

Capítulo II: Investigación de campo sobre la Importancia del Grupo Vivienda Sub-grupo Energía y Combustible, Producto Leña en el Índice de Inflación en el área Metropolitana de San Salvador

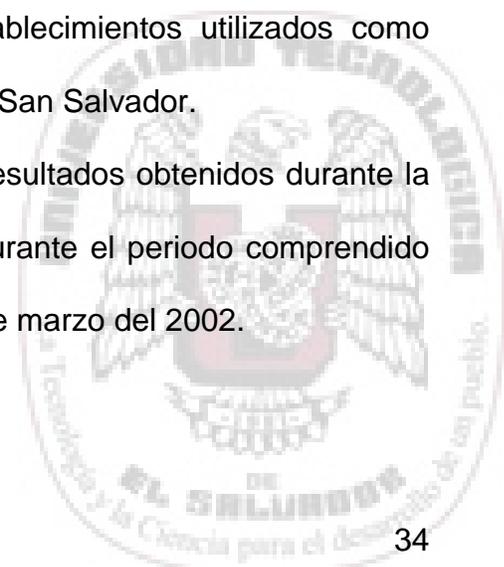
A. Objetivos

1- Objetivo General

Conocer el comportamiento de los precios de la leña durante el tiempo en los diferentes establecimientos que comercializan este producto en el área Metropolitana de San Salvador .

2- Objetivos Específicos

- a) Presentar los resultados de la investigación de campo realizada durante el periodo del 16 de diciembre del año 2001 al 16 de marzo del 2002.
- b) Calcular la variación mensual y acumulada de los precios Investigados en los diferentes establecimientos utilizados como muestra en el área metropolitana de San Salvador.
- c) Analizar el comportamiento de los resultados obtenidos durante la investigación de campo realizada durante el periodo comprendido del 16 de diciembre del 2001 al 16 de marzo del 2002.



B. GENERALIDADES

1. Importancia del Producto Leña.

El 86% de la madera que se consume anualmente en los países en desarrollo es leña y al menos la mitad de ésta se usa para cocinar. La situación se está agravando tanto, que se corta leña clandestinamente en las reservas forestales; de noche se roban los cercos vivos de las casas e incluso los andamios de las construcciones debido a la escasez de leña.

La importancia que tiene la leña para la población como parte del grupo vivienda subgrupo energía y combustible, en cuanto a la energía, combustible y cobijó es de gran importancia ya que estos la utilizan para:

- a) Cocinar los alimentos
- b) Industria ladrillera y cerámica.
- c) Panaderías
- c) Tortillerías
- d) Comercio.



2. Delimitación de la investigación

a) Delimitación Social: La investigación se orientó a conocer la importancia que tiene el comportamiento de los precios del producto leña en la tasa de inflación en el sector de la economía grupo vivienda, subgrupo electricidad y combustible.

b) Delimitación Geográfica: La investigación se desarrolló en los establecimientos que comercializan el producto leña ubicados en los diferentes municipios del área metropolitana de San Salvador (Anexo – 3 y 4), con base a los listados que utiliza la Dirección General de Estadísticas y Censos

c) Delimitación Temporal: La investigación de campo se ejecutó durante el periodo comprendido entre el 16 de diciembre del 2001 al 16 de marzo del 2002.



3- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

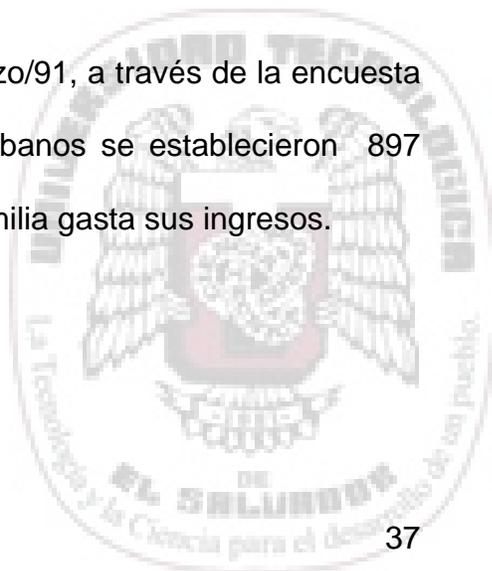
a) Tipo de Estudio

La investigación que se realizó es la no experimental es decir, que no existió manipulación deliberada de las variables, y el estudio se realizo en base a hechos o situaciones ya ocurridas.

El diseño utilizado en la investigación es longitudinal de tendencia, ya que permitió analizar los cambios a través del tiempo (en variables o sus relaciones), en los diferentes establecimientos considerados como población. ubicados en el área metropolitana de San Salvador, que permitió obtener información sobre cómo las variables y sus relaciones evolucionan a través del tiempo.

b) Población de estudio

Durante el período de Abril/90 - Marzo/91, a través de la encuesta de ingresos y gastos de hogares urbanos se establecieron 897 bienes y servicios en los cuales la familia gasta sus ingresos.



La DYGESTIC seleccionó 241 bienes y servicios para conformar la canasta de mercado y poder determinar el índice de precios al consumidor.

Esta selección se dio en base a dos criterios importantes:

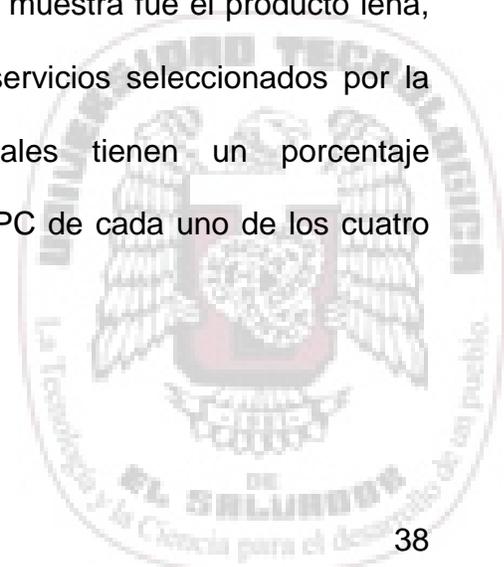
El peso en el gasto del artículo o servicios seleccionados, con respecto al gasto total.

El porcentaje de hogares que incurren en este gasto.

Cuadro No 2

CONFORMACIÓN DE LA CANASTA DE MERCADO	
Grupos	Bienes y Servicios
Alimentación	78
Vestuario	53
Vivienda	35
Misceláneos	75

Para esta investigación de campo la muestra fue el producto leña, que es uno de los 62 bienes y/o servicios seleccionados por la Universidad Tecnológica, los cuales tienen un porcentaje significativo en la construcción del IPC de cada uno de los cuatro grupos.



c) Tamaño muestral

El tamaño de la muestra tomada para esta investigación de campo fueron los establecimientos que comercializan el producto leña, ubicados en los municipios del área metropolitana de San Salvador.

Unidades de análisis:

1. Venta de leña (Nieves Sagastume)
2. Venta de leña (Pedro Hernández)
3. Venta de leña y tortillería 1
4. Tienda Martínez
5. Venta de leña (Lucas López)
6. Venta de leña 2
7. Venta de leña 3
8. Tienda S/n
9. Venta de leña por despacho Ruta 30
10. Tienda Carmela



C. METODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para realizar la investigación de campo, se adopta el método de visitas domiciliarias a los diferentes establecimientos tomados como muestra, utilizando como instrumento para la recolección de la información, la encuesta en donde se especifican los precios cantidades y tipos del producto en estudio.

1) Método y Técnica

Diseño: No experimental – longitudinal

Este sirvió para responder a las interrogantes que surgieron en la investigación y permitió alcanzar los objetivos de la misma.

La técnica que se utilizó en la investigación de campo fue realizar visitas domiciliarias a los diferentes establecimientos utilizados como unidades de análisis definidas por la Universidad Tecnológica y con base al listado de la Dirección General de Estadísticas y Censos.

2) Instrumento de captación de la información

El instrumento utilizado para la recopilación de datos fue la encuesta proporcionada por la UTEC-CIOPS que es una adaptación del



instrumento de la Dirección General de Estadística y Censo para recolectar la información y así tener elementos en común con los estudios que ellos realizan y esta investigación. (Ver Anexo-5) Encuesta.

3) Operación de la investigación de campo.

Habiendo sido asignados los establecimientos por la Universidad Tecnológica de El Salvador, en relación a los utilizados por la DYGESTIC, se procedió a realizar las cuatro visitas programadas durante los meses de diciembre 2001, enero, febrero y marzo del 2002, entregando los datos recopilados en cada una de las investigaciones al CIOPS, quien procesó los datos y los entregó para efectos de análisis respecto al comportamiento que los precios tuvieron durante este periodo.

4) Consistencia y procesamiento de la investigación de campo

Esta etapa de investigación la realizó la unidad del CIOPS, limitándonos a desarrollar el análisis de los resultados con la información proporcionada por dicha unidad.



5) Indicadores a obtener para la evaluación de impacto.

Los indicadores a obtener con los resultados obtenidos durante los periodos investigados, fueron:

- a) Determinación de los precios promedios del producto leña
- b) La variación del índice del producto o servicio analizado con relación al periodo base.
- c) La variación mensual en términos porcentuales que muestra el índice del producto o servicio analizado con la variación al mes inmediato anterior.



C. EVALUACION DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

- 1) Presentación de los resultados de la Investigación de campo

Información de los precios en el periodo comprendido del 16 de diciembre 2001 al 16 de marzo 2002

Cuadro No. 1
 PRECIOS DEL PRODUCTO LEÑA

MESES	ESTABLECIMIENTOS									
	Nieves Sagastume	Pedro Hernandez	Venta de leña y tortillas -1	Tienda Martinez	Lucas López	Venta de leña -2	Venta de leña -3	Tienda sin nombre	Por despacho ruta 30	Tienda Carmela
DICIEMBRE	1.00	1.60	1.25	2.16	2.00	1.25	2.50	1.00	1.60	1.40
ENERO	1.25	1.60	1.50	2.00	2.00	1.25	3.00	1.25	2.00	1.75
FEBRERO	1.25	1.60	1.25	2.00	2.00	1.25	3.33	1.00	1.60	1.40
MARZO	1.50	1.60	1.25	2.00	2.00	1.25	3.50	1.00	1.70	1.32



2) Análisis de los resultados de la investigación de campo:

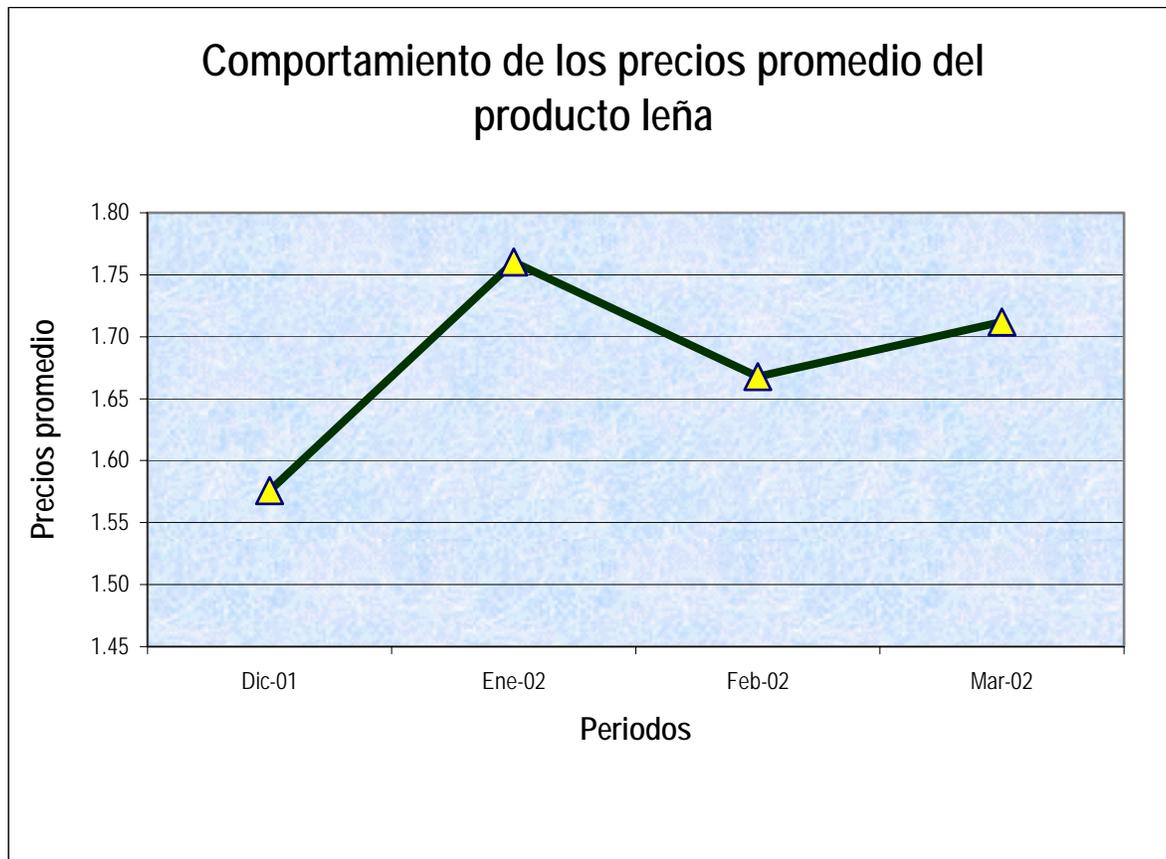
Para efectos de presentación de los resultados el análisis que se realiza será estadístico, de acuerdo a la metodología utilizada en esta investigación.

Cuadro No. 2
Determinación de precios promedios, variación mensual y a acumulada
 (Valores Expresados en Colones Salvadoreños)

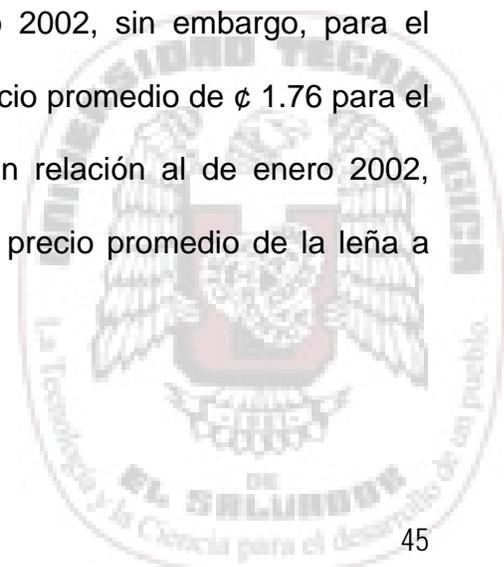
ESTABLECIMIENTOS	PERIODOS DE INVESTIGACIÓN			
	Dic-01	Ene-02	Feb-02	Mar-02
Nieves Agastume	1.00	1.25	1.25	1.50
Pedro Hernandez	1.60	1.60	1.60	1.60
Ventade leña y tortilleria 1	1.25	1.50	1.25	1.25
Tienda Martinez	2.16	2.00	2.00	2.00
Venta de leña Lucas Lopez	2.00	2.00	2.00	2.00
Venta de leña 2	1.25	1.25	1.25	1.25
Venta de leña 3	2.50	3.00	3.33	3.50
Tienda "s/n"	1.00	1.25	1.00	1.00
Venta de leña por despacho r	1.60	2.00	1.60	1.70
Tienda Carmela	1.40	1.75	1.40	1.32
Sumas totales	15.76	17.60	16.68	17.12
Precio promedio	1.58	1.76	1.67	1.71
Variación acumulada	100.00%	111.68%	105.84%	108.63%



Grafico No. 1



El primer gráfico muestra el comportamiento del precio promedio del producto leña el cual tuvo una tendencia ascendente durante el periodo comprendido del 16 de diciembre del 2001 al 16 de enero 2002, sin embargo, para el periodo del 17 de enero se alcanza el mayor precio promedio de ¢ 1.76 para el mes de febrero el precio disminuye a ¢1.67 en relación al de enero 2002, marzo presenta un aumento nuevamente en el precio promedio de la leña a ¢1.71.



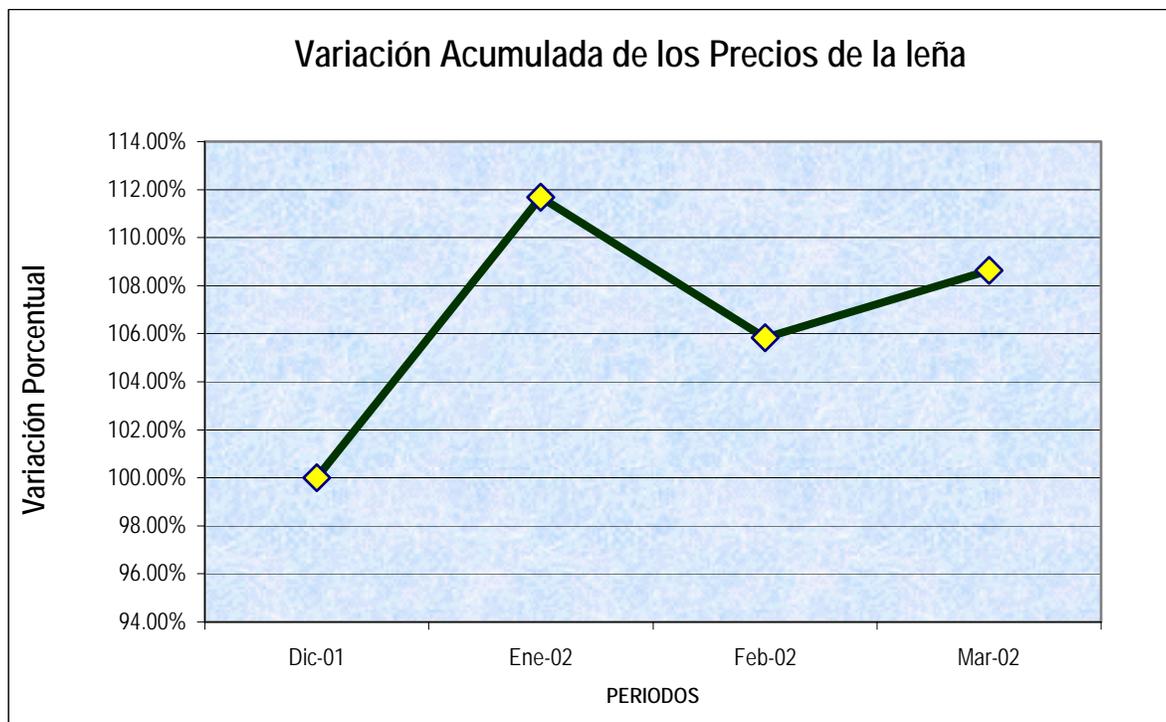
El comportamiento del precio de la leña para el mes de enero tiende a tener un mayor incremento, pudo haberse visto afectado por la poca producción de leña que se genera en este tiempo, ya que generalmente la producción masiva de este producto se da, cuando los periodos de limpias en las fincas de café, produciendo de esta forma leña para el consumo y comercio de los dueños de estas fincas.

Otra de las posibles causas que pudieron haber intervenido en este incremento podría haber sido la imposición de FOVIAL a todos los consumidores de combustible, generándo de esta forma también un incremento en el transporte de este producto, encareciendo indirectamente los precios.

Se debe tomar en cuenta que en diciembre – enero, la actividad económica se incrementa aumentando la demanda del producto leña.



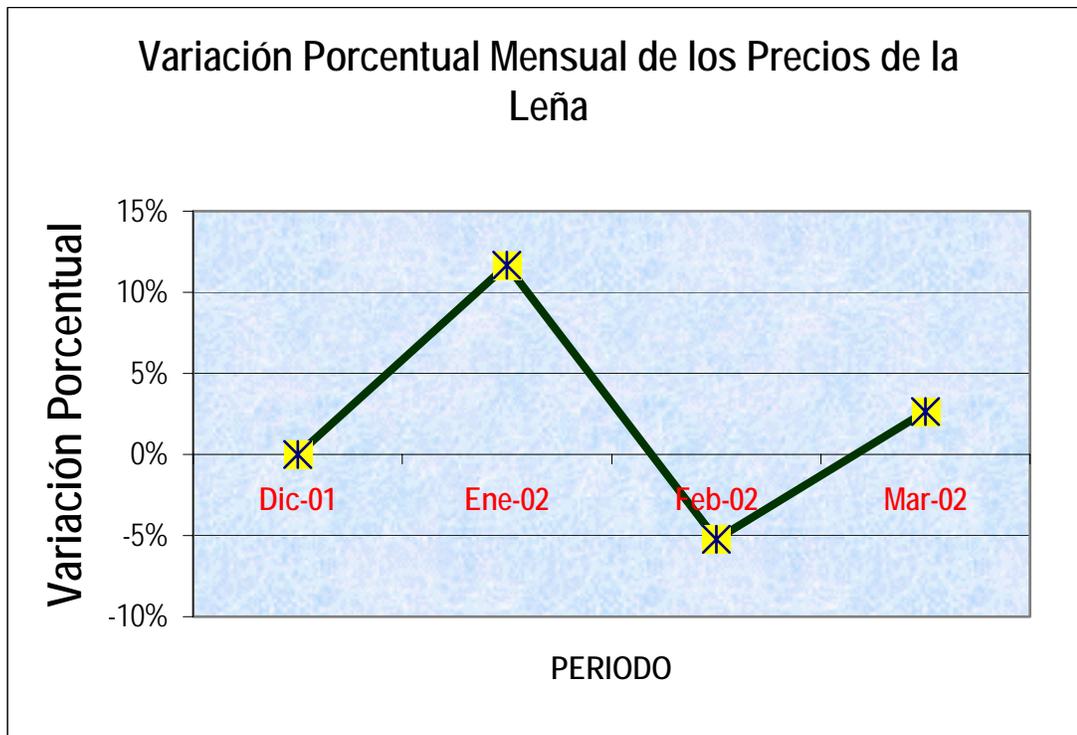
Gráfico 2



En este gráfico se presentan las variaciones acumuladas de los precios de la leña durante el periodo en que se realizó la investigación de campo. Siendo el más significativo durante el mes de diciembre 2001 enero 2002.



Gráfico 3



El anterior gráfico se presenta las variaciones mensuales de los precios de la leña durante el periodo en que se realizó la investigación de campo. Tomando como periodo base diciembre del 2001, presentando el dato más significativo en variación de precios el mes de febrero ya que da como resultado un 5.23% de disminución en el precios del producto.



CONCLUSIÓN

En general el análisis del comportamiento de los precios promedios del producto leña en el periodo de diciembre 2001 a marzo 2002 demuestra que el índice de crecimiento del precio crece de forma moderada, como lo demuestra la tendencia del índice acumulado y el índice mensual. Esto es típico del funcionamiento Económico de la Economía Salvadoreña, en el período estudiado, ya que el crecimiento paulatino es un proceso normal de inflación moderada.

