



IPC
INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

DT No. 3
Edición única

Metodología del Índice de Precios al Consumidor

Base Diciembre 2009=100

Ciudad Delgado, Enero de 2010
www.digestyc.gob.sv

Aclaración técnica: El presente documento
contiene datos sujetos a revisión.

MINISTERIO DE ECONOMÍA

Ministro de Economía
Doctor Héctor Dada Hirezi

Viceministro de Economía
Doctor Mario Roger Hernández

Viceministro de Comercio e Industria
Ing. Mario Antonio Cerna Torres

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS

Director General
Lic. Miguel Ángel Corleto Urey

Subdirector General
Ing. René Edgardo Huevo Melara

División Económica
Lic. Juan Bautista Herrera J.

Jefe Departamento de Precios
Lic. Josué Samuel Hernández

Analistas
Lic. Denis Salvador Valencia
Lic. Luís Eduardo Alemán
Lic. Oscar Rolando Carmona
Lic. Carlos Escobar

Técnicos en metodología
Licda. Vilma Lourdes Mendoza
Licda. Victoria del Carmen Guerrero
Tec. Rosa Delia del Tránsito Salazar

Coordinador de Operaciones de Campo
Edgardo Francisco García

Supervisores
Glenda Lissett Canales Viscarra
Karla Carolina Osorio de Flores
Manuel Antonio Cueva Leonor
Maria Teresa Montano Paredes
Mercedes Geraldine Hernández de García
Sonia del Carmen Alfaro Alvanez

Investigadores de Precios

Ana Delmy Miriam Villanueva Reyes	Jacqueline Susana Arbizu Gasca
Ana Isabel Escobar Urbina	Juana Antonia Mojica Cruz
Ana Mercedes Ayala Urrutia	Juana Bautista Montoya Marín
Celia Cruz Valdés Bernal	Luis Antonio Valdés
Claudia Beatriz Delgadillo Vindel	Rafael Mauricio Herrera Coto
Diana Lisette Panameño Pineda	Reyna Auxiliadora Barahona de Alcalá
Edgar Benjamin Padilla Navarro	Roberto Carlos Escobar Cornejo
Gilma Lissette Ponce Melendez	Rosa Edith Cruz Flores
Gloria del Carmen Osorio Orellana	Yanira Guadalupe Reyes García

Índice.

I. Presentación.....	4
II. Introducción.....	5
1. Características del IPC base Diciembre = 2009 y comparación con el IPC base Diciembre = 1992	6
2. Fuente de información.....	7
3. Delimitación del índice	8
3.1. Clasificación de bienes y servicios	10
3.2. Selección de los bienes y servicios de la canasta de mercado del IPC.....	11
4. Muestra de establecimientos.....	12
5. Recolección de la información.....	13
5.1. Definición de variedades.....	13
5.2. Definición de las especificaciones.....	14
5.3. Procedimiento de recolección de precios.....	14
5.4. Periodicidad de recolección.....	15
5.5. Control de calidad de la información.....	16
5.6. Reemplazo o sustituciones de artículos o informantes.....	18
5.7. Precios y productos especiales considerados para el cálculo del IPC.....	19
5.8. Tiempo de inclusión de precios dentro del índice	21
5.9. Equilibrio de observaciones de precios.....	22
5.10. Fórmula de cálculo a nivel superior	24
6. Uso de tecnología y Sistema informático de cálculo.....	26
7. Divulgación del índice	29
ANEXOS	30
I. Bibliografía	30
II. Ponderaciones	30

I. Presentación.

La dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC) pone a disposición del público, la metodología del nuevo Índice de Precios al Consumidor (IPC) base Diciembre 2009.

La presentación de este documento es parte de la política de divulgación de DIGESTYC, con la que se fortalece ante los usuarios la transparencia, confianza y credibilidad de la institución, así como de los datos e indicadores estadísticos generados.

El documento sobre la metodología del IPC cubre todos los temas relacionados a la actualización e innovación del IPC, sobretodo en los temas de: Selección de la nueva Canasta de Mercado (CM), cobertura geográfica, recolección de precios y fórmula de cálculo del índice de precios entre otros tópicos, cuyas mejoras se desglosan en los diferentes capítulos de este documento.

La actualización del IPC implicó un arduo proceso de revisión de sus procesos y en la implementación de mejoras en cada uno de ellos. Todo el trabajo en el IPC fue posible gracias a la dedicación del Equipo Técnico – Metodológico del IPC, el cual fue auxiliado y apoyado técnicamente por el Instituto de Estadística de Suecia (SCB por sus siglas en sueco) en especial al consultor experto designado: Dr. Jörgen Dalén, experto internacional en el tema de indicadores de precios y miembro del grupo de Ottawa a quien se le agradece efusivamente su participación y apoyo. Además, de las observaciones y recomendaciones del Comité Técnico Consultivo del IPC (CTC-IPC), cuyos miembros son expertos profesionales del Ministerio de Economía (MINEC), Banco Central de Reserva (BCR), Secretaria Técnica de la Presidencia (STP), Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y DIGESTYC.

Así mismo se agradece a todos los informantes quienes mes a mes confían en proporcionar datos de precios a nuestros investigadores.

II. Introducción.

El IPC es un indicador que mide la evolución de cambio de precios en un período determinado generalmente de un mes, a través del monitoreo de un conjunto de bienes y servicios representativos de las compras de las familias salvadoreñas. Este conjunto de bienes y servicios están contenidos en lo que se define como Canasta de Mercado (CM).

En el ámbito económico y social, es un indicador que mide los resultados de la implementación de política económica y en lo social sirve para el ajuste de prestaciones como salarios mínimos y pensiones.

Se denomina el mejor indicador de la inflación debido al grado de aceptación y periodicidad con que se recoge la información de los productos que se encuentran en la última fase de las transacciones económicas. Suele ser considerado a veces como un indicador de Costo de Vida (ICV), pero no puede ser aceptado como tal, debido que no considera la racionalidad de los individuos ante cambios o ajustes en los precios y solo mide la variabilidad de precios de una canasta establecida.

La actualización del IPC implicó el desarrollo y estructuración de su metodología, como fue:

- Actualización de la Canasta de Mercado: Selección de los bienes y servicios mas representativos del consumo de las familias en el país.
- Actualización de las ponderaciones: Cálculo del relativo de gasto de los bienes y servicios de la CM respecto al gasto total reportado por la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2005 – 2006 (ENIGH 2005-2006).
- Adopción de una nueva fórmula de cálculo del índice: Implementación de la fórmula de Laspeyres geométrica.
- Actualización del marco de establecimientos: Nueva selección de establecimientos en base a la comercialización de los bienes y servicios de la CM.
- Adopción de un nuevo software en el cálculo del índice y la implementación de tecnología en la recolección de precios: Incorporación de dispositivos móviles de captura de datos y el desarrollo de un nuevo software de procesos de control y generación de reportes.

Este documento presenta las principales variaciones, modificaciones hechas y las nuevas virtudes del IPC base = Diciembre 2009

1. Características del IPC base Diciembre = 2009 y comparación con el IPC base Diciembre = 1992

	IPC base 2009	IPC base 1992
Fuente de información	Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2005 - 2006	Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 1990 - 1991
Cobertura geográfica	6 departamentos, 23 municipios	5 departamentos, 13 municipios
Período base	Mes base = Diciembre 2009	Mes base = Diciembre 1992
Población de referencia	Toda la población	Toda la población
Clasificación de bienes y servicios	Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF)	Clasificación de Ingresos y Gastos (CIGA), luego se adecuo a CCIF
Niveles de agregación	Cinco niveles de agregación:	Tres niveles antes de emigrar a CCIF
	1. División	1. División
	2. Grupo	2. Grupo
	3. Subgrupo	3. Artículo
	4. Clase	
	5. Artículo (Bien o servicio)	
Criterios de selección	Participación relativa en el gasto total (80%)	El peso que el gasto en el artículo tiene respecto al gasto total
	Frecuencia relativa de consumo relevante (bajo peso/muy significativos)	Porcentaje de hogares que incurrir en ese gasto
	Expectativas de crecimiento de demanda	
Fórmula de cálculo	Laspeyres más media geométrica	Laspeyres mas media aritmética
Precios recolectados	12,200	4,419
Muestra de establecimientos	4,000	1,407
Precios en oferta	Se toman precios de oferta, pero no liquidaciones, ni por caducidad ni por daños	No se toman precios de oferta
Sistema informático	Desarrollo en C#	Fox pro
Canasta de consumo	238 bienes y servicios, repartidos en 196 bienes y 42 servicios.	241 bienes y servicios

Fuente: Elaborado por equipo técnico metodológico.

2. Fuente de información

La fuente de información para el cambio de base del nuevo IPC base = Diciembre 2009, es la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2005 – 2006. La ENIGH correspondió a una encuesta por muestreo, siendo la unidad de muestreo las viviendas particulares, se selecciono un grupo de ellas y en ellas se escogió los hogares a los cuales se les entrevistó.

El levantamiento en campo de la encuesta se realizó entre septiembre de 2005 y Agosto 2006, La muestra de las viviendas particulares seleccionadas fue de 4,576 distribuidas en los 14 departamentos del país, 186 municipios y 149 cantones. Se consideraron todos lo hogares indistintamente del nivel social y que los hogares representaran también las áreas urbanas y rurales.

La ENIGH fue desarrollada en un período de 52 semanas y las visitas a los hogares se realizaban en 14 días y de ellos 10 eran de visitas continuas. En cada período de levantamiento se distribuyó un total de 176 viviendas seleccionadas para la encuesta, es decir, un total de 22 segmentos, constituidos cada uno por 8 viviendas. Al final del levantamiento de la información la tasa de respuesta de los hogares fue del 95%.

Para el levantamiento de la información, fueron diseñados dos formularios: En el cuestionario FA-1 se recolectó la información sobre las características socio-demográficas, económicas, ingresos y gastos de las personas. De igual manera se recolecto datos referentes a la vivienda, equipamiento del hogar, gastos e ingresos provenientes de negocios familiares ubicados en la vivienda, actividad agrícola, negocios familiares ubicados fuera de la vivienda y el equipamiento de los negocios que funcionaban en la vivienda.

Se recolecto gastos realizados con periodicidad diaria, mensual, trimestral y anual; y, los ingresos mensuales por fuente.

En el cuestionario FA-2, se registraron los gastos del hogar referidos a los alimentos, bebidas no alcohólicas y alcohólicas, tabaco, limpieza y cuidado del hogar, recreación, transporte, comunicación, es decir, todos los gasto realizados por el hogar durante los 14 días que dura la investigación en cada vivienda. De igual manera se recolectó la cantidad, propósito del gasto, tipo de gasto y lugar de compra de los artículos o servicios.

La capacitación de todo el personal involucrado en el desarrollo del estudio es una tarea fundamental. Se desarrollaron jornadas de capacitación sobre las definiciones, conceptos, métodos de trabajo en campo, procedimiento post-campo para las boletas diligenciadas, funciones y reglamento administrativo vigente. Para encuestadoras, supervisores y motoristas se ejecutaron jornadas de reforzamiento en técnicas de entrevista y comportamiento en el área de trabajo. Las jornadas de

reforzamiento se realizaron cada dos semanas antes de iniciar el nuevo período de recolección y se desarrollaron cuatro talleres de retroalimentación.

Las recomendaciones dadas al personal de campo se trasladaron al personal de crítica-codificación, además en el manejo de los clasificadores internacionales como: Clasificador Internacional Industrial Uniforme (CIIU), Clasificador de Consumo Individual por Finalidades (CCIF); y, Clasificador Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO).

3. Delimitación del índice

Para la delimitación de la cobertura del área geográfica del IPC base = Diciembre 2009, se determinaron las siguientes condiciones a cumplir:

- Homogeneidad en los patrones de consumo
- Alta representatividad poblacional

El IPC investiga precios en los principales departamentos y municipios del país y en donde se realice una actividad comercial significativa. El IPC investiga precios en 6 departamentos los cuales son: Santa Ana, Sonsonate, La Libertad, San Salvador, La Paz y San Miguel, se seleccionaron estos departamentos debido a que registran el 80% del gasto de consumo total de acuerdo a los datos de la ENIGH 2005 - 2006. En el siguiente gráfico se visualiza la cobertura del IPC.



En el cuadro 1 se presentan los departamentos y municipios en donde tiene cobertura el IPC:

CUADRO 1
Cobertura geográfica del IPC por Departamentos y Municipios

No.	Departamento	No.	Municipio
1	SANTA ANA	1	SANTA ANA
		2	CHALCHUAPA
2	SONSONATE	3	SONSONATE
		4	SAN ANTONIO DEL MONTE
		5	SONZACATE
		6	SANTA TECLA
3	LA LIBERTAD	7	ANTIGUO CUSCATLAN
		8	COLON
		9	SAN SALVADOR
4	SAN SALVADOR	10	APOPA
		11	NEJAPA
		12	AYUTUXTEPEQUE
		13	CUSCATANCINGO
		14	CIUDAD DELGADO
		15	ILOPANGO
		16	MEJICANOS
		17	SAN MARCOS
		18	SAN MARTIN
		19	SOYAPANGO
5	LA PAZ	20	TONACATEPEQUE
		21	ZACATECOLUCA
6	SAN MIGUEL	22	DIOQUILTA
		23	SAN MIGUEL

Fuente: Elaborado por equipo técnico metodológico.

3.1. Clasificación de bienes y servicios

La clasificación utilizada para el nuevo IPC base Diciembre = 2009, es el Clasificador de Consumo Individual por Finalidades (CCIF) de las Naciones Unidas (NU).

Para uso del IPC solo se utilizan las primeras 12 divisiones, que son las que corresponden a gastos individuales del hogar, siendo estas:

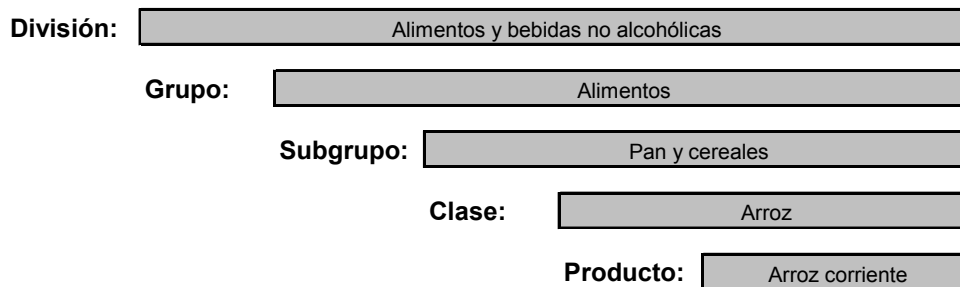
CUADRO 2

DIVISIONES SEGUN CCIF

01 - ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS
02 - BEBIDAS ALCOHOLICAS, TABACO Y ESTUPEFACIENTES
03 - PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO
04 - ALOJAMIENTO, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES
05 - MUEBLES, ARTICULOS PARA EL HOGAR Y PARA LA CONSERVACION ORDINARIA DEL HOGAR
06 - SALUD
07 - TRANSPORTE
08 - COMUNICACIONES
09 - RECREACION Y CULTURA
10 - EDUCACION
11 - RESTAURANTES Y HOTELES
12 - BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS

Fuente: Elaborado por equipo técnico metodológico.

La clasificación mostrada es a nivel de divisiones, la cual es la agrupación más general en el CCIF y esta puede ser desglosada a niveles específicos según el siguiente mapa semántico:



Para el IPC base 1992, se utilizó el CCIF y mantiene la misma estructura de clasificación de los productos, anteriormente se utilizó el CIGA el cual solo se mantenía la estructura a 3 niveles: División, Grupo y artículo.

Una mayor desagregación permite un mejor análisis para algunas agrupaciones, facilitando el análisis del comportamiento de precios. Para la mayor parte de productos, se desagregan a nivel de variedad para obtener una mayor recolección y diversidad de presentaciones de un mismo artículo.

3.2. Selección de los bienes y servicios de la canasta de mercado del IPC.

La canasta de mercado es el conjunto de bienes y servicios representativos del consumo de las familias salvadoreñas, cuya fuente de información es la ENIGH. Estos gastos fueron clasificados en 12 grupos, llamados divisiones de acuerdo al CCIF utilizado para tal fin. Esta clasificación es totalmente consistente con la utilizada por el sistema de cuentas nacionales en lo referente a la cuenta de hogares. Cada división se subdivide en: grupos, subgrupos, clases, productos y variedad. La clase, es el nivel más bajo de agregación que será objeto de publicación.

La selección de los bienes y servicios y el cálculo de las ponderaciones, se determinó de la siguiente forma:

Con los datos del gasto expandido se generó una lista de 2,293 bienes y servicios, que por su importancia dentro del gasto total deben ser parte de la canasta de mercado del índice de precios al consumidor y deben cumplir con las siguientes características:

- Importancia relativa, que su peso sea significativo a nivel de grupo, sub-grupo y variedad de consumo.
- Una porción importante de los hogares que los consuma.
- Características y especificaciones susceptibles de seguimiento en los establecimientos.
- Excluir aquellos artículos cuyos precios sean extremadamente difícil monitorear (por ejemplo, algunos tipos de medicamentos considerados como narcóticos).

La aplicación de estas características dio paso a la selección de 238 bienes y servicios.

La estructura de consumo para el cálculo del IPC2009 se ha establecido en 238 bienes y servicios, la cual posee 92 clases, 61 sub-grupos, 33 grupos y 12 divisiones. Existen 98 productos nuevos en la canasta de mercado del IPC2009 y 140 bienes y servicios coincidentes con la anterior CM del IPC1992, la cual estaba constituida por 241 bienes y servicios. Se excluyen 101 bienes y servicios de la CM del IPC1992.

CUADRO 3

Resumen de la cantidad de bienes y servicios seleccionados por división de gasto.

Tabla resumen de los seleccionados				
Division	Grupo	Subgrupo	Clase	Producto
1	2	11	33	71
2	2	3	3	4
3	2	2	6	32
4	4	6	6	9
5	4	6	9	26
6	3	5	5	19
7	3	6	6	17
8	2	2	2	5
9	4	11	13	28
10	3	3	3	5
11	1	2	2	6
12	3	4	4	16
	33	61	92	238

Fuente: Equipo metodología del IPC.

Se incorporó a los 238 bienes y servicios, los excluidos por representatividad mediante dos procedimientos:

- La agregación directa por afinidad, es decir, que se agregó la ponderación de los bienes o servicios excluidos a artículos similares pero que está dentro de la canasta de mercado.
- Se distribuyó por diversidad, en este caso las ponderaciones de los bienes y servicios no incluidos en la canasta se agregó a los 238 bienes y servicios incluidos por medio de un prorrateo proporcional al peso de cada uno de ellos.

De tal forma que los 2,293 bienes y servicios quedan representados en el índice de precios.

Determinación de ponderaciones. Realizado los pasos anteriores se procede al cálculo de las ponderaciones de los diferentes niveles de agrupación del índice, para ello dividimos el valor del gasto de consumo establecido para cada nivel, entre el gasto total de consumo de los hogares, con una aproximación decimal de mil milésimos.

4. Muestra de establecimientos.

Una fuente importante de obtención de información y precios, es el lugar de toma o investigación de los mismos, para ello es vital poder contar un marco de establecimientos que puedan aportar la información necesaria.

Para el nuevo IPC se selecciono una muestra de establecimientos de diferentes giros comerciales para obtener datos de precios, el marco para la selección de establecimientos fue el VII Censo Económico 2005. Además, la muestra se complemento con un levantamiento directo en campo para los puntos de venta informales, como puestos de mercados o servicios como albañilería, electricistas, etc. que poseían o no infraestructura o punto de permanencia.

Teniendo como base el Censo Económico, se seleccionaron un determinado número de establecimientos en base a dos criterios principales:

- Según el Código Industrial Internacional Uniforme (CIIU)
- Según el número de empleados

Con el primero se seleccionaron aquellos establecimientos según la clasificación CIIU, en donde pudieran comercializarse los bienes y servicios de la Canasta de Mercado y además se consideraba el volumen de comercialización que realizaban, es decir, si la actividad la ejercían a nivel de minorista o mayorista. Por lo que para el caso de los productos alimenticios, se seleccionaron establecimientos desde pequeñas tiendas hasta cadenas de supermercados y así también para zapaterías, mueblerías, tiendas de ropa, etc.

Para el segundo criterio, se seleccionaron los establecimientos más importantes según su clasificación CIIU y además que emplearan un mayor número de personal para sus actividades comerciales. Este criterio tomó mayor relevancia a nivel de mayorista en la clasificación CIIU.

5. Recolección de la información.

Para la recolección de precios se consideran varios aspectos: Definida la canasta de mercado, se determinan las variedades por producto a monitorear, se identifican y establecen las especificaciones de las variedades de los artículos y por último se establecen las normas de recolección de precios.

5.1. Definición de variedades.

Para poder definir las variedades por producto, se realizó un estudio piloto en los establecimientos definidos en la muestra, ya sean supermercados, puestos de mercado, tiendas de colonia, almacenes, zapaterías, clínicas, etc. Consultando primero para un determinado bien o servicio la marca de mayor demanda en el establecimiento y segundo las variedades del mismo. Obteniéndose un universo de productos y variedades, se realizó una selección mas depurada de las marcas y variedades de mayor compra, determinando las de alta dinámica comercial y de fácil monitoreo de precios en el tiempo.

El producto con mayor número de variedades es la de consulta médica especialista la cual posee 22 variedades. El total de variedades establecidas para la canasta de mercado es de 436, no todos los artículos poseen variedades.

5.2. Definición de las especificaciones.

Las especificaciones son las características generales que se determinan un bien o servicio y facilita el monitoreo de precios para el seguimiento de ellos. Las especificaciones varían según el bien o servicio, de tal forma que en el investigador no se generen dudas ni dé lugar a apreciaciones subjetivas al momento de la toma de precios y que esto lleve a una distorsión del mismo.

Las características definidas para los productos de la canasta de mercado son de tipo cerradas, es decir, que se definen las mismas características para un determinado bien o servicio para recoger los precios de los artículos en todos los establecimientos.

De acuerdo al bien o servicio así es el número de características definidas, aquellos artículos como ropa, electrodomésticos y productos empaquetados o embotellados son los que poseen un mayor número de características como marca, color, material, tamaño, etc.

Para productos como alimentos se procuró establecer características lo más específicas posible, para el caso en especial de frutas y vegetales se elaboró en conjunto con el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) una tabla de peso y medidas, para que sirva como guía al investigador a la hora de tomar el precio aunque se estableció un rango de tamaños para frutas y verduras, al momento de recolectar el precio predomina casi siempre la opinión de los informantes de como ellos definen los tamaños de sus productos.

5.3. Procedimiento de recolección de precios.

El total de precios a recolectar en el nuevo IPC base Diciembre 2009 es de 12,200 y para el IPC base Diciembre 1992 es de 4,419 precios incrementándose en más del doble.

La recolección de precios se realiza por tres medios: Entrevistas personales a los informantes, llamadas telefónicas y visitas a los sitios Web.

Entrevistas personales: La mayor parte de la recolección se realiza vía entrevista personales. Para ello se programan las visitas por municipio y por semana. Cada día se programan visitas a establecimientos de diferentes tipos y se distribuyen en las semanas del mes, para evitar de alguna manera una concentración de tipos de establecimientos en una determinada semana. Cada ruta se visita una sola vez al

mes, en un día específico de los 20 días hábiles de levantamiento y así todos los meses.

Las cargas diarias de trabajo se distribuyen según el número de precios a levantar, en promedio cada investigador recolecta al día un total de 30 precios en 9 establecimientos que en promedio visita al día. Se establece una rotación de los miembros que conforman las brigadas de tal manera que no visiten las mismas rutas en dos meses consecutivos.

Llamadas telefónicas: Algunos productos como los servicios de albañilería, carpintería, fontanería, se recogen vía telefónica, debido a la movilidad de los informantes y a la oportunidad de no poder localizarlos en el lugar de trabajo. El servicio de hospitalización se recolecta también vía telefónica.

Página Web: Para el caso de boletos aéreos se recolectan de las páginas Web de las empresas ya que los precios publicados en ellos son los mismos que en las sucursales.

Comúnmente la recolección de precios vía teléfono y páginas Web se realiza en la tercera y cuarta semana del mes.

5.4. Periodicidad de recolección.

Los precios son recolectados en un período de 20 días hábiles, para algunos bienes o servicios la periodicidad difiere, tal es el caso de los combustibles que se recolectan precios en todas las semanas, es decir, una gasolinera es visitada 1 vez por semana. Para el caso del servicio de alquiler el levantamiento se realiza cada 3 meses (Marzo, Junio, Septiembre y Diciembre).

El periodo de recolección de precios de cada bien o servicio contenido en la canasta de mercado, está directamente relacionado con la periodicidad con la que adquieren la mayoría de los consumidores, de igual manera ésta relacionado con la dinámica del cambio de los precios de cada producto (abastecimiento).

Cada semana de lunes a viernes 18 investigadores y 6 supervisores recorren los mercados, supermercados, sector informal y establecimientos comerciales en 6 departamentos del país, con el propósito de registrar los niveles de los precios y establecer la evolución de los mismos.

En la práctica establecer periodos de recolección de precios es algo dinámico y no es estático. En este sentido se han considerado la periodicidad de investigación una vez al mes (un día fijo), para los artículos alimentarios vendidos en los mercados y sector informal se realizó una distribución de la muestra a lo largo del mes para captar precios de alimentos en todo el mes con el fin de captar los

precios que las amas de casas habitualmente pagan al realizar sus compras para la semana.

Para el registro de precios de alimentos captados en supermercados, el período de investigación también es una vez al mes teniendo cuidado con los días en los cuales se realiza el abastecimiento de las frutas y verduras, para evitar captar precios de liquidación por ser alimentos perecederos los días martes y miércoles son días en que se realizan dicho proceso. En tal sentido el investigador debe investigar el precio de las frutas y verduras equivalentes y semejantes en calidad al captado en el período inmediato anterior.

Para los establecimientos comerciales (almacenes, zapaterías, ferreterías, bazares, farmacias, casas comerciales, clínicas médicas, laboratorios clínicos, clínicas odontológicas, hospitales, entre otras) el período de investigación es una vez al mes (día fijo), Ej.: si la zapatería Z del parque principal de Santa Tecla, se visita el 5 de enero, su próxima visita será el 5 de febrero y así sucesivamente.

Para los precios de investigación de consulta, como los servicios de agua, energía eléctrica, teléfono, Internet, telefonía celular, considerados productos especiales. Se realiza una recopilación de precios desde la oficina central del IPC, para la cual se visita a las empresas proveedoras de cada servicio.

Los precios recolectados son en dólares e incluyen el pago de impuesto al Valor Agregado (IVA). También se recolectan aquellos precios de oferta, considerando que volverán a su precio normal en un período no máximo a 3 meses.

Pero no son considerados como precios de oferta aquellos que son discriminatorios como por compras al ser socio, liquidaciones u ofertas por artículos dañados o por caducidad.

5.5. Control de calidad de la información

El análisis y consistencia de los datos de precios recolectados, desarrolla los siguientes pasos:

- a) *Precios captados por los productos comprados.* En el caso de productos como; tortillas, queso y otros productos alimenticios que deben ser pesados de forma inmediata¹ a su compra, el investigador registra el peso y precio del producto en el programa de captura de precios. El programa posee un proceso mecanizado de validación de pesos según producto, variedad y tamaño. Si el peso supera los estándares establecidos el sistema no permite su registro, hasta el tercer intento de grabarlo, y envía una notificación al investigador en el mismo instante. De manera que el sistema lo acepta pero este es

¹ Basado en la experiencia de la DIGESTYC en la recolección de precios de ese tipo de productos.

revisado por los técnicos en oficina. De igual manera posee estándares de variación de precios convertidos

- b) *Precios captados por entrevista.* En este caso es necesario que el supervisor realice un análisis de la consistencia de los precios registrados por los investigadores de precios, para ello realiza un sondeo de precios por producto y verificar los registros contenidos en la Pockect PC. En el caso de que se determine la consistencia de los precios, estos son consultados por los técnicos en las oficinas del IPC. Y se activa el mismo procedimiento de validación dinámico sistemático mecanizado, expuesto en el párrafo inmediato anterior.
- c) *Precios en establecimientos comerciales.* Todos los precios son sometidos a un proceso de consistencia dinámico sistemático mecanizado, de haber una inconsistencia en algún precio. Se envía personal de oficina al establecimiento comercial a constatar los precios.
- d) *Precios de vivienda alquilada.* Se desarrolla similar proceso de consistencia de datos, es decir, en oficina se realiza un chequeo de consistencia de los precios recolectados, basado en características de la vivienda, parentesco del inquilino con el dueño de la vivienda, servicios básicos de la vivienda, de haber una inconsistencia en los precios se envía personal de oficina para verificar la inconsistencia encontrada y una vez superada dicha inconsistencia se procede a incorporarla en la base de datos.
- e) *Revisión por técnicos de calidad.* El uso de la tecnología es un factor importante en los diferentes procesos de este IPC. La información recolectada en campo es enviada de forma inalámbrica y directa a los servidores centrales, con esto se evita el proceso de digitación reduciendo el coste de tiempo y dinero. Con los datos directamente en la base y al desarrollo de la aplicación central de datos, los técnicos pueden ver de forma inmediata en sus computadoras la información recolectada y revisando aspectos como detalles de productos, variaciones respecto a meses pasados, precios máximos y mínimos, etc.
- f) *Revisión por analistas.* Los datos recolectados en campo son llevados a una base en SPSS para que los analistas puedan ver variaciones y tendencias del comportamiento de los productos en el mercado y así poder solventar alguna situación concerniente a la toma de precios o a casos en específicos.

5.6. Reemplazo o sustituciones de artículos o informantes.

Es necesario aclarar que reemplazo o sustitución son sinónimos según definición de la Real Academia de la Lengua Española, pero para el IPC presentan dos acciones diferentes.

Reemplazamos, cuando un bien o servicio se deja de comercializar en el establecimiento. O reemplazamos un establecimiento cuando este cierra o declina seguir colaborando.

Sustituimos, cuando un bien o servicio deja de ser representativo del consumo de los hogares, aún cuando se continúe comercializando en el establecimiento. O sustituimos un establecimiento cuando éste deja de ser representativo de la dinámica comercial. Aun cuando continúe funcionando.

Los reemplazos o sustituciones pueden ser comparables o no comparables, según la equivalencia y semejanza de los bienes y servicios.

Dichas acciones tienen implicaciones directas con los códigos de situación y los de precio, los cuales determinan si dicho precio entran o no al cálculo del índice.

Existen situaciones características que dan inicio a desarrollar dichas acciones, los más frecuentes son:

- Cambio en el giro comercial del informante
- Cierre del establecimiento
- Baja en la dinámica comercial del establecimiento
- El producto al que le da seguimiento sale del mercado
- El informante ya no tiene interés en ser informante.

La norma internacional indica que ante tales situaciones aplican dos cosas, la primera cambiar de informante y la segunda, cambiar el producto. Para ello existe un método, que presenta las siguientes etapas:

Para todas etapas es necesario garantizar la equivalencia (calidad) y semejanza (funcionalidad/giro comercial) del informante o del producto.

- a) *Cambio de informante.* Se debe reemplazar o sustituir por otro informantes dentro del mismo circuito o segmento y con el mismo nivel comercial, del informante que se está reemplazando o sustituyendo, que provea el mismo producto o servicio.
- b) *Cambio de producto.* Cuando un producto esta descontinuado es necesario sustituirlo por otro con las mismas características, tanto en calidad como en funcionalidad, nivel de precio, condición de precio y

debe ser el más vendido en un establecimiento del mismo circuito comercial.

- c) *Codificación del producto reemplazado.* Una vez el reemplazo o sustitución del producto y/o del informante sea consistente, se debe proceder a su codificación. Sea como comparable o no comparable.
- d) *Registro en el marco de establecimientos.* Una vez realizada la codificación del informante deber ser registrado en el marco de establecimientos informantes.
- e) *Relevantamiento del marco de establecimiento.* Se realiza un relevantamiento del marco de establecimiento por circuito comercial y segmentos de trabajo, con el fin de poseer un marco maestro de establecimientos que nos permitan evitar obsolescencia del marco por medio de la incorporación o eliminación de establecimientos.

5.7. Precios y productos especiales considerados para el cálculo del IPC.

- a) *Precios realmente pagados.* El objetivo del índice de precios al consumidor es dar un seguimiento a la evolución de los precios de bienes y servicios que realmente pagan los consumidores. Por lo tanto, no son considerados los precios de cartelera, discriminación de precios, precios de liquidación u ofertas especiales, bonificaciones, extras, regalos, y precios de regateo², dado que estos varían de los que realmente pagan los hogares a los proveedores, esto se ve más ante la dinámica de comercialización de los diferentes productos.

Con el fin de que los precios de los alimentos sean los realmente pagados por los hogares, estos serán captados utilizando las técnicas de entrevista y compra de los bienes y servicios de la canasta de mercado.

- b) *Tarifa pública.* Agua, energía eléctrica con subsidio y gas propano, se obtiene de las diferentes empresas que proveen dichos servicios, pero estos deben ser contrastados con los recibos de pagos correspondientes, en el caso del gas propano debe ser confrontados con los precios que pagan los consumidores en los establecimientos distribuidores en los circuitos de informantes.

² Ver apéndice 2 para mayor ampliación de las definiciones.

- c) *Pasaje de bus*. Los precios de pasaje (urbano, inter-urbano y departamental) se utiliza la información suministrada por el Vice ministerio de transporte³.
- d) *Servicios médicos*. Los honorarios de médicos por consulta se preguntan en clínicas particulares. Ahora los precios por hospitalización en hospitales privados⁴.
- e) *Educación*. Los precios de matrícula, mensualidad y otros gastos vinculados a la educación son captados de la información suministrada por el Ministerio de Educación⁵.
- f) *Otros bienes y servicios*. Para el resto de bienes y servicios los precios se captan en establecimientos comerciales, mercados y sector informal. Los precios son aquellos que un consumidor pagaría de efectuar el pago en el mismo momento.
- g) *Alquiler de vivienda*. El pago por alquiler de vivienda se obtiene de una encuesta panel que consta de una muestra de 289 viviendas alquiladas tales como apartamento, casa privada, entre otras. El período de levantamiento de datos se hace trimestralmente: marzo, junio, septiembre y diciembre. La cobertura de la encuesta obedece a los municipios y departamentos del IPC.
- h) *Carro nuevo y camioneta nueva*. Se tiene como fuente de información las agencias distribuidoras de vehículos y la Asociación Salvadoreña de Distribuidores de Vehículos (ASALVE). Se registra el valor completo de la unidad y los respectivos impuestos (IVA y valor primera matrícula). Los modelos monitoreados se selección según la a la aceptación y demanda que tengan y se actualizan según ingreso en el mercado.
- i) *Computadoras*. El levantamiento de observaciones de precios de computadoras esta basado en un listado de establecimientos tales como: almacenes por departamento, tiendas especializadas en venta de equipo informático, entre otros. El período de recolección de precios es mensual, con la particularidad de un rápido reemplazo de modelos no mayores a 5 meses generalmente y cerca de 40 especificaciones tecnológicas.

³ Leer el apartado de los precios especiales

⁴ Los hospitales públicos no son incluidos dado que estos brinda atención de forma gratuita.

⁵ Ídem al 21

5.8. Tiempo de inclusión de precios dentro del índice

Para ciertos productos el tiempo de adquisición, uso y pago no coinciden. El tema es en qué mes incluir un nuevo precio dentro del índice. La siguiente tabla provee un listado de servicios en el cual este es un problema.

Cuadro 4 Práctica de Mercado y práctica del IPC Diciembre 2009=100 según producto

Producto	Práctica de Mercado	Práctica del presente IPC
Cuota Universitaria	La práctica difiere pero normalmente el pago es en el mismo mes en el que el servicio es provisto. El pago de la matricula es pagada en Diciembre	Incluir los precios del primer semestre en marzo y los del segundo semestre en octubre
Cuotas de Educación Primaria	La práctica difiere pero normalmente el pago es en el mismo mes en el que el servicio es provisto. El pago de la matricula es pagada en Diciembre	Incluir los precios en enero, en el primer mes en el que se aplican
Alquiler de vivienda (Renta)	El pago es normalmente el mismo mes en el cual el servicio es provisto pero puede variar	La inclusión de precios es en el mes que se aplica el alquiler
Viajes por aire	El pago es antes que el servicio sea provisto. Un mes antes esta considerado normal	La inclusión de precios se hace en el mes de pago (un mes de anticipo antes de iniciar el vuelo es asumido)
Tarifas de agua potable	El pago es en el mes posterior al consume ocurrido	La inclusión de precios se hace en el mes en el cual es servicio es provisto
Electricidad	El pago es en el mes posterior al consume ocurrido	La inclusión de precios se hace en el mes en el cual es servicio es provisto
Tarifas telefónicas	El pago es en el mes posterior al consume ocurrido	La inclusión de precios se hace en el mes en el cual es servicio es provisto
Tarifas de internet	El pago es en el mes posterior al consume ocurrido	La inclusión de precios se hace en el mes en el cual es servicio es provisto
Tarifas de servicio de Cable TV	El pago es en el mes posterior al consume ocurrido	La inclusión de precios se hace en el mes en el cual es servicio es provisto
Tarifas de Hospitales	El pago es normalmente el mismo mes en el cual el servicio es provisto	La inclusión de precios es en el mes que se aplica al servicio.

El sistema de cuentas nacionales generalmente recomienda un enfoque de adquisición, que consiste en incluir un precio en el mes cuando el comprador entra en la obligación de pagar y el vendedor de la obligación de entregar el producto. Sin embargo, las prácticas de servicios no son siempre claras.

Las presentes prácticas en IPC base Diciembre 2009=100 son todas consistentes con el concepto de adquisición. Por consiguiente, se propone que el principio de adquisición se tome como un criterio general para saber cuándo incluir un precio en el índice. Cabe mencionar, que a veces se crearan retrasos en la presentación de datos por parte de la DIGESTYC al ser introducidos al índice.

Una segunda cuestión con respecto al tiempo de introducción de datos al índice es cuando se cambian los precios arancelarios dentro de un mes y no solamente al principio del mismo. Por ejemplo puede aplicarse un arancel el décimo o el vigésimo día dentro de un mes. Dos enfoques son posibles a tomar en cuenta: (i) calcular un precio promedio en función del número de días del mes al que se aplica un determinado precio, o (ii) aplicar siempre el precio que es válido en el siglo al vigésimo quinto día. El enfoque de precio medio es más exacto pero se conlleva a cálculos más complejos y aumenta así el riesgo de cometer errores. Al tomar el precio al vigésimo quinto día como criterio es más simple y no conduce a ningún prejuicio en la tasa de inflación a largo plazo. Se recomendó por parte del Consultor el uso del vigésimo quinto día de cada mes como la fecha de seguimiento de la tarifa de precio. Finalmente, una consideración importante subyacente a esta recomendación es evitar una complejidad innecesaria al hacer cálculos de forma manual.

5.9. Equilibrio de observaciones de precios

De marzo a mayo de 2007, del personal del Índice de Precios al Consumidor 2009 = 100, había recolectado 12,724 observaciones de precios en más de 1,000 establecimientos. Estos números iban en aumento a medida se incorporaban más tomas de precios para cada producto.

Se analizó el número preliminar de productos ofrecidos por producto y sobre la base de esto se recomendaron cambios a fin de obtener una relación más proporcional entre estos números y las ponderaciones de los productos⁶. Así mismo se consideraron las diferentes categorías de establecimientos. En cada caso, tanto la ponderación de los productos a seguir y la proporción estimada de hogares que realizaron la compra de estos productos en estos establecimientos, sirvieron de principios guía para las recomendaciones hechas respecto al número de observaciones de precios apropiado.

⁶ Para aquellos productos con ponderaciones pequeñas es deseable un número mínimo de observaciones de precios.

Una muestra equilibrada tiene por objeto relacionar el número de observaciones de precios con la ponderación de cada producto y la importancia de cada zona geográfica y tipo de establecimiento.

La relación de equilibrio entre el número de tomas de precios y la ponderación de cada producto podría ser directamente proporcional, pero también deben tomarse en cuenta consideraciones adicionales ya que para algunos productos puede ser difícil encontrar establecimientos en donde ubicarlos (el caso de Enciclopedias impresas, Enciclopedias en CD y Funerarias en ciertos municipios) y por lo tanto una muestra más pequeña es necesaria. Así mismo se da el caso de establecimientos que por su naturaleza se vuelven difíciles de monitorear, ya sea por motivos de movilidad y/o seguridad (vendedores ambulantes, expendios, etc.).

Para la ilustrar la manera de cómo se llevó a cabo este proceso de equilibrio inicial en la práctica, se ejemplifica a continuación la manera en cómo se hizo para un producto en específico: **Cereales**.

Primeramente se analizó el número de observaciones de precios tenidas a abril del 2007 versus la ponderación de dicho producto en la canasta de mercado del nuevo IPC. Para el caso de **Cereales**, se contaba inicialmente con 35 tomas de precios distribuidas de siguiente manera:

Conteo de observaciones de precios obtenidas en los primeros 2 meses de trabajo de campo

CCIF	Ponderación	Producto	Variedad	La Libertad			San Salvador			La Paz		San Miguel		
				Super mercado	Tienda informal	Total	Super mercado	Tienda informal	Total	Super mercado	Total	Super mercado	Tienda informal	Total
1116	0.3383%	Cereales	De maíz	3	1	4	15	2	17	1	1	2	4	6
			De arroz				5		5			1		1
			De avena				1	1	1					
			Total	3	1	4	20	3	23	1	1	3	4	7

Sin embargo, para una ponderación de 0.3383% era más apropiado un número mayor de observaciones de precios, apuntando a tener alrededor de 55 para este producto.

También pudo observarse claramente la ausencia de observaciones de precios en los departamentos de Santa Ana y Sonsonate.

Tomando en consideración los 6 departamentos con mayor concentración de gasto de consumo. Así:

Porcentaje de gasto de consumo por departamentos seleccionados.

San Salvador	36.00%
San Miguel	15.00%
La Libertad	15.00%
Santa Ana	12.00%
La Paz	12.00%
Sonsonate	10.00%

El porcentaje de gasto que se concentra en cada departamento sirvió de pauta para la distribución geográfica de las observaciones de precios.

Así mismo se tomó en cuenta el conteo de hogares que reportaron haber comprado este producto según tipo de establecimiento.

TIPO DE ESTABLECIMIENTO			Supermercado	Mercado	Tienda informal (Colonia o barrio)	Bazares (venta de diversos artículos).	Chalet	
CCIF	Producto	Variedad	1	2	3	46	48	Group Total
1116	Cereales	De maíz	21		7			28

Es así como al final se obtuvo la distribución de observaciones de precios (54 tomas) de **Cereales**, equilibrando la ponderación del producto en la canasta con la zona geográfica y tipo de establecimiento en donde se ubicaría la muestra.

Producto	Variedad	Santa ana		Sonsonate		La Libertad		San Salvador		La Paz		San Miguel		Total
		Super mercado	Tienda informal	Super mercado	Tienda informal	Super mercado	Tienda informal	Super mercado	Tienda informal	Super mercado	Tienda informal	Super mercado	Tienda informal	
Cereales	De maíz	2	0	2	0	2	1	5	1	2	2	2	1	18
	De arroz	2	0	2	0	2	1	5	1	2	2	2	1	18
	De avena	2	0	2	0	2	1	5	1	2	2	2	1	18
	Total													54

El equilibrio de arranque fue realizado de igual forma para todos los productos, y puede haber variado durante la etapa de prueba (Diciembre 07 – Diciembre 09), sin embargo tales cambios no deberían diferir mucho de la distribución original, se actualizará el equilibrio de los lugares de compra según la dinámica comercial de los establecimientos, así también, las variedades de los artículos según los hogares vayan demandando.

5.10. Fórmula de cálculo a nivel superior

La fórmula utilizada por el IPC 1992 = 100 en el cálculo del índice es de tipo Laspeyres modificada, la cual es equivalente a la expresión:

$$I_{n,0} = \frac{\sum P_{n-1}q_{0,i} \frac{P_{n,i}}{P_{n-1,i}}}{\sum P_{0,i}q_{0,i}} \times 100 \quad (1)$$

Donde: $P_{0,i}$ es el precio del rubro i en el período base, $Q_{0,i}$ es la cantidad del rubro i en el período base, y $P_{n,i} / P_{n-1,i}$ es el relativo de precios entre el período actual n y el período $n-1$, para el rubro i .

En el IPC 2009 = 100 a nivel superior los subíndices por productos son agregados en índices para clases, subgrupos, grupos, divisiones y total (IPC total) de acuerdo

a un índice de tipo Laspeyres. En un índice tipo Laspeyres los índices por productos son ponderados respecto a algún patrón de consumo de acuerdo a:

$$I^{0t} = \sum w_j \frac{P_j^t}{P_j^0} \quad (2)$$

donde w_j son las ponderaciones de consumo y P_{tj} y P_{0j} son los precios en el período t y en el período 0 , respectivamente. En un índice Laspeyres estricto, las ponderaciones representan el período base (0) de los precios. Sin embargo, hay un espacio de tiempo entre la recolección de los datos de consumo en la ENIGH 2005/6 y el periodo base de los precios, el cual es diciembre 2007. Por esta razón se usa en su lugar un índice de Young en el cual:

$$w_j = \frac{P_j^b Q_j^b}{\sum P_j^b Q_j^b} \quad (3)$$

donde b es el período de tiempo de la ENIGH (Septiembre 2005 a Agosto 2006). Efectivamente, las ponderaciones son la proporción que tiene cada producto (y otros productos que éstos representan) en el consumo total de este período de tiempo.

El algoritmo real de cálculo del índice utiliza ponderaciones de productos actualizadas por precios de subíndices de productos mes a mes y básicos mes a

mes como sigue: $w_j^t = w_j I_j^{0t} = w_j I_j^{01} I_j^{12} \dots I_j^{t-1,t}$, (4)

$$I^{t-1,t} = \frac{\sum_j w_j^t}{\sum_j w_j^{t-1}}$$

Para calcular índices agregados mes a mes, Índices “pseudos encadenados” desde el período base hasta un mes posterior, e (5)

$$I^{0t} = I^{01} I^{12} \dots I^{t-1,t} \quad (6)$$

El “pseudo encadenamiento” aquí aplicado es únicamente un artificio computacional. Por ejemplo, matemáticamente, es claro demostrar que las formulas (2) y (6) son equivalentes. El procedimiento acá mostrado ya fue aplicado en el viejo IPC (1992=100).

7. Fórmula de cálculo a nivel de agregados elementales

A nivel inferior, en el IPC 1992 = 100 los precios individuales son agregados para obtener a un índice por producto. En este caso se utiliza la media aritmética, definida como sigue:

$$I_j^{t-1,t} = \frac{\frac{1}{n_j} \sum_{i \in j} P_i^t}{\frac{1}{n_j} \sum_{i \in j} P_i^{t-1}} \quad (7)$$

En esta fórmula n_j es el número de productos ofrecidos (establecimientos donde los precios son recolectados), Σ es el símbolo de sumatoria, indicando que la totalidad de los precios de un producto cualquiera P_i son sumados para luego obtener un promedio, esto tanto en el período t como en el período $t-1$, para luego obtener el cociente de ambos.

A nivel inferior, en el IPC 2009 = 100 los precios individuales son agregados para obtener a un índice por producto. En este caso, las ponderaciones de la ENIGH 2005 —2006 no están disponibles normalmente. Para estos casos se utiliza la media geométrica, definida como sigue:

$$I_j^{t-1,t} = \prod_{i \in j} \left[\frac{P_i^t}{P_i^{t-1}} \right]^{1/n_j} \quad (8)$$

En esta fórmula n_j es el número de productos ofrecidos (establecimientos donde los precios son recolectados), Π es el símbolo de producto, indicando que las variaciones de precios para cada producto ofrecido al interior del producto son multiplicadas, para luego sacarle la raíz n_j (enésima). Puede demostrarse que la media geométrica tiene mejores propiedades matemáticas que otras fórmulas más simples como la media aritmética, ratio de precios u otros ratios de precios de medias aritméticas (ILO CPI manual, capítulo 20.38-87).

6. Uso de tecnología y Sistema informático de cálculo.

El IPC nuevo ha incorporado y modernizado sus procesos, incorporando factores metodológicos y tecnológicos de primer nivel en cada uno de ellos. Los cuales cubren desde la captura de datos en campo hasta el cálculo del mismo del índice.

Con la firme voluntad de garantizar la transparencia, la precisión y la oportunidad del índice (IPC nuevo), se añaden novedades en los procesos, tales como el uso de *pocket-pc* para la captura de datos, desarrollo de una aplicación de administración central de datos vía Internet para los procesos de aplicación de ajustes de calidad, generación de rutas, mantenimiento de marcos, actualización de características de los bienes y servicios de la canasta de mercado del IPC nuevo, aplicación de procedimientos de mecanizados de consistencia de datos y la generación de reportes.

Las principales ventajas de incorporar las *pocket-pc* a los procesos son:

- Aumento de la efectividad y capacidad de investigación en campo.
- Primer filtro de control de calidad en campo de los datos, por medio de validaciones mecanizadas incorporadas en la *pocket-pc*.
- Oportunidad en la recepción y entrega de los datos.

El proceso de administración central, inicia con la planificación y definición de las reglas operativas de campo diseñadas por el equipo metodológico y que rigen el proceso diario de recolección de datos, además de las validaciones previamente programadas en las *pockets-pc* como primer filtro de consistencia de datos.

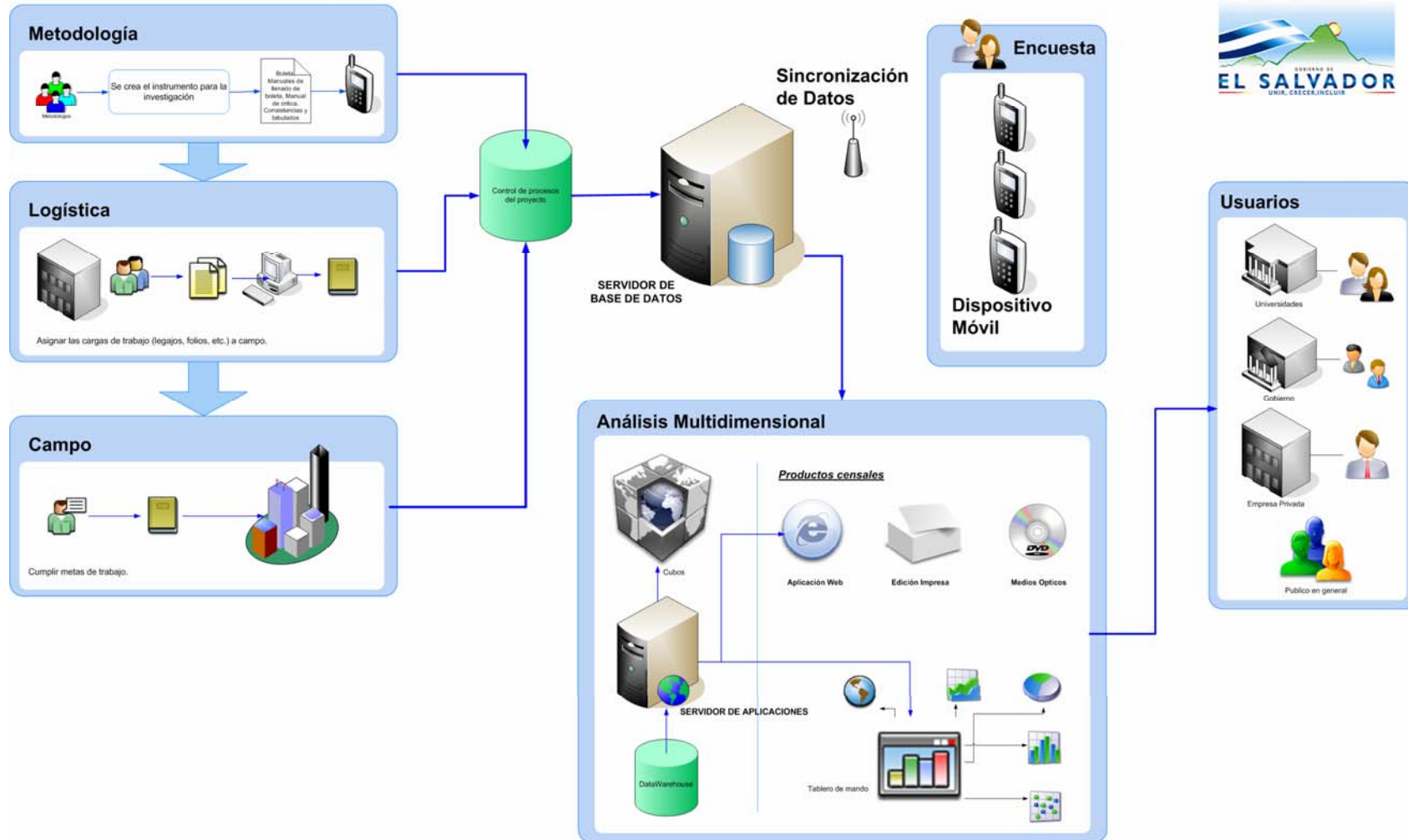
Las cargas diarias son asignadas desde el Server a cada uno de los dispositivos móviles antes de partir a campo. De regreso en la oficina cada investigador de precios envía los precios vía conexión inalámbrica desde el dispositivo al Server. Una vez enviado los precios se ejecutan los procedimientos de consistencia de datos; para los 4 niveles de consistencia de los datos.

Una vez finalizada el período y validación de los datos, se calcula el índice y se generan los reportes y boletines para publicación. Se actualiza la Web para los diferentes usuarios o investigadores.

El siguiente esquema presenta la integración y el flujo de cada una de las etapas en el manejo de los datos para el IPC nuevo Dic 2009=100.

Macro-proceso de Administración Central

Proceso de Recolección de datos



7. Divulgación del índice

La divulgación del IPC es al quinto día del mes inmediato al mes de estudio. Para esto se elaboran una serie de documentos con diversos contenidos los cuales son:

- Índice de Precios al Consumidor, Metodología Comparativa
- Ficha técnica del IPC
- Calendario adelantado de publicación
- Boletín Ejecutivo
- Comunicado de prensa
- Boletín mensual

Para el caso de la metodología comparativa y la ficha técnicas es de edición única ya que son para informar sobre el cambio de base del IPC y los atributos y detalles en comparación al anterior IPC.

Las demás publicaciones son de carácter regular, el calendario refleja las fechas de divulgación por mes. Los boletines su edición será mes a mes.

ANEXOS

I. Bibliografía

Manual del Índice de Precios al Consumidor. Teoría y práctica. Fondo Monetario Internacional (FMI).

II. Ponderaciones

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0	Total	100.00			100.00
01	Alimentos y bebidas no alcohólicas	33.49	01	Alimentos y bebidas no alcohólicas	26.28
011	Alimentos	31.76	011	Alimentos	23.59
0111101001	PAN FRANCES	2.64	01.1.1.2.24	Pan francés	1.82
0111101002	MACARRONES	0.23	01.1.1.3.3	Macarrones y similares	0.17
0111101003	MAIZ	0.83	01.1.1.7.2	Maíz criollo	0.21
			01.1.1.7.3	Maíz enlatado	0.26
			01.1.1.7.7	Maíz procesado	0.18
0111101004	TORTILLAS DE MAIZ	2.81	01.1.1.2.42	Tortillas	1.43
			01.1.1.2.30	Pasteles	0.83
0111101005	PAN DULCE	1.70			
0111101006	ARROZ	0.92	01.1.1.1.2	Arroz	0.62
0111101007	GALLETAS (PAQUETE DE 12 UNIDADES)	0.11	01.1.1.2.11	Galletas	0.76
			01.1.1.6.6	Cereales preparados de trigo, maíz, avena, etc. (Kellogs, Quaker, Nestum, etc.)	0.45
0111111001	PUPUSA DE MAIZ	0.49	11.1.1.1.16	Pupusas	0.36

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0112102001	ANGELINA	0.52	01.1.2.1.3	Angelina	0.25
0112102002	POSTA NEGRA	0.92	01.1.2.1.27	Posta negra	0.36
0112102003	LOMO CORRIENTE (ROLLIZO)	0.62	01.1.2.1.22	Lomo corriente de res	0.14
0112102004	SOLOMO	0.18	01.1.2.1.29	Solomo	0.07
0112102005	CARNE MOLIDA (CORRIENTE)	0.29	01.1.2.1.9	Carne molida de res	0.30
0112102006	HIGADO	0.13			
0112102007	HUESO CORRIENTE	0.21			
0112102101	LOMO	0.20	01.1.2.1.24	Lomo rollizo	0.11
0112102102	COSTILLA	0.09			
0112102103	CHICHARRON	0.06			
			01.1.2.1.13	Carne para guisar	0.10
			01.1.2.1.21	Costilla de res	0.11
0112102201	MORTADELA	0.34			
			01.1.2.5.4	Chorizo	0.39
			01.1.2.5.24	Salchicha	0.33
			01.1.2.5.10	Jamón	0.24
0112102301	POLLO REFRIGERADO	1.89	01.1.2.4.6	Piezas de pollo	1.43
			01.1.2.4.5	Carne molida de pollo ya empanizada (medallones, paties, alitas)	0.60
0113103002	SARDINA ENLATADA	0.08	01.1.3.1.15	Sardinas	0.28
0113103003	CAMARON DE MAR	0.30	01.1.3.2.3	Camarones	0.18
			01.1.3.1.9	Lonja de tiburón	0.13
0113103001	PESCADO FRESCO	0.65	01.1.3.1.7	Curbina	0.17
			01.1.3.1.2	Atún	0.08
			01.1.3.2.5	Cangrejos (Punches)	0.04
0114105001	HUEVOS DE GALLINA	2.08	01.1.4.7.3	Huevos de gallina	1.24
0114106001	LECHE FRESCA DE VACA	0.41			
0114106002	LECHE EN POLVO	1.08	01.1.4.1.3	Leche en polvo	1.32
0114106003	LECHE HOMOGENIZADA Y PASTEURIZADA	0.24			
0114106101	QUESO FRESCO	1.27	01.1.4.5.18	Queso fresco	0.59

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0114106102	QUESO DURO BLANDO	0.94	01.1.4.5.17	Queso duro blandito	0.13
			01.1.4.5.16	Queso duro	0.54
			01.1.4.5.3	Quesillo	0.14
0114106201	CREMA FRESCA	0.93	01.1.4.6.3	Crema fresca	0.66
			01.1.4.5.1	Cuajada	0.11
0115104001	MANTECA DE CERDO	0.07			
0115104101	ACEITE CORRIENTE ENVASADO	1.04	01.1.5.4.7	Aceite vegetal	0.58
0115104102	MARGARINA	0.23	01.1.5.2.3	Margarina	0.21
0115104103	MANTECA VEGETAL	0.26			
0116107001	NARANJA	0.45	01.1.6.1.9	Naranja	0.12
0116107002	PLATANO	0.67	01.1.6.2.8	Plátano	0.29
0116107003	GUINEO	0.37	01.1.6.2.4	Guineo de seda	0.13
0116107004	MANZANA	0.16	01.1.6.3.1	Manzana (f;r;c)	0.10
0116107005	LIMON	0.20	01.1.6.1.3	Limón	0.04
0116107006	PAPAYA	0.06	01.1.6.7.23	Papaya (f;r;c)	0.05
0116107007	AGUACATE	0.11	01.1.6.5.1	Aguacate	0.25
0116107008	COCO	0.04	01.1.6.7.5	Coco	0.03
			01.1.6.6.5	Uva (f;r;c)	0.09
			01.1.6.7.29	Sandía (f;r;c)	0.10
			01.1.6.7.20	Melón (f;r;c)	0.04
			01.1.6.7.26	Piña	0.04
0116111101	COLADO DE FRUTAS PARA NIÑO	0.16			
0117108001	FRIJOL ROJO DE SEDA	0.83	01.1.7.3.29	Frijoles crudos	0.58
0117108002	PAPA	0.42	01.1.7.7.1	Patata	0.38
0117108003	CEBOLLA	0.13	01.1.7.4.3	Cebolla	0.19
0117108004	ZANAHORIA	0.09	01.1.7.4.20	Zanahoria (f;r)	0.10
0117108005	CHILE VERDE	0.13	01.1.7.3.16	Chile verde	0.14
0117108006	TOMATE	0.26	01.1.7.3.45	Tomate (f;r;c)	0.55
0117108007	GÜISQUIL	0.15	01.1.7.3.33	Güisquil	0.11
			01.1.7.3.26	Frijol preparado de bolsa	0.16
0117108008	REPOLLO	0.05			
0117108009	YUCA	0.05	01.1.7.4.18	Yuca	0.07
0117108010	RABANO	0.04			

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0117108011	LECHUGA	0.02			
0117108012	PIPIAN	0.04			
0118109001	AZUCAR SIN REFINAR	1.19	01.1.8.1.4	Azucar refinada	1.09
0118109002	MIEL DE ABEJA	0.07			
0118109003	CARAMELOS	0.15			
0118109004	GELATINA	0.04			
0118109005	HELADOS (SORBETES)	0.18			
0118112003	CHOCOLATE PARA PREPARAR	0.08			
0119110001	AJO	0.06			
0119110002	SAL DE COCINA	0.08	01.1.9.2.17	Sal	0.08
0119110003	SALSA DE TOMATE	0.11			
0119110004	MAYONESA	0.12			
0119110005	OTRAS ESPECIAS	0.09			
0119111002	CHURROS	0.18	01.1.7.5.6	Churros	0.30
0119111102	SOPA DE POLLO CON FIDEOS (SOBRE)	0.22	01.1.9.3.16	Sopas y consomés de carne (menos de pescado y mariscos) instantanea	0.19
			01.1.9.3.15	Sopas y consomés de carne (menos de pescado y mariscos)	0.26
			01.1.9.3.3	Alimentos ó preparados dietéticos, complemento alimentario, vitaminado (sustagen, milo, slim plan etc.)	0.14
			01.1.9.1.12	Pastas y tomatinas	0.39
012	Bebidas no alcohólicas	1.73	012	Bebidas no alcohólicas	2.68
0121112001	CAFE INSTANTANEO	0.80	01.2.1.1.9	Café soluble	0.59

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
	ENVASADO				
			01.2.1.1.6	Café granulado	0.23
0122107101	JUGO DE FRUTA ENVASADO	0.03	01.2.2.3.4	Jugos de frutas y verduras	0.51
0122112002	GASEOSA	0.90	01.2.2.2.2	Gaseosas	1.35
02	Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	1.06	02	Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	0.48
021	Bebidas alcohólicas	0.46	021	Bebidas alcohólicas	0.23
0211112103	AGUARDIENTE ENVASADA	0.05			
			02.1.1.1.7	Whisky	0.09
0211112104	VODKA	0.08	02.1.1.1.6	Vodka	0.03
0212112101	VINO BLANCO	0.12			
0213112102	CERVEZA	0.21	02.1.3.1.3	Cerveza	0.10
022	Tabaco	0.44	02.2	Tabaco	0.25
0220113001	CIGARRILLOS	0.44	02.2.1.1.4	Cigarrillos con o sin filtro	0.25
023	Estupefacientes	0.16			
0230401309	MEDICAMENTOS CORAZON TRANQUILIZANTE	0.16			
03	Prendas de vestir y calzado	6.61	03	Prendas de vestir y calzado	5.39
031	Prendas de vestir	4.85	03.1	Prendas de vestir	3.57
0311307001	DACRON	0.22			
0311307002	SINCATEX	0.13			
0311307003	CASIMIR PARA HOMBRE	0.08			
0312301001	CAMISA PARA HOMBRES MAYORES DE QUINCE AÑOS	0.32	03.1.2.1.7	Camisa formal para hombre	0.29
0312301002	CAMISA SPORT PARA HOMBRES MAYORES DE QUINCE AÑOS	0.08	03.1.2.1.8	Camisa sport para hombre	0.28
0312301003	CAMISETA PARA HOMBRES MAYORES DE QUINCE AÑOS	0.07			
0312301101	PANTALON PARA HOMBRES MAYORES DE	0.32	03.1.2.1.17	Pantalon formal	0.32

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
	QUINCE AÑOS			para hombre	
0312301102	JEANS PARA HOMBRES MAYORES DE QUINCE AÑOS	0.24	03.1.2.1.18	Pantalon tipo jeans para hombre	0.50
0312301103	TRAJE COMPLETO PARA HOMBRES MAYORES DE 15 AÑOS	0.06			
0312301201	CALZONCILLO PARA HOMBRES MAYORES DE QUINCE AÑOS	0.12			
0312301202	CALCETINES PARA HOMBRES MAYORES DE QUINCE AÑOS	0.08	03.1.2.1.4	Calcetines de hombre	0.22
0312302001	CAMISA PARA NIÑOS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.19			
0312302101	PANTALON PARA NIÑOS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.16			
0312302102	JEANS PARA NIÑOS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.06			
0312302201	CALZONCILLO PARA NIÑOS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.06			
0312302202	CALCETINES PARA NIÑOS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.07			
0312304001	BLUSA PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS	0.15	03.1.2.2.15	Camisetas o blusas con o sin mangas	0.06
0312304002	CAMISETA PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS	0.06			
0312304101	JEANS PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS	0.15	03.1.2.2.29	Pantalon tipo jeans para mujer	0.30
0312304102	PANTALON PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS	0.05	03.1.2.2.28	Pantalon formal para mujer	0.14
			03.1.2.2.12	Camisa formal para mujer	0.17
			03.1.2.2.13	Camisa sport para mujer	0.14
0312304201	FALDA PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS	0.09	03.1.2.2.18	Faldas	0.10

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0312304202	VESTIDO PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS	0.66	03.1.2.2.42	Vestidos	0.06
			03.1.2.2.40	Trajes de vestir	0.09
0312304301	BLOOMER O CALZON PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS	0.21	03.1.2.2.5	Bloomer	0.18
0312304302	FUSTAN	0.06			
0312304303	BRASSIER	0.06	03.1.2.2.8	Brassier o sosten	0.13
0312304304	PANTY HOSE	0.07			
0312304305	CAMISON PARA DORMIR	0.03			
0312305001	BLUSA PARA NIÑAS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.07	03.1.2.3.19	Camisetas o blusas	0.06
			03.1.2.3.33	Jeans	0.12
0312305101	SHORT PARA NIÑAS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.08	03.1.2.3.53	Trajecitos	0.06
0312305102	FALDA PARA NIÑAS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.04	03.1.2.3.13	Camisas	0.07
			03.1.2.3.54	Trajecitos y mamelucos	0.06
0312305201	VESTIDO PARA NIÑAS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.30	03.1.2.3.57	Vestidos	0.07
			03.1.2.3.45	Pantalones formales	0.09
0312305301	BLOOMER O CALZON PARA NIÑAS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.07	03.1.2.3.10	Calsoncillos, bloomers y otras prendas interiores para niños de 3 a 13	0.03
0312305302	CALCETAS PARA NIÑAS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.06	03.1.2.3.9	Calsetines y calsetas	0.04
0312308001	CUTURINA	0.11			
0313303002	CINTURON PARA HOMBRES Y NIÑOS MAYORES DE 3 AÑOS	0.05			
0313303003	PAÑUELO PARA HOMBRES Y NIÑOS MAYORES DE 3 AÑOS	0.04			
0314310001	HECHURA PANTALON P/HOMBRE	0.11			
0314310002	HECHURA VESTIDO MUJER	0.07			

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
032	Calzado	1.76	03.2	Calzado	1.82
0321309001	CALZADO DE CUERO PARA HOMBRES MAYORES DE 15 AÑOS	0.40	03.2.1.1.6	Calzado de cuero para hombres	0.45
0321309002	CALZADO DEPORTIVO PARA HOMBRES MAYORES DE 15 AÑOS	0.16	03.2.1.1.8	Calzado de lona	0.25
0321309101	CALZADO DE CUERO PARA NIÑOS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.19	03.2.1.3.6	Calzado de cuero 3 - 13	0.26
0321309102	CALZADO DEPORTIVO PARA NIÑOS DE TRES A QUINCE AÑOS	0.12	03.2.1.3.18	Zapatos tenis para niños 3 - 13	0.13
0321309201	CALZADO TACON BAJO PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS	0.33	03.2.1.2.4	Calzado de cuero para mujer	0.54
0321309202	CALZADO TACON ALTO PARA MUJERES MAYORES DE 15 AÑOS	0.23			
0321309301	CALZADO TACON BAJO PARA NIÑAS DE 3 A 15 AÑOS	0.18			
0321309302	CALZADO DEPORTIVO PARA NIÑAS DE 3 A 15 AÑOS	0.08			
0322310101	REPARACION DE CALZADO	0.07			
			03.2.1.2.10	Sandalias	0.01
			03.2.1.3.8	Calzado de lona 3 - 13	0.13
			03.2.1.3.13	Ginas	0.06
04	Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combu	15.90	04	Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combu	12.44
041	Alquileres efectivos del alojamiento	11.23	04.1	Alquileres efectivos del alojamiento	2.08
0411201001	ALQUILER	11.23	04.1.1.1.1	Alquileres de vivienda, amueblada o no, que ocupan como residencia principal	2.08

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
043	Conservación y reparación de la vivienda	0.30	04.3	Conservación y reparación de la vivienda	2.52
0432201002	PINTURA Y MANO DE OBRA	0.30			
			04.3.2.1.1	Albañil	1.26
			04.3.2.1.2	Carpintero	0.47
			04.3.2.1.6	Fontanero	0.38
			04.3.2.1.4	Electricista	0.41
044	Suministro de agua y servicios diversos relacionad	0.89	04.4	Suministro de agua y otros servicios relacionados con la vivienda	2.61
0441203001	AGUA	0.89	04.4.1.1.3	Suministro de agua servicio público	2.61
045	Electricidad, gas y otros combustibles	3.48	04.5	Electricidad, gas y otros combustibles	5.22
0451202001	SERVICIO DE ENERGIA ELECTRICA	2.03	04.5.1.1.3	Electricidad	3.30
0452202003	GAS PROPANO	0.57	04.5.2.2.1	Propano	0.94
0454202002	LEÑA (4 Ó 5 RAJITAS)	0.88	04.5.4.1.4	Leña y ocote	0.98
05	Muebles, artículos para el hogar y para la conserv	7.29	05	Muebles, artículos para el hogar y para la conserv	7.77
051	Muebles y accesorios, alfombras y otros materiales	1.42	05.1	Muebles y accesorios, alfombras y otros materiales para pisos	1.72
0511205001	JUEGO DE SALA	0.41	05.1.1.1.32	Juego de Sala	0.37
0511205002	JUEGO DE COMEDOR (PARA 6 PERSONAS)	0.25	05.1.1.1.30	Juego de comedor	0.25
0511205003	CAMA INDIVIDUAL	0.26	05.1.1.1.10	Camas	0.25
0511205004	CAMA MATRIMONIAL	0.18			
0511205005	GABETERO TOCADOR	0.19			

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0511205101	ESPEJO DE PARED	0.13			
			05.1.1.1.8	Camarote	0.36
			05.1.1.1.14	Chinero	0.05
			05.1.1.1.33	Jugueteras	0.07
			05.1.1.1.48	Módulos	0.08
			05.1.1.1.53	Pantri	0.08
			05.1.1.1.60	Ropero o chifonier	0.20
052	Productos textiles para el hogar	0.09	05.2	Productos textiles para el hogar	0.65
0520206001	CUBRECAMA	0.02	05.2.1.1.10	Cubrecamas	0.37
0520206002	SABANA (SABANA Y 2 SOBREFUNDAS)	0.03	05.2.1.1.27	Sábanas	0.29
0520206003	HAMACA	0.04			
053	Artefactos para el hogar	1.13	05.3	Artefactos para el hogar	1.38
0531204001	REFRIGERADORA	0.59	05.3.1.1.2	Refrigeradoras	0.53
0531204002	COCINA DE GAS	0.26	05.3.1.3.3	Cocinas de gas	0.36
0531204003	COCINA ELECTRICA	0.10			
0531204101	PLANCHA	0.07	05.3.2.1.12	Planchas	0.10
0531204102	MAQUINA DE COSER	0.07			
0531204104	LAVADORA	0.04	05.3.1.2.1	Lavadora	0.19
			05.3.1.3.6	Horno de microondas	0.05
			05.3.2.1.10	Licuada	0.11
			05.3.2.1.18	Ventiladores	0.05
054	Artículos de vidrio y cristal, vajilla y utensilio	0.32			
0540204004	VAJILLA	0.22			
0540204105	HUACAL PLASTICO	0.02			
0540204106	OLLA	0.05			
0540308003	BIBERON PACHA	0.03			
055	Herramientas y equipo para el hogar y el jardín	0.30			
0552202005	PILAS	0.12			

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0552202006	CANDELA (4 Ó 5 UNIDADES)	0.11			
0552202007	FOCO	0.07			
056	Bienes y servicios para conservación ordinaria del	4.03	05.6	Bienes y servicios para conservación ordinaria del hogar	4.01
0561202004	FOSFOROS	0.15	05.6.1.2.40	Fósforos	0.46
0561207001	JABON PARA LAVAR ROPA	0.93	05.6.1.1.13	Jabón para lavar ropa	0.91
0561207002	JABON EN POLVO	0.51	05.6.1.1.18	Polvo de lavar o detergentes (Rinso, Unox, etc.)	0.86
			05.6.1.1.11	Insecticidas (spy, lq, esp, elct)	0.32
			05.6.1.1.16	Lejías	0.21
0561207003	DESINFECTANTE	0.23			
0561207004	ESCOBA	0.09	05.6.1.2.31	Escobas	0.16
0561310102	BETUN	0.10	05.6.1.2.56	Pasta y liquido para zapato, hormas, calzadores y betunes	0.15
0562203003	EMPLEADA DOMESTICA(PUERTA ADENTRO)	2.02	05.6.2.1.6	Servicio doméstico puerta a dentro	0.94
06	Salud	4.17	06	Salud	5.41
061	Productos, artefactos y equipo médicos	1.83	06.1	Productos, artefactos y equipos médicos	3.48
0611401301	ALCOHOL DESINFECTANTE	0.15	06.1.1.1.3	Alcohol desinfectante	0.07
0611401302	ANALGESICOS ANTIGRIPALES	0.35	06.1.1.1.4	Analgésicos	0.43
0611401303	VITAMINAS	0.47	06.1.1.1.65	Vitaminas y minerales	1.12
0611401304	MEDICAMENTOS DIGESTIVOS	0.11	06.1.1.1.28	Medicamentos digestivos	0.09
0611401305	ANTIPARASITOS	0.08			

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0611401306	GOTAS(OJOS)	0.11			
0611401307	ANTIBIOTICO	0.47	06.1.1.1.5	Antibióticos	0.53
0611401308	DERMATOLOGICOS ANTIALERGICOS	0.06	06.1.1.1.27	Medicamentos dermatológicos, antialérgico, antimicótico	0.14
0611401310	MEDICAMENTOS DIABETES	0.03	06.1.1.1.33	Medicamentos para diabetes	0.09
			06.1.1.1.7	Antigripales	0.41
			06.1.1.1.31	Medicamentos hipertensivos	0.17
			06.1.1.1.36	Medicamentos para el corazon	0.15
			06.1.1.1.34	Medicamentos para el asma, pulmones, sinucitis y vías respiratorias	0.12
			06.1.1.1.39	Medicamentos para gastritis	0.08
			06.1.1.1.60	Sueros	0.07
062	Servicios para pacientes externos	1.04	06.2	Servicios para pacientes externos	0.99
0621401001	CONSULTA MEDICA GENERAL	0.33	06.2.1.1.2	Consulta a médico general	0.26
0621401002	CONSULTA MEDICA ESPECIALIZADA	0.67	06.2.1.1.1	Consulta a médico especialista	0.41
0621401003	CONSULTA MEDICA ODONTOLOGICA	0.04	06.2.2.1.2	Consulta de dentista	0.22
			06.2.2.1.1	Colocación de dentadura postiza	0.10
063	Servicios de hospital	1.30	06.3	Servicios de hospital	0.95
0630401101	HOSPITALIZACION (SERVICIO ECONOMICO)	0.84	06.3.1.1.3	Hospitalización	0.58
0630401201	RADIOGRAFIA	0.28			

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0630401202	EXAMEN DE SANGRE	0.18	06.2.3.1.12	Laboratorios de análisis médicos y centros radiográficos no especificados	0.36
07	Transporte	10.35	07	Transporte	12.02
071	Adquisición de vehículos	2.60	07.1	Adquisición de vehículos	4.37
0711403001	VEHICULO AUTOMOTOR	2.14	07.1.1.1.2	Carro	2.32
			07.1.1.1.1	Camioneta	2.04
0713403002	BICICLETA	0.46			
072	Funcionamiento de equipo de transporte personal	5.31	07.2	Funcionamiento de equipo de transporte personal	4.14
0721403201	LLANTAS	1.46	07.2.1.1.44	Llantas	0.42
0721403202	BATERIA	0.33	07.2.1.1.9	Baterías	0.08
0721403203	PLATINO	0.37			
			07.2.1.1.58	Pintura	0.16
			07.2.1.1.4	Amortiguadores	0.11
0721403204	BUJIA	0.23			
0721403205	CONDENSADOR	0.55			
			07.2.1.1.33	Filtros	0.05
			07.2.2.1.5	Gasolina especial	1.28
0722403301	GASOLINA (REGULAR)	1.58	07.2.2.1.6	Gasolina regular	1.09
			07.2.2.1.3	Diesel	0.33
			07.2.3.1.1	Balanceo de ruedas y reparación de llantas	0.11
0723403101	AFINADO(MANO DE OBRA)	0.49			
0723403102	FRENOS(MANO DE OBRA)	0.09			
0723403103	COMPRA Y CAMBIO DE ACEITE	0.17	07.2.3.1.2	Cambio de aceite y engrasado	0.51
0723403104	LAVADO Y PASTEADO	0.04			
073	Servicios de transporte	2.44	07.3	Servicios de transporte	3.51

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
0731404001	MICROBUS	0.45	07.3.2.1.6	Microbús	0.24
0731404002	BUS URBANO	0.97	07.3.2.1.4	Buses urbanos	1.55
0731404003	BUS INTERDEPARTAMENTAL	0.89	07.3.2.1.1	Bus interdepartamental	1.00
			07.3.2.1.3	Buses interurbanos	0.33
			07.3.3.1.1	Viajes por aire	0.39
0731404004	TAXI	0.13			
08	Comunicaciones	0.81	08	Comunicaciones	4.13
081	Servicios postales	0.17			
0810404101	SERVICIO DE CORREOS (INTERDEPARTAMENTAL)	0.17			
083	Servicios telefónicos y de facsímile	0.64	08.3	Servicios telefónicos y de facsímile	4.13
0830203002	TELEFONO	0.64	08.3.1.1.7	Pago consumo de teléfono de línea fija no especificado	1.99
			08.3.1.1.9	Tarjeta prepagada para celular	0.99
			08.3.1.1.12	Teléfono línea móvil (celular) no especificado	0.58
			08.3.1.1.3	Consumo de Internet	0.15
			08.2.1.1.6	Teléfonos celulares	0.42
09	Recreación y cultura	6.09	09	Recreación y cultura	6.87
091	Equipo audiovisual, fotográfico y de procesamiento	2.04	09.1	Equipo audiovisual	2.10
0911405201	TELEVISOR B/N (14")	0.27			
0911405202	TELEVISOR A COLOR (14")	0.46	09.1.1.2.7	Televisores	0.58
0911405203	MINICOMPONENTE	0.15	09.1.1.1.9	Radio, grabadoras, minicomponenetes	0.45

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
				y equipos de sonido	
0911405204	EQUIPO DE SONIDO	0.32			
0912405102	ROLLO PARA CAMARA (35 MM / 24 EXPOSICIONES)	0.62			
0913204103	MAQUINA DE ESCRIBIR	0.05			
0914405205	CASSETTES SIN GRABAR (60 MINUTOS)	0.17			
			09.1.1.2.5	DVD	0.28
			09.1.3.1.2	Computadoras de escritorio	0.22
			09.1.4.1.6	Discos y discos compacto pregrabados (musicales)	0.17
			09.1.4.1.9	Enciclopedias en CD	0.21
			09.1.4.1.13	Películas	0.07
			09.1.4.1.10	Libros en CD	0.12
093	Otros artículos y equipo para recreación, jardines	0.16	09.3	Otros artículos y equipo para recreación, jardines y animales domésticos	2.54
0932405101	BOLA DE FOOT BALL	0.16			
			09.3.1.1.25	Muñecas y figuras de acción	0.17
			09.3.1.1.8	Carritos no electrónicos	0.14
			09.3.1.1.19	Juegos electrónicos (pistas de carrera, autos, trenes, robots, etc.)	0.08
			09.3.1.1.11	Cassettes y CD de videojuegos	0.07

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
			09.3.1.1.30	Otros juguetes plásticos	0.06
			09.3.1.1.43	Videojuegos que se enchufan al TV	0.05
			09.3.1.1.42	Videojuegos que no se encufan a la tele (de mano como gameboy, gamegear, etc.)	0.05
			09.3.2.1.7	Calzado para deportes (uso exclusivo en deportes)	0.18
			09.3.3.1.4	Fertilizante y abonos	1.07
			09.3.3.1.9	Semillas	0.25
			09.3.4.1.2	Alimento para mascotas u animales domésticos	0.32
			09.3.4.1.4	Productos veterinarios (shampoo, vacunas, medicina, etc.)	0.06
			09.3.5.1.1	Consulta veterinaria	0.03
094	Servicios de recreación y culturales	0.72	09.4	Servicios de recreación y culturales	0.99
0942405001	ENTRADA AL CINE	0.09			
0943405103	LOTERIA (GRANDE)	0.63			
			09.4.2.3.1	Pago por servicio de cable	0.67
			09.4.2.4.10	Revelado de películas y ampliaciones	0.32
095	Periódicos, libros y papeles y útiles de	1.28	09.5	Periódicos, libros y papeles y útiles	1.23

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
	oficina			de oficina	
0952402201	LIBRO ESCOLAR	0.35	09.5.1.1.10	Libros de texto	0.26
			09.5.1.1.6	Enciclopedias	0.52
0952402202	LIBRO DE ESTUDIOS SUPERIORES	0.26			
0952402301	PERIODICO	0.19			
0954402203	CUADERNO ESCOLAR	0.35	09.5.4.1.27	Libreta de notas, cuadernos, diarios, libros de contabilidad, etc.	0.32
0954402204	BOLIGRAFO	0.13	09.5.4.1.25	Lapiceros, lápices, plumas, marcadores, etc.	0.06
			09.5.4.1.26	Lápices de colores	0.06
096	Paquetes turísticos	1.89			
0960405302	VIAJE AL EXTRANJERO (VIA TERRESTRE)	1.89			
10	Educación	2.42	10	Educación	3.33
101	Enseñanza preescolar y enseñanza primaria	1.06	10.1	Enseñanza preescolar y enseñanza primaria	1.00
1010402001	PRE-PRIMARIA	0.16	10.1.1.1.7	Primaria (Grados de 1 a 6)	0.84
1010402002	PRIMARIA	0.90	10.1.1.1.1	Kinder	0.16
102	Enseñanza secundaria	0.45	10.2	Enseñanza secundaria	0.82
1020402003	SECUNDARIA	0.45	10.2.1.1.1	Bachillerato (1º, 2º y 3º año)	0.43
			10.2.1.1.6	Tercer ciclo (Grados 7 a 9)	0.38
104	Enseñanza terciaria	0.64	10.4	Enseñanza terciaria	1.52
1040402004	UNIVERSITARIA	0.64	10.4.1.1.3	Estudios universitarios (de 1º a 9º año)	1.52
105	Enseñanza no atribuible a ningún	0.27			

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
	nivel				
1050402101	CURSO DE INGLES	0.20			
1050402102	CURSO DE COMPUTACION	0.07			
11	Restaurantes y hoteles	6.12	11	Restaurantes y hoteles	8.24
111	Servicios de suministro de comidas por contrato	5.41	11.1	Servicios de suministro de comidas por contrato	8.24
1112111201	ALMUERZO COMPLETO	4.13	11.1.2.1.1	Almuerzo	3.71
1112111202	DESAYUNO	1.28	11.1.2.1.5	Desayuno	1.21
			11.1.2.1.2	Cena	0.81
			11.1.1.1.12	Pago por servicio de molino	1.73
			11.1.1.1.19	Tamales	0.43
112	Servicios de alojamiento	0.71			
1120405301	HOSPEDAJE(HOTEL)	0.71			
12	Bienes y servicios diversos	5.69	12	Bienes y servicios diversos	7.64
121	Cuidado personal	3.69	12.1	Cuidado personal	5.52
1211406001	CORTE DE PELO PARA HOMBRE	0.16	12.1.1.1.4	Peluquería y barberías	0.40
1211406002	CORTE DE PELO PARA MUJER	0.12	12.1.1.1.5	Salón de belleza	0.41
1213308002	PAÑALES (PAQUETE)	0.09			
1213406101	JABON PARA BAÑO	0.30	12.1.3.1.25	Jabón de tocador	0.50
1213406102	PASTA DENTAL	0.37	12.1.3.1.34	Pastas dentales	0.49
1213406103	PAPEL HIGIENICO (DOBLE HOJA)	0.44	12.1.3.1.33	Papel, toallas y paños higiénicos	1.02
1213406104	TOALLA SANITARIA (PAQUETE)	0.19	12.1.3.1.44	Toallas sanitarias (Kotex)	0.13
1213406105	TINTE PARA CABELLO	0.08			
1213406106	SHAMPOO	0.42	12.1.3.1.39	Shampoo	0.48
1213406107	RINSE	0.09			

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
	ACONDICIONADOR				
1213406108	HOJAS PARA AFEITAR (CAJITA)	0.09			
1213406109	AFEITADORA	0.04	12.1.3.1.28	Máquinas desechables para afeitar	0.23
1213406110	DESODORANTE	0.46	12.1.3.1.14	Deshodorantes	0.25
1213406111	COLONIA	0.38	12.1.3.1.3	Aguas de colonia, perfumes y lociones	0.56
1213406112	TALCO	0.14			
1213406113	CREMA PARA CUERPO	0.22			
1213406114	LAPIZ LABIAL	0.10	12.1.3.1.8	Cosméticos y otros artículos de belleza	0.46
			12.1.3.1.13	Cremas, aerosoles, gelatinas y otros productos para el estilizado del cabello	0.40
			12.1.3.1.7	Cepillos para dientes	0.18
123	Efectos personales n.e.p.	0.65			
1231303001	RELOJ PARA HOMBRES Y NIÑOS MAYORES DE 3 AÑOS	0.17			
1231306002	RELOJ PARA MUJERES Y NIÑAS MAYORES DE TRES AÑOS	0.15			
1232306001	CARTERA PARA MUJERES Y NIÑAS MAYORES DE TRES AÑOS	0.12			
1232401203	LENTES	0.21			
127	Otros servicios n.e.p.	1.35	12.7	Otros servicios	2.12
			12.3.2.2.43	Sombrillas	0.44
1270407001	SERVICIO FUNERARIO	0.64	12.7.1.1.8	Funerales y entierros (Monto total)	0.60

PONDERACIONES DE LA CANASTA DE MERCADO DEL IPC (1992 vrs 2009)

IPC 1992			IPC 2009		
Cod CCIF	Articulo	%	Cod CCIF	Articulo	%
1270407002	ESCRITURACION DE PRESTAMO	0.69	12.7.1.1.1	Abogado	1.08
1270407003	GASTO LEGAL DE MATRIMONIO	0.02			