por el personal. Deberá indicar en cada una de las columnas 1 a 13, lo que a continuación se indica:

COLUMNA 1: Número de orden del Formulario 1/B; deberá mantenerse el número de orden asignado a cada empleado u obrero en el Formulario 1/B. Por ejemplo, si el obrero Juan Pérez fue declarado en el Formulario 1/B con el N° de orden 1, en el presente los datos requeridos deben consignarse también bajo el N° de orden 1.

COLUMNA 2 y 3: Días u horas trabajadas: se indicará en la columna 2 el tiempo normal de trabajo, ya sean días u horas, según la característica habitual de cómputo, y en la columna 3 el tiempo extra trabajado, es decir, el que merece un tratamiento especial en la liquidación de los importes a abonar.

COLUMNA 4: Retribuciones básicas y permanentes; en esta columna se consignará el importe mensual que resulte de sumar: la retribución fijada en los convenios colectivos de trabajo, estatutos u otras disposiciones, más la retribución por antigüedad, por título habilitante, adicional por función y todas aquellas otras de carácter regular y permanente, inclusive premios si tienen ese carácter y horas extras si las trabaja habitualmente.

COLUMNA 5: Salario familiar; se declarará el importe que por tal concepto se abonó en el mes.

COLUMNA 6 y 7: Aguinaldos: se consignará, si procede, lo abonado en el mes por tal concepto (columna 6) y el período por el cual se abona dicha retribución (columna 7).

COLUMNA 8: Ingresos no permanentes: se declarará los importes que perciba el trabajador y que no tengan el carácter de regulares y permanentes, tales como retroactividad y premios, gratificaciones, horas extras y otras que no sean percibidas con habitualidad.

COLUMNA 9: Remuneración Total Nominal: resultará de la suma de las columnas 4, 5, 6 y 8 y deberá coincidir con el importe declarado en la columna 12 del Formulario 1/B.

COLUMNA 10: Descuento Jubilatorio: se declarará el importe retenido por esa firma al trabajador en concepto de descuento para aporte a la Caja de Jubilaciones correspondiente.

COLUMNA 11: Otros descuentos: se consignará la suma del resto de los descuentos que sufre el haber del trabajador (cuota sindical, seguros, cuotas de mutualidades, descuentos por créditos, etc.).

COLUMNA 12: Total de Descuentos: será la resultante de la suma de las columnas 10 y 11.

COLUMNA 13: Remuneración efectivamente percibida: el importe a declarar surgirá de restar la columna 9 menos columna 12.

MEMBRETE

Familia Nº

CUESTIONARIO Nº 2

Registro Nº

ENCUESTA SOBRE LAS CONDICIONES DE VIDA DE LAS FAMILIAS

EN LA CIUDAD DE

INFORMACION Estrictamente CONFIDENCIAL Y RESERVADA

Los datos que se consignan en este cuestionario están amparados por el secreto estadístico y serán utilizados exclusivamente en compilaciones de conjunto.
La Ley Nacional Nº 17.622 asegura la reserva de su información, la que no puede ser dada a conocer a terceros, cualquiera fuere su jerarquía o el Poder que lo solicitare.

Visitadora Nº Apellido y nombre

Ubicación del inmueble:

Fracción o zona: Manzana: Nº de Vivienda:

Calle: Nº: Piso: Dpto.:

Datos de la Familia:

1. APELLIDO Y NOMBRE DEL JEFE DE LA FAMILIA:

2. NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO EN QUE TRABAJA:

3. DOMICILIO DEL ESTABLECIMIENTO EN QUE TRABAJA:

4. ACTIVIDAD PRINCIPAL DEL ESTABLECIMIENTO:

5. OFICIO O TAREA DEL JEFE DE FAMILIA: 6. CATEGORÍA

7. ¿VIVE CON LA ESPOSA E HIJOS? (Indicar con una cruz lo que corresponda) ☐ ☐
sí no

8. ¿EN EL HOGAR VIVEN ADEMÁS OTRAS PERSONAS? ☐ ☐
sí no

9. EN CASO AFIRMATIVO, INDICAR PARA CADA UNA PARENTESCO CON EL JEFE DE FAMILIA, O SI SON HUÉSPEDES O PENSIONISTAS.

.....
.....
.....

10. SEXO Y EDAD DE LOS HIJOS QUE VIVEN EN EL HOGAR:

Nº	Sexo	Edad
1		
2		
3		
..		

11. INGRESOS PROVENIENTES DEL TRABAJO DEL JEFE DE LA FAMILIA:

- a) Ingreso neto del mes de en la ocupación indicada
en 5 y 6 \$
- b) ¿Desarrolla otra actividad remunerada? ☐ ☐
sí no
- c) ¿Es permanente? ☐ ☐
sí no
- d) Si la actividad indicada en b) es permanente, ingreso neto percibido
en el mes de Si la misma es esporádica, prome-
dio de ingresos de los tres últimos meses \$

12. INGRESOS PROVENIENTES DEL TRABAJO DE OTROS MIEMBROS DE LA FAMILIA:

- a) ¿Trabaja la esposa? ☐ ☐
 sí no
- b) ¿Es permanente? ☐ ☐
 sí no
- c) Si la actividad indicada en a) es permanente, indicar ingreso neto del mes de Si la misma es esporádica, indicar promedio de los tres últimos meses \$
- d) ¿Cuántos hijos trabajan?
- e) Siguiendo el orden del cuadro correspondiente al punto 10, indicar para cada hijo que trabaja:
- Hijo N°
- ¿La actividad que desarrolla es permanente? ☐ ☐
 sí no
- Si es permanente, consignar ingreso neto del mes de
Si es esporádica, indicar promedio de los tres últimos meses \$
- Hijo N°
- ¿La actividad que desarrolla es permanente? ☐ ☐
 sí no
- Si es permanente, consignar ingreso neto del mes de
Si es esporádica, indicar promedio de los tres últimos meses \$

13. OTROS INGRESOS:

- [illegible]

Si lo que produce lo destina, en todo o en parte, al consumo propio, debe estimarse el valor de ese consumo propio, tomando como referencia el mes de \$

Si vende todo o parte de lo que produce, indíquese el monto obtenido en el mes de \$

c) Ingresos provenientes de otras fuentes (indicar origen y monto percibido)	\$
.....	\$

INGRESO NETO TOTAL DE LA FAMILIA \$

14. ¿Todos o alguno de los miembros de la familia está afiliado a Mutualidades Médicas, Cooperativas, Proveedurías, etc.? ☐ ☐
 sí no

15. En caso afirmativo, indicar cuáles:

.....

.....

.....

16. Consignar tipo de servicio que se reciben o, en el caso de cooperativas y/o proveedorías, clase de operaciones que se realizan con ellas:

.....

.....

.....

17. ¿ESTÁ DISPUESTO A COLABORAR EN LA ENCUESTA? ☐ ☐
 sí no

Doy mi conformidad para colaborar en la encuesta sobre condiciones de vida de las familias en la ciudad de

Fecha:

Firma de la Encuestadora

Firma del jefe de Familia o
Ama de Casa

.....

Aclaración de firma y N°

Nombre y Apellido aclarado

Mes de de 19.....
Días que abarca: del al

Ciudad:	
Fracción:	
Familia N°:	
Encuestadora N°:	
Ocupación Sector de actividad	
Categoría ocupacional	
Ingresos netos totales del mes	
Escala de ingresos	
Revisado	
Codificado	
Perforado	
Verificado	

CUADERNO DE CUENTAS

Domicilio de la familia:

CUADERNO RESUMEN DE LA ENCUESTADORA

Primera parte

Familia N°

Nombre del jefe de la familia:

Domicilio:

Número de miembros de la familia:

Detalle de los miembros de la familia que trabajan:

.....

Número de hijos que concurren a la escuela:

Sexo y edades:

Vivienda que ocupa propia o alquilada (al inicio de la encuesta):

¿Cambió su condición de propietario o inquilino en el curso de la encuesta?:

¿A partir de qué fecha?:

En caso de ser inquilino:

Monto del alquiler que abona al inicio de la encuesta \$

Variaciones de los alquileres:

Fecha: \$

Fecha: \$

En caso de ser propietario: Impuestos, cuotas de amortización, intereses hipotecarios, etc., abonados:

Fecha	Concepto	Importe
.....		
.....		
.....		
.....		

¿Posee la familia en la vivienda huerta, gallinero, etc.?

En caso afirmativo no olvide calcular con el ama de casa la cantidad y el valor del consumo propio, como también lo obtenido por venta de productos.

Artefactos y muebles que posee el hogar:

.....

¿La familia es habitué a tomar comidas fuera del hogar?

En caso afirmativo, periodicidad aproximada con que lo hace:

Observaciones:

.....

CUADERNO RESUMEN DE LA ENCUESTADORA

SEGUNDA PARTE

FAMILIA N°

DETALLE DE LOS INGRESOS DE LA FAMILIA, DISTINTOS DE LOS OBTENIDOS POR EL JEFE EN SU PRINCIPAL OCUPACIÓN.

Meses	Otros Ingresos del Jefe	Ingresos del trabajo de otros miembros	Ingresos por alquileres percibidos	Ingresos por venta productos de huerta	Estimac. consumo prod. huerta	Otros ingresos	Total ingresos adicional.
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							

DETALLE DE LOS GASTOS PERIÓDICOS DE LA FAMILIA.

Meses	CUOTAS DE CRÉDITOS			Cuotas amortiz. hipotecas, compra terrenos, inmueb.	Cuotas de Seguros, Ahorro y Prést., bonos capitalización
	Por artefactos	Por vestimenta	Otros		
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					

OBSERVACIONES:

MEMBRETE

RESERVADO
Ciudad:
Empleador Registro N°
Familia N°
Categoría Ocupac.
Sector Actividad

Encuesta sobre condiciones de vida de las familias en la ciudad de

Firma empleadora:

Domicilio: Teléfono

Apellido y nombre del empleado u obrero:

Oficio o tarea: Categoría

Detalle de las remuneraciones abonadas correspondientes al mes de

1. SALARIO O SUELDO NOMINAL

Salario básico (sin deducciones ni adicionales) \$

Salario familiar \$

Premios y bonificaciones \$

Horas extras \$

Aguinaldo \$

Otras retribuciones (indicar concepto)

..... \$

..... \$

Total salario o sueldo nominal \$

2. DEDUCCIONES

Aporte jubilatorio \$

Cuota sindical \$

Seguros \$

Cuota de préstamos proveeduría de consumos \$

Cuota servicios asistenciales \$

Otras deducciones (indicar conceptos)

..... \$

..... \$

Total salario o sueldo neto .. \$

Cantidad de días u horas normales trabajadas

Días Horas

Cantidad de horas extras trabajadas

Firma autorizada del empleador

Lugar y fecha

Aclaración de firma

FORMULARIO PARA DECLARACIÓN SEMANAL DE GASTOS DEL JEFE DE LA FAMILIA

Mes de de 19.....
Días que abarca: del al
Ciudad:
Fracción:
Familia N°
Encuestador N°

Revisado:
Codificado:
Perforado:
Verificado:

ARTÍCULO O SERVICIO				Unidad de medida	Cantidad	Gasto Total	Contado o crédito
Denominación	Cº	Marca	Cº				
Cigarrillos							
Diarios							
Revistas							
Viajes en colectivo ..							
Viajes en tren							
Viajes en taxi							
Entrada de football ..							
Cuota de club							
Billete lotería							
Peluquería:							
Corte de cabello							
Afeitar							
Comidas tomadas fuera del hogar:							
Desayuno en fábrica ..							
Almuerzo en fábrica ..							
Almuerzo o cena en restaurante							
Otros gastos							

Mes de de 19.....
1ª/2ª Quincena (tachar lo que no corresponda).

ANOTACIÓN QUINCENAL
DE DETERMINADAS COMPRAS Y GASTOS

Para ser utilizado exclusivamente en
los meses que las familias no trabajan
con el cuaderno de cuentas.

Ciudad:	
Fracción:	
Familia Nº	
Encuestadora Nº	
Ocupación	Sector de actividad
	Categoría ocupacional
Ingresos netos totales del mes	
Escala de ingresos	
Revisado	
Codificado	
Perforado	
Verificado	

Domicilio de la familia:
.....
.....

ANOTACIÓN DE DETERMINADAS COMPRAS Y GASTOS

[illegible]

(Continuación)

[illegible]

(Continuación)

[illegible]

10. CÓDIGOS PRELIMINARES

La estructura general del Código seguirá la clasificación en capítulos y grupos ya utilizada en encuestas anteriormente realizadas.

El agrupamiento en los seis capítulos que componen este código reconoce como criterio general la función cumplida por el conjunto de artículos que en cada uno de ellos se incluye.

Dentro de cada capítulo los bienes y servicios vuelven a agruparse en subgrupos, los cuales siguen el criterio de origen (por ejemplo: carnes, embutidos y fiambres) o bien el de modalidad de consumo (comidas tomadas fuera del hogar) o bien la función (ropa para hombre).

Los subgrupos están compuestos por un conjunto de artículos que, a su vez, se hallan agrupados en el llamado "Código reducido". Éste incluye cada una de las posibles formas, en cuanto a calidad, tipo de envase y gramaje, de cada artículo concreto.

Cada una de las mencionadas formas es denominada "Código analítico".

Así por ejemplo:

El Código reducido

Café

está compuesto por los siguientes códigos analíticos:

Café suelto

Café envasado caja 125 grs.

„ „ „ 250 „

„ „ „ 500 „

Café en saquitos „ 50 „

o bien:

El Código reducido

Camisa

está formado por los analíticos:

Camisa mangas largas poplín

„ „ „ fibra sintét.

„ „ „ mezc. c/fib. sintét.

„ „ „ cortas, poplín

„ „ „ algodón

„ „ „ fibra sintét.

„ „ „ mezc. c/fib. sintét.

Utilizaremos, para los artículos, un Código combinado de ocho dígitos, con el cual queden cubiertos todos los niveles mencionados, inclusive la marca.

Dichos dígitos se distribuirán así: el primero corresponderá al Capítulo; el segundo y el tercero al Subgrupo; el cuarto y el quinto al artículo a nivel de Código reducido y el sexto y séptimo al artículo a nivel de Código analítico, dentro del cual queda implícita también la Unidad de medida. El octavo dígito se utilizará para la Marca del artículo.

El ordenamiento del código será el que sigue:

11. AGRUPAMIENTO DEL CÓDIGO DE ARTÍCULOS

1. Alimentación y bebidas

01. Productos de panadería y pizzería.
Pan en todos sus tipos, facturas, masas frescas y secas, galletas sueltas y envasadas, budines, bizcochos, empanadas, tortas, pan dulce, roscas, sandwiches, pizza, fainá, fugazza, pan rallado, alfajores, etc.
02. Cereales y harina de cereales.
Harina de trigo, de maíz, de arvejas, sémola, tapioca, avena, arroz, féculas, etc.
03. Carnes, aves, pescados, embutidos y fiambres.
Carne bovina, porcina y ovina en todos sus tipos y cortes; gallinas y pollos; menudos de ave; pato; pavo; chivitos; conejos; todos los fiambres y embutidos; pescados y mariscos.
04. Fideos y otras pastas.
Fideos secos (suelos y envasados), fideos frescos, otras pastas como raviolles, ñoquis, tortelletes, capellettis, canelones, etc.
05. Aceites y grasas.
Aceites comestibles de todo tipo, suelto y envasado; grasa animal; margarina vegetal y animal.
06. Productos lácteos y huevos.
Leche fresca, condensada, en polvo y ácida, ya sea suelta o envasada; crema de leche; leche chocolatada; dulce de leche; quesos en todos sus tipos; yoghourt, manteca, huevos, alimentos para lactantes, etc.
07. Verduras, hortalizas y legumbres frescas, secas y en conserva.
Todas las verduras, hortalizas y legumbres, ya sean frescas, secas o en conserva, y cualquiera que fuere la forma de su expendio (suelas o en los distintos tipos de envases para su venta).
08. Frutas frescas, secas y en conserva.
Aceitunas, almendras, avellanas, nueces, todas las frutas frescas y al natural, frutas desecadas tales como: pelones, orejones, ciruelas, pasas de uva, higos, etc.
09. Azúcar, dulces y mermeladas.
Azúcar (suelta, envasada, en pancitos, impalpable); dulces de batata, membrillo, durazno, ciruela, naranja, etc.; mermeladas en todos sus tipos; miel; chocolate en todos sus tipos, cacao, caramelos, turrone, pastillas, chicle, etc.
10. Café, té y yerba mate.
Café, ya sea torrado o concentrado, suelto o envasado; yerba mate común o concentrada, suelta o envasada; té, etc.
11. Vinagre, especies, salsas, condimentos y afines.
Vinagre de vino y de manzana, azafrán, pimienta y pimentón, ají molido, canela, clavo de olor, laurel, orégano, sal, mostaza, mayonesa, levadura, esencias, pickles, extracto de tomate, etc.
12. Bebidas no alcohólicas.

Agua mineral, gaseosas en todos sus tipos; refrescos; soda; jugos de naranja, pomelo, limón, uva, tomate, preparados para refrescos, etc.

13. Bebidas alcohólicas.
Vinos de mesa (común, reserva, etc.); bebidas blancas (cognac, grapa, caña, ginebra, whisky); licores dulces (anís de huevo, etc.); aperitivos en general; cerveza; sidra; champagne; esencias para licores; etc.
14. Comidas tomadas fuera del hogar.
Almuerzo, cena, desayuno, merienda o refrigerio, tomados en restaurantes, bares, fábricas, etc.
15. Artículos alimenticios preparados, semi-preparados y otros.
Pasta de carne (picadillo de carne, corned beef, viandada, jamón del diablo, paté de foie, etc.); productos de rotisería (lechón, pollo, asado, al spiedo o infrarrojo); comidas preparadas como torta pascualina, ensalada rusa, vitel tonnè, etc., comidas preparadas en latas; preparados en polvo (para torta, postres, flan, puré, tuco, etc.); caldos y sopas concentrados, etc.

2. Indumentaria

01. Ropa de hombre.
Ropa interior y exterior, de calle y de trabajo; billetera, calzado, cinturón, pañuelos, ropa para playa y deportes, impermeable, paraguas, sombrero, ligas, guantes, gorras, etc.
02. Ropa de niño.
Guardapolvos, mamelucos y la indicada en el ítem anterior.
03. Ropa de mujer.
Ropa interior y exterior, calzado, pañuelos, ligas, medias, sombreros, guantes, delantal, cartera, monedero, vinchas, mallas, shorts, pantalones, impermeables, paraguas, etc.
04. Ropa para niña.

Los mismos artículos que ropa para mujer, guardapolvos, etc.

05. Ropa de bebé.
Pañales, fajas, batitas, baberos, bombachas de goma, mantilla y toda prenda para niños de hasta dos años.
06. Telas y accesorios para vestuario.
Telas (excluida telas para cortinas, manteles, sábanas), hilos de coser y bordar, aguja de coser y tejer, alfileres, lanas, cintas, trencillas, botones, broches, puntillas, cuellos de piel, hebillas, cierres automáticos, dedales, tijeras, elásticos, etc.; hechuras de prendas, tanto femeninas como masculinas, etc.

3. Artículos para el funcionamiento del hogar

01. Ropa blanca.
Ropa de cama; sábanas, fundas, frazadas, mantas, colchas, manteles, servilletas, repasadores, toallas, cortinas y telas para cortinas; telas para sábanas, manteles, servilletas, etc.
02. Artículos de limpieza e insecticidas.
Jabón (en pan, en polvo, en escamas); detergentes; escoba; trapo de piso; cepillo; cera para piso; almidón; lavandina; azul para ropa; blanqueadores; desodorantes para el hogar; insecticidas, etc.
03. Utensilios para el hogar.
Platos, tazas, cubiertos, vasos, copas, fuentes, posa-fuentes, batería de cocina (completa y piezas sueltas), sacacorchos, etc.
04. Combustibles.
Gas, kerosene, alcohol, carbón, lena, etc.
05. Otros artículos para el funcionamiento del hogar.
Fósforos, espirales, mondadientes, velas, papel higiénico, hielo, lámparas eléctricas, bolsas de goma para agua caliente o hielo, etc.

4. Gastos generales

01. Atención de la salud.
Honorarios médicos, odontológicos, etc.; medicamentos; internación; análisis; radiografías, anteojos, aplicación de inyecciones, cuota servicio médico asistencial, ya sea mutual o sindical, etc.
02. Atención personal.
Artículos de tocador, corte de cabello y peinado; servicio de manicura; marmadera; chupete; guantes de goma, etc.
03. Enseñanza y cultura.
Útiles escolares; enseñanza particular; cuota de cooperadora; revistas; libros; diarios; etc.
04. Diversiones y vacaciones.
Entrada a espectáculos deportivos, cine, teatro, circo, parque de diversiones; juguetes; juegos en parque de diversiones; discos; cuota de clubes; artículos de cotillón; gastos vacaciones y excursiones, etc.
05. Transporte.
Transporte urbano, interurbano, interprovincial, en cualquier medio de transporte; nafta para automotores; ídem aceite; reparaciones de vehículos, etc.
06. Tabaco.
Cigarrillos, cigarros, tabaco, papel para cigarrillos, pipas, boquillas, etc.
07. Otros gastos generales.
Tintorería, arreglo de zapatos, lotería, pomada para calzado, flores, fotografía, cuota sindical, seguro de vida, pa-

pel de cartas, alimento para animales, etc.

5. Vivienda

01. Alquiler y amortización préstamo para la vivienda.
Alquiler de la casa-habitación y/o del terreno, cuota de amortización de créditos hipotecarios, gastos comunes en propiedad horizontal.
02. Pago de impuestos y tasas.
Impuesto inmobiliario; alumbrado, barrido y limpieza, etc.
03. Pago de servicios.
Agua corriente, electricidad, cuota teléfono.
04. Materiales de Construcción.
Materiales para construcción y refeción incluyendo mano de obra.
05. Otros.
Anticipos y cuotas por lotes o terrenos.

6. Muebles, accesorios y artefactos para el hogar

01. Muebles y accesorios.
Muebles en general (juego de comedor, dormitorio, living, jardín, cocinas y sus piezas sueltas); elástico para cama; colchón; almohada, tabla de planchar, lámparas, perchero, etc.
02. Artefactos.
Heladera, lavarropas, máquina de tejer, máquina de coser, televisor, radio, combinado, tostador eléctrico, licuadora, batidora, máquina de escribir, ventilador, etc.

12. PERIODICIDAD DE LA INFORMACIÓN

Debe tenerse en cuenta la periodicidad con que serán captados los distintos ítems que componen la información total, a saber:

- a) cuadernillo de cuentas.
- b) planilla de gastos no habituales.
- c) planilla de gastos del jefe de familia.
- d) planilla de ingresos del jefe de familia.

a) *Cuadernillo de cuentas.*

Se registrará en cada uno de ellos la información correspondiente a una semana de compras y gastos de las familias. En consecuencia las encuestadoras procederán, en una de las dos visitas semanales que efectuarán, a entregar un cuaderno de cuentas en blanco, retirando el que se encuentra en poder de las familias.

Como cada familia informará en cuatro meses discontinuos, las anotaciones se interrumpirán el último

día del mes en que se halle informando.

b) *Planilla de gastos no habituales.*

Se aplicará esta planilla quincenalmente a cada una de las familias que pertenezcan a las submuestras que no se hallen brindando información diaria.

c) *Planilla de gastos del jefe de familia.*
La información de esta planilla será relevada también en forma quincenal.

d) *Planilla de ingresos del jefe de familia.*

Esta planilla como ya se ha dicho, debe ser cumplimentada por el empleador, si se utiliza la vía postal, serán remitidas a partir del día 20 de cada mes, con la expresa indicación que deben ser devueltas informadas a más tardar el día 10 del mes siguiente al de referencia de los datos requeridos.

13. RECEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN - CONTROL Y CODIFICACIÓN

Una vez recogida la información proveniente de las familias, la misma deberá ser entregada por las encuestadoras en oficina, semanalmente.

Los cuadernillos de cuentas, así como la planilla de consumos quincenales y la del jefe de familia, serán sometidas a controles a distintos niveles. El primero de ellos es el de supervisores quienes analizarán el material recibido de acuerdo con las siguientes indicaciones generales:

1. Comprobación del correcto llenado del sector identificadorio.
2. Verificación de la coincidencia entre las fechas señaladas en la tapa del cuadernillo y aquellas en que se han realizado los consumos.
3. Revisión general del cuadernillo para comprobar que no se hayan omitido datos en las anotaciones de consumos.

Los cuadernillos que hayan sido aprobados por los supervisores serán entregados al equipo de Revisión de Cuentas, el cual deberá

practicar un análisis crítico de la información. Este análisis comprenderá los siguientes puntos.

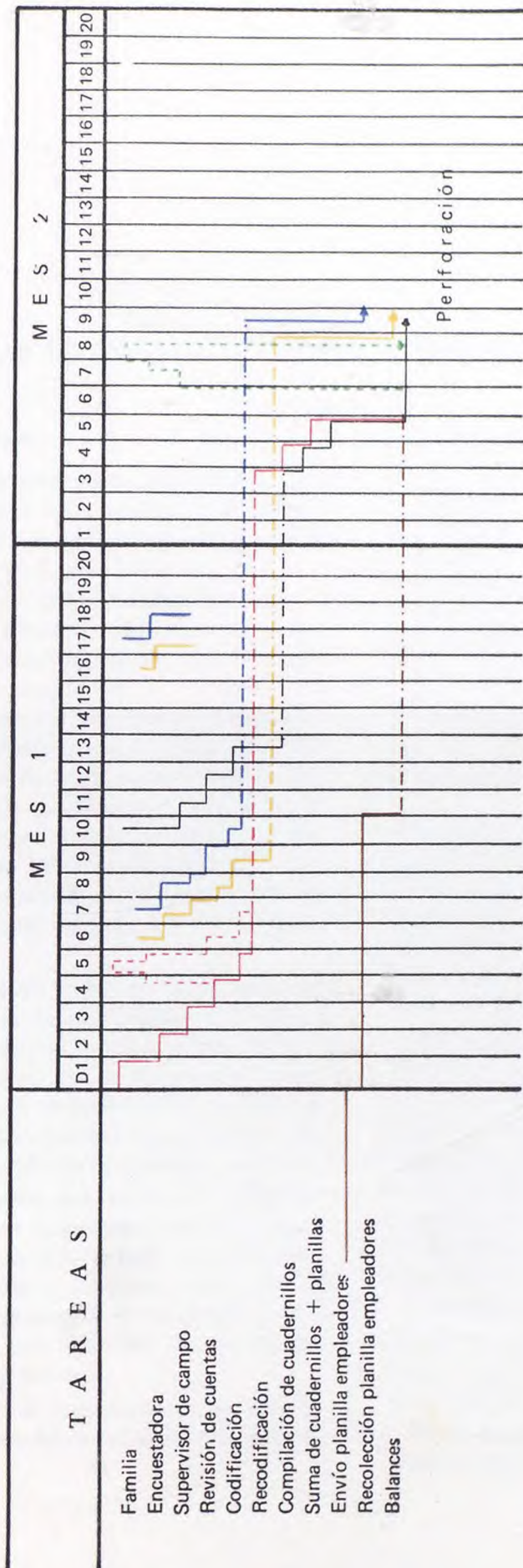
1. Control del registro completo y correcto de los datos de la carátula.
2. Verificación de las fechas a que se refieren los consumos.
3. Revisión global del cuadernillo a fin de comprobar si presenta inconsistencias.
4. Revisión de cada uno de los registros de bienes y servicios consumidos para constatar su coherencia interna y comparar los precios unitarios pagados con los vigentes en el mercado.

Concluido este análisis, la información pasará a Codificación y posteriormente a Recodificación.

Una vez recodificado el material, el mismo pasará a un equipo de análisis que procederá a sumar mensualmente los gastos de cada núcleo familiar a fin de aplicar los análisis de consistencia que se prevén en el punto 20.

MOVIMIENTO DEL MATERIAL I

Se considerará el flujo del material recogido en la investigación de campo, a saber: cuadernillos de cuentas, planillas de entrevistas quincenales y formularios de entrevistas al jefe de familia de empleadores.



Referencias

- | | | |
|-------|---|---|
| — | Cuadernillo Familia panel 1 | |
| - - - | Cuadernillo rechazado | |
| - - - | Balance rechazado | |
| — | Planilla de empleadores | |
| - - - | En suspenso | |
| — | Planilla de visita quincenal panel 2 (Se presupone aprovechamiento de la información) | |
| — | " " " | 3 |
| — | Planilla del jefe de familia (Resultante de entrevista) | |

14. NORMAS DE TRABAJO E INSTRUCCIONES PARA LOS ENCUESTADORES

Objeto del estudio

El objetivo de la encuesta en la que Ud. participará, es obtener datos acerca de la composición de los gastos de las familias de ciertas características del área urbana.

La utilidad de la información es vasta y muy grande. Permitirá evaluar realmente cuáles son las condiciones de vida de ellas, mediante un conocimiento de la estructura de su dieta, conocer la composición de sus gastos, de sus ingresos y sus ahorros. Proveerá información acerca de sus hábitos de consumo y de los precios pagados por cada artículo. Permitirá elaborar índices de precios al por menor. Arrojará información adicional sobre algunas características de la composición familiar, escolaridad, empleo, tipo de construcción, etc.

La encuestadora tiene la responsabilidad de saber extraer de las familias que tiene a su cargo, información cierta y válida. Recabar información de un grupo de personas (una familia) presenta inconvenientes de toda índole, los que sólo pueden ser superados mediante la aplicación de una técnica adecuada.

Esta información que "está" en las familias, para llegar a ser compilada debe dar necesariamente una serie de pasos: ser adecuadamente formulada la pregunta; ésta a su vez debe ser correctamente interpretada por el interrogado; y, por fin, debe ser exactamente volcada al formulario.

Luego vendrá el procesamiento de esos datos, tarea que cae fuera del ámbito del encuestador.

La técnica que será utilizada en esta encuesta, consiste en una serie de entrevistas a varias familias durante un mes, en las cuales se utilizarán una serie de formularios. Unos serán llenados por el encuestador y formuladas sus preguntas por éste, mientras que otros quedarán en poder del interrogado para que los vaya llenando a medida que efectúa gastos.

Para ambos deben tomarse providencias similares, más adelante explicadas.

El método de muestreo

Mediante este método, denominado más propiamente muestreo probabilístico en este caso, se listan a todas las unidades de vivienda que cumplen ciertas características, y de entre ellas se sortean (o sea se eligen al azar), a algunas en particular, que serán aquéllas que deben ser encuestadas.

Esta selección cumple una muy interesante condición: que esa porción de familias elegidas —en realidad una fracción pequeña del total— es representativa de ese total. De esa manera, los datos obtenidos para ese conjunto de familias, son similares a los del total de familias. Por lo tanto, los datos provenientes de las familias elegidas son usados para conocer los del total de familias del área.

A manera de ejemplo, la cantidad promedio de consumo de algún artículo durante un mes de las familias elegidas, será utilizada para estimar las cifras globales.

Como se ve, la condición de representatividad es primordial.

Si las familias elegidas (también llamadas integrantes de la muestra, o simplemente muestra) no cumplen esa condición, los datos procedentes de ellas tampoco pueden ser considerados como del total del contexto. La representatividad de una muestra, la asegura el diseño de la misma. Esta tarea consiste en seleccionar las unidades de acuerdo con ciertos criterios, de manera que solamente las unidades elegidas y no otras cumplan la condición de representatividad.

El encuestador deberá tener mucho cuidado de encuestar solamente a aquellas unidades de vivienda que le han sido indicadas y no a otras, aunque a su criterio le parezca indiferente. La transgresión de esta norma es considerada una falta grave, que invalida automáticamente al trabajo.

Es muy posible que el encuestador se encuentre con la pregunta: ¿por qué han elegido a esta casa y no a otra? El encuestador tiene que explicar brevemente cuál es la naturaleza del proceso de selección, tal como está descrito más arriba, y deberá asegurar que la información sólo será objeto de compilaciones de conjunto. Deberá aclarar este particular todas las veces que lo considere necesario: la información global es anónima.

En caso de no contestación por parte de la unidad familiar, o por negativa de participar en la encuesta, el encuestador no debe dirigirse a otra unidad de vivienda que no sea la asignada en caso de reemplazo, de acuerdo con las instrucciones que se le impartirán.

El diseño de la muestra ha previsto el problema que genera pedir información a una misma familia durante el transcurso de todo un año. Como consecuencia del cansancio, se producen abandonos o se resiente la calidad de la información que se proporciona.

Para evitar este inconveniente se ha planeado un sistema mediante el cual cada familia informa únicamente durante 4 meses en el año. Estos 4 meses no son continuados, sino alternados. Se dispondrá de tres grupos de familias (muestras) absolutamente equivalentes entre sí, que irán alternándose a tra-

vés del tiempo. Si durante el mes de enero informa el grupo de familias N° 2, en febrero lo hará el N° 3, en mayo el N° 1, en abril nuevamente el N° 2 y así sucesivamente hasta el mes de diciembre. La finalidad que se persigue con este sistema es que la misma familia brinde información en un mes de cada estación, pues los consumos difieren en forma significativa tanto en cantidad como en tipo de artículos consumidos a través de las distintas estaciones del año.

Criterio, actitudes y modos de operar más convenientes

Hay varios factores que gravitan sólidamente en la calidad final de una entrevista; entre ellos pueden mencionarse: en primer lugar al esquema del estudio en general; en segundo término la calidad del formulario y la precisión de las instrucciones, así como la medida de haber captado convenientemente el curso de entrenamiento, condicionan sustancialmente la eficacia de la labor de la encuestadora.

Pero dentro de esos límites, todavía existe un amplio espacio para que el "arte de la entrevista" entre en juego.

Este "arte" consiste en la creación de una situación en que las preguntas del encuestador originen respuestas válidas y confiables.

El ideal generalmente perseguido es una situación favorable en que el interrogado es animado a expresar sus respuestas sinceramente, sin el temor de que sean reveladas a otros y sin la expresión de sorpresa o juicio de valor por parte del entrevistador.

El primer requisito de una entrevista es, por lo tanto, lograr la creación de una atmósfera amistosa y colocar al interrogado en posición cómoda. En un ambiente agradable y confiado, no es difícil arribar a resultados felices.

En consecuencia, el arte del entrevistador consiste en formular las preguntas en forma adecuada e inteligible, obtener la respuesta válida y significativa, y en registrar o hacer

registrar las respuestas en forma exacta y completa.

Para la creación de una atmósfera agradable, la presentación de la encuesta por parte del encuestador debe ser breve y positiva. El interés del estudio reside en información que se ha de recoger, de manera que el entrevistador debe ir a ellas tan pronto como le sea posible. Introducciones extensas o largas explicaciones solamente apelan a la sospecha o curiosidad del entrevistado.

Solamente se dará extensión a esta parte en caso de que esté en juego la participación de la familia en la encuesta, y, de la manera como se explicará se apelará a todos los argumentos disponibles para tal fin.

El objetivo del entrevistador es el interrogatorio de todas las familias asignadas y pertenecientes a la muestra.

Una proporción muy reducida de familias se espera que resulte hostil, mientras que un extenso número requerirá un estímulo o persuasión, y el buen encuestador sabrá apelar a que muchas personas se sientan halagadas por el hecho de ser seleccionadas para una entrevista.

En el transcurso de las encuestas, el encuestador debe estar preparado para contestar cualquier pregunta que pudiera hacerle el interrogado, presentar los documentos que acrediten su misión y aclarar que la utilización futura de la información no permitirá la individualización de la familia. Deberá insistir además que la información producida no tiene a valorar al ama de casa o a la familia, sino conocer objetivamente datos que luego serán compilados globalmente.

La forma de actuar del entrevistador será amistosa, cortés, comunicativa y exenta de toda desviación sistemática. No deberá ser ni demasiado frío ni efusivo en exceso; ni demasiado hablador ni tímido en demasía. En este terreno la idea fundamental será la de colocar al entrevistado en una situación fácil, de modo que éste se ponga en situación de charlar libremente y en forma exhaustiva. En otras palabras: llegar a crear una situa-

ción similar a la de una conversación informal. Una breve observación acerca del tiempo, los niños, las flores o los animales domésticos, con frecuencia servirá para romper el hielo. A este respecto, tiene importancia fundamental para conseguir el clima de conversación informal, la maestría con que el entrevistador domine las preguntas que ha de formular. Debe estar lo suficientemente familiarizado con ellas, como para poder preguntar en forma de conversación, en vez de leer secamente, y además deberá conocer qué preguntas vienen a continuación de otras, para así evitar las sumamente embarazosas pausas mientras el encuestador estudia el formulario.

Es también muy importante que el entrevistador sepa considerar todas las opiniones por igual y nunca mostrar sorpresa o desaprobación ante la respuesta del interrogado. Hay que tener presente que el entrevistador puede manifestarse en forma inconveniente mediante un gesto o un tono de voz, por muy sutil que este parezca. Deberá adoptar una forma atenta hacia las respuestas del interrogado y nunca divulgar la suya propia. Si se le pide su opinión, deberá saber eludir el compromiso elegantemente.

Es importante que el entrevistador tenga la dirección de la entrevista en sus manos, eliminando suavemente la conversación irrelevante y procurando mantener al interrogado sobre la cuestión de que se trata. Sin embargo toda consulta, inquietud o duda expresada por él, debe ser contemplada asignándole el máximo de atención.

El entrevistador debe tener muy en cuenta la importancia de que cada pregunta sea formulada exactamente como está redactada y de que toda anotación que realice el ama de casa sea efectuada de acuerdo con instrucciones previamente definidas.

Cada pregunta, como cada instrucción, ha sido cuidadosamente redactada, habiendo sido objeto de un minucioso estudio, para expresar el significado exacto deseado en la forma más sencilla y directa posible. Los entrevistadores deben entender que incluso una leve

modificación de la redacción de la pregunta puede alterar el estímulo de manera que provoque respuesta en base a un distinto marco de referencia o desvíe erróneamente la respuesta. Es fácil ver que si cada encuestador tuviera permiso para variar las preguntas como mejor le pareciera, el Director de la Encuesta no tendría seguridad de que las respuestas se hallen en términos comparables.

Si cualquier interrogado da muestras de no haber entendido determinada pregunta o manera de anotar en el cuaderno de cuentas, el encuestador lo único que puede hacer es repetir la pregunta o la instrucción con el énfasis adecuado, ofreciendo la explicación en la forma que se le autorice. En caso de que no siga entendiendo se deberá tomar nota.

Por razones similares, las preguntas deben ser hechas en el mismo orden en que aparecen en el formulario. Con frecuencia, la respuesta de una pregunta en segundo lugar será influida por los hechos que han apelado a la mente en el anterior; el formular en primer lugar cualquier otra pregunta, aunque el encuestador estime que tiene razones para ello, destruirá la comparabilidad de las entrevistas.

El encuestador debe hacer la totalidad de las preguntas, a menos que se le instruya en sentido contrario. Puede en ciertas ocasiones parecer que el interrogado ya haya dado su respuesta al haber contestado a alguna pregunta anterior, pero, no obstante, debe formularla con el objeto de estar seguro, e incluso, si la pregunta parece sin sentido e inaplicable, nunca el encuestador debe omitir la formulación o dar por supuesta la respuesta. En estos casos puede comenzar su pregunta en forma semejante a; "Ahora tengo que preguntarle..."

Obtener una respuesta puede parecer cosa sencilla: se hace la pregunta y se obtiene la respuesta.

Sin embargo, los encuestadores pronto hallarán que la obtención de una respuesta específica y completa es quizá la parte más difícil de su trabajo. La gente con frecuencia tergiversa el sentido de las preguntas, contestan

"no sé" con el objeto de eludir la pregunta o el esfuerzo de recordar los datos pedidos, se complican en discusiones sin significado alguno, se contradicen a sí mismos; y en todos los casos el encuestador debe averiguar lo objetivo. La atención que el encuestador ponga sobre el particular es sin duda una de las mejores maneras de evaluar su capacidad. Ya que nadie puede llegar a prever las posibles contestaciones o situaciones que comprende cada pregunta, cada encuestador debe entender completamente los objetivos generales de cada pregunta, o sea el asunto exacto que se trata de medir. Tanto el entrenamiento oral como las instrucciones escritas destacarán el propósito de la pregunta y darán ejemplos de respuestas inadecuadas halladas en la investigación piloto.

En el momento en que se halla realizando la entrevista el encuestador debería haberse formado el hábito de preguntarse a sí mismo después de cada respuesta: "¿responde totalmente a la pregunta que le he hecho?" Cuando la primer respuesta es inadecuada, o solamente ha contestado una parte de ella, una simple reiteración de la pregunta, con el énfasis adecuado, podrá resolver adecuadamente el problema.

El encuestador debe ser particularmente cuidadoso de no sugerir una posible respuesta. Hay personas que en ocasiones hallan difíciles a las preguntas y a veces no se hallan verdaderamente interesadas en ellas, por lo tanto recibirán bien a la menor indicación que les permita dar una explicación y salir del paso. La mejor manera de evitarlo es atenerse al contenido de las preguntas contempladas.

Como ya se ha dicho, cuando mejor sea el encuestador, menor será la cantidad de errores que se cometerán. La falta imperdonable es dar una entrevista como completa cuando tiene errores y omisiones. La única forma segura de evitarlo es automatizar el hábito de inspeccionar cada entrevista, inmediatamente después de haber terminado y antes de ir a otra familia, para asegurarse de que ha sido

cumplimentada exacta y completamente. Si le falta cualquier información, puede volver atrás y solicitarla, si su formulario tiene errores u omisiones puede corregirlos sobre la marcha, si su escritura es ilegible en algunos pasajes, o si se han tomado en borrador algunas respuestas, puede corregir estas fallas rápidamente. Si espera hasta el final del día, o hasta que vuelva a casa, puede haber olvidado muchas de las circunstancias de la entrevista, o quizá la perspectiva de revisar y pasar en limpio la totalidad del trabajo del día le parezca tan pesada que la deje de lado.

Se reservó para último término, dada su importancia, la mención relativa a los llamados errores de desviación producidos por el encuestador.

Muchos de estos errores suelen ser descriptos como diferencias del encuestador que son inherentes al hecho de que los entrevistadores son seres humanos en definitiva, y que no trabajan todos de la misma manera.

Por supuesto que el encuestador puede hacer mucho en el sentido de su eliminación.

El Director de la Encuesta deberá tener en cuenta este particular en la selección de los encuestadores. Por ese motivo se tendrá especial cuidado de que los encuestadores utilicen ropa sencilla de manera que la apariencia no influya en los interrogados de clases inferiores.

Del mismo modo, se tendrá especial cuidado de entrevistar al interrogado privadamente, de manera que sus contestaciones no se vean afectadas por la presencia de una tercera persona.

Tareas a cargo del encuestador

Consistirán en:

- a) Localizar la vivienda correcta.
- b) Convencer a sus integrantes acerca de la necesidad de su cooperación total.
- c) Averiguar las filiaciones de los diversos miembros de la casa.
- d) Usar los cuestionarios determinados pa-

ra obtener los gastos e ingresos lo más exactos posibles.

- e) Convencer al ama de casa acerca de la necesidad de llevar anotaciones prolijas y detalladas de los gastos realizados en ciertos artículos, por un cierto período.
- f) Llevar un breve control sobre los precios de los comercios de la zona.
- g) Informar acerca del transcurso del trabajo, así como las novedades ocurridas, a las personas que se le indiquen. Llevará anotaciones, resumen de cada familia en una libreta especial.

Dichas tareas se cumplimentarán de la siguiente manera.

a) Localización de la vivienda

El encuestador será provisto de mapas o listas de direcciones lo suficientemente explícitas como para que ubique a su unidad familiar sin inconvenientes.

En caso de que por la naturaleza del trabajo asignado, no se le entreguen al encuestador listados de viviendas, y que en cambio deba utilizar algún criterio objetivo para seleccionarla, el problema se resolverá acatando las normas impartidas fielmente.

El principio fundamental es no encuestar a otra familia de manera de salirse de las instrucciones dadas. Ante inconvenientes en este aspecto deberá informar asiduamente a su supervisor.

b) Conseguir la cooperación de la familia

Sin duda que el primer éxito y uno de los más importantes del encuestador es asegurarse la colaboración de la familia por el período requerido. Para conseguirlo deberá apelar a todos sus esfuerzos y habilidad.

Al tomar contacto con la familia, pedirá hablar con el ama de casa o con el jefe de la misma. No es necesaria la definición de ambos, ya que como se trata de términos comunes, se adopta como tales a los que los integrantes de la familia definan como tales. En

caso de no encontrar ninguno de ellos, se tomará nota de la hora más conveniente para así retornar a la misma.

Una vez establecido el contacto con el ama de casa o con el jefe de la familia, se presentará como integrante de un grupo de estudio de los consumos familiares. Sólo en caso que se le requiera acreditará sus datos personales y su condición mediante la presentación de la credencial correspondiente.

Si la aclaración parece que puede tener efecto favorable, se aclarará que se trata de una institución oficial, la encargada del estudio.

Inmediatamente explicará brevemente el objeto del estudio: una encuesta que se realiza en la población para conocer qué es lo que consumen.

A continuación podrá hacer algunas preguntas correspondientes al formulario sobre características socio-económicas de las familias, de modo de tener la seguridad de que la familia cumple los requisitos exigidos.

La explicación acerca del uso del cuaderno de cuentas probablemente acarreará la mayor resistencia. Podrá usar varios argumentos a su favor:

1. El lapso es breve y es una manera de ayudar a las familias a llevar un control más ordenado sobre sus gastos.
2. Esta circunstancia hará que no acarree una excesiva molestia a la familia.
3. Tendrán el asesoramiento de la encuestadora todas las veces que sea necesario.
4. Nadie se enterará del contenido de la información.
5. Se podrá hacer mención al sistema de recompensas.
6. Es una manera de contribuir a que se sepa cuál es realmente la situación de las familias de la zona.
7. Se trata de una oportunidad interesante la brindada, y meritorio el hecho de haber sido elegido para responder en esta encuesta.

En general, sostener una actitud simpática y agradable, pero firme, puede decidir favorablemente la actitud respecto a la colaboración familiar.

c) Averiguar las filiaciones del grupo familiar

Una vez conseguido el consentimiento familiar, o del ama de casa por lo menos, se proseguirán las preguntas sobre el formulario N° 2, ya comenzadas.

El desarrollo de las mismas deberá hacerse en perfecto acuerdo con estas instrucciones las aclaraciones que requieran cada una de las preguntas formuladas están consideradas en cada una de las instrucciones al formulario, por lo que el encuestador deberá conocer éstas perfectamente, de manera tal que no sea necesario recurrir a ver el dorso del mismo en cada aclaración formulada, porque esta situación no es nada beneficiosa respecto a la posición del encuestador.

El objetivo de la primera parte del formulario N° 2 es verificar si la composición de la unidad familiar está acorde con la definición de familia a ser encuestada.

La segunda parte se refiere principalmente a conocer cuál es la estructura y el monto de los ingresos. Por ese motivo se hacen preguntas acerca de cuántas personas perciben ingresos en la familia en forma regular y de modo irregular.

Esta parte del formulario (la correspondiente a ingresos) debe ser dejada para la tercera entrevista, por cuanto para formular este tipo de preguntas es necesario haber establecido un cierto vínculo de confianza entre el encuestador y encuestado. Si se da el caso, se puede aclarar que dicha información no ha de ser utilizada para ningún otro fin que no sea la de su compilación global, de manera que la misma no ha de trascender a ningún organismo, ni impositivo, ni público, ni privado, ni judicial o de otra naturaleza.

- d) *Usar los formularios determinados para obtener los gastos e ingresos lo más exactos posibles*

Aclarado en el punto anterior, la parte correspondiente a los ingresos.

Con respecto a los gastos, se utilizará un cuaderno de cuentas, que consiste en varias hojas rayadas, con columnas para distintos conceptos. Cada gasto efectuado insumirá una línea o sea un renglón. Al encuestador le compete además de la tarea correspondiente a las aclaraciones, instrucciones y demás explicaciones, hacer que la familia esté provista del cuaderno de cuentas.

Para su uso, el encuestador procederá a instruir al ama de casa tomando como base las aclaraciones o instrucciones contenidas en el cuaderno. Destacará la necesidad de que se hagan la totalidad de las registraciones en el orden que éstas se realicen. Se insistirá en que la inscripción de las unidades se realice en forma meticulosa así como las demás características del artículo comprado.

A este respecto, el énfasis que las instrucciones y el curso de entrenamiento le dan, se basa en que a posteriori serán relevados permanentemente precios de esos mismos artículos, los que deben estar perfectamente individualizados para, de ese modo, hacerles corresponder el precio sin error. Un caso típico en este tema es el de la ropa de niños, donde además del tipo de prenda y su calidad (o su tela), habrá que indicar para que edad es, ya que los precios de una prenda de éstas, varía en función de la edad del niño que las ha de usar.

En caso de encontrar algún error, la encuestadora con la sola revisión ante el ama de casa del cuaderno de cuentas, se cuidará muy bien de no adoptar una actitud que pueda afectar al interrogado. Al contrario, explicará cuál es la forma más conveniente de que sean comprendidas sus anotaciones.

- f) *Control sobre los comercios de la zona*

Para poder tener idea de si los precios manifestados por el ama de casa no se contradicen con la realidad o sea son consistentes, cada 15 días tomará conocimiento de los más importantes para así verificar los precios de los cuadernos de cuentas.

- g) *Informar respecto al trabajo y llevar las anotaciones en la libreta resumen*

La comunicación entre encuestadora y sus jefes debe ser intensa. Esta deberá tener presente las distintas maneras en que puede establecer contacto con los mismos tratando de aportar experiencias útiles al resto del personal.

La libreta de resumen de las familias compendiará a la información más relevante de cada familia. Tiene por objeto controlar contradicciones en la información y además como ayuda-memoria para el caso de gastos que se efectúan en forma regular.

Casos especiales

- a) *Ama de casa analfabeta*

El recurso a que se debe apelar en esta circunstancia es hacer recopilar al ama de casa todas las boletas de sus compras, inclusive vales o papelitos provisorios que suelen dar algunos vendedores (verduleros, carniceros). Esta exigencia obliga al ama de casa a solicitarlos cada vez que hace una compra. Luego, y sobre la base de esta información, la encuestadora llenará por su cuenta el cuadernillo. En estas condiciones es conveniente que la encuestadora concorra con más frecuencia a visitar al ama de casa. Otra solución que puede utilizar la encuestadora en caso de que hayan familiares que sepan escribir, es que éstos ayuden a pasar las anotaciones al ama de casa.

b) *Viajes y vacaciones*

Los gastos efectuados con motivo de vacaciones tanto sean de corta o larga duración, por lo imposible de su registración detallada, serán anotados como un gasto global en el cual se discriminará solamente lo gastado en pasajes.

c) *Créditos*

El encuestador tomará nota luego de la tercer visita, de todos los créditos que tiene tomados a su cargo la familia en la correspondiente libreta resumen, para que así no se produzcan omisiones en el detalle de los gastos mensuales.

15. INSTRUCCIONES PARA LOS ENCUESTADOS

Sra. ama de casa

La colaboración que Ud. con su gentileza, está dispuesta a facilitar, al igual que una cantidad considerable de familias, es de un valor inestimable para lograr datos sobre gastos y consumos, que permitirán determinar a través del tiempo las variaciones en el costo de la vida y, en base a esas variaciones, orientar a las autoridades, tanto nacionales como provinciales, en la política a seguir en materia de salarios.

Como queda dicho, la información que se pretende recoger no es exclusivamente referida a su familia, sino que por el contrario, le será solicitada a un número importante de hogares, y toda esa información sumada, dará lugar a la obtención de resultados generales de todas las familias informantes. En consecuencia, los datos que Ud. suministre en ningún momento y bajo ningún concepto serán dados a conocer en forma individual. Este secreto de la información que Ud. facilitará, está asegurado por la Ley Nacional Nº 17.622.

A fin de reconocer, aunque sea en parte, el esfuerzo que representa su colaboración, se ha previsto un sistema de estímulo para las familias que informan correctamente, que consistirá en (a completar cuando se haya decidido respecto al sistema de premios a utilizar).

Para cumplir con su cometido. Ud. contará con la colaboración de la encuestadora que la visitará dos veces por semana, en el horario que a Ud. le resulte más cómodo, y que tiene la obligación de contestar todas las preguntas que le efectúe, referentes a la forma en que debe llenar el "cuaderno de cuentas".

Para ayudarle en su trabajo, a manera de guía, y como complemento de las indicaciones que ya le proporcionó la encuestadora, a continuación se detallan algunas instrucciones que deberá tener presentes al llenar el cuaderno de cuentas:

Recibirá semanalmente un cuaderno en blanco para hacer sus anotaciones diarias de compras y gastos. Utilice una página para cada día, pero si no alcanzaran los renglones para anotar todas las compras y gastos de ese día, continúe en la página siguiente, suspendiendo las anotaciones al registrar la última compra de ese día, continuando para las compras del día siguiente en una nueva página. Al completarse las anotaciones de una semana, la encuestadora retirará el cuaderno utilizado, y le entregará otro en blanco. En un mismo cuaderno no detalle compras o gastos correspondientes a meses distintos. Por lo tanto al anotar las compras del último día de un mes, no efectúe más registros en ese cuaderno, comenzando para el primer día del mes siguiente un nuevo cuaderno que ya lo habrá dejado previamente la encuestadora.

El cuaderno que le entregará la encuestadora tiene, numeradas del 1 al 13, columnas con los conceptos que deberá detallar en cada una de ellas, utilizando un renglón por cada compra, gasto o pago que realice.

Para su mayor claridad a continuación se explica la forma en que debe realizar las anotaciones siguiendo el orden de las columnas del cuaderno de cuentas:

Columna 1. *Día*: Anotará el día en que efectuó la compra de cada artículo.

Columna 2. *Denominación del artículo o ser-*

vicio: Registrará con toda claridad el nombre del artículo comprado, anotándolo de manera que permita su fácil identificación (por ej.: pan francés; traje para niño de 6 años, de lana; aceite de oliva, asado de tira; bife de costilla, etc.).

En caso de tratarse de un servicio, procederá de la misma forma (por ej.: viaje en tren; corte de cabello varón; entrada de cine; visita de médico; etc.).

Columna 3. *Código*: En esta columna no debe efectuar anotación alguna. Está reservada para tareas de la oficina.

Columna 4. *Marca*: Anotará la marca del artículo comprado. Si son productos que se compran sueltos, lo indicará de esta forma, es decir, colocará en la columna 4 la palabra "suelto".

Columna 5. *Código*: En esta columna tampoco efectuará anotación alguna.

Columna 6. *Unidad de medida*: Indicará la unidad corriente de venta del artículo (por ej.: kilo, litro, metro, gramo, docena, unidad, etc.).

En caso de tratarse de artículos envasados que se venden en paquetes, latas, frascos, cajas, botellas, debe indicar la cantidad que contienen (por ej.: lata de 380 grs.; botella de 950 cm³; paquete de 500 grs., etc.).

Columna 7. *Cantidad*: La cantidad a anotar es la correspondiente a la compra efectuada.

Columna 8. *Gasto total*: Se registrará renglón por renglón, el importe total gastado por cada compra.

Columna 9 y 10. *Compras al contado o a crédito*: Indicará según corresponda, en la columna 9 o en la columna 10 si la compra es al contado o a crédito, repitiendo esas mismas palabras.

Así por ejemplo si la compra es al contado, escribirá en la columna 9 la palabra "contado" y si es a crédito, en la columna 10 consignará la palabra "crédito".

Si efectúa una compra a crédito y paga por ella un anticipo, anotará, por una par-

te el o los artículos adquiridos, detallando cantidad e importe, indicando en la columna 10 la palabra "CRÉDITO" y en el renglón siguiente, en la columna 2 registrará "ANTICIPO DE COMPRA A CRÉDITO", anotando el importe pagado en la columna 8 y escribiendo la palabra "CONTADO" en la columna 9.

Cuando abone cuotas de créditos anotará en la columna 4 "CUOTA CRÉDITO" aclarando a qué concepto corresponde (por ej.: cuota crédito heladera): en la columna 7 la cantidad de cuotas que paga ese día, en la columna 8 el total abonado y en la columna 9 la palabra "CONTADO".

Si acostumbra a efectuar compras a pagar a fin de mes o dentro del mes las considerará como si fueran al contado (por ej.: compras de almacén con libreta, a pagar por mes).

Columnas 11 y 12. *Comercio donde efectuó la compra*: En la columna 11 indicará el domicilio del negocio donde efectuó la compra y en la columna 12 la clase o tipo del establecimiento (por ej.: feria, mercado, supermercado, proveeduría sindical, despensa, etc.).

Columna 13. En esta columna no debe efectuar ninguna anotación.

Para lograr resultados positivos en este trabajo, resulta de mucha importancia que no olvide de anotar ninguna de las compras o gastos que realiza, no sólo Ud., sino también los demás miembros integrantes de su hogar. Por ello mucho le agradeceremos que no omita registrar los gastos que efectúan su esposo e hijos, consultándolos diariamente para que le indiquen en detalle lo que han comprado o gastado, para que Ud. pueda anotarlo en su cuaderno de cuentas.

Asimismo se le recomienda que las anotaciones las efectúe diariamente, no dejando acumular varios días de registraciones confiando en su memoria.

Tratando de aclarar más la forma de realizar las anotaciones, se agrega un modelo de registración en el cuaderno de cuentas.

MODELO DE ANOTACIÓN EN CUADERNO DE CUENTAS

Artículo o servicio				Compras al			Negocio donde efectuó la compra					
Denominación	Código (no llenar)	Marca	Código	Unidad de Medida	Cantidad	Gasto Total	Contado	Crédito	Domicilio	Tipo	Código	
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
5 Pan francés	EN ESTA COLUMNA NO DEBE ESCRIBIRSE	—	EN ESTA COLUMNA NO DEBE ESCRIBIRSE	Kg.	2	80.—	Contado	Crédito	Perú 420	Panadería		
5 Harina de trigo		Blancaflor		Paqte. 900 gs.	2	120.—	Contado		Perú 420	Panadería		
5 Hueso con carne		—		Kg.	1,5	150.—	Contado		Salta 150	Mercado		
5 Asado de tira		—		Kg.	2	400.—	Contado		Salta 150	Mercado		
5 Leche fresca		Kasdorf		Bot. 1 lt.	2	100.—	Contado		Paraguay 800	Lechero Ambulante		
5 Duraznos al natural		Inca		Lata 250 gs.	1	200.—	Contado			Almacén		
5 Lavandina		La Primera		Bot. 1 lt.	1	40.—	Contado			Supermercado		
5 Traje de lana para hombre		—		Unidad	1	10.000.—	Crédito	Ayacucho 48	Sastrería			
5 Pantalón para niño, 5 años		Far West		Unidad	1	1.500.—		Ayacucho 48	Sastrería			
5 Anticipo de compra a crédito		—		Unidad	1	1.200.—	Contado	Ayacucho 48	Sastrería			
5 Zapato de cuero para niña, Nº 26	EN ESTA COLUMNA NO DEBE ESCRIBIRSE	—	EN ESTA COLUMNA NO DEBE ESCRIBIRSE	Par	1	2.200.—	Contado	Crédito	Brasil 1241	Zapatería		
5 Peinado para mujer		—		Unidad	1	300.—	Contado		Uruguay 280	Peluquería		
5 Cigarrillos		Imparciales		Paqte. 20	1	81.—	Contado		—	—		
5 Diario		El Territorio		Unidad	1	25.—	Contado		—	—		
5 Cuota crédito heladera		—		Unidad	1	4.000.—	Contado		Lavalle 280	Proveeduría		
5 Electricidad				Kwh	80	1.200.—	Contado		—	—		
5 Viaje en colectivo				Unidad	6	90.—	Contado		—	—		
5 Cena en restaurante				Unidad	4	1.200.—	Contado		Corrientes 1320	Restaurant		

a) *Planilla de control de encuestadores.*

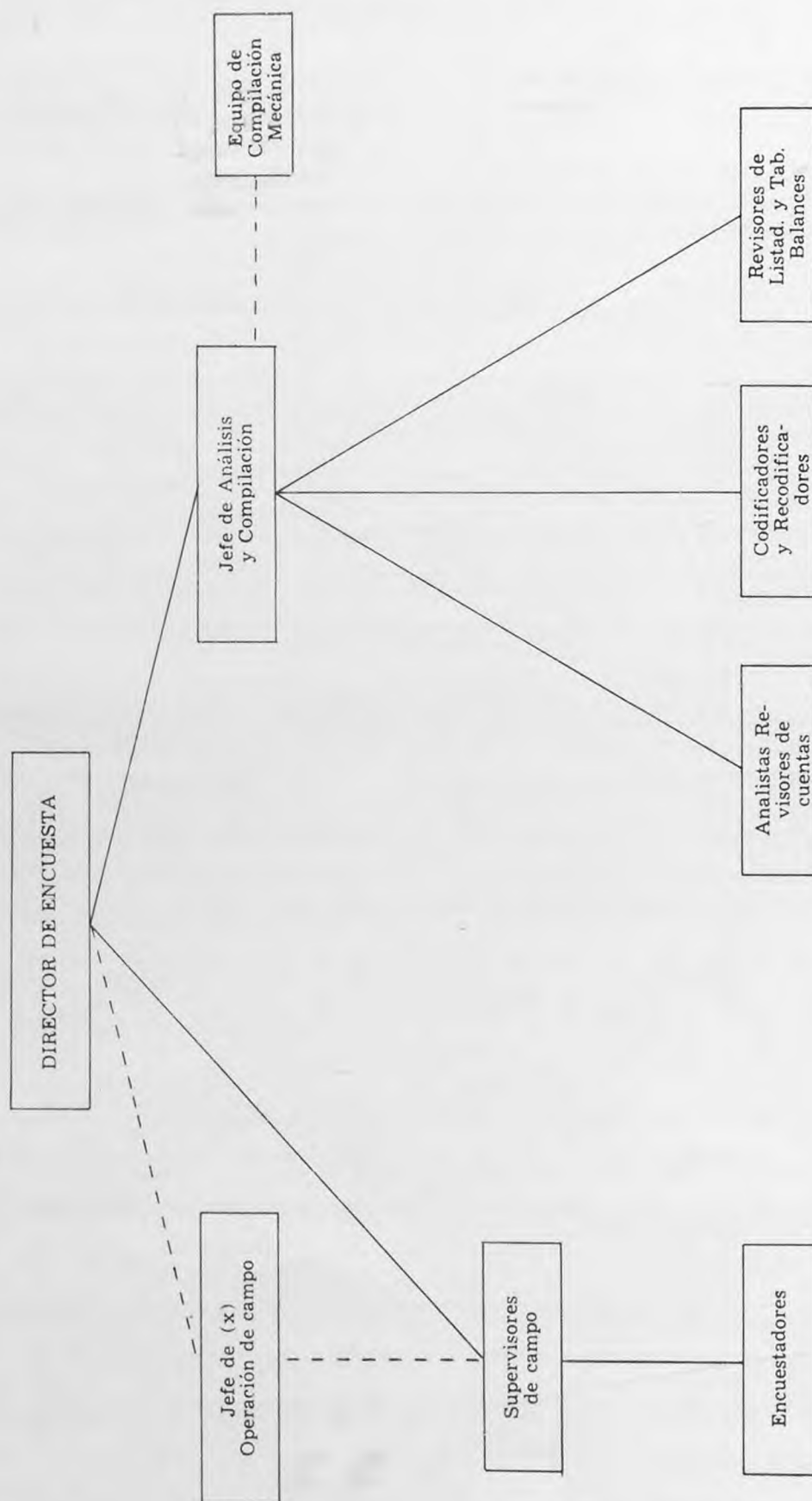
Esta planilla será llevada por cada supervisor de campo, quien mantendrá una por cada encuestador a su cargo para cada mes. En ella se consignan, para cada familia, la fecha de entrega de los cuadernillos semanales, así como si los mismos han sido aprobados o rechazados.

Encuestador:

Mes de:

[illegible]

17. EQUIPO HUMANO
ORGANIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE TAREAS



(x) Cargo previsto para el área de Rosario, exclusivamente, en razón del mayor número de familias a encuestar

EQUIPO HUMANO. DISTRIBUCIÓN DE TAREAS

Director de la encuesta

- a) Responsabilidad directa ante el Comité Coordinador, de la ejecución de la encuesta;
- b) Coordinar las tareas del equipo de "Análisis y Compilación" con las de "Operación de campo";
- c) Administrar los fondos de la encuesta y elevar las rendiciones de cuentas dentro de los lapsos que le fije el Comité Coordinador;
- d) Coordinar con el organismo provincial pertinente, lo relacionado con propaganda y promoción de la encuesta;
- e) Controlar las tareas relacionadas con los premios o estímulos a las familias;
- f) Atender las consultas que le formulen los jefes de Análisis y Compilación de Operación de Campo (o equipo de supervisores de campo);
- g) Resolver, en definitiva, sobre la eliminación e incorporación de familias informantes;
- h) Remover o aplicar sanciones al personal de la encuesta;
- i) Informar mensualmente, por escrito, al Comité Coordinador sobre la marcha de la encuesta, sin perjuicio de los informes adicionales que éste pudiera requerirle;
- j) Elevar en consulta al Comité Coordinador las cuestiones relativas a la encuesta que pudieran presentar dudas;
- k) Elevar al Comité Coordinador los resultados parciales que se obtengan;
- l) Coordinar con el organismo provincial pertinente, la investigación de precios en forma paralela con el desarrollo de la encuesta;
- m) Obtener del organismo responsable de la investigación de precios, los promedios mensuales de los mismos;
- n) Elaborar los presupuestos básicos tentativos;

- ñ) Elaborar el informe final (descripción de la muestra y presupuesto básico final);
- o) Entregar la documentación y antecedentes relacionados con la encuesta al organismo que indique el Comité Coordinador.

Equipo de Análisis y Compilación

Las tareas de este equipo se dividirán en dos etapas, a las que llamaremos "Etapa preliminar", que abarcará los trabajos a realizar desde la preparación y distribución de los Formularios Nº 1, hasta la selección de las familias y zonificación de la operación de campo, y "Etapa de ejecución de la encuesta", que abarcará desde el ingreso de las primeras informaciones suministradas por las familias en los cuadernos de cuentas hasta la obtención de resultados finales.

Para la primera de las etapas mencionadas se considera que este equipo puede funcionar en conjunto, bajo la dirección del jefe, mientras que para la segunda se separarán las tareas por sectores de trabajo.

1. ETAPA PRELIMINAR. TAREAS

- a) Preparar y organizar la distribución de los formularios 1 (A, B y C);
- b) Atender las consultas que le formulen los empleadores con respecto a la cumplimentación de los citados formularios;
- c) Recibir los formularios 1 (A, B y C) cumplimentados;
- d) Analizar los datos contenidos en los mismos;
- e) Efectuar con los empleadores las aclaraciones necesarias para disipar dudas o corregir errores detectados en los formularios 1;
- f) Clasificar los datos obtenidos en los formularios 1, teniendo en cuenta las condiciones que deben reunir las familias y que ya han sido determinadas (composición familiar, ingresos, categoría ocupacional);

- g) Confeccionar los listados de las familias que, aparentemente, cumplen las condiciones requeridas;
- h) Preparar y organizar la distribución del formulario N° 2;
- i) Recibir los formularios N° 2 cumplimentados;
- j) Analizar y revisar los datos consignados en los mismos;
- k) Consultar con los supervisores de campo aquellos casos que ofrezcan dudas, o bien devolver el formulario N° 2 cuando se halle incompleto o con informaciones defectuosas o inconsistentes;
- l) Clasificar los datos de los formularios N° 2, teniendo en cuenta los requisitos exigidos para considerar a las familias encuestables y la aceptación por parte de las mismas para colaborar en la encuesta;
- m) Seleccionar a las familias de acuerdo al método que apruebe el Comité Coordinador;
- n) Organizar la operación de campo en cuanto a zonificación, es decir, realizar la distribución de las familias en submuestras y éstas distribuirlas por zonas entre los encuestadores.

2. ETAPA DE EJECUCIÓN DE LA ENCUESTA.

Distribución de tareas

Jefe de Análisis y Compilación

- a) Dirigir el funcionamiento de los tres grupos de trabajo previstos bajo su dependencia;
- b) Mantener contacto permanente con el Jefe de Operación de Campo o con los supervisores de campo, según el área, para lograr coordinación de tareas;
- c) Mantener contacto permanente con los encargados del equipo mecánico, a fin de lograr soluciones a los problemas que se presenten;
- d) Revisar los formularios mensuales de ingresos y gastos;
- e) Informar semanalmente por escrito al

Director de la Encuesta sobre la marcha de la misma, sin perjuicio de los informes adicionales que éste pudiera requerirle;

- f) Someter a consideración del Director de la Encuesta aquellos problemas sobre los que existan dudas en cuanto a su solución;
- g) Solicitar al Director de la Encuesta aplicación de sanciones o remoción del personal a su cargo.

Analistas. Revisores de cuentas

- a) Recepción de los cuadernos de cuentas;
- b) Comprobación de que no han sido omitidos datos en la carátula de los cuadernos de cuentas;
- c) Verificación de que los días en que se declaran compras o gastos, coincidan con los indicados en la carátula;
- d) Análisis general del contenido del cuaderno de cuentas, a efectos de obtener un panorama respecto a si las compras declaradas resultan normales, excesivas o insuficientes para el tipo de familia investigada;
- e) Verificación, renglón por renglón, del cuaderno de cuentas, constatando que hayan sido cubiertos todos los datos en las respectivas columnas;
- f) Revisión respecto a la exactitud de las unidades de medida declaradas;
- g) Obtención del precio medio por artículo, que surgirá de la división del gasto total por la cantidad declarada;
- h) Comparación de los precios unitarios obtenidos con los vigentes en plaza;
- i) Confección de un parte por cuaderno de cuentas no aprobado —que será elevado al jefe de Análisis y Compilación—, con indicación clara de los motivos que originaron el rechazo;
- j) Entrega de los cuadernos de cuentas aprobados al cuerpo de codificadores-re-codificadores.

Codificadores

- a) Comprobar que la totalidad de los datos a codificar se encuentren bien ubicados en la columna respectiva;
- b) Observar si la escritura de aquellos atributos numéricos cuya codificación no es necesaria (día, cantidad e importe total), es suficientemente clara como para permitir su fácil lectura por el perforador;
- c) Anotar en las columnas respectivas, de manera fácilmente legible, los números de códigos correspondientes.

Recodificadores

- a) Comprobar si se cumple lo expresado en los puntos a) y b) de las tareas de los codificadores;
- b) Verificar la tarea del codificador, corrigiendo los errores en que éste pudo haber incurrido;
- c) Girar los cuadernos de cuentas al sector de revisores de listados y tabulados y confección de balances.

Revisores de listados y tabulados: confección de balances

- a) Preparación mensual de los formularios en los que los empleadores informarán sobre los ingresos de los jefes de las familias informantes en la encuesta;
- b) Remisión (por vía postal o personalmente) de dichos formularios. En caso de adoptarse el sistema postal, los formularios pueden ser remitidos con suficiente anticipación (día 20 de cada mes), fijándose plazo para su devolución hasta el día 10 del mes siguiente al correspondiente a la información;
- c) Recepción o recolección de los formularios de ingresos;
- d) Revisión de los datos consignados en la planilla de empleadores sobre ingresos, efectuando las aclaraciones que resulten necesarias; comparando asimismo los in-

gresos volcados en las planillas con los declarados por cada familia;

- e) Proceder a formar juegos de cuadernos de cuentas, por familia y por mes;
- f) Sumar los gastos efectuados al contado por cada familia, por cuaderno de cuenta, obteniendo luego el total mensual por familia;
- g) Volcar a la planilla de balance mensual el total de los ingresos de cada familia y el total de gastos, determinando los déficit o superávit;
- h) Elevar al jefe de análisis y compilación un ejemplar del formulario de balance mensual, con la totalidad de las familias, a efecto de que proceda a aclarar las diferencias con el equipo de supervisores de campo;
- i) Girar al equipo de compilación mecánica los cuadernos de cuenta aprobados;
- j) Recepción y revisión integral de listados;
- k) Devolución de los listados corregidos a compilación mecánica, para que efectúe los arreglos pertinentes en las fichas perforadas;
- l) Recepción y análisis de consistencia de los tabulados;
- m) Corrección de tabulados, con intervención del jefe de análisis y compilación y en coordinación con el equipo mecánico;
- n) Cálculos de consumos, precios medios, importes y todo otro dato auxiliar, a efectos de la confección de presupuestos básicos tentativos y definitivos;
- ñ) Seleccionar, teniendo en cuenta las frecuencias de compras de las familias encuestadas, los establecimientos a los que se les requerirá información sobre precios de venta al público;
- o) Seleccionar calidades o marcas, de acuerdo a lo que surja de los tabulados respectivos.

Supervisores de Campo

- a) Dirigir al equipo de encuestadores;
- b) Control detallado de los encuestadores,

mediante visitas periódicas a las familias, por lo menos una vez al mes, a efectos de comprobar la concurrencia y corrección de los mismos;

- c) Revisión de los cuadernos de cuentas que les serán entregados por los encuestadores;
- d) Concentrar la información sobre ingresos que declaren las familias;
- e) Mantener contacto permanente con el Jefe de Análisis y Compilación, para lograr coordinación en las tareas;
- f) Recibir los cuadernos rechazados por el equipo de análisis y compilación, y efectuar con las encuestadoras las aclaraciones y ajustes necesarios, lógicamente mediante visitas a las familias;
- g) Recibir y aclarar con las encuestadoras las observaciones que se le formulen, referente a déficit y superávit excesivos;
- h) Informar semanalmente por escrito al Director de la encuesta sobre la marcha de la operación de campo, sin perjuicio de los informes adicionales que éste pudiera requerirle;
- i) Someter al Director de la encuesta aquellos problemas sobre los que existan dudas;
- j) Solicitar al Director de encuesta aplicación de sanciones o remoción del personal a su cargo.

Encuestadores

- a) Entrevista a las familias para cumplir el cuestionario N° 2;
- b) Elevar los cuestionarios N° 2 a los supervisores de campo;
- c) Visita semanal a las familias para entregar y retirar los cuadernos de cuentas.

Debe tenerse particular cuidado en lograr que en un mismo cuaderno de cuentas no aparezcan informaciones correspondientes a días de dos meses distintos. En consecuencia, se iniciará un cuaderno con el primer día del mes, y otro cuaderno se terminará con la información correspondiente al último día del mismo mes.

- d) Segunda visita semanal a las familias, con fines de orientación y ayuda a las amas de casa en los registros del cuaderno de cuentas;
- e) Revisión de los cuadernos de cuentas en presencia del ama de casa, para subsanar en el momento errores de anotación que se hubieran deslizado, o efectuar aclaraciones respecto a los consumos declarados;
- f) Elevación al supervisor de campo de los cuadernos de cuenta revisados;
- g) Elevación al supervisor de campo de la información obtenida de las familias sobre ingresos mensuales;
- h) Comunicar al supervisor de campo la posibilidad de abandono de alguna familia, al notarse circunstancias que permitan efectuar tal predicción, a fin de lograr, con su colaboración, un mayor interés en continuar en la encuesta;
- i) Obtener respuestas adecuadas de las familias respecto a los déficit o superávit y corregir con ellas los errores o deficiencias de información observados por el equipo de compilación y análisis;
- j) Volcar en el "cuaderno resumen de la encuestadora" los datos de cada una de las familias asignadas, manteniéndolos permanentemente actualizados.

Cálculo de necesidades de personal

A continuación se efectúa un cálculo de

necesidades de personal, tomando como base una encuesta a realizarse entre 120 familias informantes:

Cargo	Cantidad de Agentes	Observaciones
Director de Encuesta	1	
Jefe de Análisis y Compilación	1	
Supervisores de Campo	2	A razón de uno cada cuatro encuestadoras.
Encuestadoras	8	A razón de 15 familias informantes asignadas a cada encuestador y dos visitas semanales a cada una.
Analistas Revisores de Cuentas	3	A razón de una revisión y análisis integral de 8 a 9 cuadernos de cuentas diarios.
Codificadores y Recodificadores ⁽¹⁾	4	A razón de 12 cuadernos diarios codificados y 24 cuadernos recodificados por día.
Revisores de Listados y Tabulados, Confección de Balances ⁽²⁾	4	Se entiende que para estas tareas es necesario contar con dos parejas.
Total	22	

(1) Los codificadores y recodificadores se entiende que pueden ingresar al iniciarse la etapa de "ejecución de la encuesta".

(2) Los revisores de listados y tabulados y confección de balances, se estima que deben ser designados, dos al mes de iniciada la encuesta y los dos restantes al contarse con los primeros listados.

SELECCIÓN DE PERSONAL - REQUISITOS

1. Selección de personal

1.1. Criterio:

Cada cargo a cubrir deberá serlo por aquella persona cuyas condiciones, conocimientos y experiencias estén más acordes con los requisitos enumerados para cada una. Se tratará que en todos los casos, la aproximación entre requisitos y condiciones se cumpla lo mejor posible.

- 1.2. Medios más convenientes para el reclutamiento del personal: En una cierta área, el personal operativo puede ser convocado mediante un aviso en un diario local. En caso de haber una escuela de asistentes sociales o de cualquier otra disciplina relacionada de alguna manera con tareas de encuesta, podría recurrirse a las mismas con la intención de seleccionar estudiantes avanzados de esos cursos, cubriendo así los cargos de encuestadores vacantes. Para el Personal de Dirección (Director de Encuesta, Jefe de Operación de Campo y Jefe de Análisis y Compilación) el método más conveniente es la presentación de personas consideradas con capacidad para la ejecución de la tarea, por parte de la Dirección Provincial de Estadística, combinando con la publicación en un diario local o de la Capital Federal, de un aviso destacado especialmente. Al personal restante se lo selecciona en base al concurrido por la presentación de un aviso en un diario local.

1.3. Métodos de selección:

Como norma general, cada uno de los re-

quisitos que se enuncian en 2, debe ser verificado convenientemente.

A tal fin, es útil distinguir tres categorías de condiciones en los postulantes:

- a) Derivados de la experiencia.
- b) Las que forman parte de la estructura de su personalidad, de mayor importancia para el caso de los jefes y responsables.
- c) Ciertos conocimientos y habilidades necesarios para un eficaz desempeño en los puestos de línea.

Correspondiendo a cada una de esas categorías de condiciones, y en ese orden, hay distintas maneras de verificarlas, a saber:

- a) Mediante el pedido del informe en base a los antecedentes presentados por el postulante.
- b) Por medio de entrevistas a realizarse con la intervención de personal técnicamente capacitado a ese fin; y, complementariamente, mediante la aplicación de tests psicotécnicos a cargo de personal especializado.
- c) Exámenes con problemas adecuados y cuyo diseño puede quedar a cargo del personal del área.

En el punto siguiente (2), se señalará cuál es el método de selección que se aconseja aplicar en la verificación de cada requisito, por medio de las letras (a), (b) y (c) correspondientes a los métodos enunciados más arriba. Esta indicación se hará en el margen izquierdo antes de la numeración de cada requisito. Se indicará además con (x) a aquellos conocimientos

que si bien es conveniente que se tengan, serán parte de las instrucciones que recibirán una vez contratados.

informes, planillas, cuadros y gráficos.

- 2.1.9. Puede ser de sexo femenino o masculino.

2. Requisitos para los cargos

2.1. Para el Director de Encuesta:

- a 2.1.1. Título universitario en disciplinas conexas con la naturaleza de las tareas que se le encomiendan.
En su defecto una vasta experiencia en la materia, además de sólidos conocimientos teóricos que permitan una adecuada delegación del trabajo por parte del Comité Coordinador. Por disciplinas conexas se entiende aquellas que son utilizadas para brindar marco teórico al trabajo de encuesta: sociología, economía y estadística.
- a 2.1.2. Experiencia anterior en trabajos de tipo similar, como, por ejemplo, haberse desempeñado en algún cargo de responsabilidad en encuestas o investigaciones de mercado.
- a 2.1.3. Edad de 25 a 35 años. El límite inferior no conviene que sea modificado, en cambio el superior es más flexible.
- a 2.1.4. No es imprescindible que resida en el área de la encuesta hasta el momento de la contratación, pero sí durante la ejecución del trabajo.
- a, b 2.1.5. Capacidad para la conducción de personal. Debe tener conocimientos de administración de personal.
- b 2.1.6. Capacidad para el ordenamiento de un plan de trabajo y su ejecución.
- 2.1.7. La dedicación debe ser exclusiva. Por tal se entiende que bajo contrato se obliga a no desempeñar otros cargos paralelos a su compromiso con el Comité Coordinador por el tiempo de duración del mismo.
- a 2.1.8. Es necesario acreditar experiencia en la presentación más adecuada de

2.2. Para el Jefe de la Operación de Campo:

- a 2.2.1. Probada experiencia en tareas similares. Es conveniente formación universitaria, pero no imprescindible.
 - b 2.2.2. Deberá tener un adecuado concepto teórico acerca de la naturaleza del trabajo y de su método.
 - a 2.2.3. Edad entre 30 y 40 años. No se trata de límites estrictos.
 - a 2.2.4. Es conveniente que haya residido reciente o actualmente en el área donde se realiza la tarea de campo.
 - b 2.2.5. Tiene que acreditar un buen conocimiento de la administración de personal y de la solución de eventuales problemas laborales emergentes. Es conveniente algún conocimiento de legislación del trabajo.
 - b 2.2.6. Capacidad para la conducción de personal. Deberá saber imponer pautas de trabajo claras, razonables y cumplibles, en concordancia con las exigencias del trabajo, supervisar o hacer supervisar su cumplimiento y ejercer un control global sobre la marcha del trabajo, tanto respecto al tiempo como a su calidad.
 - 2.2.7. Deberá ser de dedicación exclusiva, definida de manera similar a 2.1.7.
 - b 2.2.8. Debe tener condiciones como para ejercer autoridad sobre un grupo de personas y comunicarse concreta y expeditivamente con ellas.
 - 2.2.9. Puede ser de sexo masculino o femenino.
 - a, b 2.2.10. En base a su experiencia, debe saber estimar tiempos de trabajos.
- ### 2.3. Para el Jefe de Análisis y Compilación:
- a, b 2.3.1. Si bien tener antecedentes universitarios es una ventaja para este

- cargo, no es indispensable tal condición. Se requiere una persona con madurez en la conducción de tareas administrativas de envergadura pero rutinizables, además de sólidos conocimientos de compilación manual.
- a, b 2.3.2. En virtud de lo anterior, debe conocer la forma de crear rutinas convenientes de trabajo y cómo supervisarlas.
 - b 2.3.3. Conciente de la gran responsabilidad del sector a su cargo, debe tener algunos conocimientos acerca de la naturaleza del trabajo del cual formará parte.
 - a 2.3.4. Debe acreditar conocimientos en:
 - a) cálculos elementales y máquinas de calcular; b) procesamiento de datos, y en especial: codificación, perforación y verificación.
 - a 2.3.5. Es conveniente que se trate de un Perito Mercantil o formación equivalente.
 - a 2.3.6. Deberá saber estimar con precisión los tiempos y el material humano y mecánico que requiere para cumplir con su trabajo.
 - b 2.3.7. Debe tratarse de una persona flexible a la autoridad del Director de Encuesta, de modo que pueda aceptar instrucciones exigentes impartidas por el mismo.
- 2.4. Para los Supervisores de Campo:
- a 2.4.1. Deben acreditar experiencia en tareas similares.
 - b 2.4.2. Debe tratarse de personas con una adecuada ubicación respecto al tipo de tareas que deberán realizar. Es necesario que tengan conocimiento de la tarea de supervisión, de tal manera que en su trabajo no exageren el aspecto "policial" llegando a incomodar al encuestador.
 - a 2.4.3. Es recomendable instrucción secundaria completa.
 - a, x 2.4.4. Es conveniente tener conocimientos acerca de la naturaleza de las técnicas de muestreo aleatorio y sus exigencias.
 - a 2.4.5. Edad más conveniente: entre 30 y 40 años. No hay restricción de sexo.
 - b 2.4.6. Debe conocer perfectamente el radio urbano asignado.
 - 2.4.7. No serán de dedicación exclusiva.
- 2.5. Recepcionistas, analistas, revisores de cuentas, codificadores y recodificadores:
- a 2.5.1. Debe ser personal con el ciclo secundario finalizado o gran experiencia acorde.
 - a, c 2.5.2. Deben acreditar buen conocimiento de cálculos aritméticos fundamentales y del uso de máquinas de calcular. Parte de este personal deberá ser además dactilógrafo.
 - b 2.5.3. Debe tratarse de personal con capacidad de integrarse en un equipo de trabajo para lograr un efectivo ritmo de tareas en esa condición.
 - c 2.5.4. Deberán acreditar un cierto coeficiente de seguridad, tanto en cálculos aritméticos como en codificación, así como la no producción de vicios sistemáticos en su trabajo.
 - a, b 2.5.5. Debe ser personal que por su condición asegure regularidad en el cumplimiento de su trabajo. En ese sentido se cuidará que compromisos tanto familiares como de cualquier otro tipo le obliguen a interrumpir un trabajo con frecuencia o un largo período.
 - 2.5.6. No debe ser de dedicación exclusiva.
 - b 2.5.7. Por su carácter, deberá amoldarse convenientemente a las exigencias de un trabajo rutinario y repetitivo, cumpliendo eficazmente las normas impartidas.
 - a, x 2.5.8. Es conveniente algún conocimiento de los objetivos del trabajo.
 - a 2.5.9. Edad máxima 45 años. Ambos sexos.

2.6. Revisores de tabulados y listados. Confección de balances:

– 2.6.1. Además de las condiciones de 2.5, deberán:

a 2.6.2. Conocer elementos de sistematización de datos y conocimientos conexos.

2.7. Encuestadoras:

a 2.7.1. Deben acreditar experiencia en tareas similares.

a 2.7.2. Edad entre 30 y 40 años. Sexo femenino.

b 2.7.3. Sus condiciones de carácter deben permitirle una posibilidad de entablar un diálogo productivo con el ama de casa.

b 2.7.4. Debe tener una buena presencia exterior. Deberá saber mantener un adecuado equilibrio entre la necesidad de información y la discreción.

a 2.7.5. Es sumamente conveniente haber

cursado estudios acerca del trabajo que desempeña (asistente social o similares).

a 2.7.6. Es conveniente el conocimiento de la administración de un hogar.

c 2.7.7. Debe ser una persona metódica, con capacidad como para llevar prolijamente anotaciones de modo que puedan ser leídas sin error.

c 2.7.8 Debe acreditar un coeficiente aceptable de anotaciones sin error.

c 2.7.9. Debe tener rapidez mental como para hacer cálculos simples sin ayuda de papel y lápiz.

a, c 2.7.10. Debe conocer el área urbana asignada.

a 2.7.11. Debe estar librada de restricciones familiares o personales que hagan peligrar la continuidad del trabajo.

b 2.7.12. Deberá tener ductilidad para aceptar instrucciones rígidas sobre su trabajo.

18. CURSOS DE ENTRENAMIENTO

Los cursos de entrenamiento son el medio por el cual serán impuestas las normas de trabajo de esta metodología en las personas encargadas de su realización.

Su finalidad y contenido no son iguales para los distintos tipos de niveles de responsabilidad.

En los más elevados el curso se dará a tono con las características de los postulantes.

Deberá ser dictado por una persona o personas que hayan estado íntimamente ligadas a la elaboración de la metodología general, o en su defecto, que conozcan ésta y además tengan amplios conocimientos sobre la teoría en que se apoya.

El dictado del curso para el nivel superior, contendrá en esencia la metodología en sí, precedida de un adecuado resumen de los conceptos teóricos que sustenten la investigación, todo lo cual quedará debidamente explicitado en los programas respectivos. Estarán involucrados en las mismas consideraciones respecto a las siguientes disciplinas:

- a) Economía: en la parte correspondiente a estudios de ingreso y consumo.
- b) Sociología: detallando las características de la metodología aplicada a investigaciones sociales.
- c) Estadística: donde se explicarán conceptos sobre indicadores económicos, en particular de precios, y además elementos de teoría de las muestras.

Quizá sea conveniente que a cada uno de estos aspectos los dicte un especialista en cada una de estas disciplinas.

El curso contendrá una tercera parte que

consistirá en la discusión de los aspectos que susciten dudas para los interesados. En este particular no se procurará una discusión de la metodología sino más bien una conversación esclarecedora de algunos aspectos que ofrezcan dudas y que se le plantean a los jefes.

Se ha de procurar que estos cursos demanden la mínima cantidad de días posible.

Tendrán por lo tanto el carácter de intensivos y durarán una cantidad de horas elevadas por día (alrededor de 8 horas con los descansos).

Para dar mayor agilidad al curso sería conveniente que los interesados vengan a él con el texto de la metodología leído y con las observaciones y dudas anotadas.

Se entiende que el nivel más elevado comprende a los Directores de Encuesta y al Jefe de Operación de Campo para áreas cuyo volumen lo justifique.

El lugar donde es conveniente que sea dictado es en Buenos Aires, hacia donde deberán concurrir los Directores de Encuesta, coincidiendo con la venida a ésta a causa de la formalización de contratos y otros detalles administrativos.

Se prevé un segundo curso cuyo dictado estará a cargo de los Directores de Encuesta bajo la supervisión de algún enviado desde Buenos Aires en representación del Comité Coordinador y que estará dirigido hacia los jefes que participarán del operativo. El mismo se dictará en el área.

Al producirse la transmisión de conocimientos del Director de Encuesta a los Jefes

inmediatos en este curso, habrá una natural condensación del volumen de conocimientos a impartir, la que se considera adecuada en principio para instruir sobre las generalidades del trabajo a los integrantes de este grupo. Este nivel intermedio deberá tener una idea bastante sólida sobre los mismos temas de las instrucciones impartidas al Director de Encuesta, además de un énfasis prolijo sobre el tema del sector a su cargo. A pesar de ese énfasis sobre las características de su trabajo, lo demás jefes participarán en la totalidad de las clases, como adecuada vía para que cada uno sepa lo que hace el vecino y por qué. En esta circunstancia, es responsabilidad del Director de Encuesta impartir las normas de cada sector de trabajo en la forma más precisa y correcta posible. Éstas serán dadas en perfecto acuerdo con la metodología.

En el caso del Jefe de Operación de Campo (y supervisores) se pondrá el acento sobre la parte de la metodología relativa a las instrucciones de los formularios y el uso y finalidad de cada uno de ellos. En esta ocasión el Director de Encuesta debe imponer al Jefe de Operación de Campo de la sección de la metodología que sea de su interés.

Los Jefes de Compilación, Análisis y Tabulación serán depositarios del énfasis sobre las tareas que quedan a su cargo. Además de las nociones generales que han de recibir con el objeto de ubicar al sector dentro del trabajo general como un todo, el Director de Encuesta explicará detalladamente cuáles son las tareas del sector, en qué consisten, cuáles son los elementos de trabajo, cómo deberán ser hechas y sobre todo insistirá sobre la importancia de la precisión en las tareas de transcripción.

El personal encuestador será instruido acerca de la finalidad del trabajo, su justificación y su metodología, pero el acento estará dado principalmente en la enseñanza que deberá recibir acerca de su trabajo específico, el que podrá basarse en las instrucciones ya previstas.

Las instrucciones que han de recibir las en-

cuestadoras tiene otra sección a la que se le asigna verdadera importancia. Se trata de la realización de prácticas en las que el Jefe de Operación de Campo y los supervisores "actúan" como amas de casa y plantean todas las dudas y situaciones posibles a la encuestadora. Salvo las preguntas corrientes, las derivadas de duda relativamente difíciles, estarán orientadas de tal manera que sirvan de eficaz entrenamiento para el personal, de modo que no se deberá insistir en él con casos hipotéticos o extraños. La lista de casos o preguntas difíciles de posible aparición con que se enfrentará la encuestadora, deberá ser tomada por los jefes en base a la experiencia recogida por el grupo de personal que realizó la encuesta piloto. (Ver el título correspondiente.)

Con respecto al personal de compilación se han de explicar los fundamentos de trabajo y se desarrollará el curso con ejercicios prácticos tomados de la encuesta piloto con un encuadre general similar al curso de encuestadoras.

Se combinarán los dictados de los cursos de tal manera que a las clases teóricas concurren la totalidad de los empleados de otros sectores, para que así haya un conocimiento integrado de las diversas tareas que se hacen, siendo por lo tanto más fácil el entendimiento y la justificación de ciertos hechos que la división del trabajo no permitiría conocer una vez comenzado éste.

PROGRAMAS DE LOS CURSOS

Curso para el Nivel de Director de Encuesta

1. Las secuencias de una investigación social. Importancia de la definición de objetivos.
2. Los distintos métodos para el relevamiento de datos. La entrevista: sus limitaciones y ventajas. El formulario. Distintos tipos. Su técnica.
3. Los errores más típicos derivados de su uso.
4. Significado de las variables que han de

ser relevadas en esta investigación. Su definición.

5. Teoría del comportamiento del consumidor: Curvas de indiferencia, el equilibrio del consumidor en función del ingreso. Deducción de la curva individual de demanda en función del precio. Efecto sustitución e ingreso. Elasticidad en función del precio y el ingreso.
6. Hábitos de consumo. Su evolución. Vías de comercialización.
7. Índices de precios. Índices de Laspeyres.
8. Teoría del muestreo. Los distintos métodos. Sus exigencias. Errores de muestreo y de no-muestreo.
9. Metodología para el relevamiento de volúmenes de consumo del área.

Curso para el nivel de Jefes de Sección

1. Los pasos de una investigación. Objeto del trabajo.
2. La entrevista y la técnica del formulario.
3. Los errores más típicos derivados de su uso.
4. Definición de cada una de las variables a relevar.

5. Curvas de demanda. Elasticidad en función del precio y del ingreso.
6. Los hábitos de consumo en función del "status" social.
7. Componentes de un índice de precios.
8. Elementos de muestreo.
9. Sección de la metodología pertinente.

Curso para las encuestadoras

1. Objeto general del estudio.
2. Estudio de las instrucciones a encuestadoras y encuestados. Estudio de la utilización de los formularios.
3. Casos prácticos (práctica intensa sobre la base de casos presentados en la investigación piloto).

Curso para el personal de revisión, codificación, etc.

1. Ídem anterior.
2. Casos prácticos basados en la experiencia de la encuesta piloto.

Tanto el curso para encuestadoras como el curso para el personal de revisión, codificación, etc., serán dados simultáneamente.

19. INVESTIGACIÓN PILOTO: PREPARACIÓN Y REALIZACIÓN

Objeto de la investigación piloto

El objeto de la investigación piloto es poner a prueba el mecanismo a ser usado durante la encuesta. Se trata por lo tanto de verificar paso a paso todas las instancias, tanto administrativas como operativas, que comprenden la tarea principal.

Por supuesto que la finalidad última de la investigación piloto no es meramente poner a prueba el método de la encuesta como un todo evaluándolo total o parcialmente. En realidad la investigación piloto es muy posible que conduzca a efectuar "retoques" que pueden tener o no importancia. Es imposible prever de antemano cuál será la importancia de los ajustes que los resultados de esta investigación traerán aparejados, pero lo que sí es cierto —y la experiencia general así lo corrobora— es que siempre una encuesta piloto origina correcciones en el método general, de diversa importancia según el caso.

Por lo tanto puede definirse el objeto de la investigación piloto de la siguiente manera: "Es una puesta a prueba de todos los elementos operativos integrantes de la metodología general de la encuesta para, por medio de la misma, corregir los desajustes que pueda tener con la realidad".

En segundo lugar, y con el mismo rango de importancia, es preciso comprender que la posibilidad crítica de la investigación piloto respecto a la metodología es total; o sea, que abarca a todos sus elementos, como ser:

a) Definiciones operativas, a ser utilizadas en la encuesta y que en la investigación

piloto demuestren no ser prácticas o relevantes.

- b) Inconvenientes en los formularios, los que pueden presentar problemas de distinta naturaleza:
 - b1) espacios deficientes o exagerados para la inscripción de datos,
 - b2) en los casos que existan respuestas cerradas: existencia de omisiones en alguna categoría, o categorías irrelevantes,
 - b3) omisión de alguna pregunta o dato requerido.
 - b4) o por el contrario, existencia de algún área o pregunta innecesaria,
 - b5) errores en la redacción de las preguntas, porque no se entienden o porque dan lugar a conflictos entre el encuestador e interrogado, o bien porque son susceptibles de varias interpretaciones simultáneas,
 - b6) errores motivados en el orden u oportunidad de cada una de las preguntas,
 - b7) confusión frecuente entre el uso de distintos formularios.
- c) Inconvenientes surgidos de las instrucciones bajo las siguientes formas posibles:
 - c1) Omisiones o excesos en el análisis de un cierto caso.
 - c2) Falta de coordinación o contradicción con algún criterio preestablecido.
 - c3) Falta de claridad o ambigüedad en el texto.
 - c4) Formas incorrectas de establecer criterios sobre instrucciones y énfasis necesarios sobre algunos aspectos problemáticos que se dan particularmente en el área.

- d) Mejoramiento o corrección en el proceder del encuestador, como ser:
 - d1) Frases de presentación, utilización de credencial y manera de comportarse en general,
 - d2) horas en que es más oportuna la visita,
 - d3) frases que hayan tenido más eficacia, para estímulo y para vencer la resistencia de las familias,
 - d4) instrucciones o frases aclaratorias necesarias,
 - d5) relaciones con el supervisor y con la sección administrativa,
 - d6) control de la encuestadora.
- e) Las tareas de cálculo, revisión, codificación, etc. pueden acarrear problemas de distinta índole, entre las cuales pueden destacarse:
 - e1) Desajustes entre cada una de las secuencias del trabajo. En consecuencia se pueden mejorar los pasos de las mismas, probablemente en cuanto a su orden.
 - e2) Pueden surgir algunas modificaciones en las tareas del encuestador que mejoren la comprensión y transcripción de los datos del formulario a la tarjeta perforada.
- f) El curso de entrenamiento será la caja de resonancia de la investigación piloto; porque como resultado de ella se podrán ajustar en las instrucciones a los encuestadores y al resto del personal los criterios definitivos de trabajo. (ver: "Cursos de entrenamiento".)
- g) La investigación piloto permitirá hacer estimaciones de tiempos y de volúmenes de trabajo en los niveles de encuesta, calificación, revisión, perforación, etc. De la misma manera permitirá establecer estimaciones del volumen de material que ha de insumir cada tarea, la cantidad de formularios más convenientes que debe llevar la encuestadora, el tiempo de cada entrevista, etc.
- h) Podrá ser estimado en primera instancia el porcentaje de rechazo.
- i) Eventualmente dará lugar a algunos ajustes presupuestarios.

Preparación y realización de la encuesta piloto

De todos los puntos anteriores se desprende que el responsable de la ejecución de la encuesta piloto deberá producir un informe detallado acerca de las mejoras en la metodología que introduzca esa experiencia.

No hay posibilidad técnica de establecer de antemano en este caso un número de familias a encuestar. Se considera adecuada la cantidad de 20 familias, aunque cuando el 10 % del total de las familias a encuestar supera esa cifra será mejor utilizar ese porcentaje.

Se considera importante no incluir a las familias interrogadas en la encuesta piloto dentro de la encuesta general, en virtud de que se trataría de familias que con toda seguridad no están siendo tratadas en forma idéntica al resto de las integrantes de la muestra definitiva.

El tiempo de duración de la investigación piloto debe determinarse de modo que no entorpezca el inicio de la investigación definitiva, no existiendo sobre este particular ningún criterio metodológico para su determinación. Desde un punto de vista práctico se considera conveniente que se tome un período de dos semanas continuadas. Se entiende que entre el período de investigación piloto y la fecha de comienzo de la encuesta definitiva debe mediar por lo menos una semana, para permitir la introducción, en el material a utilizar, de las modificaciones que puedan surgir, o bien para mejorar el entrenamiento de los encuestadores sobre aquellos tópicos en los que hubieran encontrado dificultades.

Como se ha dicho, la investigación piloto tiene por objeto poner a prueba el aspecto operativo de la metodología general.

Por lo tanto la realización de la encuesta es una repetición "a escala" de todos los pasos que serán utilizados durante el trabajo definitivo.

En consecuencia será cuestión de seguir las indicaciones establecidas en la metodología,

e ir tomando nota de las modificaciones o inconvenientes detectados, tarea que quedará a cargo de un responsable que, preferiblemente, no deberá tener preconceptos acerca de ciertos métodos en particular.

Las únicas diferencias entre la encuesta piloto y la definitiva son:

- 1) Se trabajará con un número limitado de familias (ya establecido) y de encuestadoras.
- 2) Los resultados obtenidos no serán computados para la estimación general.
- 3) No se publicitará.
- 4) Abarcará un corto lapso (puede ser dos semanas).

Entonces, reiterando, la investigación piloto comprenderá todas las secuencias operativas de la metodología general, desde la selección del personal hasta la tabulación de los resultados.

La información procedente de la misma puede llegar a ser de utilidad para reforzar criterios establecidos en el diseño de la muestra. Por ese motivo, y como el tipo de información depende del método de muestreo que se tiene pensado, ese queda librado a ésto, debiendo ser detallado en su oportunidad, así como la manera más conveniente de seleccionar las familias, que en caso de no existir otra indicación, deberá ser al azar dentro de las familias del marco.

20. ANÁLISIS DE CONSISTENCIA DE LA INFORMACIÓN

Se realizarán controles de la información recogida a dos niveles:

- a) análisis de los gastos e ingresos de cada familia,
- b) análisis de la información a través de los precios unitarios pagados por cada artículo.

a) Gasto e ingresos de cada familia

Este control se realizará mes a mes, tomando como datos el total de ingresos netos percibidos por la familia y el total de gastos, definidos como sigue:

Total de ingresos netos: Ingreso bruto de la actividad principal, o sea: salario básico; más salario familiar; más subsidio por antigüedad; más primas por calificación, puntualidad, asistencia, etc.; más bonificaciones o premios a la producción, por incentivación, etc.; más horas extras. A este total se le restará el descuento jubilatorio y cualquier otro descuento que no dé lugar a una contraprestación de servicios (p. ej.: descuento para Fondo Nacional de Turismo, o como contribución extraordinaria por algún evento fortuito, como ser inundaciones, etc.).

El monto de los descuentos que dan lugar a una contraprestación de servicios se considerarán dentro del ingreso y serán anotados también como gasto.

A este resto deberá sumársele el ingreso total proveniente de changas o trabajos transitorios y el estimado por producción propia (ver "Problemas especiales").

Total de gasto: En la sumatoria de lo pagado por todos los bienes consumidos y servicios utilizados, al contado, durante el mes, más las cuotas de crédito, más los anticipos por créditos que se hayan sacado en dicho mes, más el valor de los descuentos que dan lugar a una contraprestación de servicios (p. ej.: cuota de obra social, cuota sindical, cuota para proveeduría, cuota por embargo, etc.).

Ambos datos serán comparados mensualmente y se establecerá el déficit o superávit para cada familia. Estas diferencias deberán ser consideradas un indicador de la calidad de la información proporcionada.

En los bajos niveles de ingreso dentro de los cuales se realizan estas investigaciones, se presupone que la propensión al ahorro es igual a cero, de modo que las diferencias positivas superiores al orden de un 10 % del ingreso, repetidas a lo largo de más de tres meses, deberán considerarse producto de deficiencias en la información. Este criterio será, por supuesto, elástico, y quedará librado hasta cierto punto a la opinión del Director de la Encuesta; así, por ejemplo, una familia puede hallarse construyendo y por ello deprimir sus consumos durante un cierto número de meses, apareciendo luego un gasto importante en artículos para la construcción.

Los endeudamientos crónicos serán también considerados producto de mala información especialmente en lo referente a ingresos; en efecto, puede obedecer al ocultamiento de una fuente de ingresos transitorios o permanentes. En cuanto a la consideración de la bondad

de la información, se repite aquí lo dicho para el caso de los superávit.

En cualquiera de los dos casos, déficit o superávit, se tratará de verificar o corregir la situación con la familia encuestada. La falta de explicación satisfactoria y la repetición de la situación en el transcurso de tres meses, determinará la eliminación definitiva de la familia.

b) Análisis de la información a través de los precios unitarios

Esta prueba tiende a detectar los errores de codificación o de anotación en que se haya incurrido, siendo también un control adicional para la perfoverificación.

Una vez finalizada la total perfoverifica-

ción de los datos correspondientes a un mes, se obtendrá un listado de los mismos clasificados por artículo, según Código Analítico, y dentro de cada artículo, ordenado por cantidad consumida en orden creciente. De este modo se tendrán los valores pagados por las distintas unidades de un mismo artículo. Cualquier valor discordante con el precio unitario corriente, que se habrá verificado en las bocas de expendio (ver apartado "Captación de precios"), podrá observarse a simple vista y será detectado inmediatamente en el cuadernillo y día que le correspondiere. Podrá verificarse así cuál es el error cometido (mala anotación, mal codificado, mal perforado) procediendo a su inmediata corrección en la ficha mecánica.

21. PROBLEMAS ESPECIALES

La experiencia recogida en las investigaciones anteriores realizadas por el Comité Coordinador ha evidenciado ciertos aspectos que influyen negativamente en el relevamiento de la información básica. Éstos problemas son tratados en particular y se consideran soluciones para los mismos.

1. Compras a Crédito

La adquisición de bienes mediante el crédito y en particular a través de su forma más popularizada, el pago en mensualidades, puede llegar a jugar un rol altamente significativo en la determinación y estructura del consumo familiar en la medida en que la oferta generaliza esta modalidad.

A título de ejemplo y tomando un caso extremo, recordemos que como consecuencia del éxito obtenido en 1920 por la industria automotor de los EE.UU., en el logro de mayor demanda mediante la venta de automóviles en mensualidades (demanda ésta proveniente de sectores de moderados ingresos) otras ramas de la industria productora de bienes durables adhirió al sistema llegándose a alcanzar una evolución tal que a fines de 1955 quedaban pendientes más de 20.000 millones de dólares a crédito, lo que representaba a esa fecha el 9 % del ingreso total de la población.

Es evidente que este sistema provoca un desplazamiento del consumo hacia los bienes durables o semidurables, que son los que en general se ofrecen en mensualidades, a costa de una menor demanda de bienes de uso úni-

co que se ve limitada por la reducción de los medios de pago del consumidor, que ha comprometido parte de su ingreso en la amortización de cuotas a más o menos largo plazo.

Puede argumentarse al respecto, que la finalidad de la encuesta no es la de formular postulaciones de Teoría Económica, sino conocer la realidad local sobre la composición del consumo de un determinado panel de familias, y a partir de ella seguir la evolución de los precios. Sin embargo no es menos cierto que por el efecto que el sistema que nos ocupa, produce en la estructura del consumo, haciendo peligrar el supuesto de inalterabilidad de la canasta a través del tiempo y aún en la forma clásica de determinar los bienes que la integran y su ponderación, resulta importante medir su influencia y el grado de desarrollo alcanzado en cada área.

Desde un punto de vista más practicista, el problema plantea dos aspectos no menos importantes:

1) Creando una imagen falsa de estacionalidad: la necesidad de algunas industrias de eliminar parte de sus existencias en cualquier época del año, afectadas por un exceso de stock a consecuencia de fenómenos coyunturales, puede inducirlas a ofrecer condiciones excepcionales de crédito lo cual abultará las adquisiciones de esos artículos en ese momento. Esto podría llevar en la confección del presupuesto básico, a caracterizar al bien o los bienes en cuestión como estacionales, si se los computa en el momento de la adquisición. Es obvio hacer notar la distorsión que esta falsa caracterización puede producir en

la determinación de la estructura del consumo, en los ajustes que se realicen en la fórmula y al posterior seguimiento de los precios.

2) Discrepancia con los precios "al contado".

En general los precios de los bienes adquiridos a crédito sufren un incremento independiente de las tasas de interés o descuento determinadas en el compromiso. Incremento que se hace más significativo cuanto mayor liberalidad se da al sistema (requisitos de antigüedad en el trabajo, garantías solidarias o a sola firma, etc.).

La determinación de los precios, entonces, mediante la captación de su cuantía "al contado" para determinados bienes donde el crédito se encuentre lo suficientemente desarrollado, puede llevar a conclusiones alejadas de la realidad.

Este problema presenta algunos matices de difícil solución en lo que respecta a la posibilidad de detectarlos. En efecto, a diferencia del primer problema mencionado que influye exclusivamente en bienes de uso durable o semi-durable adquiridos por el sistema de cuota mensual, en este caso juegan también los bienes de uso único que se adquieren mediante el crédito a 30 días.

El caso típico de la "libreta de almacén" constituye uno de los factores que ubican a este tipo de comercios en un mercado de competencia monopólica, con la consecuente elevación de los precios; y, como decíamos, puede resultar difícil detectar estos incrementos. Sin embargo en la medida que se investigue exhaustivamente la influencia del crédito en una comunidad, su grado de desarrollo o estado de evolución, sus modalidades y alcances se estará en mejores condiciones de lograr un indicador más ajustado a la realidad.

En la Argentina esta forma de compra, que aparece como emergente en el comercio, introduce variables en el relevamiento y procesamiento de la información que deben considerarse en especial.

La familia adquiere un bien, de cuyo uso dispone inmediatamente, realizando su pago

en un lapso más o menos largo. El objetivo general de la encuesta es conocer la distribución del gasto familiar y la participación de cada consumo, a fin de disponer de los valores medios de ponderación de cada uno. Cabe entonces preguntarse cómo debe consignarse el gasto, si de acuerdo al valor del bien o al de las cuotas mensuales que le corresponden.

Una primera aproximación al problema parece indicar dos cosas: 1º Una cierta constancia en el valor de las cuotas independientemente del valor final del bien y 2º Que los plazos se condicionan por el valor de la cuota mensual. Es decir que el elemento que aparenta mayor constancia en este problema es el valor cuota. Esto debe ser tenido en cuenta al encarar la captación ulterior de precios.

Por otra parte deben considerarse las características especiales de gran parte de los artículos comprados a crédito. Su compra no es frecuente, esto hace que la seguridad de la información captada esté sujeta a un error estadístico grande. Se debe tratar entonces de someter a la información relevada a un tratamiento que mantenga el error dentro de un límite aceptable.

Todo lo dicho implica la necesidad de realizar junto con la investigación un análisis exhaustivo de las condiciones en que se obtiene el crédito en cada zona.

11. Caracterización de la Compra

A fin de lograr una aproximación a este tipo de compras se ha entendido conveniente intentar una caracterización de las mismas considerando:

a) *Tipo de Bien*

En función de la forma en que se da el consumo del mismo en cuanto al tiempo y a las características propias del bien. Se han considerado tres tipos:

— Bienes durables: Aquéllos de larga vida útil y cuya valorización se mantiene prácticamente constante a través del

- tiempo (terrenos, casas, departamentos).
- Bienes Semidurables: Su vida útil no es mayor de quince años y su valorización no deteriora rápidamente (heladeras, televisores, artículos eléctricos y de uso doméstico, etc.).
- Bienes de Consumo Inmediato: Son bienes de uso de corta vida útil siendo la indumentaria el ejemplo más adecuado.

Cada uno de ellos queda abierto teniendo en cuenta:

b) Tipo de Crédito

Este se define en función de las variables que lo constituyen; a saber:

- Forma de pago: Se consideran las modalidades usuales en el comercio para la integración del crédito acordado.
- Plazo: Lapso durante el cual se extiende el pago del crédito.

- Monto: El valor total del bien considerándose incluido el costo de la financiación y todo otro gasto que haga a la operación de crédito. O sea, que se incluye en el monto todo servicio pagado por el comprador.

El cuadro que sigue vuelca las formas y valores más comunes de compra a crédito, habiéndose limitado los mismos, a los efectos de este trabajo, considerándose las características de los estratos socio-económicos de las Encuestas de Costo de Vida en lo que hace a su poder de compra.

Este cuadro ha sido elaborado en base a una investigación de campo, realizada mediante entrevistas a tres casas de créditos globales, cinco casas de venta de artículos para el hogar, tres inmobiliarias y cinco casas de artículos de indumentaria.

Tipo de Bien	Durable	Semi-Durable	Consumo
Formas de pago	—Contado y cuotas —Totalmente en cuotas	—Entrega Unidad y cuotas —Totalmente en cuotas	Totalmente en cuotas
Plazo	—Más de 5 años	—Entre 8 y 48 mensualidades	Entre 5 y 12 cuotas
Monto de la cuota	—Entre m\$n. 2.000 y m\$n. 8.000	—Entre m\$n. 1.000 y m\$n. 8.000	Entre m\$n. 1.000 y m\$n. 5.000

En el Cuadro precedente puede observarse una coincidencia en el valor de las cuotas —entre m\$n. 2.000 y 5.000— independiente del tipo de bien, de la forma de pago y del monto final de la compra. Esta situación que se entiende responde a condiciones de la demanda de crédito, daría la mayor respuesta por parte de las familias usuarias de este tipo de compra.

De darse en las ciudades a investigar esta forma de comportamiento que se presenta como hipotética, se obtendrá en el modelo el valor cuota como variable independiente funcionando la forma de pago y los plazos como variables dependientes de la anterior.

1.2. Relevamiento y Seguimiento de la Información.

La diversidad en el destino del ingreso, en la modalidad de compra a crédito, y los tamaños de las muestras de las investigaciones, se presentan como dificultad de importancia para:

- la calificación del gasto,
- el posterior seguimiento de los precios que configuran el gasto.

El gasto, en lo que hace a los bienes durables y semi-durables, teniendo en cuenta la poca frecuencia de los mismos, puede asignarse más a la cuota como tal que al objeto de

la compra. Por lo visto más arriba, la cuota puede ser única variable independiente en la compra a crédito de estos bienes, de tal manera que es decisiva en la determinación de la cantidad que se adquirirá. En última instancia podría decirse que el consumidor se comporta como un comprador de cuotas. La baja dispersión supuesta en el valor de las cuotas (ver cuadro) darán validez estadística a lo dicho y simplificarán la tarea de seguimiento.

No ocurre lo mismo con los bienes de consumo, indumentaria en especial, en lo que hace a la frecuencia de compra. Para este caso se propone la asignación del valor pagado por cada compra, al bien o bienes en cuestión, pero incluyendo en su valor todos los gastos en que incurre el comprador en el crédito, distribuidos éstos proporcionalmente al valor de cada artículo incluido en el total del crédito.

1.3. Forma de Operación.

Tomando en consideración todo lo dicho, se propone la siguiente forma de operación con las compras a créditos:

- a) Aplicar un primer formulario que considere todas las variables analizadas a fin de determinar las modalidades de compra a crédito de la ciudad a investigar. El objetivo es poner a prueba la hipótesis de comportamiento que avale el criterio de independencia de la cuota y la operación que se propone.
- b) Releva mensualmente todas las variables que hagan a las operaciones iniciadas en ese mes a fin de comparar con las detectadas en el punto anterior.
- c) Releva mensualmente todos los consumos y gastos realizados a crédito.
- d) Asimilar los gastos en bienes de consumo inmediato a los gastos pagados al contado en el mes en que se realizó la compra, con el valor con el cual aparece en el crédito. En cuanto a los costos del servicio de crédito, éstos se sumarán al valor del bien

comprado. En el caso en que con un mismo crédito se compren varios bienes, estos costos serán distribuidos proporcionalmente al valor de cada compra. Esta elaboración se llevará a cabo únicamente a efectos de efectuar el cálculo del balance de las familias y para la formación del presupuesto final, tanto anual como mensual. (Para seguimiento de precios, ver más adelante punto g.)

- e) Incorporar los gastos en créditos de los bienes semi-durables en un título único que podría ser Crédito para Equipamiento Familiar, donde el gasto es la cuota media mensual de la muestra y el factor de ponderación el número de cuotas correspondientes a bienes durables bajo un título especial (cuota para Compra Terreno y Vivienda).
- f) Para el seguimiento de precios se procederá así: los valores de las cuotas se actualizarán con el valor de la cuota ponderada de las casas de crédito. Se propone para ello buscar una correlación entre la cuota media de la muestra en cada ciudad con la cuota media de las casas de crédito, a fin de elaborar un factor que permita actualizar la cuota periódicamente. Esto, aplicable a las compras de bienes semi-durables, se entiende que puede extenderse a los bienes durables con un sistema similar.
- g) El seguimiento de precios de los productos de consumo inmediato comprados a crédito se realizará de la misma manera que el de los comprados al contado. Se tomará como precio base el valor del bien en su forma de contado, sin tener en cuenta costos del crédito por imposibilidad de actualización.

2. Gastos de Vacaciones.

Dentro de los gastos que realiza la familia, es cada vez más habitual el gasto de vacaciones fuera del hogar. Si bien en las familias de menores ingresos aparece con menor frecuencia que en las de ingresos superiores, el turis-

mo social es una de las razones que motivan una mayor participación de aquellas clases en este tipo de consumo.

Independientemente de las formas tradicionales de vacaciones fuera del hogar, se presenta una forma especial de cierta importancia observada en anteriores investigaciones. Ésta consiste en el traslado de la familia a otras zonas o provincias donde viven familiares en cuyos domicilios habitan durante el período.

El relevamiento de los gastos durante este lapso y su caracterización para su posterior seguimiento constituye uno de los problemas a encarar en la Investigación que nos ocupa.

La gran importancia relativa de estos gastos impide que se los deseche. No es difícil que en esta forma de consumo se canalice ahorro o que se produzca endeudamiento por aparecer gastos no habituales que expanden los consumos.

Los aspectos más importantes a señalar en este Punto son los siguientes:

- 1.1. El relevamiento y control habitual de los gastos durante el período de vacaciones es imposible por el mismo traslado de la familia.
- 1.2. Los bienes y servicios y sus precios están sujetos a la siguiente situación:
 - a) Se realizan fuera del área de investigación.
 - b) La distribución del gasto se ve afectada por modalidades propias de la zona de traslado.
 - c) En el caso de incluirse la familia en planes de turismo social, gran parte de los consumos habituales, se resumen en un único gasto.
 - d) En el caso de traslado a casa de familiares, sus gastos en alimentos admiten distintas alternativas en cuanto al pago o compensación.
 - e) Es imposible solicitar a la familia que anote discriminadamente sus gastos con el detalle que lo hace en su domicilio habitual.

Todo lo dicho aconseja, para salvar la diversidad y mantener la validez de la información básica, relevar los gastos de este período como un gasto único sin más discriminación que los de traslado y gastos en el lugar.

Se entiende que el relevamiento del gasto global es relativamente sencillo considerando que la familia debe disponer del dinero en efectivo al realizar el traslado al lugar de vacaciones.

En cuanto al seguimiento de estos gastos a través del tiempo:

- El costo del traslado puede mantenerse por la evolución de las tarifas de transporte.
- En lo que hace a los gastos en el lugar se presenta como único valor con posible relevamiento permanente el de turismo social. Por esto se propone asimilar a este valor los gastos totales de la familia y actualizarlos de acuerdo a la evolución del costo del turismo social.

3. Gastos del Marido fuera del Hogar.

Este problema tiene dos causas que deforman la información captada subvalorizándola:

- ocultamiento del gasto.
- falta de información.

Teniendo en cuenta que en las investigaciones anteriores realizadas el miembro informante principal era el ama de casa, la deformación de este relevamiento se hace permanente y por otra parte facilita la actitud reacia del marido a suministrar la distribución de sus gastos.

Es por esto que se considera conveniente incluir al marido como informante permanente con una planilla propia a llenar en entrevistas.

Considerando además las características de los gastos de este miembro de familia —gastos habituales— es que se entiende que puede tener carácter de informante periódico.

A fin de facilitar la entrevista se propone

también que la misma sea realizada por personal masculino del equipo de investigación y si es posible fuera del ámbito del hogar.

También se entiende conveniente realizar las entrevistas en parte guiadas para cierto tipo de gasto habitual en el hombre y que no han aparecido en otras investigaciones con el peso que se entiende realmente tiene. Tal sería el caso de cigarrillos, diarios, revistas, billetes de lotería, transporte al lugar de trabajo, gasto en café y bebidas, etc.

Para facilitar la aproximación, al marido se propone informarlo de los objetivos de la investigación en forma individual y de los alcances de la misma. Y de disponerse de los fondos necesarios, incluir en los sorteos mensuales productos que sean especiales para los jefes de familia.

Todo lo dicho tiene como objetivo salvar la

resistencia adicional a proporcionar información.

4. Bienes de Producción Propia

Es frecuente encontrar, especialmente en ciudades del interior del país, familias que poseen una pequeña huerta o animales de corral de los cuales obtienen productos que destinan al consumo propio o, parcialmente, a la venta a terceros.

Esta circunstancia plantea dos tipos de problemas derivados del uso que se dé a los bienes así obtenidos. Si la familia consume estos productos, al indicársele al ama de casa que anote sólo aquellas cosas que compra, aparecerán deprimidos los consumos de los mismos. Por lo tanto se estima que es necesario que los informantes declaren también todo artículo que consuman proveniente de su huerta o corral.

22. ELIMINACIÓN DE FAMILIAS INFORMANTES

En esta investigación, las unidades de relevamiento de la información básica tienen una definición muy estricta, lo que hace que los cambios que se den en la misma exijan su eliminación.

Por otra parte existen situaciones derivadas de deficiencias en la información que deben ser consideradas a fin de fijar un criterio de eliminación de las familias.

Esas situaciones se conocen en base a experiencias anteriores obtenidas a través de investigaciones realizadas.

La eliminación de las familias puede darse durante la investigación o al final de la misma cuando se realizan las elaboraciones últimas en gabinete.

En lo que sigue se darán los criterios a seguir para la eliminación de familias, encarándose la misma a partir de las distintas causas que la motivan.

1. Cambios en la Definición de la Familia.

— *En cuanto al número de miembros.*

Toda variación en la composición de la familia es motivo de su eliminación. (Ej.: nacimiento de un nuevo hijo, agregado de un colateral, etc.).

— *En cuanto al nivel ocupacional.*

Los cambios de ocupación del jefe de familia no son causa de eliminación mientras la nueva ocupación se mantenga dentro de las ramas de actividad que se estudian. Los cambios por promoción dentro de su ocupación más allá de los niveles definidos para el jefe de familia-tipo, eliminan la familia del panel.

— *En cuanto a los ingresos.*

La aparición de otros ingresos además del resultante de la ocupación principal del jefe de familia (por segunda ocupación, trabajo de otros miembros de la familia), es causa de eliminación.

Una situación particular plantean las "changas" o trabajos circunstanciales de algún miembro de la familia. Al respecto se entiende que las mismas son causa de eliminación de la familia si se dieron durante un período continuado de por lo menos tres meses (lo cual llevaría considerarlos doble ocupación) y si su monto fuera mayor, como promedio mensual, al 10 % del ingreso permanente en igual período.

2. Calidad de la Información Proporcionada por la Familia.

Los balances mensuales para cada familia señalan diferencias entre los ingresos y los gastos. Una de las causas más importantes de esta situación, es la mala información suministrada por la familia, o sea el ocultamiento de consumos. Al respecto se entiende que, independientemente de las medidas que se tomen para mejorar la calidad de los datos, las diferencias son causa de eliminación a partir de ciertos valores. Se propone la eliminación de las unidades informantes cuando por tres períodos consecutivos las diferencias positivas o negativas sean superiores al 10 % del ingreso familiar. Se toma el límite de tres períodos por estimarse que es un lapso suficiente

para apreciar la evolución de la familia, dada la modalidad de relevamiento adoptado.

Independientemente de la deficiente información que se detecta a través del balance, debe considerarse la información defectuosa del ama de casa en cuanto a la situación en general, que puede ser motivo de eliminación. Así, por ejemplo, si a pesar de que el balance no mostrara diferencia importantes, se observara que una determinada familia declara consumos poco consistentes (p. ej.: compra de especies en forma constante, o no aparición de carne ni leche, etc.), se descartará la información que hubiera proporcionado hasta ese momento.

3. Situaciones Especiales.

- a) Ingresos Eventuales que pueden darse por distintas causas (herencia, quiniela o lotería, etc.), si son superiores en el lapso de la investigación al ingreso medio mensual, deben ser motivo de eliminación.

Una situación especial pueden plan-

tear la obtención de bienes. Al respecto, si los mismos no modifican la conformación del gasto de la familia (como puede ser una heladera, un terreno) no son causa de eliminación.

Sí lo son si modifican el consumo o lo derivan a otros bienes (una orden de compra en negocios minoristas).

- b) El desempleo del jefe de familia implica una modificación total de los consumos y su ponderación. Por lo tanto, se considera que debe ser eliminada la familia del panel si la situación se prolonga por más de un mes.
- c) La ausencia de la familia durante un lapso superior a dos períodos debe ser motivo de eliminación de la misma. Se entiende que dos períodos es el aporte mínimo aceptable de información de cada unidad familiar a la investigación.

La ausencia eventual de un miembro de la familia o el agregado de otra persona durante lapsos no mayores a 15 días, se entiende que es aceptable para el total del año y para cada familia.

23. COMPILACIÓN MECÁNICA

23.1. PLAN DE TABULACIONES Y PLAN DE CUADROS

Se ha resuelto distinguir, a los fines de la claridad en la exposición y en las instrucciones que se han de dar a las distintas áreas, entre las tabulaciones a efectuar y los cuadros finales que deberán ser presentados.

Se denomina, a los efectos de este trabajo, *plan de tabulaciones* al conjunto de los cabeciales de los tabulados tal como se obtendrán del proceso de compilación mecánica, con el complemento de algunos cálculos manuales. En algunos casos esto último se debe a la capacidad de cálculo diferencial de los distintos equipos mecánicos.

El *plan de cuadros* está integrado por el conjunto de cabeciales de los cuadros que deberán ser presentados por las áreas, resumiendo los resultados obtenidos.

Obviamente las tabulaciones constarán de más columnas que los cuadros, pues allí se reflejarán los pasos intermedios para llegar a

los cálculos finales, cálculos que no son necesarios a los efectos de la presentación de los cuadros.

Tanto las tabulaciones como los cuadros que son su consecuencia han sido pensados teniendo en cuenta los objetivos de la investigación y la posibilidad de mantener la comparabilidad con los estudios del mismo tipo ya realizados en otras áreas.

Se ha puesto especial cuidado en la definición exhaustiva de cada uno de los conceptos que en ellos se incluyen.

Para las tabulaciones y cuadros N° 2 y 3 no se prevén elaboraciones mensuales, como en el caso del N° 1, pues teniendo en cuenta que las muestras a utilizar serán relativamente reducidas, no puede suponerse que el análisis de la estacionalidad que presentan los distintos artículos (objetivo de la obtención de tabulaciones y cuadros mensuales para el cuadro N° 1) sea válido a nivel de escala de ingresos o de categoría ocupacional.

PLAN DE TABULACIONES

I. Tabulación N° 1 mensual

Artículo (1) (A)	Cantidad Total (B)	Importe Total (C)	Cantidad (2) Media Mensual (D)	Importe Medio (2) Mensual (E)	Precio (3) Unitario (F)

(1) El código de artículo incluye la unidad de medida.

(2) En los casos en que no se cuente con dispositivo de cálculo, esta columna deberá ser calculada manualmente y agregada.

(3) Esta columna se calculará manualmente.

Subtotales y totales previstos

- a) por artículo a nivel de Código Reducido en Importe Total e Importe Medio Mensual. Cuando las unidades de medida sean homogéneas se totalizará también en cantidad total y cantidad media mensual;
- b) por subgrupo (ej.: carnes, aves, pescados y fiambres) en Importe Total e Importe Medio Mensual;
- c) por capítulo (ej.: alimentación) en Importe Total e Importe Medio Mensual;
- d) total general en Importe Total e Importe Medio Mensual.

Definiciones

Columna A: Artículo. N° de código del artículo consumido, el cual incluye el tipo de envase y el gramaje. Los artículos serán agrupados en Código Reducido dentro del cual se consideran distintos tipos de envases y gramaje de un mismo artículo. (Ej.: el Código Reducido.)

00324 (Aceitunas)

comprende los códigos analíticos:

0032401 (Aceitunas sueltas)
0032402 (Aceitunas env., fco. 250 grs.)
0032403 (" " " 500 ")
0032404 (" " sachet)
etc.).

Columna B: Cantidad Total. Cantidad total del artículo "i" durante el mes "j" por todas las familias.

Columna C: Importe Total. Importe Total gastado en el artículo "i" durante el mes "j" por todas las familias.

Columna D: Cantidad Media Mensual. Cantidad del artículo "i" consumida durante el mes "j" por cada familia. Resulta de B/N siendo N = n° total de familias intervinientes.

Columna E: Importe Medio Mensual. Importe gastado en el artículo "i" por cada familia durante el mes "j" correspondiente. Resulta de C/N.

Columna F: Precio Unitario. Precio promedio pagado por cada unidad del artículo "i" en el período de referencia, mes "j". Resulta de C/B y será agregada manualmente. (Esto depende, obviamente, del equipo que se utilice.)

II. Tabulación N° 1, Anual.

Artículo (A)	Cantidad Total (B)	Importe Total (C)	Cantidad media mensual p/fam. (D)	Importe Medio mensual p/fam. (E)	Precio Unitario (F)

Como en el caso del tabulado mensual, las columnas D y E se calcularán manualmente en el caso que el equipo carezca de dispositivo de cálculo. La columna F será calculada manualmente en todos los casos.

Los subtotales y totales serán los mismos previstos en el tabulado mensual.

Definiciones

Columna A: Artículo. Ídem columna (A) tabulado mensual.

Columna B: Cantidad Total. Cantidad total del artículo "i" consumida por todas las familias durante el año de la encuesta.

Columna C: Importe Total. Importe total

gastado en el artículo "i" por todas las familias durante el año de la encuesta.

Columna C: Importe Total. Importe total gastado en el artículo "i" por todas las familias durante el año de la encuesta.

Columna D: Cantidad Media Mensual por Familia. Cantidad promedio del artículo "i" consumida por cada familia en un mes. Resulta de: B/N' donde

$$N' = \Sigma N_1 + N_2 + N_3 + \dots + N_{12},$$

o sea el número total de familias participantes en el año.

Columna E: Importe Medio Mensual por Familia. Importe promedio gastado en el artículo "i" por cada familia en un mes. Resulta de C/N' .

Columna F: Precio Unitario. Precio promedio pagado por cada unidad del artículo "i" en el período correspondiente (el año de la encuesta). Resulta de C/B .

III. Tabulado N° 2, Anual.

Nivel de Ingresos (A)	Artículo (B)	Cantidad Total (C)	Cantidad media mensual (D)	Importe Total (E)	Importe Medio Mensual (F)	Cant. medio mens. p/fam. (G)	Importe medio mens. p/fam. (H)

Como en los casos anteriores las columnas D y F se calcularán manualmente cuando no se disponga de multiplicadora. Cuando se posea este dispositivo se podrán calcular mediante él, pues el multiplicador será constante (1/12); es precisamente para el mejor aprovechamiento de esta posibilidad que se incluyen estas dos columnas, a fin de simplificar el cálculo posterior, manual, de las columnas G. y H. Estas dos últimas no es posible calcularlas a máquina pues como es obvio, el número de familias no se mantiene constante para todos los niveles de ingreso.

Los subtotales y totales a obtener son los siguientes:

- por artículo (Código Reducido) en Importe Total, Importe Medio Mensual e Importe Medio Mensual por Familia, a nivel de escala de ingresos. Cuando las unidades de medida lo permitan, por ser homogéneas, se totalizará a los mismos niveles en cantidad total, cantidad media mensual y cantidad media mensual por familia;

- por subgrupo, en Importe Total, Importe Medio Mensual e Importe Medio Mensual por Familia, a nivel de escala de ingresos;
- por capítulo, en Importe Total, Importe Medio Mensual e Importe Medio Mensual por Familia, a nivel de escala de ingresos;
- total general, en Importe Total, Importe Medio Mensual e Importe Medio Mensual por Familia, a nivel de escala de ingresos.

Definiciones

Columna A: Nivel de Ingresos. Se tomará la media aritmética de los ingresos percibidos durante el año. Los mismos serán consignados según una escala construida en cada caso particular.

Columna B: Artículo. Ídem columna (A) tabulado N° 1.

Columna C: Cantidad Total. Cantidad total del artículo "i" consumida durante el año por

todas las familias del nivel de ingresos correspondiente.

Columna D: Cantidad Media Mensual. Cantidad promedio mensual del artículo "i" consumida por todas las familias del nivel de ingresos correspondiente. Resulta de C/12.

Columna E: Importe Total. Importe total gastado en el artículo "i" por todas las familias del nivel de ingresos correspondiente, durante todo el año.

Columna F: Importe Medio Mensual. Importe promedio mensual gastado en el artículo "i", por todas las familias del nivel de ingresos correspondiente durante todo el año. Resulta de E/12.

Columna G: Cantidad Media Mensual por Familia. Cantidad promedio mensual del artículo "i" consumida por cada familia del nivel de ingresos correspondiente. Resulta de D/n_(1,2 ..., n), donde n = n° promedio de familias del nivel de ingresos 1,2, ..., n) que han trabajado por mes.

Columna H: Importe Medio Mensual por Familia. Importe promedio mensual gastado en el artículo "i" por cada familia del nivel de ingresos correspondiente. Resulta de F/n.

IV. Tabulado Nº 3, Anual.

Categoría Ocupacional (A)	Artículo (B)	Cantidad Total (C)	Cantidad media mensual (D)	Importe Total (E)	Importe Medio Mensual (F)	Cant. medio mens. p/fam. (G)	Importe medio mens. p/fam. (H)

Para este tabulado son válidas las mismas observaciones hechas en el caso del tabulado Nº 2 en cuanto al cálculo de las distintas columnas.

Los subtotales y totales a obtener son los siguientes:

- a) por artículo (Código Reducido) en Importe Total, Importe Medio Mensual e Importe Medio Mensual por Familia, a nivel de categoría ocupacional. Cuando las unidades de medida sean homogéneas, se totalizará a los mismos niveles en Cantidad Total, Cantidad Media Mensual y Cantidad Media Mensual por Familia;
- b) por subgrupo, en Importe Total, Importe Medio Mensual e Importe Medio Mensual por Familia, a nivel de categoría ocupacional;
- c) por capítulo, en Importe Total, Importe Medio Mensual e Importe Medio Mensual por Familia, a nivel de categoría ocupacional;

sual por Familia, a nivel de categoría ocupacional;

- d) Total general, en Importe Total, Importe Medio Mensual e Importe Medio Mensual por Familia, a nivel de categoría ocupacional.

Definiciones

Columna A: Categoría ocupacional. La categoría ocupacional declarada por el empleador, según categorización que se prevea. A los fines de evitar, por un lado una múltiple categorización que puede producir una dispersión de los datos que torne imposible todo análisis, y por otro, la incidencia de niveles de ingresos muy distintos para la misma categoría ocupacional. (Ej.: un empleado en dependencia de la Administración Nacional en la provincia y en oficinas de la Administración Provincial) se recomienda la utilización

de una categorización en extremo simple. La misma distinguiría sólo las tres categorías siguientes:

- Empleados.
- Obreros calificados.
- Obreros no-calificados.

Los semi-calificados quedarían en principio asimilados a los no-calificados, debiendo estudiarse los casos particulares.

Columna B: Artículo. Ídem tabulado N° 1, mensual.

Columna C: Cantidad Total. Cantidad total del artículo "i" consumida durante el año por todas las familias de la categoría ocupacional correspondiente.

Columna D: Cantidad Media Mensual. Cantidad promedio mensual del artículo "i" consumida por todas las familias de la categoría ocupacional correspondiente. Resulta de $C/12$.

Columna E: Importe Total. Importe total gastado en el artículo "i" por todas las familias de la categoría ocupacional correspondiente durante el año.

Columna F: Importe Medio Mensual. Importe promedio mensual gastado en el artículo "i" por todas las familias de la categoría ocupacional correspondiente. Resulta de $E/12$.

Columna G: Cantidad Media Mensual por Familia. Cantidad promedio mensual del artículo "i" consumida por cada familia de la categoría ocupacional correspondiente. Resulta de $D/n_{1,2, \dots, n}$, donde $n_{1,2, \dots, n}$ que han trabajado por mes.

Columna H: Importe Medio Mensual por Familia. Importe promedio mensual gastado en el artículo "i" por cada familia de la categoría ocupacional correspondiente. Resulta de $F/n_{1,2, \dots, n}$.

PLAN DE CUADROS

I. Cuadro N° 1, Mensual.

Artículo (A)	Unidad de Medida (B)	Cantidad Media Mensual (C)	Importe Medio Mensual (D)	Precio Unitario (F)

Se totalizará de igual manera que en el tabulado correspondiente.

Definiciones:

Columna A: Artículo. Nombre del artículo consumido con especificación de tipo de envase y gramaje.

Columna B: Unidad de Medida. Unidad en que se mide el artículo (kg. 1, unidad, m, etc.).

Columna C: Cantidad Media Mensual. Ídem columna D, tabulado N° 1, mensual.

Columna D: Importe Medio Mensual. Ídem, columna E, tabulado N° 1, mensual.

Columna E: Precio Unitario. Ídem, columna F, tabulado N° 1, mensual.

II. Cuadro N° 1, Anual.

Artículo (A)	Unidad de Medida (B)	Cantidad Media Mensual p/Flia. (C)	Importe Medio Mensual p/Flia. (D)	Precio Unitario (F)

Los subtotales y totales serán los mismos que en el tabulado N° 1, anual.

Definiciones

Columna A: Artículo. Ídem columna A, cuadro N° 1, mensual.

Columna B: Unidad de Medida. Ídem columna B, cuadro N° 1, mensual.

Columna C: Cantidad Media Mensual, por familia. Ídem columna D, tabulado N° 1, anual.

Columna D: Importe Medio Mensual por familia. Ídem columna E, tabulado N° 1, anual.

III. Cuadro N° 2, Anual.

Nivel de Ingresos (A)	Artículo (B)	Unidad de Medida (C)	Cantidad Media Mensual p/flia. (D)	Importe Medio Mensual p/flia. (F)

Los subtotales y totales serán los mismos que en el tabulado N° 2, anual.

Definiciones

Columna A: Nivel de Ingresos. Ídem, columna A, tabulado N° 2, anual.

Columna B: Artículo. Ídem columna A, cuadro N° 1, mensual.

Columna C: Unidad de Medida. Ídem columna B, cuadro N° 1, mensual.

Columna D: Cantidad Media Mensual por familia. Ídem columna G, tabulado N° 2, anual.

Columna E: Importe Medio Mensual por familia. Ídem columna H, tabulado N° 2, anual.

IV. Cuadro N° 3, Anual.

Categoría Ocupacional (A)	Artículo (B)	Unidad de Medida (C)	Cantidad Media Mensual p/flia. (D)	Importe Medio Mensual p/flia. (E)

Los subtotales y totales a presentar serán los mismos previstos en el tabulado N° 3, anual.

Definiciones

Columna A: Categoría Ocupacional. Ídem columna A, tabulado N° 3, anual.

Columna B: Artículo. Ídem columna A, cuadro N° 1, mensual.

Columna C: Unidad de medida. Ídem columna B, cuadro N° 1, mensual.

Columna D: Cantidad Media Mensual por familia. Ídem columna G, tabulado N° 3, anual.

Columna E: Importe Medio Mensual por familia. Ídem columna H, tabulado N° 3, anual.

TABULACIONES ESPECIALES

Además de las tabulaciones previstas, ya analizadas, será necesario obtener de los da-

tos que resultan de la encuesta, tres tabulados adicionales. Los tres tabulados serán anuales. En este caso no se prevén cuadros correspondientes, pues este material no deberá ser enviado por las áreas, sino que se utilizará sólo internamente.

1. El primero a considerar dará información con respecto al lugar en que se efectúa la compra. El objetivo que se persigue es obtener elementos con los cuales se puedan seleccionar las bocas de expendio en que efectivamente se hayan realizado con mayor frecuencia las compras de los distintos subgrupos de artículos (ver apartado 26 —Captación de precios—). Es decir que permitirá establecer para cada subgrupo de artículos el importe gastado y el número de compras que se hayan efectuado en cada tipo de establecimiento.

El cabezal de este tabulado será el siguiente:

Subgrupo (A)	Lugar de Compra (B)	N° de Casos (C)	Importe (D)	% (E)

Totales previstos: Se totalizará a nivel de Capítulo en importe, a fin de controlar este dato con el obtenido en el cuadro N° 1, anual.

Definiciones

Columna A: Subgrupo. Se entiende por tal el agrupamiento de artículos según origen o utilización. Corresponde a las subdivisiones de los capítulos (segundo y tercer dígitos en el Código). Ej.: Carnes, aves, pescados, embutidos y fiambres; Ropa para niño, etc.

Columna B: Lugar de compra. Es el tipo de establecimiento en que se ha efectuado

la compra de cada artículo, según la categorización ya prevista.

1. Negocio particular.
2. Supermercado.
3. Feria o mercado.
4. Proveeduría.
5. Vendedor ambulante.
6. Producción propia.

El haber agrupado en una misma categoría las ferias y los mercados (entendiendo por "mercado" una serie de puestos permanentes para la venta de diferentes productos, dentro de un mismo edificio) obedece a la situación real de las áreas cuyo análisis va a

iniciarse. Si la investigación empírica indicara, durante el primer mes de relevamiento, que es pertinente distinguir ambos tipos en categorías separadas, esto podrá hacerse sin inconvenientes.

Columna C: N° de casos. Número total de adquisiciones de los artículos del subgrupo pertinente realizados en el lugar de compra correspondiente. Se obtendrá totalizando el número de fichas involucradas en cada uno de los cruces.

Columna D: Importe. Total de lo gastado en las adquisiciones de los artículos del subgrupo pertinente, realizadas en el lugar de compra correspondiente.

Columna E: Porcentaje. Porcentaje que,

con respecto al importe total gastado en el subgrupo representa lo gastado en ese subgrupo en cada lugar de compra. Se calculará manualmente y permitirá determinar el peso relativo que deberá tener cada tipo de establecimiento en la captación de precios.

2. El segundo de los tabulados auxiliares que se consideran necesarios, discriminará los consumos según la modalidad de compra, es decir si la misma se efectúa al contado o a crédito. Permitirá conocer la magnitud de las compras a crédito para cada uno de los capítulos y subgrupos en que se subdividen los consumos.

Subgrupo (A)	Modalidad de compra (B)	Nº de casos (C)	Importe (D)	% (E)

Totales: Se totalizará a nivel de capítulo en Importe, controlándose así con el cuadro N° 1, anual.

Columna A: Subgrupo. Ídem, columna tabulado especial 1).

Columna B: Modalidad de compra. Se entiende por tal los dos modos posibles de realizar una compra: al contado o con crédito.

Columna C: N° de casos. Número total de adquisiciones realizadas a crédito o al contado, según corresponda, de artículos del subgrupo pertinente, durante todo el año. Se obtendrá totalizando el número de fichas involucradas en cada uno de los cruces.

Columna D: Importe. Total de lo gastado en artículos del subgrupo correspondiente, durante todo el año por todas las familias según cada modalidad de compra.

Columna E: Porcentaje. Porcentaje que, para cada subgrupo, representan las compras según cada modalidad.

3. El tercer tabulado adicional previsto, discriminará la cantidad de compras por marca, para cada artículo. Esto permitirá detectar a qué marca o marcas corresponderá relevar los precios a posteriori, a los fines del cálculo del índice.

Artículo (A)	Marca (B)	Nº de casos (C)	Importe (D)

No será necesario totalizar en ningún caso, pues aquí no puede establecerse control alguno ya que no se incluyen los productos que se venden sueltos.

Definiciones

Columna A: Artículo. Artículo a nivel de código analítico, o sea con su máxima espe-

cificación de gramaje y tipo de envase.

Columna B: Marca. Código de la marca con que aparece el artículo en el mercado.

Columna C: Número de casos. Número total de compras efectuadas del artículo en cuestión con la marca x.

Columna D: Importe. Total gastado en el artículo correspondiente, con la marca "x" durante todo el año por todas las familias.

23.2. INSTRUCCIONES PARA CODIFICACIÓN

A) INSTRUCCIONES GENERALES.

1. El codificador deberá leer atentamente las presentes instrucciones antes de comenzar la revisión y codificación del cuaderno de cuentas.
2. El codificador en el transcurso de su tarea debe tratar de no incurrir en la costumbre de memorizar los códigos, sino tener permanentemente y a la vista los mismos, recurriendo a ellos cuantas veces sea necesario.
3. No borrar las anotaciones realizadas por el ama de casa, cuando se tenga que efectuar alguna corrección, sino que se tachará la información incorrecta y se anotará en la parte superior la correcta.

B) INSTRUCCIONES ESPECIALES.

Codificación: En la tapa se encuentran precodificadas las preguntas de:

Fecha, Mes y Año: Es la que figura en el cuaderno de cuentas y debe ser duplicada en la totalidad de las fichas que resulten de la perforación del referido documento, sirviendo para distinguir a qué período de la encuesta corresponden.

Ciudad y Fracción: Este campo comprende dos codificaciones a saber: Ciudad (Col. 5) dato fijo para toda la encuesta, y Fracción (Col. 6/7) puede variar según el domicilio de la familia encuestada.

Familia: La codificación de este rubro se hará en base al N° que previamente asignó

el Organismo encargado de la tarea al Jefe de la misma.

Día: Es el primer dato que se encuentra en la parte interna del cuaderno e indicará, escrito por el ama de casa, el día del mes en que se efectuó el gasto.

Código de Artículos: La codificación de este punto es de fundamental importancia para determinar la individualización exacta del producto adquirido, su cantidad y unidad de medida en que se expenda.

La composición del referido código es la siguiente:

- el 1er. dígito corresponde al capítulo;
- el 2do. y 3ro. dígitos corresponden al grupo;
- el 4to. y 5to. dígitos corresponden a los artículos reagrupados;
- el 6to. y 7mo. dígitos corresponden a los artículos analíticos.

Este código no puede estar omitido y debe completarse en su totalidad; en caso de dudas, consultar al Jefe o encargado.

Marca: Es el código asignado a las diferentes marcas de los artículos.

Cantidad: Corresponde a la cantidad adquirida del artículo enunciado, es conveniente que en caso de ser cantidades fraccionarias se separe con una coma la cifra entera de la fracción, esta última se indicará con 3 cifras o sea: si estuviera declarada en fracción de 1/2; 1/4, etc., se traducirá a números decimales o sea: 0,500; 0,250, etc.

Esta codificación no puede faltar en ningún caso.

Contado o Crédito: Se codificará 1 ó 2 en caso de que el gasto sea del 1ro. o 2do. tipo, respectivamente.

Importe: Este atributo se refiere al valor total de cada uno de los egresos individuales y diarios que el responsable ha detallado en el cuaderno de cuentas; si erróneamente se indicara el costo por unidad, el revisor de cuentas deberá efectuar el cálculo correspondiente; en la codificación de este importe se desperdiciarán los centavos.

Lugar de Compra: Este código individualiza el lugar en que comúnmente el ama de casa ha adquirido el artículo declarado, ej.: almacén, supermercados, feria, etc.

23.3. ORDENAMIENTO DE LOS CUADERNOS DE CUENTAS

Con el objeto de facilitar las tareas del perforador, será conveniente que los cuadernillos de gastos se agrupen en lotes de 5 familias, previamente agrupados por mes, formando así lotes de 20 cuadernillos, que representarán aproximadamente 1.500 fichas.

23.4. PERFORACIÓN Y VERIFICACIÓN

Perforación

La perforación de esta encuesta se hace en base a un sólo diseño de ficha (ficha de detalle o primaria) cuyo diseño se acompaña.

El perforador hará una ficha por cada línea de anotación de gasto diario detallado por la declarante.

Se utilizará una única vez la ficha, a pesar del reducido número de columnas que se emplean (35 en total) pues la experiencia recogida en las encuestas realizadas anteriormente por el Comité Coordinador, indica que el posible doble uso de la misma es desaconsejable. En efecto, si bien se reducirán costos al emplearse la mitad del material, el procesamiento de los datos obligaría a realizar clasifica-

ciones para los cuadros mensuales que luego serían destruidos al clasificar nuevamente el segundo uso de la tarjeta; esta primera clasificación debería volver a efectuarse posteriormente para los cuadros anuales.

De este modo se elevaría el costo en horas-clasificación, produciéndose también una considerable pérdida de tiempo, pues el volumen de fichas a manipular es grande.

Verificación

A esta tarea pueden aplicarse las mismas instrucciones que se consignaron para la perforación, dejándose a criterio del Jefe o encargado del equipo la intensidad con que la misma debe realizarse en las distintas etapas de realización del trabajo.

Es norma que en toda tarea, por simple que sea, que se realiza en el ámbito del equipo por primera vez, se aconseje como en este caso que las primeras encuestas semanales se verifiquen al 100 % lo cual nos dará la pauta de la calidad de los perforadores en relación a los errores hallados. En cuanto a los verificadores, su eficiencia puede cotejarse analizando los listados de control que una vez finalizada la perforación se van a ejecutar; en esta forma, el Jefe del equipo podrá hacer los cambios de tarea que crea convenientes hasta obtener el máximo de eficiencia de cada empleado y una seguridad en las cifras resultantes.

A partir de este momento y en base al estudio de los resultados obtenidos se podría determinar los procedimientos a seguir, que serían:

La total verificación mecánica reduciendo proporcionalmente el control por listado, o viceversa; el resultado de esta definición se basaría en los posibles errores que se localizan en la etapa de revisión de listados de control, la cantidad de los mismos e importancia, como así también si son imputables a la perforación o a la codificación.

En esta forma puede llegarse a una ideal tarea de procesamiento.

En el diseño de la ficha a utilizarse en esta encuesta se siguió como es de costumbre la secuencia de los datos a perforar.

fijos para la totalidad del mismo, y a continuación se ubican los datos correspondientes a las anotaciones diarias de gastos y egresos efectuados por el ama de casa, marca del artículo adquirido y el lugar de la compra.

Esta ficha al tratarse en lo sucesivo la llamaremos: (ficha de detalle o primaria).

126

24. FORMACIÓN DEL PRESUPUESTO BÁSICO

Se fijó como objetivo de la investigación el relevamiento de información para determinar el conjunto de bienes y servicios consumidos y utilizados por las familias en estudio.

A los fines de este punto llamamos Presupuesto Básico al conjunto de bienes y servicios elaborado en gabinete para cumplir con:

- El conocimiento de la conformación del gasto.
- El mantenimiento del Índice del Precio a Nivel Consumidor.

Situación

La experiencia de investigaciones anteriores permite adelantar ciertos problemas que se presentan en el gabinete a partir de los tabulados que resumen los consumos familiares y que son el material básico para la elaboración del conjunto final de consumos.

Los tabulados resumen los consumos totales del total de las familias para el total del año y para cada mes. Esto implica la aparición de todo gasto realizado independientemente de la frecuencia o valor del mismo.

O sea, que como caso extremo aparece en los tabulados productos que se han consumido una única vez y de alto valor y también un gasto frecuente de valor despreciable frente al total de los consumos. La ponderación de estos gastos será indudablemente mínima y es por esto que es tratamiento habitual en estas investigaciones el descartarlos al elaborar el presupuesto básico.

Requerimiento y Problemas

El primer análisis de los tabulados indica que los consumos mensuales de cada producto varían tanto en lo que se refiere a la composición como a las cantidades de los artículos consumidos. Esto plantea un primer problema para la elaboración del mencionado presupuesto.

Los llamados consumos estacionales aparecen de distinta forma: algunos aparecen en determinadas épocas del año de manera transitoria y otros se consumen a lo largo de todo el año en distintas cantidades. Las causas por las cuales estos consumos sufren tales variaciones son de distinto orden.

- a) *Producción*: Los productos de la tierra con zonas o épocas de producción muy localizadas en el espacio o en el tiempo (frutas de carozo, ciertas hortalizas como el alcaucil).
- b) *Demanda localizada*: Si bien la oferta es permanente, la demanda se localiza en lapsos relativamente cortos: equipamiento escolar, consumos propios de las fiestas de fin de año, vacaciones, etc.
- c) *Ingreso disponible*: El aguinaldo o aguinaldos expanden los consumos con productos o servicios enumerados en b).
- d) *Comercialización defectuosa*: El manejo de la oferta puede provocar importantes cambios en los consumos por movimientos artificiales de los precios (es el caso del huevo manejado por los intermediarios).
- e) *Modalidad en los consumos*: Los produc-

tos varían en sus consumos de acuerdo a las estaciones produciéndose sustitución. Esto ocurre en particular para ciertos productos alimenticios por su valor calórico o bien las prendas de vestir de invierno y verano.

La inclusión y elaboración de los productos de consumo estacional se trata en otro apartado; en este punto se analiza en particular la inclusión de productos en el Presupuesto Básico y los criterios a seguir al respecto.

Debe considerarse que el descarte de productos para establecer el conjunto final de consumos, no puede elaborarse a partir de un nivel de gasto medio, mensual o anual, fijado de manera general para todos los productos. La modalidad de consumo debe evidenciar el gasto en productos de consumo habitual aunque de bajo valor unitario y no así de aquellos de alto valor unitario y cuyo consumo es eventual (sería la situación extrema que presenta el consumo de sal y la compra de un automóvil por un integrante de la muestra).

La diferencia entre los valores unitarios y entre los productos agrupados en los distintos capítulos aconsejan que la elaboración se realice a nivel de capítulo.

O sea que la eliminación de productos no sea por comparación entre la totalidad de 100 productos que han sido consumidos sino que para cada capítulo se fijarán niveles mínimos.

Por otra parte, es necesario mantener la distribución del gasto de las familias de acuerdo a la participación de cada capítulo en el total.

Es indispensable asimismo al seleccionar los artículos tener en cuenta el posterior seguimiento de precios, a fin de no incluir en el presupuesto artículos cuyo precio es imposible de relevar (p. ej.: rifas, aportes de diversa índole).

A los fines de cumplir con los objetivos fijados en la investigación y considerando los problemas que presenta la elaboración del presupuesto de gasto se entiende:

- a) Que la integración del presupuesto debe realizarse a nivel de capítulo. Cada capítulo debe participar en el presupuesto elaborado con el peso que le corresponde en los tabulados finales y totales del año.
- b) Que los productos a incluir en cada capítulo deben ser por lo menos el 80 % del total de gasto en todos los productos que aparecen consumidos en ese capítulo, y que su peso no puede ser menos del 0,2 % del gasto mensual.
- c) Que se eliminen todos aquellos artículos que por su difícil definición o identificación en el comercio o por su transitoriedad, presenten importantes dificultades para la captación posterior de precios minoristas. En el caso que alguno de estos artículos tuviere un peso importante en el capítulo en que se halla incluido, a fin de no distorsionar la estructura del gasto, se aplicará esa ponderación proporcionalmente a los restantes artículos que hubieren sido incluidos en ese capítulo.

Esta selección de artículos se realizará a nivel de Código Reducido. Una vez elegidos aquellos que integrarán el presupuesto básico, deberán solucionarse dentro de cada uno de ellos los artículos concretos (a nivel de Código Analítico), con tipo de envase y gramaje, cuyos precios serán posteriormente relevados.

Por ejemplo, si dentro del artículo a nivel reducido "Café" se hallan los analíticos siguientes:

Café suelto torrado

„	envasado caja	125 g.
„	„	250 g.
„	„	500 g.,

no será necesario, obviamente, obtener precios de todos ellos, pues varían de igual manera. Los criterios a adoptar en estos casos serán los siguientes:

- a) en casos como el del café, se tomará el suelto y uno de los envasados, que será seleccionado según la importancia relativa en cuanto a frecuencia de compra. A ese artículo se le cargará el peso correspondiente a los restantes que se hubieran descartado;
- b) en casos en que el Código Reducido incluye analíticos que se diferencian por

calidades u otros criterios (ej.: carne de vaca y novillo que incluye los distintos cortes) se tomarán, según su importancia relativa tantos analíticos como sean necesarios para cubrir hasta el 80 % del valor gastado en el artículo reducido. Los restantes se repartirán proporcionalmente entre los que se hayan seleccionado.

25. FÓRMULA PARA EL CÁLCULO DEL ÍNDICE

En este aspecto el equipo de trabajo se abocó al análisis del problema que plantea para el cálculo la estacionalidad de algunos artículos con la consiguiente desaparición del precio de dichos artículos en determinados meses.

La solución utilizada hasta el presente en este caso, cambio en las ponderaciones mensuales de esos artículos, se ha estimado no conveniente, pues altera la fórmula de Laspeyres utilizada para el cálculo del índice de precios.

En tal sentido se estudió la posibilidad de trabajar con canastas mensuales; sin embargo, después de un cuidadoso análisis del problema y de haber realizado las consultas pertinentes que se mencionan en la introducción, se optó por trabajar con una estructura única de ponderaciones para todo el año.

El índice se calcula como un promedio ponderado de relativos de precios. La selección de los bienes y servicios, así como los coeficientes de ponderación, se determinan, como es obvio, a partir de la encuesta sobre ingresos y gastos.

La fórmula a emplear es la siguiente:

$$I_i = 100 \frac{\sum_{j=1}^n p_{ji} q_{j0}}{\sum_{j=1}^n p_{j0} q_{j0}} =$$

$$= 100 \frac{\sum_{j=1}^n (p_{j0} q_{j0}) \frac{p_{ji}}{p_{j0}}}{\sum_{j=1}^n (p_{j0} q_{j0})}$$

donde

I_i = Índice del período i , con referencia al período base.

p_{ji} = Precio medio del artículo j en el período i .

p_{j0} = Precio medio del artículo j en el período base.

q_{j0} = Consumo medio mensual del artículo j en el período base.

n = Número de artículos que integran el presupuesto básico o canasta familiar.

26. CAPTACIÓN DE PRECIOS

El mantenimiento del índice de Precios a Nivel del Consumidor, objetivo de la investigación de consumos en las áreas, exige el seguimiento de los precios de los bienes y los servicios que constituyen el presupuesto básico.

La información relevada durante el período de investigación suministra información diaria de los precios de cada consumo y el lugar donde se realizó el gasto.

Es así que la muestra de familia en estudio define un universo de comercios determinado por sus modalidades de compra, que se pone de manifiesto en la investigación a través de la frecuencia de compra.

Situación

Considerando los productos alimenticios de compra diaria —carne, leche, pan, verdura y fruta—, la experiencia indica que el ama de casa se abastece de los mismos en un entorno reducido, no más de cinco cuadras de su domicilio y con un fuerte grado de fidelidad a su proveedor (1).

Los productos de almacén, si bien admiten en principio una relación distinta entre proveedor-ama de casa, en cuanto a la fidelidad, en los estratos en estudio se repite la situación de los productos frescos.

La situación difiere en cuanto a la compra de los productos de los otros capítulos. La compra menos frecuente, en algunos, el precio en otros, la selección en las distintas calidades, hacen que el ama de casa se desplace en la búsqueda de la satisfacción de sus re-

querimientos optimizando sus posibilidades económicas.

O sea, que en los productos alimenticios, los lugares de compra están determinados por el domicilio, debiendo señalarse que la homogeneidad de los negocios hace que sus niveles de precios sean sensiblemente semejantes. La homogeneidad señalada en cuanto a la capacidad económica, al surtido, los volúmenes de compra y de venta del minorista desemboca en políticas de precios similares.

Esta homogeneidad puede ser afectada en lo que hace a los precios en algunos productos, sobre todo en los precios de productos frescos, por la existencia de ferias y mercados municipales y mercados privados (2).

Por otra parte, las ferias municipales tienen mayor o menor importancia según las ciudades en cuanto a su influencia espacial y siempre se presentan como una forma de comercio que no cubre todas las horas, ni todos los días, como es el privado.

La homogeneidad señalada no aparece en los productos no alimenticios, lo cual desde ya exige un enfoque distinto para cada grupo de proveedores familiares.

Determinación de las Unidades Informantes

Productos Alimenticios

De lo dicho surge que en estos productos existe un universo de comercio homogéneo para gran parte de sus componentes, planteándose excepciones con las ferias y merca-

(1) Investigación del Consumo de Productos Alimenticios CONADE. Octubre 1965.

(2) D.N.E.C., series de precios según tipo de comercio.

dos. También, en algunas ciudades, debe considerarse la existencia de los vendedores ambulantes, que puede llegar a tener una fuerte importancia. Se entiende que deben definirse los lugares de compra de los participantes en la investigación en su totalidad. Esto implica la recolección, durante tres meses, que es el lapso de trabajo del total de la muestra, de la información que permita definir las bocas de expendio para cada una de las compras realizadas.

Este listado será preparado discriminando según el lugar de compra y constituirá un universo clasificado según tipo de minorista y ponderado según la importancia de cada uno en el bastecimiento familiar. (Ver tabulado especial por lugar de compra en Plan de Tabulaciones.)

Diseño del Panel de Unidades Informantes

1. Número de Unidades Informantes.

Para dimensionar cuantitativamente el panel de comercios minoristas debe tenerse en cuenta:

— Variación en los Precios por tipo de negocio.

Como mercado imperfecto, los precios se dan con diferencias de acuerdo al tipo de boca de expendio. La experiencia indica que la estructura de los precios minoristas tiene una variable determinante en las características propias del local de venta. La tipificación de negocios que se adoptará cubrirá esta característica propia de la oferta y permitirá la elaboración del material básico de información a los fines del presente punto.

La tipificación a adoptar será la siguiente:

- Negocios Particulares.
- Supermercados.
- Ferias y Mercados.
- Mercados Particulares.
- Proveedurías.
- Vendedores Ambulantes.

Una de las causas más importantes en la variación de los precios, el entorno pobla-

cional del comercio, con sus distintos niveles de ingreso y hábitos de consumo, en esta investigación particular no provoca cambios por la homogeneidad socio-económica de la población en estudio.

Pueden darse también variaciones en los precios, y de importancia, en particular en los frescos, por distintas variedades o tipo de mercadería o aun según origen de la misma. Esto debe ser tenido muy en cuenta durante el año de investigación, insistiéndose en la correcta y exhaustiva caracterización de los productos anotados a fin de asegurar la exacta definición de cada artículo. Sólo contando con tales definiciones se podrá aseverar que las variaciones observadas en los precios del artículo en la investigación permanente de precios posterior a la encuesta, son reales y no debidos a que se toman a través del tiempo, artículos que difieren en calidad.

— Variación de los Precios en el Espacio. Independientemente de la variación de los precios por tipo de negocio, deben tenerse en cuenta las diferencias que se presentan, para los mismos tipos de minoristas, en el espacio. Las causas son distintas, siendo, tal vez, la más importante, la composición de la estructura de abasto para pequeños entornos. Esta situación, que ubica al minorista en distintas situaciones de competencia que le permiten adoptar niveles superiores en el precio o lo obligan a ajustarse a niveles inferiores para mantenerse en el mercado, puede ser creada por una feria o mercado que ofrece precios especiales o por un supermercado que brinda servicios particulares al ama de casa.

Esta dispersión que pueden presentar los precios debe ser considerada en especial para el dimensionamiento del panel.

— Equipo de Relevamiento de Precios.

El presupuesto de que se disponga para la formación y mantenimiento del equipo de auscultadores de precios en los negocios minoristas es una limitación a tener en cuenta en el dimensionamiento del panel.

El rendimiento de cada auscultador debe evaluarse no sólo en cuanto a la cantidad de información a obtener, sino, aunque parezca redundante, considerando fundamentalmente la calidad de la misma. El equipo de trabajo definirá la cantidad de precios a obtener diariamente durante la etapa que se ha denominado Puesta en Marcha del Panel.

— Periodicidad en el Relevamiento de Precios.

El cambio de los precios en el tiempo se da de manera diferente según los productos. Las hortalizas se presentan como las de mayor variabilidad: ésta puede ser diaria; con menor sensibilidad, las frutas siguen a las hortalizas; los productos de almacén aparecen más estables y la carne y sus derivados en una situación intermedia.

En los no comestibles los precios se mantienen en períodos que pueden contarse en meses, dependiendo, en algunos casos, de la estacionalidad de venta de los mismos.

Teniendo en cuenta lo dicho se pueden establecer las líneas principales que deben seguir las visitas a los informantes del panel de minoristas.

- Relevamiento Diario: Hortalizas, frutas, carnes y huevos.
- Relevamiento Semanal: Producto de almacén, lácteos y artículos de limpieza.
- Relevamiento Quincenal: Indumentaria, higiene y tocador, útiles escolares.
- Relevamiento Mensual: Bienes semidurables, gastos generales, alojamiento, transporte, etc.
- Las tarifas (gas, electricidad, impuestos, etc.), serán modificadas cada vez que se produzca un cambio. No es necesario relevarlas ya que dichos cambios son difundidos por las entidades oficiales.

Las consideraciones señaladas dan las bases para el dimensionamiento cuantitativo del panel. El mismo debe surgir de la optimización de los resultados a obtener del rele-

vamiento de precios con las limitaciones presupuestarias, que de hecho determinan la cantidad de precios disponibles mensualmente.

Para determinar la cantidad de precios a tomar para cada subgrupo por tipo de negocio, se trabajará con los Listados de Control (1) que permitirán realizar un análisis de variabilidad de los precios dentro de cada tipo de negocio. Para las verduras y frutas se tomarán listados diarios y para los restantes productos alimenticios o no, mensuales.

Este análisis debe realizarse, se entiende, para negocios particulares, pues las otras bocas minoristas deberán ser cubiertas en el relevamiento en su casi totalidad (ferias y mercados, y supermercados). De no ser así, por tratarse de núcleos urbanos que cuentan con numerosas bocas de expendio de esos tipos, este análisis deberán extenderse a ellos.

Un caso similar será el de los vendedores ambulantes.

Deberá tenerse en cuenta la importancia relativa de dichos expendedores: si ésta fuera escasa, como porcentaje del total, se descartará directamente por las dificultades que generan su permanencia a través del tiempo y su localización. En aquellas ciudades donde sea necesario tomarlos en consideración se ubicará el número que corresponda en los barrios o secciones donde se haya realizado la encuesta. Posteriormente las entrevistas deberán efectuarse en el centro de abastecimiento que cada uno indique.

Para las ferias y mercados deberá considerarse que cada puesto de cada tipo es una boca de expendio separada. Se seleccionará entre ellos al azar tantos como sea necesario para cubrir el número de informantes de mercados y ferias que se haya determinado previamente.

— Obtención de los Precios Promedio Mensuales.

(1) Ver *Análisis de Consistencia*.

El procesamiento de los precios del Listado de Control permitirá entonces conocer la cantidad de precios a relevar en cada subgrupo para niveles de confianza semejantes y para cada tipo de negocio.

De acuerdo a lo dicho se obtendrá el precio medio de cada producto para cada tipo de negocio.

Estos precios medios se ponderarán para obtener el precio medio final del producto de acuerdo a la modalidad de compra del ama de casa. Para cada subgrupo el valor gastado en cada uno de los cinco tipos de vendedores proporcionará el peso de ese tipo de comercio en la formación del precio medio final de los productos de ese subgrupo. Para cada compra está definido en el cuadernillo, por el ama de casa, el tipo de negocio vendedor y su domicilio. Esto permitirá disponer de las compras mensuales, para cada subgrupo de productos, discriminadas por tipo de negocio. Esta discriminación dará la importancia relativa de cada tipo de boca de expendio para cada subgrupo de productos a fin de trasladarla en la auscultación de precios. (Tabulación especial no.)

O sea, para un subgrupo, por ejemplo fruta, el valor gastado en Supermercados, será el peso relativo de esta boca minorista de expendio como informante.

Ese peso definirá la cantidad de unidades informantes que deben participar en el subgrupo. Puede darse el caso que el peso del comercio sea superior al número de minoristas existentes, por ejemplo, 30 % de los precios de fruta deben relevarse en Ferias y Mercados y para el total del panel que son 100 precios, existen sólo 2 Ferias y 1 Mercado que totalizan 6 puestos de fruta; el peso a dar a estos precios será, en la formación del precio medio ponderado, del 30 % independientemente del número de negocios que hayan sido informantes.

2. Método de Elección de los Locales.

Definida la composición del panel para cada

tipo de negocio, el método de selección de cada uno se hará en función de la concurrencia de las amas de casa. Se preparará un listado de los negocios ponderándose cada uno, especificado por domicilio y tipo de negocio, según concurrencia al mismo durante un trimestre para el total de amas de casa de la muestra.

Se ordenarán los locales de mayor a menor en cuanto a concurrencia por tipo de local y por subgrupo de producto. La selección de los locales se hará de mayor a menor hasta cubrir la cantidad necesaria.

Puesta en marcha del panel

Se considera que la operación del panel debe ser iniciada casi simultáneamente con la encuesta. Las razones son distintas y surgen en gran medida de lo dicho más arriba.

- 1) De esta manera será posible evaluar resultados a partir de dos unidades informantes distintas: el ama de casa y el minorista.

Las diferencias que surjan en los precios medios obtenidos de las dos fuentes pueden tener las siguientes causas:

- a) Mala información del ama de casa.
 - b) Mala información del comerciante.
 - c) Deficiencias en el panel.
- 2) Es posible mantener la continuidad en la fuente de información de precios, si se ha de utilizar el período de la encuesta como período base para la elaboración del índice.
 - 3) Debe formarse un equipo de trabajo con una tarea respecto a la cual existe relativamente poca experiencia.
 - 4) La eficiencia de los resultados está íntimamente ligada con la buena relación que obtengan los auscultadores de precios con los minoristas.
 - 5) Sólo la elaboración de los valores relevados pone a prueba los supuestos mantenidos en el diseño del panel y los resultados pueden exigir modificaciones.

Se ha dicho más arriba "casi simultánea-

mente", pues es obvio que al iniciar la encuesta no se cuenta con la lista de artículos a relevar (presupuesto básico).

Se considera que el sistema de auscultación y de elaboración del Índice puede comenzar a funcionar a partir del séptimo mes. En ese momento —ver Cronograma— existe la información que permite comenzar la operación.

Durante los meses cuarto, quinto y sexto se prepararán los listados de locales para seleccionar los de máxima concurrencia para cada subgrupo y que formarán el primer panel de relevo. Este primer panel deberá ser ajustado hasta el final de la investigación de campo para obtener el panel definitivo. Este ajuste se realizará repitiendo para el último trimestre lo dicho para los meses cuatro, cinco y seis.

Seguimiento de precios para gastos especiales

Cierto tipo de gastos de familia, por las características del producto consumido o del servicio utilizado, son de difícil seguimiento en la evolución del costo de los mismos. Estos casos son tratados en especial a continuación y se proponen soluciones para su integración en la evolución del presupuesto.

a) Comidas fuera del hogar.

Para este tipo de gasto se propone la preparación de un listado de comidas consumidas en el total del año por el panel de consumidores a fin de extraer del mismo las de mayor frecuencia. El presupuesto de comidas fuera del hogar, de sostenerse la situación del Gran Buenos Aires, no alcanza al 1 % del gasto total en alimentos de la familia.

Las comidas fuera del hogar seleccionadas por su mayor frecuencia de consumo se entiende que deben cubrir por su costo, el 80 % del gasto total como mínimo. Este grupo de productos será mantenido en observación permanente en la evolución de sus precios y operará como indicador del movimiento de los precios del rubro —Comidas Fuera del Hogar.

b) Costo de Medicamentos.

Teniendo en cuenta el amplio espectro que se da en los productos farmacéuticos, se propone su seguimiento como un gasto global único. Para la evolución de los precios y del gasto en el rubro se propone la preparación de un presupuesto reducido que haga las veces de indicador de la evolución de los precios. El presupuesto reducido se preparará en función de la frecuencia de compra de los distintos medicamentos agrupados según indicación médica o utilización (calmantes, antibióticos, colagogos, etc.). El presupuesto reducido deberá cubrir el 50 % del gasto en medicamentos del total de las familias.

El seguimiento de precios para la actualización del gasto del rubro medicamentos se realizará con productos típicos de cada uno de los subgrupos. Para la obtención de estos medicamentos se propone la información de farmacéuticos sobre los productos de mayor venta. El seguimiento de esos precios y su ponderación según gasto en el año base, darán las variaciones del gasto total en el rubro.

c) Materiales de Construcción.

Se propone un tratamiento similar a los anteriores con la selección de los productos según cantidades consumidas y la preparación de un presupuesto ponderado de acuerdo a las cantidades que cubra el 80 % del gasto del total de las familias.

d) Cuota Sindical.

Para el seguimiento de este tipo de gastos se agruparán los encuestados según sindicato a fin de definir una "cuota tipo" que incluya por lo menos al 50 % de los jefes de familia. El seguimiento se hará manteniendo la evolución de los valores de las cuotas que forman la "cuota tipo", las que serán ponderadas de acuerdo al número de cotizantes a cada una. O sea la "cuota-tipo" se construirá como media ponderada de las cuotas de los afiliados a los sindicatos de mayor aparición en la encuesta. El número de casos será como mínimo el 50 % de las familias. Para la actualización

de la "cuota tipo" se operará con las cuotas actualizadas para cada período ponderable de la misma manera que el año base.

e) *Transporte en Taxi.*

Considerando que existe una cierta relación fija entre el valor de la iniciación del viaje ("bajada de bandera") y el de cada ficha se propone llevar el gasto mensual medio a un número de fichas que se mantendrá constante. El valor del Transporte en Taxi se seguirá de acuerdo a la variación del valor de la ficha.

f) *Compostura de Calzado.*

Teniendo en cuenta que no se da una buena discriminación para este tipo de gasto, se propone para la actualización del mismo, el seguimiento de una compostura: media suela y taco de hombre. Se considera que las variaciones en los precios de todas las composturas son semejantes, permitiendo la aplicación de este mecanismo.

g) *Joyas.*

Teniendo en cuenta el nivel de ingreso de las familias en estudio se entiende que puede operar como indicador válido el valor del gramo de oro trabajado para el seguimiento de los precios del rubro.

h) *Honorarios Médicos.*

Se propone el seguimiento de este gasto a través de los aranceles fijados por el Colegio correspondiente a cada especialidad (clínicos, odontólogos, etc.).

i) *Mano de Obra en Construcción.*

Teniendo en cuenta que existe y aparece el gasto de este rubro en obras menores dentro de la casa, se lo ha considerado en especial. Se observa que los pagos son menores que los estipulados por los respectivos convenios, pero se entiende que la variación en el valor fijado en los mismos constituye un buen parámetro para el seguimiento. Se propone relacionar los pagos efectuados con los estipulados por convenio y mantener la relación para la elaboración futura del presupuesto

del rubro. O sea, el gasto del rubro será afectado por las variaciones porcentuales que se den en los salarios básicos de convenio; operando la diferencia porcentual como corrector del gasto total en mano de obra.

j) *Almuerzo en Fábrica.*

Se propone utilizar como factor de corrección del gasto en el rubro la evolución del gasto en la fábrica que aparezca con mayor frecuencia en la investigación. Se propone esto teniendo en cuenta que este tipo de servicio tiene una estructura de costos semejantes y existe una transferencia directa entre costo y precio sin la participación del beneficio o la introducción de otras variables que finalmente hacen al precio (especialidades, localización, atención, etc.).

k) *Juguetes.*

El gasto en este rubro tiene la particularidad que los cambios en los juguetes mismos es permanente, lo que imposibilita definir un conjunto a partir de la frecuencia relevada en el consumo del año. Por esto se propone construir un grupo con juguetes tradicionales. Este conjunto será el indicador de las variaciones de los precios del rubro.

l) *Flores.*

Se propone la selección de las especies de mayor consumo que cubran el 50 % del consumo total y que operen como indicadores del gasto en flores.

m) *Fotografía.*

Si bien los gastos que componen el título son diversos (máquina, aditamentos, rollos, revelados, ampliación), se propone la asimilación del total al valor del rollo de mayor frecuencia de uso, el cual hará de indicador en la variación de los precios. Se determinará cuál es el rollo que debe seguirse mediante una indagación en los comercios especializados.

Si el gasto que aparece en este rubro fuera la toma de fotografías, se seguirá la media docena de fotos para carnet 4 x 4.

27. HOMOGENEIZACIÓN DE LA COMPOSICIÓN FAMILIAR

La composición familiar en algunas de las áreas a encuestar presenta una distribución bimodal y en consecuencia se han incluido en la muestra familias de tres y cuatro miembros (matrimonio y uno o dos hijos, respectivamente), inclusión ésta que le resta homogeneidad.

Si bien podría pensarse en la utilización de algún coeficiente de corrección para atemperar este inconveniente, no se aconseja tal arbitrio por las siguientes razones:

- 1º) La muestra está condicionada a determinados niveles de ingresos encerrados en un intervalo establecido. Es obvio que la capacidad de consumo ha de variar en los distintos puntos del intervalo, cualquiera sea la composición de la familia en cuestión. Parece entonces demasiado sutil el buscar mediante un artificio aritmético homogeneizar una característica de familias que están incluidas en dicho intervalo de ingresos.
- 2º) El principal inconveniente que presenta el utilizar familias de distinta composición está en que se prevé que la estructura de consumo no ha de ser similar. Pero este inconveniente no se salva con la inclusión de un coeficiente de corrección que sólo ha de lograr incrementar —en el caso de ser aplicado al grupo de familias menos numerosas— las cantidades consumidas pero sin modificar su estructura.
- 3º) A igual nivel de ingresos es lógico pen-

sar que la capacidad de compra de las familias menos numerosas ha de ser mayor. Podría ocurrir que esta superior capacidad de compra produzca un deslizamiento del gasto hacia bienes de menos utilidad marginal. Incrementar artificialmente las cantidades consumidas de estos bienes mediante un factor o coeficiente llevaría a distorsionar la canasta final.

A efectos de evitar dudas en la determinación práctica del consumo por familia de un artículo cualquiera en un mes determinado, cabe hacer notar que tal consumo resultará del cociente entre la cantidad total consumida del artículo en cuestión y el número de familias intervinientes en la encuesta, cualquiera sea su composición. Es obvio que carece de sentido pensar en calcularlo como una media ponderada, ya que tal procedimiento llevaría al mismo resultado.

Resta aún un problema secundario relacionado con la denominación del índice para el área con tales características. En efecto, al definir: "Índice del Consumo de Familias... compuestas...", caben al respecto dos posibilidades:

- a) Definir la composición de la familia con un número fraccionario (aproximadamente 3,5) resultante de la media de las familias. Esta alternativa si bien desde el punto de vista técnico no ofrece problemas, no parece en cambio aconsejable por las falsas interpretaciones a que pue-

de prestarse, sobre todo si se tiene en cuenta el alto grado de popularización alcanzado por este indicador.

- b) Definir como: "familias compuestas de tres y cuatro miembros", del mismo modo que al referirse a categoría ocupacional se dice: "de obreros y emplea-

dos". Resulta mucho más comprensible para el común de la gente, y su mayor ambigüedad sólo lo es para el técnico o el investigador, los que en definitiva tendrán en la Metodología la composición de la muestra con que se ha trabajado.

28. PLAN DE PROPAGANDA PARA LA ENCUESTA Y ESTÍMULO A LAS FAMILIAS

Se proyecta un plan integral de apoyo a la encuesta considerando los siguientes factores:

1. La importancia socio-económica de la misma.
2. La duración prolongada de la investigación.

Los objetivos a cumplir por el plan serán los siguientes:

1. Facilitar la entrada de familias en el panel de medición.
2. Asegurar su permanencia en la investigación reduciendo los rechazos durante la misma.
3. Optimizar la información suministrada por las unidades muestrales.
4. Estimular la responsabilidad de todos aquellos que trabajan en la encuesta.
5. Promover el apoyo a la investigación por parte de los Gobiernos Provinciales, entidades oficiales, industria y comercio de la ciudad.

Como objetivo general puede fijarse la creación y mantenimiento de un clima que reciba y apoye la investigación durante su desarrollo en todos los niveles y participantes.

A los fines del Plan propuesto se considera conveniente separarlo en dos partes:

A) Plan de apoyo.

Para cumplir los objetivos fijados se entiende que el Plan debe cubrir un lapso de tiempo que asegure los resultados. Es por ello que se propone que se inicie dos meses antes de comenzar la investigación piloto y que se

mantenga durante todo el transcurso de la investigación.

A los fines de su operatividad y del destinatario del Plan se subdivide en:

a) *Información a la Comunidad.*

Entendiéndose como comunidad los habitantes del ámbito de la investigación, se utilizarán todos los elementos de difusión: Prensa, Radio, Televisión, Gráfica en calle, etc. Se considera de especial interés aprovechar la situación de investigación oficial para obtener el apoyo de los medios de difusión en la obtención de espacios habitualmente pagados y por otra parte presentarse a esos mismos medios cubriendo noticias de información a partir de reportajes, mesas redondas, etc., que la misma importancia local de la investigación la hacen un material interesante para los medios de comunicación.

En cuanto al mensaje a transmitir el mismo debe encuadrarse dentro de los objetivos fijados. Se entiende que se debe apelar a todos los niveles, con planes elaborados localmente que tendrán en cuenta las características propias de cada área y la forma de presentarlo.

b) *Información a los Informantes.*

Empleadores: Se ha considerado en especial la necesidad de acceder a los mismos teniendo en cuenta que cumplen un papel importante como informantes en distintas etapas de la investigación.

En general los comerciantes e industriales están asociados a distintas entidades a las cuales puede accederse por contacto personal promoviendo reuniones donde se informará de la

investigación y sus alcances. Paralelamente a estas reuniones se debe preparar una serie de memorandos que de manera sintética y clara informen de manera continuada, apoyen y preparen las reuniones.

Como apoyo concreto a obtener de este sector se pueden detallar los siguientes aspectos:

- Suministrar información sobre las familias del panel.
- Permitir la utilización de carteleros en los lugares de trabajo como medio de información y promoción.
- Obtener colaboración en algún aspecto que pueda ser estímulo para las familias informantes.

Sindicatos: A fin de completar la acción a nivel patronal se entiende de importancia lograr el apoyo de las organizaciones obreras. Para esto se propone una acción semejante a la especificada para los empleadores.

Los sindicatos constituyen un elemento fundamental para obtener información del jefe de familia.

B) Estímulo a las familias.

La duración de la encuesta, impuesta por este tipo de investigación, conspira contra la predisposición inicial de las familias a responder en forma permanente a los formularios utilizados. Ello trae dos tipos de inconvenientes: uno, que el desaliento concluya en deserción; el otro, que sin llegar a este extremo se traduzca en un grado de deficiencia en los datos, con el transcurrir del tiempo.

Demás está hacer notar el importante rol que juega la información básica, en los resultados finales; información que por las razones apuntadas puede verse seriamente limitada cuantitativa y cualitativamente.

Este problema ya se ha planteado, dando lugar a que se propusiera la composición de la muestra en tres paneles rotativos. Sin embargo, y sin perjuicio de ello, parece incuestionable, que en la medida que se encuentre un sistema de estímulo lo suficientemente atractivo como para mantener latente el inte-

rés de los encuestados, tanto mejor serán los datos recogidos.

Este arbitrio al que se ha recurrido internacionalmente en encuestas de este tipo, ha seguido, de acuerdo a las experiencias recogidas, las siguientes modalidades:

1. Retribución monetaria durante todo el período de la encuesta.
2. Ofrecimiento de servicios asistenciales gratuitos.
3. Establecimiento de un sistema de premios.

Los dos primeros o cualquiera otra variante que se establezca durante la realización de la encuesta, presenta el serio inconveniente de modificar o distorsionar la estructura de consumo, por aumentar el ingreso en el primer caso y por ofrecer un servicio no retribuido, en el segundo, con el agravante en este último que en general puede no significar estímulo alguno ya que si bien no existe en nuestro país un seguro integral de salud, la cobertura de las Obras Sociales es significativamente alta, lo que hace que un buen número de las familias se encuentren ya protegidas por servicios asistenciales que, presumiblemente, pueden ser de mejor calidad que las que puedan ofrecerse.

La tercera modalidad, de ofrecer premios a la terminación de la investigación presenta el inconveniente que al postergar mucho la efectivización del premio; éste puede perder significación en la medida que el mismo no sea verdaderamente importante, lo que a su vez implica elevar considerablemente el costo de este rubro.

De todos modos, como el sistema de premios parece el único viable, se ha buscado conciliar sus implicancias contrapuestas, mediante un sistema de turismo social:

1. Se propone organizar, en colaboración con la Dirección Nacional de Turismo, un programa de vacaciones pagas en zonas de veraneo para la temporada posterior a la finalización de la encuesta, con lo que se evita modificar la estructura

de consumo durante la encuesta; el número de familias beneficiadas estará en función de la partida presupuestaria asignada para ese rubro y de las condiciones que se puedan convenir con la citada Dirección Nacional. Por otra parte, puede intentarse una campaña tendiente a obtener apoyo financiero de Instituciones Privadas locales. El resultado de esta campaña, por poco éxito que tenga, permitirá acrecer el número de cada contingente.

En el supuesto que por razones de orden financiero no pueda lograrse una cobertura total (es decir, que todas las familias sean favorecidas), se propone estudiar algún indicador de rendimiento en función del cual se establezca un orden de prioridades para la elección de las familias a beneficiar. Si por el contrario las plazas disponibles superan el total de personas que lleguen al final de la encuesta, se podría ampliar la nómina de beneficiarios con aquellas familias que hubieran desertado por causas no imputables (nacimiento de un nuevo hijo, pérdida de trabajo, etcétera).

El plan propuesto presenta la ventaja de que la índole del premio permite mantener

—mejor que otras— la expectativa, aun cuando su logro no sea inmediato, ya que va unido a la arraigada idea de disfrutar del descanso anual. Además incide, sobre todo dentro del estrato económico-social considerado, en forma psicológica entre los miembros de la familia, quienes no están habituados —generalmente— a tomar vacaciones en lugares turísticos.

2. En caso de no ser económicamente factible el Plan antes propuesto, podría reducirse a vacaciones pagas para los hijos. Esto se entiende de más fácil logro, la Obra Social del Ejército, por ejemplo, ha apoyado gratuitamente planes de este tipo en otras Obras Sociales. Sin embargo, se entiende que de reducirse a esta única posibilidad se habría perdido en gran parte el efecto que se busca lograr. No sólo porque parcializa a los integrantes de la familia con opción al premio, sino porque muchos son los padres que se niegan a que sus hijos pasen vacaciones fuera de su control. En este caso podría encarárselo como un elemento más de un plan de premios que debería incluir asignaciones en efectivo o en bienes, otorgados mediante sorteo.

Este libro se terminó de
imprimir el día 31 de marzo de 1971
bajo la asesoría de Organización Gráfica, en la
IMPRESA DE LOS BUENOS AYRES, S. A.,
Rondeau 3274, Buenos Aires, República Argentina.