



**Manual Metodológico del
Índice de Precios al Consumidor
(IPC)
Nacional
Base Anual 2009=100**

Instituto Nacional de Estadísticas
Subdirección de Operaciones
Departamento de Estadísticas de Precios

Santiago, Febrero de 2009

Índice

1. Introducción	5
2. Definición del índice	6
2.1. Definición y propósito del índice	6
2.2. Ámbito temporal del índice	8
2.2.1. Período de referencia del índice	8
2.2.2. Período de referencia de los precios	8
2.2.3. Período de referencia de las ponderaciones	8
2.3. Ámbito geográfico del índice	8
3. Tipos de gastos que se consideran en la ponderación del índice	9
3.1.1. Los gastos incluidos/excluidos de la canasta del IPC	9
3.1.2. Tratamiento de impuestos y subsidios	11
3.1.3. Situaciones excepcionales en el precio de transacción	12
4. Definición de la Canasta de consumo	13
4.1. Sistema de clasificación CCIF	13
4.2. Conceptos básicos	15
4.3. Criterios de selección de los grupos, productos y variedades de la canasta	18
4.4. Definición de las ponderaciones	19
4.5. Actualización de las ponderaciones al período base	20
4.6. Ponderaciones de las divisiones	20
4.7. Registro de los precios	21
5. Divulgación mensual del índice	21
6. Cálculo del índice	22
7. Recolección de la información	23

7.1.	Procedimiento de recolección de precios	24
7.2.	Precios recolectados y su tratamiento	25
7.2.1.	Una observación por mes	25
7.2.2.	Más de una observación por mes	25
7.2.3.	Casos especiales: recolección de precios en hogares	26
7.2.3.1.	Arriendo de la vivienda	26
7.2.3.2.	Servicio Doméstico	26
7.2.4.	Casos especiales: recolección de precios en empresas	27
7.2.4.1.	Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	27
7.2.4.2.	Servicios para la conservación y reparación de la vivienda	29
7.2.4.3.	Salud	30
7.2.4.4.	Transporte	31
7.2.4.5.	Comunicaciones	33
7.2.4.6.	Recreación y cultura	35
7.2.4.7.	Servicios de educación	36
7.2.4.8.	Bienes y Servicios diversos	37
8.	Casos especiales: tratamiento de los precios faltantes	37
8.1.1.	Tratamiento de precios faltantes por ruptura de stock	37
8.1.2.	Tratamiento de precios faltantes estacionales y temporales	39
8.1.3.	Bienes o servicios que se distribuyen gratuitamente	42
8.2.	Cambios de calidad	42
9.	Técnicas y criterios para asegurar calidad	42
10.	Enlace de las series	43
11.	Canasta	45



ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC) Base año 2009 = 100 _____	45
12.Glosario _____	67
13.Apéndices _____	72
13.1. Apéndice 1: Características del IPC base 2009=100 en comparación con el IPC diciembre 2008=100 e IPC diciembre 1998=100 _____	73
13.2. Apéndice 2: Comparación clasificación IPC base 2009=100 con IPC base diciembre 1998=100 _____	78
13.3. Apéndice 3: Ejemplos clasificación CCIF _____	80
13.4. Apéndice 4: Ejemplos de una variedad _____	80
13.5. Apéndice 5: Algoritmo general de cálculo del IPC _____	81
13.6. Apéndice 6: Agregación a niveles superiores _____	82
13.7. Apéndice 7: Cálculo de variaciones del Índice _____	85
13.8. Apéndice 8: Cálculo de incidencias _____	86
13.9. Apéndice 9: Muestra de establecimientos _____	87
13.9.1. Marcos muestrales utilizados 88	
13.9.2. Selección de la muestra de establecimientos 88	
13.10. Apéndice 10: Situaciones excepcionales en el precio de transacción ____	89
13.10.1. Precios de oferta o promociones _____	89
13.10.2. Cambios en el formato de presentación _____	92
13.10.3. Precios de variedades ausentes _____	92
13.11. Apéndice 11: Validación de la información _____	95
13.12. Apéndice 12: Calidad estadística del índice _____	97
13.13. Apéndice 13: Cálculo año base _____	98
13.14. Apéndice 14: Ajuste de Calidad por método de las opciones en automóviles _____	100



13.15. Apéndice 15: Listado de Cálculos Especiales_____	101
13.16. Apéndice 16: Índices Analíticos_____	106
13.17. Apéndice 17: Programa de Mejoras IPC _____	108
13.18. Apéndice 18: Ejemplos de Excepciones de Imputación_____	109
14. Bibliografía _____	110

1. Introducción

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) presenta el Manual *Metodológico del Índice de Precios al Consumidor (IPC)*¹, *base anual 2009=100*². Su cobertura geográfica corresponde a las quince capitales regionales y sus zonas conurbanas. A diferencia de los índices previos que se centraban en un mes³, tiene como período de referencia el año 2009.

El IPC base 2009=100 es la culminación del proceso de expansión de la cobertura geográfica del IPC, pasando de una recolección de precios en el Gran Santiago a una en que se incluye el conjunto de las zonas urbanas de las quince capitales regionales y sus conurbaciones.

El presente documento entrega a la comunidad los cambios, mejoras y decisiones que involucra el IPC base 2009=100. El orden del documento es el siguiente: definición del índice, tipos de gastos incluidos, definición de la canasta, divulgación mensual del índice, cálculo del índice, recolección de la información y su tratamiento, técnicas y criterios para asegurar la calidad del IPC, el enlace de la serie del nuevo IPC con los índices previos, bibliografía, glosario y apéndices.

Este trabajo no hubiese sido posible sin la colaboración y el esfuerzo mancomunado de profesionales, investigadores de precios, digitadores, supervisores, coordinadores, informáticos y los aportes y auditoría realizados por expertos internacionales y nacionales.

¹ El IPC anterior tiene base en diciembre 2008 = 100 y los previos, diciembre 1998 = 100 y abril 1989 = 100. Véase Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (1999) pp. 9-18 para una explicación más extensa de los antecedentes históricos que rodean la construcción del IPC en Chile.

² En el resto del texto se usará la expresión base 2009=100.

³ El procedimiento de cálculo del año base se encuentra en el anexo 14.

2. Definición del índice

2.1. Definición y propósito del índice

El Índice de Precios al Consumidor nacional base 2009=100, mide la variación de los precios de una canasta de bienes y servicios, adquirida por hogares urbanos del conjunto de las capitales regionales y sus zonas conurbadas dentro de las fronteras del país⁴. Es decir, la definición está establecida bajo el concepto de gasto interno o doméstico de los residentes realizado dentro del territorio nacional, que es consistente con el propósito de calcular la variación de precios que enfrentan los consumidores.

El IPC (y su variación) se calcula y publica mensualmente.

El IPC se utiliza, principalmente, con dos propósitos:

- a) Monitorear la evolución de los precios de consumo a lo largo del tiempo (inflación) puesto que su comportamiento impacta en: la política monetaria definida por la autoridad pertinente⁵, la evolución de la Unidad de Fomento (UF)⁶, Unidad Tributaria Mensual (UTM)⁷, las fluctuaciones en las tarifas de servicios⁸, y la deflactación del consumo de los hogares en las cuentas nacionales, entre otros usos.
- b) Evolución como proxy del costo de vida⁹, lo que permite la indexación de contratos¹⁰.

⁴ Esta definición se apoya en OIT *et al.* (2006), p. 559.

⁵ En Chile es el Banco Central el organismo rector de esta política económica y tiene como principal objetivo mantener una inflación baja, estable y sostenible en el tiempo. Para cumplir con su objetivo establece anualmente una meta de inflación que mensualmente trata de mantener bajo control modificando la tasa de política monetaria. Ver: <http://www.bcentral.cl/publicaciones/politicas/pdf/ipm052008.pdf>

⁶ Es una unidad de cuenta que se reajusta mensualmente con la variación mensual que experimenta el IPC. Más detalles se pueden consultar en: <http://www.economia.cl/aws00/servlet/aawsconver?1,,500474>.

⁷ Unidad definida en Chile que corresponde a un monto de dinero expresado en pesos y determinado por ley (DL 830 publicado en el Diario Oficial el 31 de diciembre de 1974), el cual se actualiza en forma permanente por el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y se utiliza como medida tributaria. Tomado de: http://www.sii.cl/diccionario_tributario/dicc_u.htm.

⁸ Chile tiene diversos servicios básicos que se reajustan sobre la base del IPC o en su polinomio de cálculo incluyen el IPC. Algunos ejemplos son la electricidad y servicios sanitarios, entre otros. Ver por ejemplo la tarificación para el suministro eléctrico: http://www.cne.cl/electricidad/destacados/precio_nudo_abril2008/DOC_13_Decreto130_Precios%20de%20Nudo_Abr08.pdf

⁹ A pesar de que el IPC sea un indicador indirecto del costo de vida, se utiliza frecuentemente con estos fines. Cuando el IPC se define como un índice de costo de vida, se miden los cambios en el monto de los gastos en que los hogares deben incurrir para mantener su nivel de vida constante. Ver OIT *et al.* (2006), pp. 50-51 y capítulo 17.

Para la construcción del índice, se hace seguimiento mensual a los precios de los bienes y servicios de una canasta fija que representa el gasto promedio de los hogares urbanos¹¹ realizado dentro de las fronteras del país. Se excluyen: los hogares colectivos (por ejemplo: hogares de menores, hogares de ancianos, regimientos, hospitales, internados de colegios, etc.) y los gastos que realizan los nacionales en el extranjero.

Se incluyen sólo los gastos monetarios, por lo que se exceptúa cualquier tipo de transferencia social¹² y los gastos no monetarios¹³.

El IPC base 2009=100 se basa en el **enfoque de adquisiciones**¹⁴. Esto significa que se registra el valor total de bienes y servicios adquiridos al interior del país durante un período determinado de tiempo, independientemente de que se hayan consumido total o parcialmente en dicho período y que el pago se realice en efectivo, con cheque o tarjeta de crédito, o cuando al pagar se incurra en un pasivo financiero¹⁵.

¹⁰ La indexación es un procedimiento mediante el cual, los valores monetarios se modifican en proporción al cambio experimentado por los precios. Así la indexación en los contratos busca mantener constante el poder adquisitivo del dinero. Son ejemplos de contratos: de trabajo, de arriendo de viviendas, de ventas al crédito, entre otros.

¹¹ En las secciones que siguen se profundiza en la determinación de la canasta. Por el momento se puede señalar que la estructura proviene de la VI Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) 2006-2007. Ver: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/encuestas_presupuestos_familiares/2008/metodologia_vi_epf.pdf

¹² Son generalmente proporcionadas por el Estado y corresponden a la entrega de un bien, un servicio o un activo financiero por lo que el beneficiario no debe entregar otro bien, servicio o activo como contrapartida, con lo que se afecta el ingreso del beneficiario y no el nivel de precios. Se incluyen en el IPC todas aquellas transferencias que afecten los precios que deben pagar los hogares.

¹³ Se distinguen tres categorías: transacciones de trueque (los hogares intercambian entre sí bienes y servicios de consumo), pago en especies (los hogares pagan por los bienes y servicios con trabajo) y la producción de bienes y servicios de consumo propio.

¹⁴ El enfoque de adquisiciones se usa habitualmente cuando el IPC se utiliza como indicador macroeconómico. Los otros dos enfoques alternativos existentes son: el de utilización y el de pago. En el **enfoque de utilización** interesa el consumo de los bienes y servicios efectivamente consumidos por un hogar para satisfacer sus necesidades y deseos. En el **enfoque de pago**, interesa para fines del IPC, los gastos efectivos que realizan los hogares para acceder a bienes y servicios de consumo y se selecciona a menudo cuando el objetivo principal del índice es el ajuste de las remuneraciones o de los ingresos.

¹⁵ Cuando se adquiere un bien o un servicio que se financia a crédito se producen dos transacciones económicas: (i) la adquisición o venta del bien o servicio y (ii) la creación de una obligación financiera: intereses por pagar.

2.2. Ámbito temporal del índice

2.2.1. Período de referencia del índice

El período de referencia o base del índice corresponde a la temporalidad de la base que puede ser un mes o un año u otro período, en el cual se fija el valor 100 y todos los índices que se calculan se comparan con este período. En el caso del IPC la base es el año 2009=100.

2.2.2. Período de referencia de los precios

Corresponde al período cuyos precios se comparan con los precios de los demás períodos; es decir, es el período utilizado para el cálculo de los índices elementales. En el IPC, el período de referencia de los precios es el año 2009=100.

2.2.3. Período de referencia de las ponderaciones

Cada producto que forma la canasta del IPC tiene una **ponderación** que permite la agregación de los índices de nivel superior hasta llegar al IPC. La **ponderación** es el gasto relativo (peso relativo) de un producto dentro del total de gastos de los hogares.

La estructura de ponderaciones del gasto en el IPC base 2009=100 proviene de la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) 2006-2007¹⁶, aplicada entre noviembre 2006 y octubre 2007¹⁷. Estos valores están centrados en el mes de abril de 2007¹⁸ y corresponden a una muestra de 10,390 hogares que representan una población urbana de 9,8 millones de personas.

2.3. Ámbito geográfico del índice

El IPC base 2009=100 se construye con la información de precios y gastos proveniente de las capitales regionales y zonas conurbanas de las quince regiones del país.

¹⁶ La metodología y los resultados que se derivan de esta encuesta se encuentran disponibles en el sitio Web: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/encuestas_presupuestos_familiares/vencuesta.php.

¹⁷ Para las regiones 14 y 15 la encuesta fue aplicada entre septiembre 2007 y agosto 2008, pues estas regiones fueron creadas con fecha posterior al inicio de la encuesta en el año 2006.

¹⁸ El gasto total de cada mes se expresa en pesos de abril de 2007 para hacer comparables los gastos reportados en cada mes que cubrió la EPF.

La comparación del IPC base 2009=100 con el IPC base diciembre 2008=100 está en los Apéndices 1, 2 y 3 de este documento.

3. Tipos de gastos que se consideran en la ponderación del índice

3.1.1. Los gastos incluidos/excluidos de la canasta del IPC

El marco conceptual de los gastos incluidos y excluidos de la canasta del IPC se encuentra en el Manual del Sistema de Cuentas Nacionales 1993¹⁹, sin embargo, la definición y propósitos del IPC base 2009=100 llevan a que se excluyan del gasto los servicios de las viviendas ocupadas por sus propietarios, las transacciones de trueque, el gasto en bienes y servicios producidos por cuenta propia, los gastos en bienes y servicios recibidos como ingreso en especie, porque no corresponden a gastos monetarios. Las otras excepciones son la inclusión de adquisición de automóviles usados y la exclusión de los intereses pagados por los servicios de intermediación financiera.

Se incluyen como gastos los pagos monetarios al interior del país en:

- adquisición de bienes y servicios de consumo final que los hogares realizan. En el caso del flete, éste se incluirá siempre que el tamaño y el volumen del producto impidan o desanimen a que el consumidor se lo lleve personalmente una vez realizada la compra,
- adquisición de automóviles usados que realizan los hogares,
- transacciones en las que el precio final incluye impuestos indirectos. Por ejemplo: el IVA, impuesto al tabaco, impuesto específico a los combustibles, impuesto de timbres y estampillas e impuesto a los alcoholes, entre otros,
- derechos administrativos por servicios recibidos. Por ejemplo: la obtención de la licencia de conducir vehículos motorizados, licencia de radioaficionado y obtención de certificados,
- gasto financiero (comisiones) asociado a: créditos hipotecarios, créditos de consumo, líneas de crédito, tarjetas de crédito bancarias, tarjetas casas comerciales, apertura y mantención de cuentas corrientes,
- los arriendos efectivamente pagados por los hogares,

¹⁹ ONU *et al.* (1993), ver capítulo IX, "B. Gastos, adquisiciones y utilidades". Disponible en: <http://unstats.un.org/unsd/sna1993/toctop.asp?L1=1>.

- inscripciones a clubes o sociedades, ya que generan un derecho a utilizar sus instalaciones.

Se excluyen de la canasta del IPC los gastos que no son de consumo, es decir, aquellos en los que no hay un flujo de bienes o servicios a cambio y los gastos realizados al exterior de las fronteras del país:

- inversión: adquisición de viviendas²⁰, propiedades, objetos valiosos²¹ o activos financieros (bonos, acciones o valores negociables adquiridos por los hogares) y las reparaciones mayores de la vivienda que incrementan el valor de la propiedad,
- intereses de las transacciones financieras en las que se contrae un préstamo (por ejemplo en el caso de los créditos de casa comerciales, los créditos personales y los hipotecarios) o las primas de seguros de vida²²,
- intereses y cargos administrativos asociados al retraso en el pago de las compras realizadas a crédito,
- adquisición de activos: imposiciones en AFP e INP,
- servicios colectivos proveídos por el aparato estatal: administración pública, defensa, justicia y ordenamiento jurídico, entre otros,
- precios que corresponden a transacciones virtuales, por ejemplo el llamado "arriendo imputado" por el uso de la vivienda por su dueño, en los que hay una valoración en pesos, pero no hay una transacción,
- transferencias (recibidas y pagadas)²³: regalos, donaciones, impuestos directos (como el impuesto a la renta y al patrimonio) y licencias²⁴ (por

²⁰ La vivienda se excluye de la canasta del IPC porque se clasifica como un activo fijo (inversión) y no como un bien de consumo durable.

²¹ Son bienes durables caros que no se deterioran con el paso del tiempo y se excluyen del IPC porque no se utilizan con fines de consumo y se adquieren fundamentalmente como depósito de valor. Son principalmente obras de arte, piedras y metales preciosos y las joyas elaboradas en estos últimos materiales.

²² En este caso se trata de una transacción compuesta, porque se adquiere un derecho financiero (no forma parte del IPC) y un cargo por servicio (forma parte del IPC), por ejemplo en el caso de los seguros de vida, las pólizas suelen incluir un servicio de inversión a largo plazo que proporciona una retribución financiera si el asegurado sobrevive el plazo de la póliza y también incluye el cargo por el servicio de la administración y gestión del seguro.

²³ Son un ejemplo de una transferencia las pensiones asistenciales mínimas otorgadas por el Estado.

²⁴ Si el pago no guarda proporción alguna con el costo de la prestación del servicio, entonces los derechos se clasifican como *impuestos* por el uso de bienes o como un permiso para usar bienes o realizar actividades. Son un ejemplo de esta situación el permiso de circulación y el pago de derechos en el cementerio para la sepultación.

ejemplo licencias para poseer o utilizar vehículos terrestres como el es caso del permiso de circulación²⁵, barcos y aviones y para cazar y pescar),

- propinas, ya que en Chile no son obligatorias (no son un gasto en consumo, sino que una transferencia)²⁶.

3.1.2. Tratamiento de impuestos y subsidios

El tratamiento de los impuestos²⁷ y subsidios²⁸ en la construcción del IPC sigue las convenciones adoptadas en el SCN 1993²⁹, en especial cuando se debe determinar si se trata de un impuesto directo o un derecho administrativo (en esta categoría encontramos las contribuciones, las licencias y los permisos de circulación).

Los principios y criterios generales a aplicar en el IPC de Chile se resumen en:

- a) Los impuestos/subsidios son transferencias obligatorias al (o del) Estado en que una unidad proporciona a otra un bien, servicio o activo sin recibir directamente ningún bien, servicio o activo a cambio, es decir, son operaciones en que no hay contraprestación específica directa. Por lo tanto, deben excluirse del IPC.
- b) Los impuestos al consumo o específicos se incluyen en el IPC porque forman parte del precio final pagado por los hogares, por ejemplo el IVA. No ocurre lo mismo con los impuestos a la renta, la propiedad y al uso de un bien o activo, que se excluyen del IPC, porque gravan la generación y uso de un activo y no el consumo, están en esta situación las contribuciones de bienes raíces, la inscripción en el registro de vehículos motorizados, embarcaciones o aeronaves, el permiso de circulación y las licencias de caza o pesca³⁰.
- c) Los derechos (o pagos) administrativos se consideran una adquisición de un servicio y se incluye su precio en el cálculo IPC, siempre que la agencia

²⁵ Muchos países incluyen los impuestos a la utilización de vehículos privados porque, a los fines del IPC, los consideran impuestos al consumo. La decisión de incluirlos o excluirlos del IPC dependerá del respectivo Instituto de Estadísticas; en nuestro caso se tomó la decisión de excluirlos porque se consideran como un impuesto al valor de la propiedad del vehículo.

²⁶ Se incluirían en el cálculo del IPC si éstas fueran una parte obligatoria del pago por un servicio, cosa que no ocurre en la realidad chilena.

²⁷ Corresponde a un pago que realizan los hogares y/o empresas al gobierno. Con estos ingresos, se puede financiar el gasto público.

²⁸ Se pueden tratar como un impuesto negativo, con lo que el precio que finalmente paga un consumidor es menor, y desde el punto de vista metodológico, quedan incluidos en el tratamiento general del tema siempre y cuando no sean discriminatorios.

²⁹ Ver Eurostat *et al.* (1993), párrafos 8.54 y 9.62.

³⁰ La convención adoptada en el Sistema de Cuentas Nacionales es considerar estos gastos como impuestos corrientes.

gubernamental proporcione como contrapartida alguna clase de servicio a la persona que realiza el pago, por ejemplo la obtención de la licencia de conducir.

- d) Los subsidios se incluyen en la toma de precios siempre que sean no discriminatorios (es decir, cualquier consumidor o persona puede acceder a él sin ninguna restricción, ya sea por su condición económica u otro) y aplicado directamente al precio. Por ende todos aquellos subsidios discriminatorios se excluyen.

3.1.3. Situaciones excepcionales en el precio de transacción

El principio que rige para la recolección de los precios en el IPC, es el de registro de los precios (unitarios o en la unidad de medida especificada en la definición de cada variedad)³¹ pagados por un comprador para adquirir un bien o un servicio. Sin embargo, es posible que el investigador de precios al levantar la información en un establecimiento encuentre que el precio ha cambiado como consecuencia de: la existencia de una oferta, una promoción o simplemente porque el producto no está disponible en ese momento según las especificaciones para esa variedad. En las situaciones excepcionales de las rebajas de precios, se deben seguir los siguientes principios generales:

- a) las rebajas deben ser atribuibles a la compra individual de un bien o servicio,
- b) deben estar disponibles para todos los potenciales consumidores sin estar vinculadas a condiciones especiales: no discriminatorias,
- c) son conocidas por los compradores al momento de realizarse la operación de compra, y
- d) deben estar claramente identificadas (publicadas) en lugar o lugares visibles de tal forma que el investigador de precios no deba recurrir a su conocimiento personal del momento en que está operando la oferta.

Se han considerado veinte tipos de situaciones para el tratamiento de precios, dentro de ellas, once son exclusivamente para el cálculo del precio final del ítem ofertado y las restantes siete corresponden al tratamiento por motivos de falta de precios o agregación de nuevos ítemes o características. Más detalles se encuentran en el Apéndice 11.

³¹ Para una definición de variedad ver la página 18.

4. Definición de la Canasta de consumo

4.1. Sistema de clasificación CCIF

El sistema de Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF) es una categorización funcional del SCN 1993 que impone una separación estricta entre bienes y servicios y facilita la comparabilidad internacional.

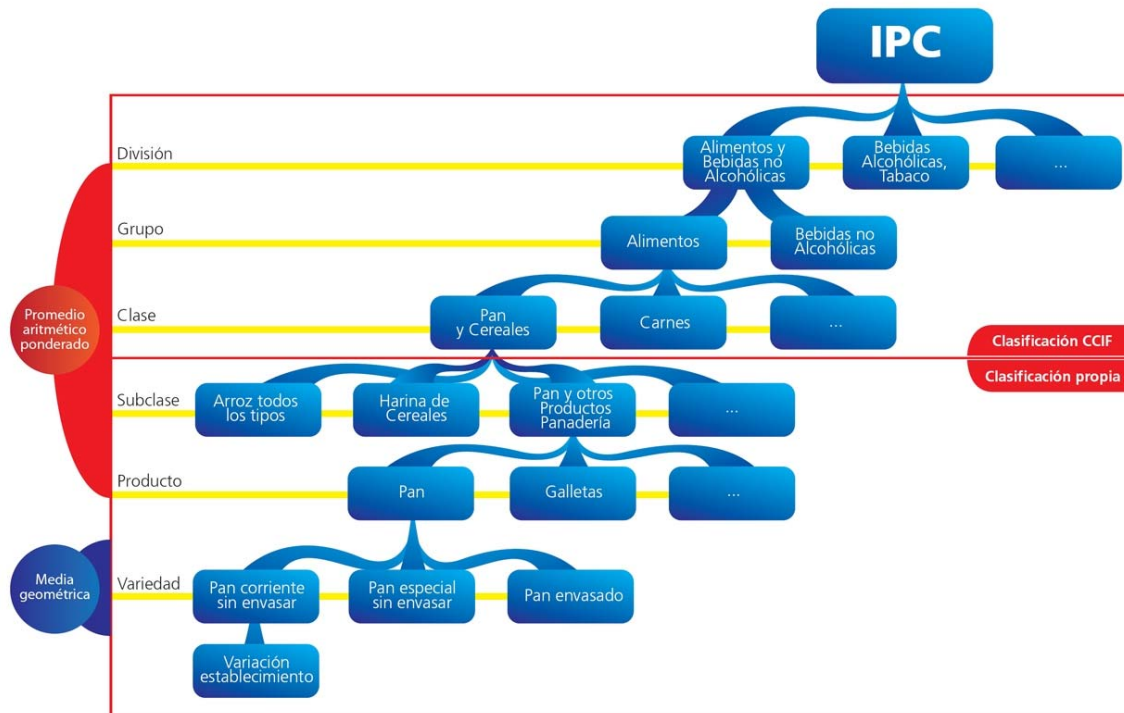
Los bienes y servicios se ordenan en 12 divisiones (mayor nivel de agregación), las que se forman con la agregación de grupos. Los grupos están formados por clases y estas a su vez por subclases. Las subclases son el resultado de la agregación de los productos, los que se forman de la agregación de las variedades (agregado elemental).

Los índices de nivel mayor de agregación permiten la comparación internacional en cambio, los agregados elementales tales como producto, variedad y variedad-establecimiento quedan sujetos a la definición de cada país según sus características propias³². Esquemáticamente, se tiene:

³²

Tres ejemplos se presentan en el Apéndice 4 de este documento.

Figura N° 1
Ejemplo Sistema de Clasificación IPC base 2009=100



En la siguiente tabla se resume la composición de cada nivel.

Tabla N° 1
Componentes del IPC base 2009=100
(en cantidad)

División	Grupo	Clase	Subclase	Producto
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	2	11	36	77
2. Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	2	4	4	8
3. Prendas de vestir y calzado	2	6	12	45
4. Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	4	9	10	15
5. Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	6	10	13	50
6. Salud	3	7	10	35
7. Transporte	3	11	15	26
8. Comunicaciones	3	3	4	8
9. Recreación y cultura	5	16	22	48
10. Educación	5	5	5	10
11. Restaurantes y hoteles	2	2	3	13
12. Bienes y servicios diversos	5	7	9	33
TOTAL	42	91	143	368

4.2. Conceptos básicos

Precio

El **precio** es el valor nominal (en unidades monetarias) de transacción de un bien o servicio. El precio puede o no incluir la entrega a domicilio, pero debe incluir todos los impuestos indirectos o específicos vigentes, las rebajas no discriminatorias existentes y los descuentos no sujetos al uso de un medio de pago específico, en este sentido debe ser el precio de acceso universal, es decir, el precio al que puede adquirir el bien o servicio cualquier residente.

Producto

Un **producto** es un término genérico para referirse a un bien o un servicio que tiene una ponderación en el gasto de los hogares y se forma con un conjunto de variedades homogéneas.

Bien

Un **bien** es un objeto físico para el cual existe una demanda, sobre el que se pueden establecer derechos de propiedad y cuya tenencia puede transferirse entre agentes mediante transacciones realizadas en los mercados³³.

Los bienes se demandan porque pueden usarse para satisfacer las necesidades o deseos de los hogares. La producción y el intercambio de bienes son actividades separadas y ésta es una característica económicamente significativa que los diferencia de los servicios.

Los bienes se clasifican en: durables y no durables.

Los *bienes durables*, son los objetos físicos que generan los servicios necesarios para satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores³⁴ y se consumen a lo largo de varios períodos de tiempo. Son ejemplos: los muebles, los artefactos domésticos o vehículos, la ropa, entre otros.

Un *bien no durable*, es un bien que una vez consumido desaparece o se destruye. Por ejemplo, la comida y las bebidas que se usan para satisfacer el hambre o la sed³⁵.

³³ Eurostat *et al.* (1993), párrafo 6.7.

³⁴ Se refiere a un tipo de unidad económica, por lo general una persona u hogar. OIT *et al.* (2006), párrafo 3.3, p. 47.

³⁵ OIT *et al.* (2006), párrafo 3.22, p. 49.

En el caso de la alimentación hay una clase de bienes no durables que aún no siendo consumidos desaparecen en cortos períodos de tiempo, se trata de los perecibles.

Los *bienes perecibles* son bienes no duraderos que se descomponen rápidamente y necesitan un tratamiento especial para aumentar su duración (fecha de vencimiento dentro de un mes), en general están en esta categoría los alimentos frescos, por ejemplo frutas, verduras y carnes refrigeradas.

En el otro extremo se encuentran los *bienes no perecibles*, que son aquellos bienes de consumo no duradero que han recibido un tratamiento industrial o artesanal, no necesitan refrigeración y tienen una duración prolongada, son algunos ejemplos de este tipo de bienes los alimentos enlatados, en conserva o deshidratados.

Servicio

Los **servicios**³⁶ son productos que generalmente no pueden intercambiarse por separado de su producción.

Los servicios son producidos sobre pedido, generalmente consisten en cambios en las condiciones de las unidades que los consumen y son el resultado de las actividades realizadas por sus productores a los consumidores. Además al momento de concluir su producción, los servicios se han suministrado a sus consumidores.

Los cambios que los consumidores de los servicios demandan a sus productores son transitorios o permanentes y adoptan diferentes formas, en particular:

- a) cambios en la condición de los bienes de consumo: el productor actúa directamente sobre los bienes de uso del consumidor transportándolos, limpiándolos, reparándolos o aplicando sobre ellos otro tipo de transformación;
- b) cambios en la situación material de las personas: el productor transporta a las personas, les facilita alojamiento, les proporciona tratamiento médico, mejora su aspecto, brinda enseñanza, servicios recreativos, seguros, intermediación financiera, protección, etc.;

Desde el punto de vista metodológico y operativo, los servicios se dividen en simples y especiales.

Los *servicios simples* son todos aquellos que no presentan una elevada complejidad para su clasificación tanto a nivel de productos como de variedades. Algunas de sus

³⁶ Tomado de Eurostat *et al.* (1993), párrafos 6.8-6.12.

características son: (a) sus precios no requieren tratamientos especiales para ingresar al cálculo del IPC y (b) el registro de los precios de las variedades se realiza directamente en los establecimientos de manera similar al seguimiento de los bienes.

Son ejemplos de servicios simples: servicios de peluquería, reparación de calzado, reparación de muebles, etc.

Los *servicios especiales* (o cálculos especiales) son todas aquellas mediciones (o metodologías) destinadas a obtener un precio que no resulta de una observación directa en un punto de venta, por ejemplo las cuentas tipo de electricidad, agua potable y servicios de telecomunicaciones, entre otras.

Variedad

Una **variedad** es un bien o servicio que se define según un conjunto de atributos o especificaciones preestablecidas³⁷, tales como:

- **Marca:** corresponde al nombre de fantasía o asociado al fabricante o a líneas de productos.
- **Descripción:** conjunto de atributos de la presentación de una variedad, tales como aroma, sabor, segmento o tipo, color, medidas, unidades por presentación, entre otras.
- **Envase:** empaque final que contiene el producto. Se presenta en distintos tipos de materiales o mezcla de ellos, por ejemplo: vidrio, hojalata, aluminio, cartón, polietileno, polipropileno, tetra, etc.
- **Peso o volumen:** número de unidades o peso neto en que se presenta cada producto.
- **Unidad de medida:** unidades de peso, volumen, distancia u otro que tiene cada producto, por ejemplo gramos, centímetros cúbicos, número de unidades, etc.
- **Origen:** origen de un producto, define si es de producción nacional o de producción extranjera (importado).
- **Código de barra** (GTIN): registro único y descriptivo de cada producto como variedad. Simbología adoptada como patrón mundial para codificar productos de bienes de consumo.

Las variedades corresponden a un producto específico, no tienen ponderación y son aquellas a las que se les registra su precio en un establecimiento.

³⁷ Entendemos por *estándar* al conjunto de atributos que aplica a la mayoría de los bienes de la canasta. Dos ejemplos se presentan en el Apéndice 5.

4.3. Criterios de selección de los grupos, productos y variedades de la canasta

Las cotas para seleccionar grupos y productos de la EPF 2006-2007 que se incluyen en la canasta del IPC base 2009=100 deben cumplir con los siguientes criterios:

A nivel de "Grupo" la cota mínima de ponderación en el gasto total es:

- 0,1% en la división 1 "Alimentos y bebidas no alcohólicas".
- 0,2% en las demás divisiones.

Una vez seleccionados los grupos para cada división se considera los "Productos" en cuyo caso se definió:

- a) Cota mínima de ponderación de los productos de 0,020% en el gasto total de los hogares.
- b) Presencia de gasto de los productos en cuatro de los cinco quintiles según ingreso per cápita.

Finalmente, se excluyen los productos si no existe factibilidad operacional de recolectar los precios.

Al igual que la canasta base diciembre 2008=100, la canasta base 2009=100 tiene productos de la canasta de diciembre 1998=100³⁸ que se mantienen, dadas las ponderaciones que registraron en la Encuesta de Presupuestos Familiares, de cuatro formas diferentes: a) productos que se mantienen, b) productos que se unen a otros y cambian de nombre³⁹, c) productos que se unen a otros nuevos y definen un nuevo producto y d) productos que se transforman en una variedad.

También hay un grupo de productos que dejan de formar parte de la canasta debido a: a) obsolescencia⁴⁰, b) por no cumplir con los criterios de selección⁴¹ y c) por no ser un gasto en consumo⁴².

³⁸ Sólo se agregan cinco productos con relación a la canasta base diciembre 2008=100.

³⁹ Son ejemplos de unión de productos al pasar de la canasta diciembre 1998=100 a la canasta 2009=100: "Acelgas" que ahora son el producto "Acelga y espinaca", "Desodorantes ambientales" el nuevo producto es "Aromatizador y desinfectante de ambiente", "Aceites de automóviles" en el nuevo IPC forma el producto "Lubricantes y aceites para vehículos", entre otros.

⁴⁰ Algunos ejemplos en este caso son: rollo fotográfico, calculadora, casete, disquete, equipo de video, personal estéreo, entre otros.

⁴¹ Son algunos ejemplos en este caso: aparato telefónico de red fija, martini y candelabro.

⁴² En este grupo están: dividendo, contribuciones de bienes raíces, permiso de circulación y pago de patente de automóviles.

La información para seleccionar las variedades provino de: estudios de mercado, encuestas estructurales y de las grandes cadenas de tiendas. La información cuantitativa de las ventas de los años 2007 y 2008 determinó las variedades que forman parte de la canasta del IPC base 2009=100.

Anualmente se revisa la pertinencia de las variedades, para ello se utiliza la participación de mercado registrada en el año anterior, de tal forma que las variedades sean las más representativas del consumo de los hogares.

Para seleccionar una variedad, se emplearon los siguientes criterios generales:

- a) Representatividad. Forman la canasta las variedades con mayor peso relativo en las ventas.
- b) Permanencia. La variedad debe estar presente en el mercado al menos por un período de tiempo razonable, con un mínimo de dos períodos.
- c) Nivel de dificultad en la medición. Se prioriza la selección de variedades con menores niveles de dificultad en su medición y seguimiento en el tiempo, de acuerdo a lo observado en terreno y a la experiencia adquirida del empadronamiento de establecimientos. Desde el punto de vista operativo sólo se seleccionaron variedades altamente complejas cuando esto fue estrictamente necesario.
- d) Hábitos de consumo. Existen ciertos bienes que se clasifican en una determinada clase, pero su adquisición o finalidad habitual a nivel local los llevan a ser clasificados en otra. Un ejemplo de este criterio son los productos tomate, palta y limón, si bien ambos son frutas por lo cual según el clasificador CCIF corresponde a la clase Frutas, el consumidor nacional las utiliza como Verduras, por ende se clasificaron en la clase Hortalizas, legumbres y tubérculos.

4.4. Definición de las ponderaciones

Las ponderaciones del IPC base 2009=100 se basan en la EPF 2006-2007. Sin embargo, se excluyeron los gastos vinculados al trueque, la producción de autoconsumo, las inversiones y las transferencias que no constituyen gasto en consumo.

Las ponderaciones permanecen fijas y constantes desde el nivel de producto y hasta el nivel superior dado que es un índice tipo Laspeyres. En los niveles inferiores (variedades y variedades establecimiento) no hay ponderación.

4.5. Actualización de las ponderaciones al período base

Las ponderaciones de gasto necesarias para agregar los índices están valoradas en pesos de abril de 2007, mes central en que se aplicó la EPF 2006-2007. Sin embargo el período base para el IPC es 2009=100. En el IPC base 2009=100 se sigue el criterio prudencial de no realizar actualizaciones de ningún tipo, sin información base proveniente de una encuesta de presupuestos familiares⁴³.

4.6. Ponderaciones de las divisiones

La aplicación de los criterios para la inclusión/exclusión anteriormente mencionados en el punto 4.3, genera la siguiente estructura de ponderaciones por divisiones.

Tabla N° 2
Ponderaciones de las divisiones que forman el IPC

División	Ponderación canasta IPC (%)
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	18,90
2. Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes	2,00
3. Prendas de vestir y calzado	5,21
4. Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	13,27
5. Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	7,52
6. Salud	5,38
7. Transporte	19,29
8. Comunicaciones	4,74
9. Recreación y cultura	7,45
10. Educación	6,02
11. Restaurantes y hoteles	4,43
12. Bienes y servicios diversos	5,80

⁴³

Hay tres alternativas para disponer de ponderaciones del gasto actualizadas: (i) contar con la información de una EPF más reciente, (ii) utilizando información externa ajustar parte de las ponderaciones y (iii) utilizar las variaciones de precios experimentada por los bienes y servicios que forman la canasta (Ver INE Chile (1999) pp. 97-130 y OIT *et al.* (2006) pp. 561-562.), pero este procedimiento genera una distorsión al modificar la estructura del gasto y no tomar en consideración los efectos de sustitución, ingreso y cantidades consumidas, ni tampoco el ajuste de las preferencias de los consumidores.

4.7. Registro de los precios

El IPC considera los precios en pesos, que es la moneda de curso legal, sin embargo, existen en la comercialización bienes y servicios expresados en otras unidades monetarias.

Los criterios para la transformación a pesos son los siguientes:

- a) Bienes y servicios expresados en UF, UTM o valores indexados al IPC: Se transforman a pesos con el valor equivalente al día 15 de cada mes. Son ejemplos de servicios valorados en UF: mensualidad de los servicios educacionales, comisiones bancarias y de casas comerciales. Es un ejemplo de servicio valorado en UTM, el pago por recolección de basura.
- b) Bienes y servicios valorados en dólares: Se transforman a pesos según el valor del dólar que el establecimiento informa en el momento de la recolección del precio⁴⁴, por ejemplo: los pasajes aéreos internacionales y el alojamiento en hoteles.

5. Divulgación mensual del índice

El índice y sus variaciones se publica mensualmente los primeros ocho días de cada mes según un calendario establecido al comienzo de cada año y disponible en el sitio Web del INE: http://www.ine.cl/canales/menu/calendario_de_indicadores.php. En cada oportunidad se da a conocer el índice a la opinión pública a las 8:00 horas.

Es de libre disposición el índice general, la variación mensual e interanual, las desagregaciones por división, grupo, clase, subclase y producto, todo en medios impresos como en electrónicos. Además, se incluyen las incidencias⁴⁵ e índices analíticos.

⁴⁴ El procedimiento es aplicable a cualquier valorización del bien o servicio en moneda extranjera. En este caso la variación de precios incluye la variación del tipo de cambio del peso respecto a la moneda extranjera.

⁴⁵ Una incidencia mide el peso o contribución de un índice en la explicación de la variación experimentada por el IPC en un período determinado de tiempo. Por ejemplo, el impacto de la alimentación en la variación anual experimentada por el IPC. Para el cálculo matemático véase el Apéndice 9 de este documento.

6. Cálculo del índice

El IPC se construye en dos etapas:

Primera etapa: con la información de precios de cada variedad establecimiento se calculan los agregados elementales. Un agregado elemental es un micro índice que corresponde a un ratio (relativo) de precios. Las variaciones de cada uno de ellos se promedian con media geométrica, porque existe un alto grado de sustitución entre las variedades.

Segunda etapa: se agrupan los índices elementales para obtener los índices de nivel superior. Para ello se utiliza media aritmética ponderada desde el nivel de producto hasta el nivel de IPC y donde existen ponderaciones fijas.

El algoritmo general de cálculo del IPC base 2009=100, el cálculo del índice, sus variaciones y las incidencias se presentan en los Apéndices 6 al 9 y el 14.

Finalmente, la agregación sucesiva de índices de nivel superior permite el cálculo del IPC en un período, construido con una fórmula tipo Laspeyres. Un índice de precios Laspeyres (P^t) mantiene fijas las cantidades en un período base (período 0) y se calcula en cada período de la siguiente forma:

$$P^t = \frac{\sum_{i=1}^N p_i^t q_i^0}{\sum_{i=1}^N p_i^0 q_i^0}$$

en que:
$$p_i^t = \prod_{j=1}^n \left(\frac{v_j^t}{v_j^{t-1}} \right)^{1/n}$$

Donde:

p_i^t : precios en el período t de los bienes y servicios i

p_i^0 : precios en el período base ($t=0$) de los bienes y servicios i

q_i^0 : cantidad de bienes y servicios en el período base ($t=0$) de los bienes y servicios i

N : número total de bienes de la canasta

v_j^t : precio de la variedad j en el período t

v_j^{t-1} : precio de la variedad j en el período $t-1$

n : número de variedades.

La variación anual del índice es el producto de las variaciones mensuales.

Este índice se puede expresar como la media aritmética ponderada de los relativos de precios que utilizan como ponderadores las participaciones en el gasto del período base. En el caso del

$$\text{IPC se calcula: } IPC(t) = I^t = \left[\sum_{i=1}^N \frac{P_i^t}{P_i^0} w_i \right] * 100 = \left[\sum_{i=1}^N I_i^t w_i \right] * 100 .$$

Donde:

w_i : ponderación del gasto del producto i

I_i^t : relativo de precios del producto i en el período t .

Los métodos de agregación utilizados se resumen en la siguiente tabla.

Tabla N° 3
Métodos de Agregación

Nivel de Agregación	Método de Agregación	
De divisiones a IPC	Media aritmética	
De grupo a división	Media aritmética	
De clase a grupo	Media aritmética	Ponderados
De subclase a clase	Media aritmética	
De producto a subclase	Media aritmética	
De variedad a producto	Media geométrica	
De tipo de establecimiento a variedad	Media geométrica	Auto-ponderados

7. Recolección de la información

La recolección de la información implica: la definición de las variedades, disponibilidad de las especificaciones de ellas y la existencia de procedimientos de recolección de precios.

Un *precio* es el valor de mercado de un bien o un servicio en el momento en que el comprador contrae una obligación con el vendedor. El precio puede o no incluir la entrega a domicilio, pero debe incluir todos los impuestos indirectos o específicos vigentes, las rebajas no discriminatorias existentes y los descuentos no sujetos al uso de un medio de pago específico. Por lo tanto, son aquellos universalmente observados indistintamente del medio de pago o la calidad (tipo) de cliente.

Los precios necesarios para el cálculo del IPC se obtienen de dos formas: la primera directamente en los puntos de venta seleccionados y la segunda en forma centralizada en la casa matriz, el cual corresponde al procedimiento centralizado.

Los precios se recolectan centralizadamente, cuando el nivel de precios en los distintos establecimientos de una misma empresa son idénticos y definidos por la casa matriz y cuando corresponden a empresas que prestan servicios regulados. En ambos casos la información se recolecta directamente de la casa matriz.

7.1. Procedimiento de recolección de precios

Dada la variabilidad de los precios se define la frecuencia en que ellos se recolectan. Así por ejemplo los bienes y servicios con precios más volátiles tienen un mayor número de registros en un período (mes).

La evidencia obtenida de los ejercicios cuantitativos fundamenta la decisión general de tomar los precios durante las primeras tres semanas del mes, con excepción de los combustibles, pasaje en bus interurbano, frutas y verduras y la entrada al estadio que tienen cuatro períodos de levantamiento de precios.

Específicamente la organización del levantamiento a lo largo del mes es:

Tabla N° 4
Frecuencia en el levantamiento de la información

Productos	Toma de precios mensual (número de veces en el mes)				
	1	2	3	4	5
Perecibles, excepto frutas y verduras (*)			X		
No perecibles		X			
Alimentos preparados fuera del hogar		X			
Servicios	X				
Combustibles (***)				X	X
Pasaje en bus interurbano (**)(***)				X	X
Entrada al estadio (***)				X	X

Notas:

(*) más una toma de precios en día sábado

(**) los precios se toman todos los viernes

(***) en los meses que presentan una quinta semana se toma una quinta vez

Desde el punto de vista operativo, el levantamiento de precios se realiza durante el mes (desde el primer día hábil y hasta el día 22) de lunes a viernes más dos sábados. En el caso de la división alimentación los precios se recolectan en las mañanas (entre las 9:00 – 12:00 horas) poniendo énfasis en las ferias libres y los

restaurantes. En las tardes se privilegia el levantamiento de precios de las restantes divisiones.

En el caso de los gastos financieros, seguros, servicios de telefonía móvil y fija, entre otros, la fecha de corte para valorar los servicios es el día 15 de cada mes y la recepción de la información el día 25 de cada mes.

Para los servicios de educación, sus precios son recolectados en los meses de diciembre y marzo, a excepción de los preuniversitarios, que además son recolectados en julio, agosto y septiembre.

Por último, los servicios médicos y hospitalarios son recolectados trimestralmente.

7.2. Precios recolectados y su tratamiento

7.2.1. Una observación por mes

El precio recolectado ingresa al sistema de cálculo del IPC tal como lo recolecta el investigador de precios, algunos ejemplos son los productos vinculados al cuidado personal, cuidado y aseo de la vivienda, los medicamentos, vestuario, entre otros.

7.2.2. Más de una observación por mes

Para los productos con más de un levantamiento mensual de precios, se calcula un precio medio ($PM_{(e)}^t$) obtenido como la media equiponderada de las observaciones del establecimiento en el mes en que se realiza el cálculo del índice. Es decir,

$$PM_{(e)}^t = \sum_{i=1}^n \frac{p_i}{N}.$$

Donde:

e : Establecimiento

t : Mes

N : Número de precios recolectados

p_i : Precios recolectados

7.2.3. Casos especiales: recolección de precios en hogares

La recolección de la información se realiza por medio de encuestas directas aplicadas en hogares. El IPC base 2009=100 mide los precios en hogares para los productos: arriendo de la vivienda y servicio doméstico. En las siguientes secciones de este apartado se presenta la forma de tratar el cálculo.

7.2.3.1. Arriendo de la vivienda

Para ser consecuente con el marco conceptual del IPC 2009=100, se excluye las **viviendas ocupadas por sus dueños** y con esto se evita la estimación del llamado “arriendo imputado”.

El valor mensual del arriendo de la vivienda (casas y departamentos) se obtiene como una media geométrica autoponderada aplicada a las variaciones de los arriendos reportados por la muestra de hogares.

La muestra de viviendas arrendadas se obtuvo a través de muestreo aleatorio estratificado y la asignación óptima por quintiles de ingreso de los hogares.

7.2.3.2. Servicio Doméstico

El servicio doméstico medido en el IPC base 2009=100, se define como las labores múltiples como limpieza del hogar, lavado, planchado, cuidado de niños y cocinería que realizan los(as) trabajadores(as) puertas adentro y puertas afuera, sean de jornada completa o parcial.

El seguimiento mensual se realiza con una encuesta aplicada a los hogares que gastan en servicio doméstico y se complementa con uno de los componentes del Índice de Remuneraciones calculado por el INE. Para obtener la variación mensual del gasto en servicio doméstico, se calcula la media geométrica de las variaciones de las dos variedades señaladas.

El diseño muestral para el servicio doméstico es similar al empleado para la muestra de viviendas arrendadas. Ésta tiene como objetivo permitir obtener una muestra representativa de los hogares que incurren en gasto por servicio doméstico.

7.2.4. Casos especiales: recolección de precios en empresas

En el caso de algunos servicios el único precio a utilizar es el total facturado que tiene partidas (componentes) que no son constantes, por lo que no se pueden utilizar para fines de cálculo del IPC. Por lo tanto, se usa la "cuenta tipo" por empresa e implica realizar un cálculo especial.

Una cuenta tipo es la valoración de un conjunto de "n" partidas complementarias y obligatorias que construyen el valor que un hogar debe pagar por el servicio consumido. En el caso de servicios como agua potable y electricidad, el valor a pagar tiene un componente fijo (que no depende del consumo realizado) y otro variable (que depende del consumo mensual). Para los servicios de comunicaciones se construye una canasta que contempla, por ejemplo, minutos en llamadas a teléfonos locales, móviles y llamadas de larga distancia.

7.2.4.1. Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles

La división contempla: seguridad de la vivienda, suministro de agua, suministro eléctrico y suministro de gas.

a) **Seguridad de la vivienda**: Se mide a través de planes de monitoreo ofrecidos por las principales empresas de monitoreo de alarmas.

Para cada una de esas empresas, que concentran la mayor participación de mercado en las ventas (ponderadas por unidades instaladas), se construye una cuenta tipo que incluye el costo de la instalación, el arriendo de los equipos y el pago por el servicio de alarma y monitoreo de la vivienda. Mes a mes se recoge la información de las partidas que forman la cuenta tipo de cada empresa, ingresando al IPC como el promedio geométrico ponderado⁴⁶ de las variaciones de los precios de cada una de las cuentas tipos.

b) **Suministro de agua potable y alcantarillado**: El precio de este servicio se construye a través de una cuenta tipo formada por los cargos fijos y variables, Se dividen los consumidores en dos grupos: consumo medio (que representan el 95,7% de los clientes urbanos a nivel nacional) y alto consumo (clientes que representan el 4,3%). Además las cuentas tipos distinguen entre período punta y no punta, las que son valoradas con las tarifas vigentes al día 15 de cada

⁴⁶

La ponderación proviene de la participación de mercado de las empresas que participan de la industria.

mes⁴⁷. Mensualmente se hace un seguimiento de la evolución de la cuenta tipo definida para cada una de las empresas que operan en las capitales regionales y zonas conurbadas. Para el cálculo del IPC, se aplica un promedio geométrico ponderado por la participación de mercado de las empresas que proveen el servicio de agua potable.

La valorización de la cuenta tipo considera⁴⁸:

- **Cargo fijo**, es el pago de igual valor que deben realizar todos consumidores independientemente de si existe o no consumo. Corresponden a los gastos administrativos y son los costos que no corresponden a la operación de los servicios de la empresa.
- **Cargo variable Punta (\$/m³)**, es el pago asociado a una mayor demanda por agua potable. En la mayoría de los casos se cobra entre 1° de diciembre y 31 de marzo de cada año.
- **Cargo variable No Punta (\$/m³)**, son las tarifas vigentes entre el 1° de abril y 30 de noviembre de cada año⁴⁹.
- **Cargo variable de sobreconsumo (\$/m³)**, es el nivel de consumo sobre el cual se aplica la tarifa de sobreconsumo. Se calcula en el período comprendido entre el 1° de julio y el 30 de noviembre de cada año.
- **Cargo variable por servicio de alcantarillado de aguas servidas**, es el cobro por el retiro de las aguas servidas desde los inmuebles o propiedades. Es proporcional al consumo de agua potable.
- **Cargo variable por tratamiento de aguas servidas**, corresponde al cobro por el servicio de tratamiento cuyo objetivo es garantizar que las aguas servidas recolectadas cumplan con las normativas actuales. Este cargo puede aparecer como un cobro adicional en el cargo variable por alcantarillado.

- c) **Suministro eléctrico**: Al igual que otros servicios básicos, la forma de construir el precio que se utiliza en el cálculo del IPC parte con una cuenta tipo por empresa⁵⁰, se incluye un número definido de consumos promedios (bajo, medio y alto consumo mensual) que se valoran dependiendo del tramo tarifario en que se encuadran.

En el cálculo del IPC ingresa el promedio geométrico ponderado de las variaciones en las cuentas tipo de las empresas que proveen el servicio de

⁴⁷ Estas partidas tienen asociados una estructura de consumo expresada en metros cúbicos mensuales.

⁴⁸ Las definiciones se tomaron de http://www.siss.cl/articles-4799_recurso_1.pdf.

⁴⁹ La distinción entre período punta y no punta no existe en el caso de las empresas de servicios sanitarios que tienen concesión desde la X región.

⁵⁰ La cuenta tipo incluye el cargo fijo, el arriendo del medidor (ajustado a la participación de clientes con ésta condición) y los costos variables vinculados directamente con el consumo mensual (cargo por energía base y cargo por uso del sistema troncal).

electricidad en las capitales regionales y sus zonas conurbadas. El ponderador es la participación de mercado de cada una de ellas.

- d) **Suministro de gas:** El suministro de gas distingue entre gas de red y gas licuado.

La variación en el precio del **Gas de Red** (Gas Ciudad y Gas Natural) se obtiene de valorar el consumo promedio de un hogar representativo a través de una cuenta tipo por empresa distribuidora, formada por los cargos variables del consumo y cargos por servicios adicionales.

Para la valoración de la cuenta tipo se utiliza el tipo tarifario más común (el de mayor porcentaje de uso entre los usuarios). Mensualmente ingresa al cálculo del IPC el promedio geométrico ponderado de las variaciones de la cuenta tipo de cada empresa.

El **Gas Licuado del Petróleo** (GLP) se distribuye a granel y en cilindros.

Gas Licuado del Petróleo, a granel: Se considera una cuenta tipo por empresa distribuidora, que se construye anualmente y valorizada mensualmente con los costos del consumo de gas diferenciando entre los costos fijos y variables.

Gas Licuado del Petróleo, en cilindros: El gas licuado comercializado en cilindros no tiene tratamiento especial y sigue los criterios generales aplicados en los registros de los precios para bienes.

Mensualmente se recolectan los precios de los cilindros de 15 kilos, tanto corriente como catalítico en el punto de venta de las distribuidoras y los subdistribuidores.

7.2.4.2. Servicios para la conservación y reparación de la vivienda

Esta subclase está formada por el producto "Servicio para la conservación y reparación de la vivienda", que cuenta con la variedad "gastos de mano de obra de servicios de conservación y reparación de la vivienda".

Los gastos de mano de obra de servicios de conservación y reparación de la vivienda están conformados por los servicios de gasfitería, reparación de cristales, reparación de instalaciones eléctricas y servicio de pintura habitacional. En todos los casos se toma la tarifa cobrada por cada uno de los servicios respectivos y el valor que ingresa al cálculo del IPC se obtiene como un promedio geométrico de las variaciones de sus valores.

7.2.4.3. Salud

Los precios de los servicios de salud se dividen en:

- (i) Productos, artefactos y equipo médico,
- (ii) Servicios para pacientes externos y
- (iii) Servicios de hospital.

El primer grupo está formado por la canasta de productos que los hogares adquieren para curar sus enfermedades. Los dos grupos siguientes incluyen como variedad tres modalidades diferentes de pago para los servicios (MLE de Fonasa, Isapre o Particular),

- a) Productos, artefactos y equipo médico: Los artefactos y equipo médico se seleccionaron partiendo de los gastos declarados en la EPF 2006-2007 y se complementaron con la información de bases de datos externas. Para la toma de precios se seleccionaron las variedades más comercializadas.

En el caso de los medicamentos, los productos se clasifican según los grupos terapéuticos⁵¹, basándose en la guía ATC/DDD (Clasificación Anatómica Terapéutica/Dosis Diaria Definida) de la OMS⁵² y la guía Vademécum.

Los criterios utilizados para definir las variedades que forman los productos de la canasta de medicamentos son: importancia relativa en el gasto, frecuencia de uso y representatividad⁵³.

- b) Servicios para pacientes externos: Se valoriza un conjunto de consultas médicas de diferentes especialidades se toman los precios en la modalidad de libre elección (MLE), los precios acordados entre prestadores e Isapres y aquellos cargados a particulares que no estén en algunos de los dos casos anteriores.
- c) Servicios de hospital: Los servicios a los que se les hace seguimiento son los de mayor frecuencia de uso en hospitales y clínicas privadas. Para la toma de precios se utiliza un proceso similar al de los servicios para pacientes externos.

⁵¹ Corresponden a los productos de la canasta del IPC.

⁵² Se agregaron algunos grupos que no aparecen en dicha clasificación, pero que son importantes en las ventas como es el caso de medicamentos para el tratamiento de la obesidad.

⁵³ En conjunto, las variedades debían representar al menos el 80% de las ventas valoradas ponderadas por unidades vendidas. Pero además el compuesto activo debía representar al menos el 70% de las ventas de cada producto y la dosis y la marca al menos el 50% de las ventas del producto. Adicionalmente se incluyeron los medicamentos genéricos.

7.2.4.4. Transporte

La división está formada por: (i) los bienes vinculados a la adquisición de los vehículos motorizados (automóviles y motocicletas: nuevos y usados) y los repuestos y accesorios, (ii) los servicios vinculados con el mantenimiento y operación y (iii) los servicios de transporte público.

- a) Adquisición de vehículos motorizados: La selección de los vehículos motorizados sigue el criterio de la marca y modelo más vendido.

La **canasta de los automóviles nuevos** se construye siguiendo los siguientes pasos:

- Anualmente se seleccionan las marcas y modelos de automóviles de pasajeros (uso de hogares) más vendidos en Chile, diferenciando entre automóvil y suburban.
- Se construyen dos paneles (automóviles y suburban) tomando las marcas y modelos más comercializados en el año anterior según el criterio de las ventas ponderadas por el número de unidades.
- Se elige la versión más comercializada para cada modelo, pues los precios de las distintas versiones se mueven de forma similar.

La **canasta de los automóviles usados** se construye tomando los veinte modelos con mayor representación en las ventas totales de los años 2004 y 2005, es decir, se consideran los vehículos con una antigüedad de cinco y cuatro años. Para los años siguientes se incorporan los vehículos con una antigüedad de cuatro años y se dejan fuera los que tienen seis años, y así, sucesivamente.

Los precios mensuales de los **automóviles nuevos** se registran en los establecimientos concesionados y en el caso de los **automóviles usados** se hace por medio de consulta a sitios Web especializados y revisión de anuncios clasificados en la prensa escrita.

- b) Funcionamiento del equipo de transporte personal: Los precios de: i) piezas de repuestos y accesorios, ii) combustibles y lubricantes, iii) conservación y reparación y iv) otros servicios; se toman directamente en terreno siguiendo las pautas generales de recolección de la información.
- c) Servicio de peaje y telepeaje: En el caso de los peajes se hace el seguimiento a: i) las tarifas de las autopistas urbanas (tarifa base punta, tarifa base no punta y tarifa de saturación) y ii) los peajes cobrados en las autopistas interurbanas de las principales rutas transversales y la Ruta 5. En cada caso, cada una de las tarifas en las diferentes franjas horarias corresponde a una variedad.

- d) Servicios de transporte: Se distinguen cuatro clases de servicios de transporte de pasajeros: por vía férrea, por carretera, por aire y transporte urbano combinado.

El criterio de selección de los orígenes/destino entre ciudades capitales fue el de la mayor frecuencia de uso. En el caso de los servicios interurbanos, el criterio general fue definir variedades teniendo en cuenta la distancia recorrida y la duración del trayecto.

En los siguientes párrafos se explica brevemente el tratamiento de los diferentes medios de transporte.

- Transporte pasajeros vía férrea. El producto pasaje en tren interurbano está compuesto por dos destinos: Santiago-Rancagua, Santiago-Talca y Santiago-Chillán.
- Transporte de pasajeros vías urbanas y por carretera. Se toma el precio de tres productos:
 - Servicio de transporte de pasajeros por vías urbanas: Consiste en tres productos, servicio de transporte en taxi colectivo y servicio de transporte en taxi básico y servicio de transporte en microbús. En cada uno de ellos se ha definido un recorrido típico de acuerdo a las características del mercado en cada capital regional. Las tarifas de estos recorridos son las que se recogen para el cálculo del IPC.
 - Servicio de transporte de pasajeros por carretera, que corresponde al transporte en bus interurbano: se definieron orígenes/destinos más frecuentes y se toma el valor de un pasaje adulto en bus clásico o ejecutivo, según corresponda al establecimiento. Este producto tiene cuatro registros de precios al mes.
 - Servicio de transporte escolar: se hace el seguimiento del gasto del traslado de un estudiante de educación básica en un trayecto de aproximadamente 20 cuadras.
- Transporte de pasajeros por aire. El "servicio de transporte aéreo" está formado por dos variedades: transporte aéreo nacional y transporte aéreo internacional. Se toman los precios⁵⁴ de los orígenes/destinos, los horarios y las clases más frecuentes.

La valorización de este servicio opera como un mercado a futuro, ya que la tercera semana de cada mes se cotiza el valor del pasaje aéreo para un vuelo el siguiente mes con una estadía de una semana en el destino.

⁵⁴ Cuando el valor del pasaje está expresado en dólares, o cualquier otra moneda extranjera, se lleva a pesos del momento en que se está recolectando el precio con el tipo de cambio definido por la fuente para ese día.

- Servicio de transporte combinado de pasajeros. Es el sistema de transporte integrado formado por buses de acercamiento, buses troncales y tren subterráneo, que funciona en Santiago desde febrero de 2007. En este sistema los usuarios pagan una sola vez y dentro de un tiempo que no excede los 120 minutos pueden hacer uso de los otros medios de transporte existentes sujeto a una matriz de cobro extra que depende del horario y del tipo de trasbordo realizado. El precio que ingresa al cálculo del IPC es el resultado de un promedio geométrico ponderado por la intensidad de uso de las diferentes tarifas vigentes (que dependen del horario y las combinaciones de medios utilizados) en el sistema de transporte de pasajeros intermodal.
- Servicio de transporte en tren urbano: Corresponde al MERVAL en Valparaíso y BIOTREN en Concepción. Las tarifas recolectadas corresponden a un usuario normal en las combinaciones de los tramos en horario de tarifa alta, baja y económica o todas aquellas disponibles en caso de cambios.
- Servicio de transporte en microbús: Corresponde a las líneas más utilizadas en las capitales regionales. La tarifa recolectada corresponde a la del tramo urbano más utilizado por recorrido.

7.2.4.5. Comunicaciones

La división 8 de Comunicaciones se forma con dos grupos: el primero da cuenta de la adquisición de los equipos de comunicaciones (teléfonos móviles) y el segundo incorpora los servicios de comunicaciones. Es este segundo grupo el que tiene un tratamiento de cálculo diferente, dadas las complejidades que se observan en este tipo de servicios.

- a) Servicio postal: Se hace seguimiento de precios al envío por correo normal de una carta con origen/destino nacional.
- b) Equipos telefónicos: Las variedades resultaron de los estudios de mercado realizados. Se toman los precios de los equipos móviles de prepago que representan el gasto de los consumidores en los establecimientos, distinguiendo entre equipos medios y sofisticados en los establecimientos y no se requiere de un tratamiento especial de la información.
- c) Servicios telefónico: Los servicios de telefonía se dividen en dos subclases: servicios de telecomunicaciones residenciales y otros servicios de telecomunicaciones.

i) Servicios telecomunicaciones residenciales. La metodología definida para los servicios de telecomunicaciones, usa la cuenta tipo por empresa y por tipo de servicio. La cuenta tipo es constituida en primera instancia por los precios de los servicios específicos de cada empresa y en segundo lugar, por los minutos promedios provenientes de la información histórica y de la encuesta estructural de telecomunicaciones levantada por el INE. Esta información se distribuye en los diferentes servicios de comunicaciones a los que un consumidor puede acceder.

La toma de precios para cada empresa valora, mensualmente, los consumos definidos en la cuenta tipo con las tarifas vigentes al día 15 de cada mes.

El valor que ingresa al cálculo del IPC es un promedio geométrico ponderado por la participación de cada uno de los tipos de servicios específicos dentro de cada empresa y por la participación de mercado de las empresas en el sector.

Los servicios de telecomunicaciones residenciales se encuentran clasificados separadamente en las Divisiones 8 y 9 del IPC según el sistema CCIF55. En suma, se definen cinco productos, 4 de los cuales se clasifican dentro de la División 8 y el quinto, dentro de la División 9:

1. Servicio de conexión a Internet: Estos servicios son los que se contratan separadamente de los llamados servicios combinados (packs). Se hace el seguimiento de precios a los planes que concentran el mayor número de clientes, calculando un promedio geométrico ponderado por la participación de cada uno de los tipos de servicios dentro de cada empresa y por la participación de mercado de las empresas en el sector.
2. Servicio pack de telecomunicación. Se toma el precio de los servicios agrupados (pack)⁵⁶ más frecuentes: televisión digital, telefonía local y conexión a Internet. Mensualmente se siguen los planes que concentran el mayor número de clientes y para efectos de cálculo del IPC, se calcula un promedio geométrico ponderado por los tipos de servicios dentro de cada empresa y la participación de mercado de las empresas en el sector.
3. Servicio telefonía móvil: Se capta el precio de los planes que concentran la mayor cantidad de clientes cada mes, de los minutos (dentro y fuera de plan) y la mensajería. La evolución del valor de los servicios de telefonía móvil mes a mes se obtiene como un promedio geométrico ponderado por los tipos de

⁵⁵ El sistema de Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF) es una categorización funcional del SCN 1993 que impone una separación estricta entre bienes y servicios y facilita la comparabilidad internacional.

⁵⁶ Triple y doble pack.

servicios dentro de cada empresa y la participación de mercado de las empresas en el sector.

4. Servicio telefonía residencial: Se incluyen los clientes con plan y clientes de prepago. Para el caso de cliente con plan, se siguen los planes que concentran el mayor porcentaje de clientes, además de agregar una serie de precios por servicios variables que representan a un cliente promedio. Para el caso de prepago, se sigue tanto el valor de la recarga como el precio del minuto según recarga y horario. Para efectos del cálculo del IPC, se calcula un promedio geométrico ponderado por los tipos de servicios dentro de cada empresa y la participación de mercado de las empresas en el sector.

Al interior de la cuenta tipo se definen usos de minutos más frecuentes para cada uno de los tipos de llamadas. Estos minutos se obtienen de la encuesta estructural de servicios de telecomunicaciones aplicada por el INE a las principales empresas que participan en el sector.

5. Servicio de televisión pagada residencial: Se clasifica dentro de la División 9, estos servicios son los que se contratan separadamente de los llamados servicios combinados (packs). Se hace el seguimiento de precios a los planes que concentran el mayor número de clientes, calculando un promedio geométrico ponderado por la participación de cada uno de los tipos de servicios dentro de cada empresa y por la participación de mercado de las empresas en el sector.

- ii) Otros servicios de telecomunicaciones. Esta subclase reúne los productos de los servicios de telecomunicaciones a los que se puede acceder fuera del hogar. Se hace seguimiento a dos productos:

- Servicio público de comunicaciones: centros de llamados.
- Servicio público de Internet: centros de Internet ("ciber café").

En cada caso se hace el seguimiento del producto tomando el precio directamente en el establecimiento que se define.

7.2.4.6. Recreación y cultura

En esta división, el grupo "Equipo audiovisual, fotográfico y de procesamiento informático" concentra la mayoría de los productos tecnológicos cuya característica más destacada es su rápido cambio en términos de calidad, en este grupo se hace una revisión cada seis meses de las características de las variedades que se observan para evitar tasas de imputación mayores a las de las restantes divisiones.

El método de ajuste de calidad que se usa es el solapamiento⁵⁷. Sin embargo en algunos casos, cuando el producto anterior no puede ser comparado con el producto de reemplazo porque ya no está presente en el período t , se comienza una nueva variación del producto nuevo en el período $t+1$ y la variación del producto ausente en t se imputa siguiendo las reglas de imputación que se presentan en el capítulo 8.

7.2.4.7. Servicios de educación

Los servicios de educación están vinculados a cinco grupos: enseñanza pre-escolar y enseñanza básica (primaria), enseñanza media (secundaria), enseñanza postsecundaria no terciaria, enseñanza superior (terciaria) y la enseñanza no atribuible a ningún nivel (por ejemplo: cursos de idiomas y cursos de capacitación, entre otros).

Los servicios de la educación, para los dos primeros grupos, se miden a través de una cuenta tipo, la que incluye dos partidas que forman la cuenta tipo⁵⁸: (i) los servicios concretos formados por la matrícula, (ii) la mensualidad y (iii) otros cobros como la cuota de incorporación cuando corresponda en un establecimiento.

Se valora la cuenta tipo por establecimiento, por lo que la agregación para la obtención del índice producto se realiza mediante media geométrica. La canasta de servicios de educación sigue los lineamientos de clasificadores internacionales (CCIF y CINE-97⁵⁹).

La información de precios para cada una de las partidas se obtiene directamente de los establecimientos que formen parte de la muestra y con ello se construye la cuenta tipo por establecimiento. En los casos en que los cobros son en UF, UTM o dólares, se lleva a pesos de acuerdo a su valor el día 15 de cada mes.

Dos veces al año se producen las mayores variaciones dado que los valores de los aranceles se fijan anualmente. En el mes de diciembre se registran las matrículas y en marzo las mensualidades y otros cobros⁶⁰.

⁵⁷ Ver apartado 8.2

⁵⁸ Para los restantes tres grupos sólo son pertinentes el pago en matrícula y mensualidad.

⁵⁹ Clasificación Internacional Normalizada de la Educación (CINE) que es un sistema universal adoptado para comparar programas educativos entre países.

⁶⁰ Se excluyen de esta frecuencia los productos servicio de educación preuniversitario y de capacitación que tienen un levantamiento de precios mensual.

7.2.4.8. Bienes y Servicios diversos

De esta división dos grupos han requerido un tratamiento especial: (i) seguros y (ii) servicios financieros.

- a) Seguros: Se usa exclusivamente el seguro automotriz. Mensualmente se hace seguimiento a las primas de un seguro automotriz, valorada el día 15 del mes y las variedades se agregan con media geométrica.
- b) Servicios financieros: Se miden los gastos directos asociados con los productos financieros que no dependen de la tasa de interés, por ejemplo los gastos de administración: los gastos de apertura y mantención de una cuenta corriente, los gastos operacionales (en el caso de los créditos hipotecarios), seguros obligatorios, el impuesto de timbres y estampillas y demás de operación.

Mensualmente se toma el precio (o tarifa), al día 15 de cada mes, del producto "gasto financiero" que está formado por: a) comisiones de bancos e instituciones financieras (incluye la apertura de la cuenta corriente, la línea de crédito, operaciones con tarjeta de crédito, impuestos de timbre y estampillas aplicado a productos asociados a la cuenta corriente (línea de crédito y tarjeta de crédito), créditos de consumo y créditos hipotecarios y b) comisiones de casas comerciales asociados a créditos de consumo. Luego, para realizar la agregación de las variedades se usa un promedio geométrico ponderado por la importancia de cada una de las empresas informantes en la industria.

8. Casos especiales: tratamiento de los precios faltantes

Los precios faltantes en la recolección de precios surgen de: estacionalidad, situaciones de desabastecimiento y por desaparición de una variedad. Esta situación se produce aún cuando el investigador de precios haga todos los esfuerzos por recolectar la información.

El procedimiento para completar los precios faltantes de una variedad/establecimiento recibe el nombre de "imputación de precios".

8.1.1. Tratamiento de precios faltantes por ruptura de stock

Por norma de calidad el INE se ha fijado las imputaciones en el mes de cálculo del IPC no supere un máximo porcentual de todos los precios de todas las variedades

de recolección descentralizada, exceptuando de este máximo los productos estacionales y temporales.

La imputación es el último recurso a utilizar cuando se han agotado todas las instancias para completar la información faltante.

Para fines de imputación, se han definido macrozonas de proximidad geográfica, dentro de las cuales se pueden imputar precios de productos.

Se imputan los precios de la siguiente forma:

- a) El precio faltante de la variedad en un establecimiento: Se imputa con la variación de precios de establecimientos similares en la capital regional.
- b) Si la variedad no está suficientemente representada (no existe el nivel mínimo de precios para realizar el cálculo)⁶¹: Se utiliza la variación de precios de las variedades similares en la capital regional.
- c) Si ninguna de las opciones anteriores es posible: Se aplican las excepciones a la regla de imputación general, siguiendo una tabla de productos sustitutos con los cuales el producto tiene una cercanía en el proceso productivo o por las finalidades de uso⁶².
- d) Si la condición anterior no se puede cumplir, se imputa con la variación de precios del producto en la macrozona⁶³.
- e) Si la masa de precios del producto macrozonal no es suficientemente representativo, se utilizarán las macrozonas en las que sean representativos, siempre y cuando la representatividad nacional cumpla con los requisitos de representatividad establecidos
- f) Si los criterios de imputación anteriores no se cumplen, se procede a imputar por la variación de la subclase, clase o división.

⁶¹ La cantidad de precios recolectados debe ser igual o mayor al 35% del total de precios solicitados.

⁶² Ejemplos se presentan en el apéndice 18.

⁶³ Las macrozonas permiten imputar precios de productos dentro de zonas geográficas que comparten similitudes y que por lo tanto reflejan de mejor forma el comportamiento de los precios de los productos ausentes en una capital regional. Se han definido tres macrozonas para fines de imputación de precios (Norte desde la quinceava hasta la cuarta región; Centro desde la quinta hasta la octava, incluyendo la región metropolitana; Sur desde la novena hasta la duodécima, incluyendo la catorceava región). Es necesario distinguir el proceso de imputación del proceso de agregación, en éste último no existe un paso de agregación por macrozonas.

8.1.2. Tratamiento de precios faltantes estacionales y temporales

Los productos estacionales⁶⁴ son aquellos que no están disponibles en ciertas estaciones (meses) del año, sus precios están sincronizados con la estación o época del año y tiene una presencia en el mercado en torno a cuatro meses⁶⁵.

Divisiones como la de “Alimentos y bebidas no alcohólicas” y la de “Prendas de vestir y calzado” están sujetas al fenómeno de la estacionalidad. Esta característica se observa en las prendas de vestir y el calzado más notoriamente al ampliar la cobertura geográfica del índice a las quince capitales regionales del país, lo que incorpora climas y formas de vestir diferentes,

En el caso de las frutas y verduras se construyen dos productos compuestos (uno estacional y otro formado por frutas de permanencia durante todo el año).

Para el caso de prendas de vestir, de la canasta base diciembre 2008 se fusionaron cuatro productos de calzado en dos nuevos productos. Los productos que se fusionaron fueron los siguientes:

- a) “Bototos para hombres” y “sandalias para hombre”, que dio paso al nuevo producto “calzado estacional para hombre”, y
- b) “Botas para mujer” y “sandalias para mujer”, que dio paso al nuevo producto “calzado estacional para mujer”.

En los períodos que desaparece una fruta o verdura, al igual que el vestuario estacional, la imputación precios se realiza utilizando la variación de las restantes variedades siempre que la muestra recolectada sea representativa. Si la masa de precios no es representativa, se arrastra el último precio registrado.

La siguiente tabla muestra ejemplos de productos estacionales.

⁶⁴ OIT *et al.* (2006), p. 16.

⁶⁵ No obstante es posible encontrarlos en un número reducido de establecimientos durante todo el año, pero que dada su bajo número, no los hace representativos.

Tabla N° 5
Ejemplos productos estacionales

Producto	Variedad	Ponderación Canasta (%)
Fruta de estación	Chirimoya, ciruela, damasco, frutilla, guinda o cereza, kiwi, mango, melón, nectarín, pepino dulce, piña, pomelo, sandía, tuna y uva.	0,34
Verduras de estación	Alcachofa, betarraga, brócoli, coliflor, choclo fresco, espárrago, haba, pepino, poroto verde y poroto granado.	0,38
Ropa de abrigo para hombre (este es un ejemplo) ^{/a}	Suéter para hombre otoño-invierno, suéter para hombre primavera-verano, vestón para hombre otoño-invierno y vestón para hombre primavera-verano.	0,40
Calzado de estación para hombre	Bototos para hombre, sandalias para hombre	0,03
Artículos para climatización del hogar	Estufa, ventilador y calentacama	0,14

Nota:

/a En el caso de la ropa de abrigo para mujer la ponderación es 0,38%; ropa de abrigo para niño es 0,09%, para niña es 0,06% y lactante es 0,02%.

Los productos temporales son aquellos que no están universalmente (o generalmente) disponibles todo el año o que su consumo es marcadamente estacional, cuyo origen está en razones climáticas o institucionales⁶⁶.

La recolección de precios de estos productos tiene un inicio y término fijo, por lo que se define un calendario anual en el que se identifican los meses en los que se debe levantar el precio. En la siguiente tabla se muestran los productos temporales.

⁶⁶

Una ley o costumbre define que un servicio se provea en un período definido de tiempo durante el año, por ejemplo el período académico de los servicios educacionales de enseñanza básica y media se extiende entre marzo y diciembre, pero la disponibilidad de uniformes en las tiendas está entre enero y marzo.

Tabla N° 6
Ejemplos de productos temporales

División	Producto	Temporalidad por razones		Período levantamiento	Ponderación Canasta (%)
		climáticas	institucionales		
3	Ropa deportiva escolar		X	enero-marzo	0,03
3	Uniforme escolar (femenino-masculino)		X	enero-marzo	0,13
9	Artículos de camping	X		diciembre-marzo	0,05
9	Textos escolares		X	enero-abril	0,12
9	Textos escolares complementarios		X	enero-marzo	0,03
10	Servicio de educación de jardín infantil		X	diciembre-marzo	0,02
10	Servicio de educación de kinder		X	diciembre-marzo	0,32
10	Servicio de educación de 1° ciclo de la enseñanza básica (1° a 4° básico)		X	diciembre-marzo	0,73
10	Servicio de educación de 2° ciclo de la enseñanza básica (5° a 8° básico)		X	diciembre-marzo	0,74
10	Servicio de educación de la enseñanza media (1° a 4° medio)		X	diciembre-marzo	0,88
10	Servicio de pre universitario		X	diciembre-marzo-julio-agosto-septiembre	0,06
10	Servicio de enseñanza en centros de formación técnica		X	diciembre-marzo	0,20
10	Servicio de enseñanza en instituto profesional		X	diciembre-marzo	0,35
10	Servicio de enseñanza universitaria		X	diciembre-marzo	2,56

Nota:

División 3: "Prendas de vestir y calzado"

División 5. "Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar"

División 9: "Recreación y cultura"

División 10 "Educación"

El método de imputación en el caso de los productos temporales es el arrastre en los meses en que no hay levantamiento de precios.

8.1.3. Bienes o servicios que se distribuyen gratuitamente

Existen situaciones en las que una empresa o establecimiento excepcionalmente puede ofrecer en el mercado sus bienes o servicios gratuitamente. En este caso podemos diferenciar dos situaciones:

- a) Cuando temporalmente una empresa privada o entidad pública entrega un producto gratuitamente y el Estado a través de una transferencia subsidia universalmente el precio, se arrastra el último precio registrado.
- b) Cuando una empresa privada o entidad pública específica entrega al mercado el producto gratuitamente, en este caso se deja fuera del cálculo del IPC porque se trata de una transferencia y no de una venta. Cuando el producto deja de ofrecerse gratuitamente, se incorpora dicho producto al cálculo del IPC, siguiendo los procedimientos definidos de ingreso de una nueva variedad al índice.

8.2. Cambios de calidad

Para los cambios de calidad se utiliza el método de superposición⁶⁷ y el de reemplazo comparable⁶⁸. Para el caso de los automóviles nuevos, el procedimiento a usar es el de opciones⁶⁹.

9. Técnicas y criterios para asegurar calidad

Las normas de calidad incluyen la validación de la información en los establecimientos, la verificación de la no existencia de errores no muestrales asociados a la digitación y el análisis de precios a través de técnicas de validación longitudinal y transversal⁷⁰.

⁶⁷ Se calcula un cociente de los precios del artículo viejo y su reemplazo en un período común. Este cociente se considera como un indicador de las diferencias de calidad y es el que se aplica al precio del artículo de reemplazo al momento de calcular la variación de precios en el mes respectivo. El método supone que la diferencia de calidad en cualquier período equivale a la diferencia de precio en el momento del encadenamiento.

⁶⁸ Otros métodos disponibles son el de imputación de la media global (o imputación dirigida de la media), imputación de la media de la clase, encadenamiento para mostrar una variación de precios nula y el arrastre al período siguiente.

⁶⁹ Ver Anexo 15.

⁷⁰ Véase OIT *et al.* (2006) pp. 208, 260, párrafos 9.160 y 12.52-12.55.

10. Enlace de las series

El IPC base 2009=100 no se empalma con los IPC previos, ya que entre otros aspectos, destaca que este índice no tiene una cobertura geográfica similar y se pasa de un mes base a un año base.

Cuando un usuario requiere disponer de las **variaciones** de precios que cubren un período previo a diciembre 2009 y posterior a enero de 2010, el usuario debe segmentar la serie, calculando primero las variaciones hasta diciembre 2009 obtenidas con el IPC base diciembre 2008=100 y agregarle las variaciones desde enero de 2010 en adelante obtenidas con el IPC base 2009=100. Este método se ocupa para reajustabilidad de valores, tal cual lo establece el Decreto Supremo N° 322 del Ministerio de Economía.

La fórmula de cálculo del factor de reajustabilidad es la siguiente:

$$\text{Factor} = \left(\frac{\text{IPC}_{\text{dic},2009 \text{ base dic } 2008}}{\text{IPC}_{\text{mes,año base dic } 2008}} \right) \times \left(\frac{\text{IPC}_{\text{mes,año base año } 2009}}{\text{IPC}_{\text{dic},2009 \text{ base año } 2009}} \right)$$

Ejemplo. Se necesita actualizar \$1.500 del mes m del año a , al mes n del año t .

Sea el valor del índice (IPC base dic 2008 = 100) en el mes m del año a igual a 74,21 y para diciembre de 2009 igual a 104.59. El valor del índice (base 2009 = 100) del mes n del año t es de 128,47.

Se procede de la siguiente forma:

- a) Cálculo del factor (F) para la actualización del valor a diciembre de 2009, desde el mes (m) del año (a), con base diciembre 2008 = 100.

$$F_{\text{dic},2009} = \frac{\text{IPC}_{\text{dic},2009}}{\text{IPC}_{\text{m,a}}}$$

$$F_{\text{dic},2009} = \frac{\text{IPC}_{\text{dic},2009}}{\text{IPC}_{\text{m,a}}} = \frac{104.59}{74.21} = 1,4042581622$$

- b) Cálculo del Monto (M) actualizado a diciembre de 2009.

$$M_{\text{dic},2009} = M_{\text{m,a}} \times F_{\text{dic},2009}$$

$$M_{\text{dic},2009} = M_{\text{m,a}} \times F_{\text{dic},2009} = 1500 \times 1,4042581622 = 2106,38727933$$

- c) Cálculo del factor (F) para la actualización del valor al mes (m) del año (a), con base 2009 = 100.

$$F_{n,t} = \frac{IPC_{n,t}}{IPC_{dic,2009}}$$

$$F_{n,t} = \frac{IPC_{n,t}}{IPC_{dic,2009}} = \frac{128,47}{100} = 1,2847$$

- d) Cálculo del Monto (A) actualizado al mes n del año

$$A_{n,t} = M_{dic,2009} \times F_{n,t}$$

$$A_{n,t} = M_{dic,2009} \times F_{n,t} = 2106,38727933 \times 1,2847 = 2706,07573775$$

Por lo tanto, los \$1.500 del mes *m* del año *a*, al mes *n* del año *t* equivalen a \$ 2.706.

11. Canasta

ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC)

Base año 2009 = 100

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	1	0	0	0	0	ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	18,90136
GRUPO	1	1	0	0	0	ALIMENTOS	16,53676
CLASE	1	1	1	0	0	PAN Y CEREALES	3,95223
SUBCLASE	1	1	1	1	0	ARROZ DE TODOS LOS TIPOS	0,20027
PRODUCTO	1	1	1	1	1	ARROZ	0,20027
SUBCLASE	1	1	1	2	0	HARINAS Y CEREALES	0,30835
PRODUCTO	1	1	1	2	1	HARINA	0,11969
PRODUCTO	1	1	1	2	2	CEREALES	0,18866
SUBCLASE	1	1	1	3	0	PAN Y OTROS PRODUCTOS DE PANADERÍA	3,16209
PRODUCTO	1	1	1	3	1	PAN	2,18727
PRODUCTO	1	1	1	3	2	GALLETAS	0,36868
PRODUCTO	1	1	1	3	3	PRODUCTOS DE REPOSTERÍA	0,56223
PRODUCTO	1	1	1	3	4	MASAS SALADAS PREPARADAS	0,04391
SUBCLASE	1	1	1	4	0	PASTAS DE TODOS LOS TIPOS	0,28152
PRODUCTO	1	1	1	4	1	PASTAS	0,28152
CLASE	1	1	2	0	0	CARNES	4,16314
SUBCLASE	1	1	2	1	0	CARNE DE VACUNO FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA	1,88889
PRODUCTO	1	1	2	1	1	CARNE DE VACUNO	1,88889
SUBCLASE	1	1	2	2	0	CARNE DE CERDO FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA	0,34459
PRODUCTO	1	1	2	2	1	CARNE DE CERDO	0,34459
SUBCLASE	1	1	2	3	0	CARNE DE AVE FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA	0,96539
PRODUCTO	1	1	2	3	1	CARNE DE PAVO	0,07357
PRODUCTO	1	1	2	3	2	CARNE DE POLLO	0,89182
SUBCLASE	1	1	2	4	0	CARNE PROCESADA Y FIAMBREERÍA	0,93053
PRODUCTO	1	1	2	4	1	CECINAS	0,59884
PRODUCTO	1	1	2	4	2	EMBUTIDOS	0,28930
PRODUCTO	1	1	2	4	3	HAMBURGUESAS	0,04239
SUBCLASE	1	1	2	5	0	CARNE DE OTROS ANIMALES FRESCA, REFRIGERADA O CONGELADA	0,03374
PRODUCTO	1	1	2	5	1	CARNE DE CORDERO	0,03374
CLASE	1	1	3	0	0	PESCADOS Y MARISCOS	0,48768
SUBCLASE	1	1	3	1	0	PESCADOS FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS	0,22814
PRODUCTO	1	1	3	1	1	PESCADOS	0,22814
SUBCLASE	1	1	3	2	0	MARISCOS FRESCOS, REFRIGERADOS O CONGELADOS	0,08607
PRODUCTO	1	1	3	2	1	MARISCOS	0,08607
SUBCLASE	1	1	3	3	0	PESCADOS Y MARISCOS EN CONSERVA	0,17347
PRODUCTO	1	1	3	3	1	PESCADOS EN CONSERVA	0,14881
PRODUCTO	1	1	3	3	2	MARISCOS EN CONSERVA	0,02466
CLASE	1	1	4	0	0	PRODUCTOS LÁCTEOS, QUESOS Y HUEVOS	2,25973

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
SUBCLASE	1	1	4	1	0	LECHES DE TODO TIPO	0,89147
PRODUCTO	1	1	4	1	1	LECHE EN POLVO	0,29336
PRODUCTO	1	1	4	1	2	LECHE LÍQUIDA	0,52840
PRODUCTO	1	1	4	1	3	LECHE CONSERVADA	0,06971
SUBCLASE	1	1	4	2	0	YOGHURT Y POSTRES LÁCTEOS	0,43599
PRODUCTO	1	1	4	2	1	YOGHURT	0,36246
PRODUCTO	1	1	4	2	2	POSTRES LÁCTEOS	0,07353
SUBCLASE	1	1	4	3	0	QUESOS DE TODO TIPO	0,61933
PRODUCTO	1	1	4	3	1	QUESO	0,61933
SUBCLASE	1	1	4	4	0	HUEVOS	0,31294
PRODUCTO	1	1	4	4	1	HUEVOS	0,31294
CLASE	1	1	5	0	0	ACEITES Y GRASAS	0,53312
SUBCLASE	1	1	5	1	0	MANTEQUILLA Y MARGARINA	0,23684
PRODUCTO	1	1	5	1	1	MANTEQUILLA	0,09454
PRODUCTO	1	1	5	1	2	MARGARINA	0,14230
SUBCLASE	1	1	5	2	0	ACEITES COMESTIBLES	0,29628
PRODUCTO	1	1	5	2	1	ACEITES VEGETALES	0,29628
CLASE	1	1	6	0	0	FRUTAS	0,85050
SUBCLASE	1	1	6	1	0	FRUTAS FRESCAS, REFRIGERADAS O CONGELADAS	0,72539
PRODUCTO	1	1	6	1	1	MANZANA	0,11564
PRODUCTO	1	1	6	1	2	NARANJA	0,10900
PRODUCTO	1	1	6	1	3	PERA	0,02996
PRODUCTO	1	1	6	1	4	PLÁTANO	0,12944
PRODUCTO	1	1	6	1	5	FRUTAS DE ESTACIÓN	0,34135
SUBCLASE	1	1	6	2	0	FRUTOS SECOS Y FRUTAS EN CONSERVA	0,12511
PRODUCTO	1	1	6	2	1	FRUTOS SECOS	0,06849
PRODUCTO	1	1	6	2	2	FRUTAS EN CONSERVA	0,05662
CLASE	1	1	7	0	0	HORTALIZAS, LEGUMBRES Y TUBÉRCULOS	2,65360
SUBCLASE	1	1	7	1	0	HORTALIZAS FRESCAS, REFRIGERADAS O CONGELADAS	1,88819
PRODUCTO	1	1	7	1	1	ACELGA Y ESPINACA	0,04332
PRODUCTO	1	1	7	1	2	APIO	0,02411
PRODUCTO	1	1	7	1	3	CEBOLLA Y CEBOLLÍN	0,17879
PRODUCTO	1	1	7	1	4	LECHUGA	0,16119
PRODUCTO	1	1	7	1	5	LIMÓN	0,08700
PRODUCTO	1	1	7	1	6	PALTA	0,24509
PRODUCTO	1	1	7	1	7	PIMENTÓN Y PIMIENTO	0,04145
PRODUCTO	1	1	7	1	8	REPOLLO	0,03388
PRODUCTO	1	1	7	1	9	TOMATE	0,31687
PRODUCTO	1	1	7	1	10	ZANAHORIA	0,08008
PRODUCTO	1	1	7	1	11	ZAPALLO	0,09068
PRODUCTO	1	1	7	1	12	ZAPALLO ITALIANO	0,03258
PRODUCTO	1	1	7	1	13	VERDURAS DE ESTACIÓN	0,37903
PRODUCTO	1	1	7	1	14	VERDURAS CONGELADAS	0,07314
PRODUCTO	1	1	7	1	15	VERDURAS EN CONSERVA	0,02486
PRODUCTO	1	1	7	1	16	VERDURAS ENCURTIDAS	0,07612
SUBCLASE	1	1	7	2	0	LEGUMBRES SECAS	0,10841



Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
PRODUCTO	1	1	7	2	1	LEGUMBRES	0,10841
SUBCLASE	1	1	7	3	0	TUBÉRCULOS Y PRODUCTOS DERIVADOS	0,65700
PRODUCTO	1	1	7	3	1	PAPA	0,45950
PRODUCTO	1	1	7	3	2	PAPAS CONGELADAS Y DESHIDRATADAS	0,02935
PRODUCTO	1	1	7	3	3	PAPAS FRITAS	0,16815
CLASE	1	1	8	0	0	AZÚCAR, MERMELADA, MIEL, CHOCOLATE Y DULCES DE AZÚCAR	1,09222
SUBCLASE	1	1	8	1	0	AZÚCAR Y EDULCORANTES	0,25195
PRODUCTO	1	1	8	1	1	AZÚCAR	0,25195
SUBCLASE	1	1	8	2	0	MERMELADA, MANJAR Y OTROS DULCES UNTABLES	0,14549
PRODUCTO	1	1	8	2	1	MERMELADA	0,07010
PRODUCTO	1	1	8	2	2	MANJAR Y DULCES UNTABLES	0,07539
SUBCLASE	1	1	8	3	0	CARAMELOS, CHOCOLATES Y OTROS PRODUCTOS DE CONFITERÍA	0,34275
PRODUCTO	1	1	8	3	1	CARAMELOS Y GOMA DE MASCAR	0,12925
PRODUCTO	1	1	8	3	2	CHOCOLATE	0,21350
SUBCLASE	1	1	8	4	0	HELADOS DE TODO TIPO	0,35203
PRODUCTO	1	1	8	4	1	HELADOS	0,35203
CLASE	1	1	9	0	0	OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS	0,54454
SUBCLASE	1	1	9	1	0	SAL, HIERBAS, ESPECIAS Y CONDIMENTOS CULINARIOS	0,13506
PRODUCTO	1	1	9	1	1	SAL	0,02541
PRODUCTO	1	1	9	1	2	HIERBAS, ESPECIAS Y CONDIMENTOS	0,10965
SUBCLASE	1	1	9	2	0	SALSAS Y ADEREZOS	0,23751
PRODUCTO	1	1	9	2	1	SALSAS	0,10034
PRODUCTO	1	1	9	2	2	ADEREZOS	0,13717
SUBCLASE	1	1	9	3	0	SOPAS Y CREMAS, ALIMENTOS PARA BEBE Y POSTRES NO LÁCTEOS	0,17197
PRODUCTO	1	1	9	3	1	SOPAS Y CREMAS	0,05032
PRODUCTO	1	1	9	3	2	ALIMENTOS PARA BEBE	0,08315
PRODUCTO	1	1	9	3	3	POSTRES NO LÁCTEOS	0,03850
GRUPO	1	2	0	0	0	BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	2,36460
CLASE	1	2	1	0	0	CAFÉ, TE Y CACAO	0,35496
SUBCLASE	1	2	1	1	0	CAFÉ Y SUCEDÁNEOS	0,14829
PRODUCTO	1	2	1	1	1	CAFÉ	0,14829
SUBCLASE	1	2	1	2	0	TÉ Y HIERBAS PARA INFUSIÓN	0,15966
PRODUCTO	1	2	1	2	1	TÉ Y HIERBAS DE INFUSIÓN	0,15966
SUBCLASE	1	2	1	3	0	CACAO Y FORTIFICANTE EN POLVO	0,04701
PRODUCTO	1	2	1	3	1	SABORIZANTE PARA LECHE	0,04701
CLASE	1	2	2	0	0	AGUAS MINERALES, REFRESCOS, GASEOSAS Y JUGOS DE FRUTA	2,00964
SUBCLASE	1	2	2	1	0	AGUA MINERAL Y PURIFICADA	0,12198
PRODUCTO	1	2	2	1	1	AGUA EMBOTELLADA	0,12198
SUBCLASE	1	2	2	2	0	BEBIDAS GASEOSAS	1,48105
PRODUCTO	1	2	2	2	1	BEBIDAS GASEOSAS	1,48105
SUBCLASE	1	2	2	3	0	JUGOS LÍQUIDOS Y JUGOS EN POLVO	0,40661
PRODUCTO	1	2	2	3	1	JUGOS LÍQUIDOS	0,28116
PRODUCTO	1	2	2	3	2	JUGOS EN POLVO	0,12545

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	2	0	0	0	0	BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y TABACO	2,00105
GRUPO	2	1	0	0	0	BEBIDAS ALCOHÓLICAS	1,04735
CLASE	2	1	1	0	0	BEBIDAS DESTILADAS	0,31756
SUBCLASE	2	1	1	1	0	LICORES Y OTROS DESTILADOS	0,31756
PRODUCTO	2	1	1	1	1	PISCO	0,14709
PRODUCTO	2	1	1	1	2	RON	0,11940
PRODUCTO	2	1	1	1	3	WHISKY	0,05107
CLASE	2	1	2	0	0	VINOS	0,37167
SUBCLASE	2	1	2	1	0	VINOS DE TODO TIPO	0,37167
PRODUCTO	2	1	2	1	1	VINO BLANCO	0,05662
PRODUCTO	2	1	2	1	2	VINO TINTO	0,29004
PRODUCTO	2	1	2	1	3	VINO ESPUMOSO	0,02501
CLASE	2	1	3	0	0	CERVEZAS	0,35812
SUBCLASE	2	1	3	1	0	CERVEZAS DE TODO TIPO	0,35812
PRODUCTO	2	1	3	1	1	CERVEZA	0,35812
GRUPO	2	2	0	0	0	TABACO	0,95370
CLASE	2	2	1	0	0	TABACO	0,95370
SUBCLASE	2	2	1	1	0	CIGARROS DE TODO TIPO	0,95370
PRODUCTO	2	2	1	1	1	CIGARRILLOS	0,95370

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	3	0	0	0	0	PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO	5,21042
GRUPO	3	1	0	0	0	PRENDAS DE VESTIR	3,72778
CLASE	3	1	1	0	0	MATERIALES PARA PRENDAS DE VESTIR	0,04171
SUBCLASE	3	1	1	1	0	TELAS PARA CONFECCIÓN DE VESTUARIO	0,04171
PRODUCTO	3	1	1	1	1	TELAS PARA CONFECCIÓN DE VESTUARIO	0,04171
CLASE	3	1	2	0	0	PRENDAS DE VESTIR	3,45492
SUBCLASE	3	1	2	1	0	VESTUARIO PARA HOMBRE	1,06805
PRODUCTO	3	1	2	1	1	ROPA DE ABRIGO PARA HOMBRE	0,40102
PRODUCTO	3	1	2	1	2	PANTALÓN Y SHORT PARA HOMBRE	0,27680
PRODUCTO	3	1	2	1	3	CAMISA Y POLERA PARA HOMBRE	0,19224
PRODUCTO	3	1	2	1	4	TRAJE PARA HOMBRE	0,04074
PRODUCTO	3	1	2	1	5	ROPA DEPORTIVA PARA HOMBRE	0,04717
PRODUCTO	3	1	2	1	6	ROPA INTERIOR Y DE DORMIR PARA HOMBRE	0,11008
SUBCLASE	3	1	2	2	0	VESTUARIO PARA MUJER	1,52771
PRODUCTO	3	1	2	2	1	ROPA DE ABRIGO PARA MUJER	0,38224
PRODUCTO	3	1	2	2	2	PANTALÓN Y FALDA PARA MUJER	0,41255
PRODUCTO	3	1	2	2	3	BLUSA Y POLERA PARA MUJER	0,28870
PRODUCTO	3	1	2	2	4	CONJUNTO PARA MUJER	0,08918
PRODUCTO	3	1	2	2	5	ROPA DEPORTIVA PARA MUJER	0,07208
PRODUCTO	3	1	2	2	6	ROPA INTERIOR Y DE DORMIR PARA MUJER	0,28296
SUBCLASE	3	1	2	3	0	VESTUARIO PARA NIÑO Y NIÑA (DE 3 A 13 AÑOS)	0,61249
PRODUCTO	3	1	2	3	1	ROPA DE ABRIGO PARA NIÑO	0,09391
PRODUCTO	3	1	2	3	2	ROPA DE ABRIGO PARA NIÑA	0,06208
PRODUCTO	3	1	2	3	3	PANTALÓN Y SHORT PARA NIÑO	0,07136
PRODUCTO	3	1	2	3	4	PANTALÓN, FALDA Y SHORT PARA NIÑA	0,06506
PRODUCTO	3	1	2	3	5	POLERA PARA NIÑO	0,05328
PRODUCTO	3	1	2	3	6	POLERA PARA NIÑA	0,04321
PRODUCTO	3	1	2	3	7	VESTIDO PARA NIÑA	0,03904
PRODUCTO	3	1	2	3	8	ROPA DEPORTIVA PARA NIÑO	0,04710
PRODUCTO	3	1	2	3	9	ROPA DEPORTIVA PARA NIÑA	0,03708
PRODUCTO	3	1	2	3	10	ROPA INTERIOR Y DE DORMIR PARA NIÑO	0,04844
PRODUCTO	3	1	2	3	11	ROPA INTERIOR Y DE DORMIR PARA NIÑA	0,05193
SUBCLASE	3	1	2	4	0	VESTUARIO PARA LACTANTE (DE 0 A 2 AÑOS)	0,08520
PRODUCTO	3	1	2	4	1	ROPA DE ABRIGO PARA LACTANTE	0,02145
PRODUCTO	3	1	2	4	2	CONJUNTO PARA LACTANTE	0,04070
PRODUCTO	3	1	2	4	3	ROPA INTERIOR Y DE DORMIR PARA LACTANTE	0,02305
SUBCLASE	3	1	2	5	0	VESTUARIO ESCOLAR	0,16147
PRODUCTO	3	1	2	5	1	UNIFORME ESCOLAR FEMENINO	0,06956
PRODUCTO	3	1	2	5	2	UNIFORME ESCOLAR MASCULINO	0,06490
PRODUCTO	3	1	2	5	3	ROPA DEPORTIVA ESCOLAR	0,02701
CLASE	3	1	3	0	0	OTROS ARTÍCULOS Y ACCESORIOS DE VESTIR	0,15290
SUBCLASE	3	1	3	1	0	OTROS ARTÍCULOS Y ACCESORIOS DE VESTIR	0,15290
PRODUCTO	3	1	3	1	1	ARTÍCULOS PARA REPARACIÓN DE VESTUARIO	0,05260
PRODUCTO	3	1	3	1	2	ACCESORIOS DE VESTIR	0,10030
CLASE	3	1	4	0	0	LIMPIEZA Y REPARACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	0,07825
SUBCLASE	3	1	4	1	0	SERVICIOS DE LIMPIEZA Y REPARACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	0,07825

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
PRODUCTO	3	1	4	1	1	SERVICIO DE LIMPIEZA DE PRENDAS DE VESTIR	0,03188
PRODUCTO	3	1	4	1	2	SERVICIO DE REPARACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	0,04637
GRUPO	3	2	0	0	0	CALZADO	1,48264
CLASE	3	2	1	0	0	ZAPATOS Y OTROS CALZADOS	1,45518
SUBCLASE	3	2	1	1	0	CALZADO PARA HOMBRE	0,36246
PRODUCTO	3	2	1	1	1	ZAPATILLAS PARA HOMBRE	0,13821
PRODUCTO	3	2	1	1	2	ZAPATOS PARA HOMBRE	0,19511
PRODUCTO	3	2	1	1	3	CALZADO DE ESTACION PARA HOMBRE	0,02914
SUBCLASE	3	2	1	2	0	CALZADO PARA MUJER	0,60654
PRODUCTO	3	2	1	2	1	ZAPATILLAS PARA MUJER	0,11524
PRODUCTO	3	2	1	2	2	ZAPATOS PARA MUJER	0,26767
PRODUCTO	3	2	1	2	3	CALZADO DE ESTACION PARA MUJER	0,22363
SUBCLASE	3	2	1	3	0	CALZADO PARA NIÑO Y NIÑA (DE 3 A 13 AÑOS)	0,48618
PRODUCTO	3	2	1	3	1	CALZADO PARA NIÑO	0,06763
PRODUCTO	3	2	1	3	2	CALZADO PARA NIÑA	0,06736
PRODUCTO	3	2	1	3	3	CALZADO SPORT PARA NIÑO	0,25081
PRODUCTO	3	2	1	3	4	CALZADO SPORT PARA NIÑA	0,10038
CLASE	3	2	2	0	0	REPARACIÓN DE CALZADO	0,02746
SUBCLASE	3	2	2	1	0	SERVICIOS DE REPARACIÓN DE CALZADO	0,02746
PRODUCTO	3	2	2	1	1	SERVICIO DE REPARACIÓN DE CALZADO	0,02746



Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	4	0	0	0	0	ALOJAMIENTO, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES	13,26656
GRUPO	4	1	0	0	0	ARRIENDOS EFECTIVOS	3,87235
CLASE	4	1	1	0	0	ARRIENDOS EFECTIVOS	3,87235
SUBCLASE	4	1	1	1	0	ARRIENDO EFECTIVO	3,87235
PRODUCTO	4	1	1	1	1	ARRIENDO	3,87235
GRUPO	4	2	0	0	0	CONSERVACIÓN Y REPARACIÓN DE LA VIVIENDA	1,88203
CLASE	4	2	1	0	0	MATERIALES PARA LA CONSERVACIÓN Y REPARACIÓN DE LA VIVIENDA	0,31150
SUBCLASE	4	2	1	1	0	MATERIALES PARA LA CONSERVACIÓN Y REPARACIÓN DE LA VIVIENDA	0,31150
PRODUCTO	4	2	1	1	1	MATERIALES DIVERSOS PARA LA REPARACIÓN DE LA VIVIENDA	0,02113
PRODUCTO	4	2	1	1	2	PINTURA PARA LA VIVIENDA	0,16310
PRODUCTO	4	2	1	1	3	ARTÍCULOS PARA GRIFERÍA	0,09169
PRODUCTO	4	2	1	1	4	SELLANTES Y PEGAMENTOS	0,03558
CLASE	4	2	2	0	0	SERVICIOS PARA LA CONSERVACIÓN Y REPARACIÓN DE LA VIVIENDA	1,57053
SUBCLASE	4	2	2	1	0	SERVICIOS PARA LA CONSERVACIÓN Y REPARACIÓN DE LA VIVIENDA	1,57053
PRODUCTO	4	2	2	1	1	SERVICIO DE MANTENCIÓN DE LA VIVIENDA	1,57053
GRUPO	4	3	0	0	0	SUMINISTROS DE AGUA Y SERVICIOS DIVERSOS RELACIONADOS CON LA VIVIENDA	2,33585
CLASE	4	3	1	0	0	SUMINISTRO DE AGUA	1,88254
SUBCLASE	4	3	1	1	0	SUMINISTRO DE AGUA Y ALCANTARILLADO	1,88254
PRODUCTO	4	3	1	1	1	AGUA POTABLE	1,88254
CLASE	4	3	2	0	0	RETIRO DE BASURAS	0,21977
SUBCLASE	4	3	2	1	0	SERVICIO DE RETIRO DE BASURA	0,21977
PRODUCTO	4	3	2	1	1	SERVICIO DE RETIRO DE BASURA	0,21977
CLASE	4	3	3	0	0	OTROS SERVICIOS RELACIONADOS CON LA VIVIENDA	0,23354
SUBCLASE	4	3	3	1	0	OTROS SERVICIOS RELACIONADOS CON LA VIVIENDA	0,23354
PRODUCTO	4	3	3	1	1	SERVICIO DE ALARMA PARA LA VIVIENDA	0,23354
GRUPO	4	4	0	0	0	ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES	5,17633
CLASE	4	4	1	0	0	ELECTRICIDAD	2,73565
SUBCLASE	4	4	1	1	0	ELECTRICIDAD	2,73565
PRODUCTO	4	4	1	1	1	ELECTRICIDAD	2,73565
CLASE	4	4	2	0	0	GAS	2,09275
SUBCLASE	4	4	2	1	0	GAS POR RED	0,89884
PRODUCTO	4	4	2	1	1	GAS POR RED	0,89884
SUBCLASE	4	4	2	2	0	GAS LICUADO	1,19391
PRODUCTO	4	4	2	2	1	GAS LICUADO	1,19391
CLASE	4	4	3	0	0	OTROS COMBUSTIBLES DE USO DOMÉSTICO	0,34793
SUBCLASE	4	4	3	1	0	OTROS COMBUSTIBLES DE USO DOMÉSTICO	0,34793
PRODUCTO	4	4	3	1	1	CARBÓN	0,12047
PRODUCTO	4	4	3	1	2	PARAFINA	0,17927
PRODUCTO	4	4	3	1	3	LEÑA	0,04819

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	5	0	0	0	0	MUEBLES, ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y PARA LA CONSERVACIÓN CORRIENTE DEL HOGAR	7,51615
GRUPO	5	1	0	0	0	MUEBLES Y ACCESORIOS, ALFOMBRAS Y OTROS MATERIALES PARA PISOS	1,77577
CLASE	5	1	1	0	0	MUEBLES Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR	1,71645
SUBCLASE	5	1	1	1	0	MUEBLES Y ARTÍCULOS PARA AMUEBLAMIENTO	1,43645
PRODUCTO	5	1	1	1	1	CAMA	0,50980
PRODUCTO	5	1	1	1	2	COLCHÓN	0,08926
PRODUCTO	5	1	1	1	3	CUNA	0,02626
PRODUCTO	5	1	1	1	4	ESCRITORIO	0,03555
PRODUCTO	5	1	1	1	5	JUEGO DE COMEDOR	0,24702
PRODUCTO	5	1	1	1	6	MUEBLES PARA COCINA	0,05103
PRODUCTO	5	1	1	1	7	MUEBLES MODULARES Y RACKS TV	0,17161
PRODUCTO	5	1	1	1	8	SOFÁ Y SITAL	0,30592
SUBCLASE	5	1	1	2	0	ARTÍCULOS Y ORNAMENTACIÓN PARA EL HOGAR	0,28000
PRODUCTO	5	1	1	2	1	ALFOMBRA	0,07150
PRODUCTO	5	1	1	2	2	LÁMPARAS PARA EL HOGAR	0,04252
PRODUCTO	5	1	1	2	3	ARTÍCULOS ORNAMENTALES PARA EL HOGAR	0,16598
CLASE	5	1	2	0	0	REPARACIÓN DE MUEBLES, ACCESORIOS Y MATERIALES PARA PISO	0,05932
SUBCLASE	5	1	2	1	0	SERVICIOS DE REPARACIÓN DE MUEBLES, ACCESORIOS Y MATERIALES PARA PISO	0,05932
PRODUCTO	5	1	2	1	1	SERVICIO DE REPARACIÓN DE MUEBLES	0,03825
PRODUCTO	5	1	2	1	2	SERVICIO DE LIMPIEZA DE ALFOMBRAS	0,02107
GRUPO	5	2	0	0	0	PRODUCTOS TEXTILES PARA EL HOGAR	0,32485
CLASE	5	2	1	0	0	PRODUCTOS TEXTILES PARA EL HOGAR	0,32485
SUBCLASE	5	2	1	1	0	TEXTILES PARA EL HOGAR	0,32485
PRODUCTO	5	2	1	1	1	TEXTILES PARA CAMA	0,15878
PRODUCTO	5	2	1	1	2	TEXTILES PARA BAÑO Y COCINA	0,09001
PRODUCTO	5	2	1	1	3	TEXTILES PARA LIVING Y COMEDOR	0,07606
GRUPO	5	3	0	0	0	ARTEFACTOS PARA EL HOGAR	1,38448
CLASE	5	3	1	0	0	GRANDES ARTEFACTOS PARA EL HOGAR, ELÉCTRICOS O NO	1,10376
SUBCLASE	5	3	1	1	0	LÍNEA BLANCA Y OTROS ARTÍCULOS	1,10376
PRODUCTO	5	3	1	1	1	ASPIRADORA	0,03296
PRODUCTO	5	3	1	1	2	CALEFÓN	0,05104
PRODUCTO	5	3	1	1	3	COCINA	0,14902
PRODUCTO	5	3	1	1	4	ARTICULOS PARA CLIMATIZACION DEL HOGAR	0,14270
PRODUCTO	5	3	1	1	5	HORNO MICROONDAS	0,06883
PRODUCTO	5	3	1	1	6	LAVADORA	0,36045
PRODUCTO	5	3	1	1	7	REFRIGERADOR	0,29876
CLASE	5	3	2	0	0	PEQUEÑOS ARTEFACTOS PARA EL HOGAR	0,22774
SUBCLASE	5	3	2	1	0	ELECTRODOMÉSTICOS Y OTROS ACCESORIOS	0,22774
PRODUCTO	5	3	2	1	1	ELECTRODOMÉSTICOS PEQUEÑOS DE COCINA	0,07814
PRODUCTO	5	3	2	1	2	PLANCHA	0,06954
PRODUCTO	5	3	2	1	3	PROCESADOR DE ALIMENTOS	0,08006
CLASE	5	3	3	0	0	REPARACIÓN DE ARTEFACTOS PARA EL HOGAR	0,05298
SUBCLASE	5	3	3	1	0	SERVICIOS DE REPARACIÓN DE LÍNEA BLANCA Y	0,05298

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
						ELECTRODOMÉSTICOS	
PRODUCTO	5	3	3	1	1	SERVICIO DE REPARACIÓN DE LÍNEA BLANCA Y ELECTRODOMÉSTICOS	0,05298
GRUPO	5	4	0	0	0	ARTÍCULOS DE VIDRIO Y CRISTAL, VAJILLA Y UTENSILIOS PARA EL HOGAR	0,27669
CLASE	5	4	1	0	0	ARTÍCULOS DE VIDRIO Y CRISTAL, VAJILLA Y UTENSILIOS PARA EL HOGAR	0,27669
SUBCLASE	5	4	1	1	0	ARTÍCULOS Y UTENSILIOS PARA EL HOGAR	0,27669
PRODUCTO	5	4	1	1	1	CUBIERTOS	0,02513
PRODUCTO	5	4	1	1	2	JUEGO DE LOZA	0,09649
PRODUCTO	5	4	1	1	3	JUEGO DE VASOS	0,04524
PRODUCTO	5	4	1	1	4	OLLA Y SARTÉN	0,04190
PRODUCTO	5	4	1	1	5	UTENSILIOS DE COCINA	0,06793
GRUPO	5	5	0	0	0	HERRAMIENTAS Y EQUIPOS PARA EL HOGAR Y EL JARDÍN	0,37333
CLASE	5	5	1	0	0	HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS DIVERSOS	0,37333
SUBCLASE	5	5	1	1	0	HERRAMIENTAS	0,09996
PRODUCTO	5	5	1	1	1	HERRAMIENTAS ELÉCTRICAS	0,06664
PRODUCTO	5	5	1	1	2	HERRAMIENTAS MANUALES	0,03332
SUBCLASE	5	5	1	2	0	ACCESORIOS PARA EL HOGAR	0,27337
PRODUCTO	5	5	1	2	1	ACCESORIOS DE ILUMINACIÓN	0,05829
PRODUCTO	5	5	1	2	2	ARTÍCULOS DE CERRAJERÍA	0,08897
PRODUCTO	5	5	1	2	3	ACCESORIOS PARA PISCINA Y JARDÍN	0,02039
PRODUCTO	5	5	1	2	4	ACCESORIOS ELÉCTRICOS	0,04901
PRODUCTO	5	5	1	2	5	PILAS	0,05671
GRUPO	5	6	0	0	0	BIENES Y SERVICIOS PARA LA CONSERVACIÓN CORRIENTE DEL HOGAR	3,38103
CLASE	5	6	1	0	0	BIENES NO DURABLES PARA EL HOGAR	1,12471
SUBCLASE	5	6	1	1	0	PRODUCTOS DE LIMPIEZA Y CONSERVACIÓN DEL HOGAR	0,84852
PRODUCTO	5	6	1	1	1	AROMATIZADOR Y DESINFECTANTE AMBIENTAL	0,09567
PRODUCTO	5	6	1	1	2	DETERGENTE PARA ROPA	0,42635
PRODUCTO	5	6	1	1	3	LAVALOZA	0,07845
PRODUCTO	5	6	1	1	4	LIMPIADOR DE PISO	0,06131
PRODUCTO	5	6	1	1	5	LIMPIADOR MULTIUSO	0,10614
PRODUCTO	5	6	1	1	6	QUITAMANCHAS Y SUAVIZANTE	0,08060
SUBCLASE	5	6	1	2	0	ARTÍCULOS DE LIMPIEZA Y CONSERVACIÓN DEL HOGAR	0,27619
PRODUCTO	5	6	1	2	1	ARTÍCULOS PARA LIMPIEZA DE PISO	0,08199
PRODUCTO	5	6	1	2	2	FÓSFOROS	0,03373
PRODUCTO	5	6	1	2	3	ARTÍCULOS PARA LIMPIEZA DE BAÑO Y COCINA	0,05768
PRODUCTO	5	6	1	2	4	SERVILLETAS Y TOALLA DE PAPEL	0,10279
CLASE	5	6	2	0	0	SERVICIOS DOMÉSTICOS PARA EL HOGAR	2,25632
SUBCLASE	5	6	2	1	0	SERVICIOS DOMÉSTICOS	2,25632
PRODUCTO	5	6	2	1	1	SERVICIO DOMÉSTICO	2,25632





Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	6	0	0	0	0	SALUD	5,37554
GRUPO	6	1	0	0	0	PRODUCTOS, ARTEFACTOS Y EQUIPOS MÉDICOS	2,32627
CLASE	6	1	1	0	0	PRODUCTOS FARMACÉUTICOS	1,78975
SUBCLASE	6	1	1	1	0	MEDICAMENTOS	1,78975
PRODUCTO	6	1	1	1	1	ANALGÉSICO Y ANTIINFLAMATORIO NO ESTEROIDEO	0,24836
PRODUCTO	6	1	1	1	2	ANTIÁCIDO Y ANTIULCEROSO	0,05320
PRODUCTO	6	1	1	1	3	ANTIALÉRGICO	0,07136
PRODUCTO	6	1	1	1	4	ANTIBIÓTICO	0,13793
PRODUCTO	6	1	1	1	5	ANTICONCEPTIVO ORAL Y HORMONAS FEMENINAS	0,17573
PRODUCTO	6	1	1	1	6	ANTICONVULSIVO Y ANTIÉPILÉPTICO	0,06164
PRODUCTO	6	1	1	1	7	ANTIDIABÉTICO	0,03818
PRODUCTO	6	1	1	1	8	ANTIESPASMÓDICO Y ANTIDI SMINORREICO	0,03785
PRODUCTO	6	1	1	1	9	ANTIFÚNGICO	0,05718
PRODUCTO	6	1	1	1	10	ANTIGRI PAL	0,06154
PRODUCTO	6	1	1	1	11	ANTIHIPERTENSOR	0,10875
PRODUCTO	6	1	1	1	12	ANTI SÉPTICO Y DESINFECTANTE	0,03224
PRODUCTO	6	1	1	1	13	DERMATOLÓGICO	0,04074
PRODUCTO	6	1	1	1	14	HIPNÓTICO, ANTIDEPRESIVO Y ANSIOLÍTICO	0,17880
PRODUCTO	6	1	1	1	15	HIPOLIPIDEMIANTE	0,05075
PRODUCTO	6	1	1	1	16	INHIBIDOR DEL APETITO Y MEDICAMENTO ANTI OBESIDAD	0,04596
PRODUCTO	6	1	1	1	17	MEDICAMENTO HOMEOPÁTICO Y PRODUCTO NATURALES	0,04925
PRODUCTO	6	1	1	1	18	MEDICAMENTO PARA LA DISFUNCIÓN ERÉCTIL	0,04556
PRODUCTO	6	1	1	1	19	MUCOLÍTICO Y BRONCODILATADOR	0,12007
PRODUCTO	6	1	1	1	20	PREPARADO OFTALMOLÓGICO	0,06265
PRODUCTO	6	1	1	1	21	VITAMINAS Y MINERALES	0,11201
CLASE	6	1	2	0	0	OTROS PRODUCTOS MÉDICOS	0,04288
SUBCLASE	6	1	2	1	0	OTROS PRODUCTOS MÉDICOS	0,04288
PRODUCTO	6	1	2	1	1	PARCHES, APÓSITOS Y VENDAS	0,02238
PRODUCTO	6	1	2	1	2	PRESERVATIVOS	0,02050
CLASE	6	1	3	0	0	ARTEFACTOS Y EQUIPOS TERAPÉUTICOS	0,49364
SUBCLASE	6	1	3	1	0	ARTEFACTOS Y EQUIPOS TERAPÉUTICOS	0,49364
PRODUCTO	6	1	3	1	1	LENTES DE CORRECCIÓN	0,45228
PRODUCTO	6	1	3	1	2	EQUIPOS PARA MEDIR PARÁMETROS DE SALUD	0,04136
GRUPO	6	2	0	0	0	SERVICIOS PARA PACIENTES EXTERNOS	2,11120
CLASE	6	2	1	0	0	SERVICIOS MÉDICOS	0,79831
SUBCLASE	6	2	1	1	0	SERVICIOS MÉDICOS	0,79831
PRODUCTO	6	2	1	1	1	CONSULTA MÉDICA	0,73299
PRODUCTO	6	2	1	1	2	PROCEDIMIENTO E INTERVENCIÓN QUIRÚRGICA AMBULATORIA	0,06532
CLASE	6	2	2	0	0	SERVICIOS DENTALES	0,66803
SUBCLASE	6	2	2	1	0	SERVICIOS DENTALES	0,66803
PRODUCTO	6	2	2	1	1	CONSULTA ODONTOLÓGICA	0,42258
PRODUCTO	6	2	2	1	2	TRATAMIENTO ODONTOLÓGICO	0,24545
CLASE	6	2	3	0	0	SERVICIOS PARAMÉDICOS	0,64486

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
SUBCLASE	6	2	3	1	0	SERVICIOS DE LABORATORIOS DE ANÁLISIS MÉDICOS, DE DIAGNOSTICO Y RADIOLÓGICOS	0,44020
PRODUCTO	6	2	3	1	1	EXAMEN DE IMAGENOLOGÍA Y RADIOLOGÍA	0,25643
PRODUCTO	6	2	3	1	2	EXAMEN DE LABORATORIO CLÍNICO	0,18377
SUBCLASE	6	2	3	2	0	SERVICIOS DE OTROS PROFESIONALES DE LA SALUD	0,17557
PRODUCTO	6	2	3	2	1	SERVICIOS DE OTROS PROFESIONALES DE LA SALUD	0,17557
SUBCLASE	6	2	3	3	0	SERVICIOS DE AMBULANCIAS	0,02909
PRODUCTO	6	2	3	3	1	SERVICIO MÓVIL DE EMERGENCIA	0,02909
GRUPO	6	3	0	0	0	SERVICIOS DE HOSPITAL	0,93807
CLASE	6	3	1	0	0	SERVICIOS DE HOSPITAL	0,93807
SUBCLASE	6	3	1	1	0	SERVICIOS DE HOSPITALIZACIÓN	0,56478
PRODUCTO	6	3	1	1	1	SERVICIO DE HOSPITALIZACIÓN INTEGRAL	0,56478
SUBCLASE	6	3	1	2	0	SERVICIOS MÉDICOS Y PARAMÉDICOS	0,37329
PRODUCTO	6	3	1	2	1	INTERVENCIÓN QUIRÚRGICA Y PROCEDIMIENTO MÉDICO QUE REQUIERE HOSPITALIZACIÓN	0,37329

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	7	0	0	0	0	TRANSPORTE	19,28740
GRUPO	7	1	0	0	0	ADQUISICIÓN DE VEHÍCULOS	8,86906
CLASE	7	1	1	0	0	VEHÍCULOS A MOTOR	8,69750
SUBCLASE	7	1	1	1	0	AUTOMÓVIL NUEVO	5,87231
PRODUCTO	7	1	1	1	1	AUTOMÓVIL NUEVO	5,87231
SUBCLASE	7	1	1	2	0	AUTOMÓVIL USADO	2,82519
PRODUCTO	7	1	1	2	1	AUTOMÓVIL USADO	2,82519
CLASE	7	1	2	0	0	MOTOCICLETAS	0,10987
SUBCLASE	7	1	2	1	0	MOTOCICLETA	0,10987
PRODUCTO	7	1	2	1	1	MOTOCICLETA	0,10987
CLASE	7	1	3	0	0	BICICLETAS	0,06169
SUBCLASE	7	1	3	1	0	BICICLETA	0,06169
PRODUCTO	7	1	3	1	1	BICICLETA	0,06169
GRUPO	7	2	0	0	0	FUNCIONAMIENTO DE EQUIPO DE TRANSPORTE PERSONAL	4,79461
CLASE	7	2	1	0	0	PIEZAS DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA EQUIPO DE TRANSPORTE PERSONAL	0,21641
SUBCLASE	7	2	1	1	0	REPUESTOS PARA AUTOMÓVILES	0,21641
PRODUCTO	7	2	1	1	1	REPUESTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO ELÉCTRICO DEL AUTOMÓVIL	0,09893
PRODUCTO	7	2	1	1	2	NEUMÁTICOS Y LLANTAS	0,04859
PRODUCTO	7	2	1	1	3	ACCESORIOS PARA LA SEGURIDAD Y CUIDADO DEL AUTOMÓVIL	0,06889
CLASE	7	2	2	0	0	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES PARA EQUIPO DE TRANSPORTE PERSONAL	3,50984
SUBCLASE	7	2	2	1	0	COMBUSTIBLES PARA EL AUTOMÓVIL	3,43249
PRODUCTO	7	2	2	1	1	GASOLINA	3,22798
PRODUCTO	7	2	2	1	2	PETRÓLEO DIESEL	0,20451
SUBCLASE	7	2	2	2	0	LUBRICANTES Y ACEITES PARA EL AUTOMÓVIL	0,07735
PRODUCTO	7	2	2	2	1	LUBRICANTES Y ACEITES PARA EL AUTOMÓVIL	0,07735
CLASE	7	2	3	0	0	CONSERVACIÓN Y REPARACIÓN DE EQUIPO DE TRANSPORTE PERSONAL	0,58612
SUBCLASE	7	2	3	1	0	SERVICIOS DE MANTENCIÓN Y REPARACIÓN DEL AUTOMÓVIL	0,58612
PRODUCTO	7	2	3	1	1	SERVICIO DE MANTENCIÓN DEL AUTOMÓVIL NUEVO	0,26685
PRODUCTO	7	2	3	1	2	SERVICIO DE LAVADO DEL AUTOMÓVIL	0,03657
PRODUCTO	7	2	3	1	3	SERVICIO DE REPARACIÓN DEL AUTOMÓVIL	0,28270
CLASE	7	2	4	0	0	OTROS SERVICIOS RELATIVOS AL EQUIPO DE TRANSPORTE PERSONAL	0,48224
SUBCLASE	7	2	4	1	0	SERVICIOS DE ARRIENDO DE ESTACIONAMIENTO PARA EL VEHICULO	0,14462
PRODUCTO	7	2	4	1	1	SERVICIO DE ARRIENDO DE ESTACIONAMIENTO	0,14462
SUBCLASE	7	2	4	2	0	SERVICIOS RELACIONADOS A LA CIRCULACIÓN DEL VEHICULO	0,33762
PRODUCTO	7	2	4	2	1	SERVICIO DE PEAJE Y TELEPEAJE	0,26146
PRODUCTO	7	2	4	2	2	LICENCIA DE CONDUCIR	0,03263
PRODUCTO	7	2	4	2	3	REVISIÓN TÉCNICA DEL AUTOMÓVIL	0,04353
GRUPO	7	3	0	0	0	SERVICIOS DE TRANSPORTE	5,62373
CLASE	7	3	1	0	0	TRANSPORTE DE PASAJEROS POR VÍA FÉRREA	0,04107

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
SUBCLASE	7	3	1	1	0	SERVICIOS DE TRANSPORTE DE PASAJEROS POR VÍA FÉRREA	0,04107
PRODUCTO	7	3	1	1	1	SERVICIO DE TRANSPORTE EN TREN INTERURBANO	0,02237
PRODUCTO	7	3	1	1	2	SERVICIO DE TRANSPORTE EN TREN URBANO	0,01870
CLASE	7	3	2	0	0	TRANSPORTE DE PASAJEROS POR VÍAS URBANAS Y CARRETERAS	3,11761
SUBCLASE	7	3	2	1	0	SERVICIOS DE TRANSPORTE DE PASAJEROS POR VÍAS URBANAS	2,36082
PRODUCTO	7	3	2	1	1	SERVICIO DE TRANSPORTE EN TAXI COLECTIVO	0,84604
PRODUCTO	7	3	2	1	2	SERVICIO DE TRANSPORTE EN TAXI BÁSICO	0,38158
PRODUCTO	7	3	2	1	3	SERVICIO DE TRANSPORTE ESCOLAR	0,19715
PRODUCTO	7	3	2	1	4	SERVICIO DE TRANSPORTE EN MICROBÚS	0,93605
SUBCLASE	7	3	2	2	0	SERVICIOS DE TRANSPORTE DE PASAJEROS POR CARRETERAS	0,75679
PRODUCTO	7	3	2	2	1	SERVICIO DE TRANSPORTE EN BUS INTERURBANO	0,75679
CLASE	7	3	3	0	0	TRANSPORTE DE PASAJEROS POR AIRE	0,49248
SUBCLASE	7	3	3	1	0	SERVICIOS DE TRANSPORTE DE PASAJEROS POR VÍA AÉREA	0,49248
PRODUCTO	7	3	3	1	1	SERVICIO DE TRANSPORTE AÉREO	0,49248
CLASE	7	3	4	0	0	TRANSPORTE COMBINADO DE PASAJEROS	1,97257
SUBCLASE	7	3	4	1	0	SERVICIOS DE TRANSPORTE COMBINADO DE PASAJEROS	1,97257
PRODUCTO	7	3	4	1	1	SERVICIO DE TRANSPORTE MULTIMODAL	1,97257



Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	8	0	0	0	0	COMUNICACIONES	4,73727
GRUPO	8	1	0	0	0	SERVICIOS POSTALES	0,02861
CLASE	8	1	1	0	0	SERVICIOS POSTALES	0,02861
SUBCLASE	8	1	1	1	0	SERVICIOS DE CORREOS	0,02861
PRODUCTO	8	1	1	1	1	SERVICIO DE CORREO	0,02861
GRUPO	8	2	0	0	0	EQUIPOS TELEFÓNICOS	0,39722
CLASE	8	2	1	0	0	EQUIPOS TELEFÓNICOS	0,39722
SUBCLASE	8	2	1	1	0	EQUIPOS TELEFÓNICOS	0,39722
PRODUCTO	8	2	1	1	1	EQUIPO DE TELEFONÍA MÓVIL	0,39722
GRUPO	8	3	0	0	0	SERVICIOS TELEFÓNICOS	4,31144
CLASE	8	3	1	0	0	SERVICIOS DE TELEFONÍA	4,31144
SUBCLASE	8	3	1	1	0	SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES RESIDENCIALES	4,19544
PRODUCTO	8	3	1	1	1	SERVICIO DE CONEXIÓN INTERNET	0,05091
PRODUCTO	8	3	1	1	2	SERVICIO DE PACK DE TELECOMUNICACIONES	1,23700
PRODUCTO	8	3	1	1	3	SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL	2,09136
PRODUCTO	8	3	1	1	4	SERVICIO DE TELEFONÍA FIJA	0,81617
SUBCLASE	8	3	1	2	0	OTROS SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES	0,11600
PRODUCTO	8	3	1	2	1	SERVICIO PÚBLICO DE COMUNICACIONES	0,06262
PRODUCTO	8	3	1	2	2	SERVICIO PÚBLICO DE INTERNET	0,05338

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	9	0	0	0	0	RECREACIÓN Y CULTURA	7,45155
GRUPO	9	1	0	0	0	EQUIPO AUDIOVISUAL, FOTOGRÁFICO Y DE PROCESAMIENTO INFORMÁTICO	3,10437
CLASE	9	1	1	0	0	EQUIPOS PARA LA RECEPCIÓN, GRABACIÓN Y REPRODUCCIÓN DE SONIDOS E IMÁGENES	1,18924
SUBCLASE	9	1	1	1	0	TELEVISORES Y REPRODUCTORES DE PELÍCULAS	0,81094
PRODUCTO	9	1	1	1	1	TELEVISOR	0,66074
PRODUCTO	9	1	1	1	2	REPRODUCTOR MULTIMEDIA	0,15020
SUBCLASE	9	1	1	2	0	EQUIPOS DE AUDIO	0,37830
PRODUCTO	9	1	1	2	1	EQUIPO DE SONIDO	0,20128
PRODUCTO	9	1	1	2	2	REPRODUCTOR PORTÁTIL DE AUDIO Y VIDEO	0,17702
CLASE	9	1	2	0	0	EQUIPOS FOTOGRÁFICOS, CINEMATOGRAFICO E INSTRUMENTOS ÓPTICOS	0,22840
SUBCLASE	9	1	2	1	0	CÁMARAS	0,22840
PRODUCTO	9	1	2	1	1	CÁMARA DE VIDEO	0,04747
PRODUCTO	9	1	2	1	2	CÁMARA FOTOGRÁFICA	0,18093
CLASE	9	1	3	0	0	EQUIPOS DE PROCESAMIENTO INFORMÁTICO	1,47140
SUBCLASE	9	1	3	1	0	COMPUTADORES, IMPRESORAS Y SUS ACCESORIOS	1,47140
PRODUCTO	9	1	3	1	1	COMPUTADOR	1,34006
PRODUCTO	9	1	3	1	2	IMPRESORA	0,05134
PRODUCTO	9	1	3	1	3	ACCESORIOS COMPUTACIONALES	0,08000
CLASE	9	1	4	0	0	MEDIOS PARA GRABACIÓN	0,21533
SUBCLASE	9	1	4	1	0	REGISTRO DE SONIDOS E IMÁGENES	0,21533
PRODUCTO	9	1	4	1	1	MÚSICA Y PELÍCULA DIGITAL	0,13393
PRODUCTO	9	1	4	1	2	UNIDAD DE RESPALDO MAGNÉTICO	0,08140
GRUPO	9	2	0	0	0	OTROS EQUIPOS Y ARTÍCULOS PARA LA RECREACIÓN, FLORES, JARDINERÍA Y MASCOTAS	1,34604
CLASE	9	2	1	0	0	JUEGOS, JUGUETES Y PASATIEMPOS	0,42191
SUBCLASE	9	2	1	1	0	JUEGOS Y JUGUETES	0,42191
PRODUCTO	9	2	1	1	1	AUTO DE JUGUETE	0,08215
PRODUCTO	9	2	1	1	2	FIGURA DE ACCIÓN	0,07832
PRODUCTO	9	2	1	1	3	JUEGOS DE SALÓN	0,02562
PRODUCTO	9	2	1	1	4	JUEGOS DIDÁCTICOS	0,03907
PRODUCTO	9	2	1	1	5	CONSOLA DE VIDEOJUEGO	0,07909
PRODUCTO	9	2	1	1	6	MUÑECAS Y MUÑECOS	0,08703
PRODUCTO	9	2	1	1	7	RODADOS PARA NIÑOS Y NIÑAS	0,03063
CLASE	9	2	2	0	0	EQUIPOS DEPORTIVOS, CAMPAMENTOS Y RECREACIÓN	0,20775
SUBCLASE	9	2	2	1	0	EQUIPO DE DEPORTES, CAMPING Y RECREACIÓN	0,20775
PRODUCTO	9	2	2	1	1	IMPLEMENTOS DEPORTIVOS	0,08818
PRODUCTO	9	2	2	1	2	ARTÍCULOS DE CAMPING	0,05154
PRODUCTO	9	2	2	1	3	INSTRUMENTOS MUSICALES	0,03958
PRODUCTO	9	2	2	1	4	MÁQUINAS PARA EJERCICIOS	0,02845
CLASE	9	2	3	0	0	JARDINERÍA Y FLORES	0,17009
SUBCLASE	9	2	3	1	0	FLORES Y PLANTAS	0,17009
PRODUCTO	9	2	3	1	1	FLORES	0,10995
PRODUCTO	9	2	3	1	2	PLANTAS	0,06014
CLASE	9	2	4	0	0	MASCOTAS Y PRODUCTOS RELACIONADOS	0,45877
SUBCLASE	9	2	4	1	0	ALIMENTOS Y ACCESORIOS PARA MASCOTAS	0,45877



Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
PRODUCTO	9	2	4	1	1	ALIMENTOS PARA MASCOTAS	0,41876
PRODUCTO	9	2	4	1	2	ACCESORIOS PARA MASCOTAS	0,04001
CLASE	9	2	5	0	0	SERVICIOS DE VETERINARIA	0,08752
SUBCLASE	9	2	5	1	0	SERVICIOS VETERINARIOS Y OTROS SERVICIOS PARA MASCOTAS	0,08752
PRODUCTO	9	2	5	1	1	SERVICIO VETERINARIO	0,08752
GRUPO	9	3	0	0	0	SERVICIOS DE RECREACIÓN Y CULTURA	1,28730
CLASE	9	3	1	0	0	SERVICIOS DE RECREACIÓN Y DEPORTIVOS	0,73183
SUBCLASE	9	3	1	1	0	SERVICIOS PRESTADOS POR RECINTOS DE RECREACIÓN Y DEPORTIVOS	0,62168
PRODUCTO	9	3	1	1	1	SERVICIOS PRESTADOS POR CENTROS RECREATIVOS	0,39223
PRODUCTO	9	3	1	1	2	ENTRADA AL ESTADIO	0,03055
PRODUCTO	9	3	1	1	3	ENTRADA A DISCOTECA	0,13161
PRODUCTO	9	3	1	1	4	SERVICIO DE FIESTAS DE CUMPLEAÑOS	0,06729
SUBCLASE	9	3	1	2	0	CLASES DEPORTIVAS Y RECREATIVAS	0,11015
PRODUCTO	9	3	1	2	1	CLASES DEPORTIVAS	0,02734
PRODUCTO	9	3	1	2	2	CLASES RECREATIVAS	0,08281
CLASE	9	3	2	0	0	SERVICIOS CULTURALES	0,42940
SUBCLASE	9	3	2	1	0	SERVICIOS PRESTADOS POR ESTABLECIMIENTOS CULTURALES	0,17686
PRODUCTO	9	3	2	1	1	ENTRADA AL CINE	0,09486
PRODUCTO	9	3	2	1	2	ENTRADA AL TEATRO	0,08200
SUBCLASE	9	3	2	2	0	SERVICIOS FOTOGRAFICOS	0,05802
PRODUCTO	9	3	2	2	1	SERVICIO DE FOTOGRAFÍA DIGITAL	0,05802
SUBCLASE	9	3	2	3	0	SERVICIOS DE TELEVISIÓN	0,19452
PRODUCTO	9	3	2	3	1	SERVICIO DE TELEVISIÓN PAGADA RESIDENCIAL	0,19452
CLASE	9	3	3	0	0	JUEGOS DE AZAR	0,12607
SUBCLASE	9	3	3	1	0	JUEGOS DE AZAR	0,12607
PRODUCTO	9	3	3	1	1	JUEGOS DE AZAR	0,12607
GRUPO	9	4	0	0	0	PERIÓDICOS, LIBROS Y ÚTILES DE OFICINA	0,79682
CLASE	9	4	1	0	0	LIBROS, DICCIONARIOS, ENCICLOPEDIAS Y OTROS SIMILARES	0,27873
SUBCLASE	9	4	1	1	0	TEXTOS ESCOLARES	0,14734
PRODUCTO	9	4	1	1	1	TEXTOS ESCOLARES	0,11619
PRODUCTO	9	4	1	1	2	TEXTOS ESCOLARES COMPLEMENTARIOS	0,03115
SUBCLASE	9	4	1	2	0	TEXTOS NO ESCOLARES	0,13139
PRODUCTO	9	4	1	2	1	LIBROS	0,13139
CLASE	9	4	2	0	0	DIARIOS Y REVISTAS	0,13645
SUBCLASE	9	4	2	1	0	DIARIOS Y REVISTAS	0,13645
PRODUCTO	9	4	2	1	1	DIARIOS	0,11471
PRODUCTO	9	4	2	1	2	REVISTAS Y PERIÓDICOS	0,02174
CLASE	9	4	3	0	0	PAPEL, ÚTILES DE OFICINA Y MATERIALES DE DIBUJO	0,38164
SUBCLASE	9	4	3	1	0	ARTÍCULOS ESCOLARES	0,30246
PRODUCTO	9	4	3	1	1	CUADERNOS	0,10983
PRODUCTO	9	4	3	1	2	LÁPICES	0,06799
PRODUCTO	9	4	3	1	3	MATERIALES PARA ARTES MANUALES	0,12464
SUBCLASE	9	4	3	2	0	ARTÍCULOS DE ESCRITORIO	0,07918



Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
PRODUCTO	9	4	3	2	1	ARTÍCULOS DE ESCRITORIO	0,07918
GRUPO	9	5	0	0	0	PAQUETES TURÍSTICOS	0,91702
CLASE	9	5	1	0	0	PAQUETES TURÍSTICOS	0,91702
SUBCLASE	9	5	1	1	0	SERVICIOS DE VIAJES CON TODO INCLUIDO	0,91702
PRODUCTO	9	5	1	1	1	PAQUETES TURÍSTICOS	0,91702



Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	10	0	0	0	0	EDUCACIÓN	6,02274
GRUPO	10	1	0	0	0	ENSEÑANZA PRE-ESCOLAR Y ENSEÑANZA BÁSICA (PRIMARIA)	1,82201
CLASE	10	1	1	0	0	ENSEÑANZA PRE-ESCOLAR Y ENSEÑANZA BÁSICA (PRIMARIA)	1,82201
SUBCLASE	10	1	1	1	0	SERVICIOS DE EDUCACIÓN PRE - ESCOLAR Y ENSEÑANZA BÁSICA	1,82201
PRODUCTO	10	1	1	1	1	SERVICIO DE EDUCACIÓN DE JARDÍN INFANTIL	0,01965
PRODUCTO	10	1	1	1	2	SERVICIO DE EDUCACIÓN DE KINDER	0,32504
PRODUCTO	10	1	1	1	3	SERVICIO DE EDUCACIÓN DE 1° CICLO DE LA ENSEÑANZA BÁSICA (1° A 4° BÁSICO)	0,73423
PRODUCTO	10	1	1	1	4	SERVICIO DE EDUCACIÓN DE 2° CICLO DE LA ENSEÑANZA BÁSICA (5° A 8° BÁSICO)	0,74309
GRUPO	10	2	0	0	0	ENSEÑANZA MEDIA (SECUNDARIA)	0,87738
CLASE	10	2	1	0	0	ENSEÑANZA MEDIA (SECUNDARIA)	0,87738
SUBCLASE	10	2	1	1	0	SERVICIOS DE EDUCACIÓN DE LA ENSEÑANZA MEDIA	0,87738
PRODUCTO	10	2	1	1	1	SERVICIO DE EDUCACIÓN DE LA ENSEÑANZA MEDIA (1° A 4° MEDIO)	0,87738
GRUPO	10	3	0	0	0	ENSEÑANZA POSTSECUNDARIA NO Terciaria	0,06237
CLASE	10	3	1	0	0	ENSEÑANZA POSTSECUNDARIA NO Terciaria	0,06237
SUBCLASE	10	3	1	1	0	SERVICIOS DE PRE UNIVERSITARIO	0,06237
PRODUCTO	10	3	1	1	1	SERVICIO DE PRE UNIVERSITARIO	0,06237
GRUPO	10	4	0	0	0	ENSEÑANZA SUPERIOR (Terciaria)	3,10988
CLASE	10	4	1	0	0	ENSEÑANZA SUPERIOR (Terciaria)	3,10988
SUBCLASE	10	4	1	1	0	SERVICIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR	3,10988
PRODUCTO	10	4	1	1	1	SERVICIO DE ENSEÑANZA EN CENTROS DE FORMACIÓN TÉCNICA	0,19706
PRODUCTO	10	4	1	1	2	SERVICIO DE ENSEÑANZA EN INSTITUTO PROFESIONAL	0,35492
PRODUCTO	10	4	1	1	3	SERVICIO DE ENSEÑANZA UNIVERSITARIA	2,55790
GRUPO	10	5	0	0	0	ENSEÑANZA NO ATRIBUIBLE A NINGÚN NIVEL U OTRAS ENSEÑANZAS	0,15110
CLASE	10	5	1	0	0	ENSEÑANZA NO ATRIBUIBLE A NINGÚN NIVEL	0,15110
SUBCLASE	10	5	1	1	0	SERVICIOS DE ENSEÑANZA NO ATRIBUIBLE A NINGÚN NIVEL	0,15110
PRODUCTO	10	5	1	1	1	CURSOS DE CAPACITACIÓN	0,15110

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	11	0	0	0	0	RESTAURANTES Y HOTELES	4,42575
GRUPO	11	1	0	0	0	SERVICIOS DE SUMINISTRO DE COMIDAS POR CONTRATO	4,26595
CLASE	11	1	1	0	0	RESTAURANTES, CAFÉS Y ESTABLECIMIENTOS SIMILARES	4,26595
SUBCLASE	11	1	1	1	0	ALIMENTOS Y BEBESTIBLES CONSUMIDOS FUERA DEL HOGAR	3,40180
PRODUCTO	11	1	1	1	1	DESAYUNO CONSUMIDO FUERA DEL HOGAR	0,10996
PRODUCTO	11	1	1	1	2	ALMUERZO CONSUMIDO FUERA DEL HOGAR	2,66152
PRODUCTO	11	1	1	1	3	ONCE CONSUMIDA FUERA DEL HOGAR	0,11539
PRODUCTO	11	1	1	1	4	SÁNDWICH Y COMPLETO CONSUMIDO FUERA DEL HOGAR	0,21947
PRODUCTO	11	1	1	1	5	BEBIDA ALCOHÓLICA CONSUMIDA FUERA DEL HOGAR	0,15865
PRODUCTO	11	1	1	1	6	BEBIDA NO ALCOHÓLICA CONSUMIDA FUERA DEL HOGAR	0,04439
PRODUCTO	11	1	1	1	7	CAFÉ CONSUMIDO FUERA DEL HOGAR	0,09242
SUBCLASE	11	1	1	2	0	ALIMENTOS PREPARADOS PARA LLEVAR	0,86415
PRODUCTO	11	1	1	2	1	EMPANADAS PARA LLEVAR	0,22258
PRODUCTO	11	1	1	2	2	PAPAS FRITAS PARA LLEVAR	0,03963
PRODUCTO	11	1	1	2	3	PLATOS PREPARADOS PARA LLEVAR	0,39782
PRODUCTO	11	1	1	2	4	POLLO ASADO PARA LLEVAR	0,20412
GRUPO	11	2	0	0	0	SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	0,15980
CLASE	11	2	1	0	0	SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	0,15980
SUBCLASE	11	2	1	1	0	SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	0,15980
PRODUCTO	11	2	1	1	1	SERVICIO DE ALOJAMIENTO ESTUDIANTIL	0,02414
PRODUCTO	11	2	1	1	2	SERVICIO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO Y OTROS	0,13566



Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
DIVISIÓN	12	0	0	0	0	BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS	5,80421
GRUPO	12	1	0	0	0	CUIDADO PERSONAL	2,83213
CLASE	12	1	1	0	0	SALONES DE PELUQUERÍA Y ESTABLECIMIENTOS DE CUIDADOS PERSONALES	0,42637
SUBCLASE	12	1	1	1	0	SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y CUIDADO PERSONAL	0,42637
PRODUCTO	12	1	1	1	1	SERVICIO DE PELUQUERÍA	0,29386
PRODUCTO	12	1	1	1	2	SERVICIO DE DEPILACIÓN	0,13251
CLASE	12	1	2	0	0	ARTÍCULOS ELÉCTRICOS PARA EL CUIDADO PERSONAL	2,40576
SUBCLASE	12	1	2	1	0	ARTÍCULOS PARA EL CUIDADO PERSONAL	0,12598
PRODUCTO	12	1	2	1	1	AFEITADORA Y DEPILADORA ELÉCTRICA	0,02161
PRODUCTO	12	1	2	1	2	ARTÍCULOS ELÉCTRICOS PARA EL CABELLO	0,02648
PRODUCTO	12	1	2	1	3	MAQUINA DE AFEITAR DESECHABLE	0,05640
PRODUCTO	12	1	2	1	4	ARTÍCULOS DIVERSOS PARA EL CUIDADO PERSONAL	0,02149
SUBCLASE	12	1	2	2	0	PRODUCTOS DE HIGIENE PERSONAL	1,30882
PRODUCTO	12	1	2	2	1	ALGODÓN	0,02335
PRODUCTO	12	1	2	2	2	ARTÍCULOS DE HIGIENE BUCAL	0,16711
PRODUCTO	12	1	2	2	3	PAPEL HIGIÉNICO	0,34654
PRODUCTO	12	1	2	2	4	JABÓN	0,09257
PRODUCTO	12	1	2	2	5	PAÑALES DESECHABLES	0,30573
PRODUCTO	12	1	2	2	6	PROTECCIÓN HIGIÉNICA FEMENINA	0,09954
PRODUCTO	12	1	2	2	7	SHAMPOO Y BÁLSAMO	0,27398
SUBCLASE	12	1	2	3	0	PRODUCTOS DE BELLEZA	0,97096
PRODUCTO	12	1	2	3	1	BLOQUEADORES Y BRONCEADORES	0,11221
PRODUCTO	12	1	2	3	2	CERAS Y CREMAS DEPILATORIAS	0,03286
PRODUCTO	12	1	2	3	3	COLONIAS Y PERFUMES	0,26881
PRODUCTO	12	1	2	3	4	CREMAS PARA LA PIEL	0,21628
PRODUCTO	12	1	2	3	5	DESODORANTES Y ANTI TRANSPIRANTES	0,16858
PRODUCTO	12	1	2	3	6	ARTÍCULOS DE MAQUILLAJE	0,09995
PRODUCTO	12	1	2	3	7	TINTURAS Y FIJADORES	0,07227
GRUPO	12	2	0	0	0	OTROS ARTÍCULOS PERSONALES	0,45911
CLASE	12	2	1	0	0	JOYERÍA Y RELOJES	0,16772
SUBCLASE	12	2	1	1	0	ACCESORIOS PERSONALES	0,16772
PRODUCTO	12	2	1	1	1	JOYAS	0,11995
PRODUCTO	12	2	1	1	2	RELOJ DE PULSERA	0,04777
CLASE	12	2	2	0	0	OTROS ARTÍCULOS PERSONALES	0,29139
SUBCLASE	12	2	2	1	0	OTROS ARTÍCULOS PERSONALES	0,29139
PRODUCTO	12	2	2	1	1	CARTERAS Y BOLSOS	0,18340
PRODUCTO	12	2	2	1	2	ARTÍCULOS PARA EL TRANSPORTE DEL BEBÉ	0,06470
PRODUCTO	12	2	2	1	3	ACCESORIOS PERSONALES DIVERSOS	0,04329
GRUPO	12	3	0	0	0	SEGUROS	0,24574
CLASE	12	3	1	0	0	SEGUROS RELACIONADOS CON EL TRANSPORTE	0,24574
SUBCLASE	12	3	1	1	0	SEGUROS RELACIONADOS CON EL TRANSPORTE	0,24574
PRODUCTO	12	3	1	1	1	SEGURO DE AUTOMÓVIL	0,24574
GRUPO	12	4	0	0	0	SERVICIOS FINANCIEROS	1,85949
CLASE	12	4	1	0	0	OTROS SERVICIOS FINANCIEROS	1,85949
SUBCLASE	12	4	1	1	0	GASTOS EN ADMINISTRACIÓN DE LOS SERVICIOS	1,85949

Estructura	D	G	C	SC	P	GLOSA	POND
						FINANCIEROS	
PRODUCTO	12	4	1	1	1	GASTOS FINANCIEROS	1,85949
GRUPO	12	5	0	0	0	OTROS SERVICIOS	0,40774
CLASE	12	5	1	0	0	OTROS SERVICIOS	0,40774
SUBCLASE	12	5	1	1	0	HONORARIOS Y OTROS GASTOS	0,40774
PRODUCTO	12	5	1	1	1	SERVICIO DE EMISIÓN DE CERTIFICADO	0,08187
PRODUCTO	12	5	1	1	2	SERVICIO DE FOTOCOPIADO	0,07626
PRODUCTO	12	5	1	1	3	GASTO EN ASOCIACIÓN PROFESIONAL	0,03702
PRODUCTO	12	5	1	1	4	SERVICIO NOTARIAL	0,04369
PRODUCTO	12	5	1	1	5	SERVICIO FUNERARIO	0,08563
PRODUCTO	12	5	1	1	6	SERVICIO JURÍDICO	0,08327

12. Glosario⁷¹

Adquisición:

Adquisición de un bien: acto en que la propiedad efectiva del bien, ya sea jurídica o económica, pasa al consumidor.

Adquisición de un servicio: momento en que la prestación de un servicio por el productor se termina a satisfacción del consumidor.

El momento en que los bienes y servicios se pagan efectivamente a los vendedores que los suministran no es necesariamente el momento en que tienen lugar los gastos.

Agregación: procedimiento de combinar, o sumar, conjuntos de valores, precios o índices para obtener un total de valores o un conjunto de elementos.

Se dice que el **agregado** es el resultado del procedimiento de agregación.

Agregado elemental: agregado más pequeño de un mínimo valor y de una importancia relativa para fines del IPC. Se trata de agregado de precios y que no tienen ponderación dentro de la estructura de la canasta.

Arrastre: procedimiento por el cual se imputa al precio no disponible en cierto período el último valor de precios observado para ese bien o servicio.

Bien: es un objeto físico escaso, susceptible de derechos de propiedad (apropiable) y cuya tenencia puede transferirse entre agentes.

Bien durable: es aquel objeto físico que genera servicios necesarios para satisfacer los deseos y necesidades de los consumidores a lo largo del tiempo, desapareciendo lentamente cuando se consumen.

Bien no durable: es un bien que una vez consumido desaparece o se destruye. En el caso de la alimentación hay una clase de bienes no durables que aún no siendo consumidores desaparecen, se trata de los bienes perecibles

Bien no perecible: bien de consumo no duradero que han recibido un tratamiento industrial o artesanal, no necesita refrigeración y tiene una duración superior a un mes.

⁷¹ La mayoría de las definiciones se toman del OIT *et al.* (2006), pp. 513-521 y del Manual del Sistema de Cuentas Nacionales 1993.

Bien perecible: bien no durable que se descompone rápidamente y por ello necesitan refrigeración o congelamiento para aumentar su duración (fecha de vencimiento dentro de un mes), en general están en esta categoría los alimentos frescos.

Cálculos especiales: son todas aquellas mediciones destinadas a obtener un precio que no resulta de una observación directa en un punto de venta.

Cuenta tipo: es el valor que un hogar debe pagar por un servicio consumido y que está formada por un conjunto de “n” partidas complementarias y obligatorias. En el caso de servicios como agua potable y electricidad, el valor a pagar tiene un componente fijo (que no depende del consumo realizado) y otro variable (que depende del consumo mensual).

Empadronamiento: corresponde al proceso de verificación de los bienes y servicios disponibles en los establecimientos, empresas y hogares.

Gastos: montos que los compradores pagan, o convienen en pagar, a los vendedores a cambio de los bienes o servicios que éstos suministran a los mismos compradores o a otras unidades institucionales designadas por ellos.

Hogar colectivo: es aquel constituido por un grupo de personas sin relación de parentesco, que comparten la vivienda o parte de ella y que hacen vida en común por razones de salud, trabajo, religión, estudio, disciplina, etc.

Hogar particular: conjunto de una o más personas que, unidas o no por relación de parentesco, comparten la alimentación y el presupuesto y habitan la misma vivienda o parte de ella.

Imputación: procedimiento por medio del cual se le asigna a una variable no reportada la variación de otra variable similar o de otras más o menos similares.

Índice de Precios Laspeyres: índice de precios que utiliza una canasta típica comprada o consumida en el primero (período base) de los dos períodos

comparados. Se calcula como:
$$P^t = \frac{\sum_{i=1}^N p_i^t q_i^0}{\sum_{i=1}^N p_i^0 q_i^0}$$

Donde:

p_i^t : precios en el período t de los bienes y servicios i

q_i^0 : cantidad de bienes y servicios en el período base (0) de los bienes y servicios i

N : número total de bienes de la canasta.

p_i^0 : precios en el período base (0) de los bienes y servicios i

Investigador de precios: funcionario del INE que se encarga de la recolección de los precios de los bienes y servicios que forman parte de la canasta del IPC.

Marco muestral: listado de unidades (empresas, establecimientos, viviendas, locales, etc.) del universo del cual puede extraerse una muestra para fines estadísticos.

Período base: suele denominarse a aquel período con el cual todos los demás se comparan. Sin embargo, el término tiene otros significados según el contexto. Se distinguen tres elementos:

Período de referencia de ponderaciones. Período de duración definida en que los gastos sirven para determinar la estructura (proporciones) y cálculo del índice

Período de referencia de precios. Período de duración definida cuyos precios se comparan con los precios de los demás períodos. Los precios del período de referencia de precios aparecen en los denominadores, o cuocientes, que se utilizan para calcular el índice. El período de referencia de precios suele denotarse como período 0.

Período de referencia del índice. Período para el cual el valor del índice se fija igual a 100.

Ponderaciones: proporciones, que en el caso del IPC corresponde al gasto relativo de los hogares en los diferentes productos que consumen.

Precio: el valor nominal (en unidades monetarias) de transacción de un bien o servicio. El precio puede o no incluir la entrega a domicilio, pero debe incluir todos los impuestos indirectos o específicos vigentes, las rebajas no discriminatorias existentes y los descuentos no sujetos al uso de un medio de pago específico.

Precio a registrar: precio que ingresa al cálculo del IPC base 2009=100 e incluye todos los impuestos, ofertas y promociones que permiten el acceso sin restricciones al bien o servicio. Debe ser el precio de acceso universal, es decir, el precio al que puede adquirir el bien o servicio cualquier residente.

Precio ofertado: precio cuyo nivel se ha modificado temporalmente en un establecimiento (o en varios de ellos), dada una promoción.

Producto: término genérico para referirse a un bien o un servicio que tiene un propósito definido y para el cual se tiene una proporción de gasto. En términos del IPC es la representación de un agregado elemental.

En cambio una **variedad** es una manifestación de un bien o servicio que varía según la marca, la descripción, el tamaño, el contenido, el envase y la procedencia, entre otras características específicas.

Producto estacionalidad: son aquellos que: (a) no están disponibles en ciertas estaciones (meses) del año, (b) estando disponibles todo el año, pero sus precios o cantidades se ven sujetos a fluctuaciones regulares que están sincronizadas con la estación o la época del año y (c) están compuestos por variedades estacionales cuya presencia en el mercado está en torno a cuatro meses.

Producto representativo: producto o categoría de productos que representa una proporción significativa del total de gasto dentro de un agregado elemental.

Producto temporal: son aquellos que no están universalmente (o generalmente) disponibles todo el año. Anualmente se define la temporada de levantamiento y tiene un inicio y un fin.

Servicio: no es una entidad independiente sobre las que se puedan establecer derechos de propiedad; asimismo, no pueden intercambiarse por separado de su producción.

Los servicios son productos heterogéneos producidos sobre pedido, que generalmente, consisten en cambios en las condiciones de las unidades que los consumen, y que son el resultado de las actividades realizadas por sus productores a demanda de los consumidores. En el momento de concluir su producción los servicios se han suministrado a sus consumidores.

Servicio menor: son todos aquellos servicios que no presentan una elevada complejidad para su clasificación tanto a nivel de productos como de variedades. Algunas de sus características son: (a) sus precios no requieren cálculos especiales para ingresar al cálculo del IPC y (b) el tratamiento de las variedades se realiza directamente en las fuentes de manera similar al seguimiento de los bienes.

Sistema de Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF): (en inglés, Classification of Individual Consumption by Purpose: COICOP). Es una categorización funcional del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) versión 1993 que permite diferenciar claramente entre bienes y servicios; ofrece estadísticas que, de acuerdo con la experiencia, tienen interés general para una gran variedad de usos analíticos y ofrece a los usuarios medios para reestructurar agregados clave del SCN para tipos particulares de análisis.

Los bienes y servicios se ordenan en 12 divisiones (nivel mayor de agregación), las que se forman con la agregación de grupos. Los grupos están formados por clases y estas a su vez por subclases. Las subclases son el resultado de la agregación de los productos, los que se forman de la agregación de las variedades (agregado elemental).

Transferencia: transacción mediante la cual una unidad institucional suministra un bien, un servicio o un activo sin recibir de ésta ninguna contrapartida en forma de bien, servicio o activo.

Una **transferencia en dinero** consiste en un pago en moneda o en la entrega de un depósito transferible por una unidad a otra sin recibir a cambio contrapartida alguna.

Una **transferencia en especie** consiste en la transferencia de la propiedad de un bien o activo distinto de dinero, o en la prestación de un servicio, sin recibir a cambio contrapartida alguna.

Urbano y rural: se utiliza la definición censal, que señala que una "entidad urbana" es un conjunto de viviendas concentradas, con más de 2.000 habitantes, o entre 1.001 y 2.000, con el 50% o más de su población económicamente activa dedicada a actividades secundarias y/o terciarias.

Excepcionalmente los centros que cumplen funciones de turismo y recreación con más de 250 viviendas concentradas y que no alcanzan el requisito de población, se consideran entidades urbanas. En consecuencia área urbana es el conjunto de entidades urbanas.

Variedad: véase Producto.

Variedad comparable: variedad que reemplaza a otra cuando ésta no está presente en un establecimiento al momento de la toma de precios. Para que una variedad se denomine comparable debe tener el mismo descriptor, calidad similar y mismo nivel de precios de la variedad que no está presente.



13. Apéndices

13.1. Apéndice 1: Características del IPC base 2009=100 en comparación con el IPC diciembre 2008=100 e IPC diciembre 1998=100

El IPC base 2009=100 entró en vigencia a contar del mes de enero de 2010 y la publicación del índice y las variaciones se realizará mensualmente los primeros ocho días del mes siguiente al período de cálculo. El INE informa anticipadamente a través de un calendario público⁷² las fechas y horario en que la comunidad dispondrá de la información.

En la siguiente tabla se resumen las principales características metodológicas del IPC base 2009=100 y se compara con la metodología del IPC base diciembre 1998=100. No se realiza sólo la comparación con el IPC base diciembre 2008=100, ya que ambos índices poseen una fuente común y se diferencian básicamente por su cobertura geográfica y su base temporal de referencia. El detalle más exhaustivo de cada uno de los temas se encuentra en el cuerpo del presente documento.

Tabla N° A1.1
Comparaciones metodológicas IPC

	IPC base año 2009=100	IPC base diciembre 2008=100	IPC base diciembre 1998=100
Fuente de información estructura de la canasta	VI Encuesta de Presupuestos Familiares, noviembre 2006 – octubre 2007. Estudios de mercado ⁷³ .	VI Encuesta de Presupuestos Familiares, noviembre 2006 – octubre 2007. Estudios de mercado ⁷⁴ .	V Encuesta de Presupuestos Familiares, agosto 1996 – julio 1997.
Cobertura geográfica	Las quince capitales regionales y sus zonas conurbadas	Gran Santiago (Zonas urbanas de las comunas de Santiago y las ciudades de Puente Alto y San Bernardo).	Gran Santiago (Zonas urbanas de las comunas de Santiago y las ciudades de Puente Alto y San Bernardo).
Período base	Año 2009 (todo el año)	Diciembre 2008	Diciembre 1998
Población de referencia	Hogares urbanos privados de las quince capitales regionales.	Hogares urbanos privados del Gran Santiago.	Hogares urbanos privados del Gran Santiago.
Clasificación de los bienes y servicios de la	Canasta de bienes y servicios agrupada en 12 divisiones, según la Clasificación del	Canasta de bienes y servicios agrupada en 12 divisiones, según la Clasificación del	Canasta de bienes y servicios agrupada en 8 grupos según el Sistema de

⁷² El calendario público está disponible en:
http://www.ine.cl/canales/menu/calendario_de_indicadores.php

⁷³ Los estudios de mercado se utilizan para conocer la distribución de muestras a nivel de variedad, un ejemplo de esto corresponden las ventas anuales de automóviles nuevos y usados donde se distingue por marca y modelo en la división de transporte.

⁷⁴ Los estudios de mercado se utilizan para conocer la distribución de muestras a nivel de variedad, un ejemplo de esto corresponden las ventas anuales de automóviles nuevos y usados donde se distingue por marca y modelo en la división de transporte.

	IPC base año 2009=100	IPC base diciembre 2008=100	IPC base diciembre 1998=100
canasta	Consumo Individual por Finalidades 1999 coherente con el Sistema de Cuentas Nacionales 1993 (SCN 1993).	Consumo Individual por Finalidades 1999 coherente con el Sistema de Cuentas Nacionales 1993 (SCN 1993).	Cuentas Nacionales (SCN) 1968.
Agrupación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alimentos y bebidas no alcohólicas 2. Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes 3. Prendas de vestir y calzado 4. Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles 5. Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar 6. Salud 7. Transporte 8. Comunicaciones 9. Recreación y cultura 10. Educación 11. Restaurantes y hoteles 12. Bienes y servicios diversos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alimentos y bebidas no alcohólicas 2. Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes 3. Prendas de vestir y calzado 4. Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles 5. Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar 6. Salud 7. Transporte 8. Comunicaciones 9. Recreación y cultura 10. Educación 11. Restaurantes y hoteles 12. Bienes y servicios diversos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alimentación 2. Gastos de vivienda 3. Equipamiento de la vivienda 4. Vestuario 5. Transporte 6. Salud 7. Educación y recreación 8. Otros.
Nivel de agregación	Seis niveles de agregación de los bienes y servicios en la canasta: <ol style="list-style-type: none"> 1. División: 12 2. Grupo: 42 3. Clase: 91 4. Subclase: 143 5. Producto: 368 6. Variedad. 	Seis niveles de agregación de los bienes y servicios en la canasta: <ol style="list-style-type: none"> 1. División: 12 2. Grupo: 42 3. Clase: 91 4. Subclase: 142 5. Producto: 368 6. Variedad. 	Cinco niveles de agregación de los bienes y servicios en la canasta: <ol style="list-style-type: none"> 1. Grupo: 8 2. Subgrupo: 41 3. Artículo: 156 4. Producto: 482 5. Variedad
Criterios utilizados de inclusión y exclusión de un producto en la canasta	Los productos que forman la canasta secuencialmente cumplen los siguientes criterios: <ol style="list-style-type: none"> a) Se incluyen sólo los gastos monetarios. b) Cota mínima en el gasto total de los hogares para el "Grupo": 0,1% en la División 1 "Alimentos y bebidas no alcohólicas" y 0,2% en las demás divisiones. 	Los productos que forman la canasta secuencialmente cumplen los siguientes criterios: <ol style="list-style-type: none"> a) Se incluyen sólo los gastos monetarios. b) Cota mínima en el gasto total de los hogares para el "Grupo": 0,1% en la División 1 "Alimentos y bebidas no alcohólicas" y 0,2% en las demás divisiones. 	Forman parte de la canasta: <ol style="list-style-type: none"> a) Los productos y/o servicios con una representación de más del 0,025% en el gasto total de los hogares. b) Los productos consumidos exclusivamente por el 1% de la población de más altos ingresos fueron excluidos. c) Se incluyen algunos

	IPC base año 2009=100	IPC base diciembre 2008=100	IPC base diciembre 1998=100
	c) Representación en el gasto total superior a 0,020% para los productos. d) Presencia en cuatro de los cinco quintiles. e) Existe factibilidad operacional de recolectar sus precios. f) Se excluyen aquellos gastos monetarios declarados por los hogares que corresponden a inversiones, consumo intermedio e impuestos y subsidios directos.	c) Representación en el gasto total superior a 0,020% para los productos. d) Presencia en cuatro de los cinco quintiles. e) Existe factibilidad operacional de recolectar sus precios. f) Se excluyen aquellos gastos monetarios declarados por los hogares que corresponden a inversiones, consumo intermedio e impuestos y subsidios directos.	impuestos directos, como por ejemplo las contribuciones de bienes raíces.
	Índice general: Fórmula de Laspeyres	Índice general: Fórmula de Laspeyres	Índice general: Fórmula de Laspeyres
Método de agregación	<ul style="list-style-type: none"> IPC División Grupo Clase Subclase Producto Media aritmética	<ul style="list-style-type: none"> IPC División Grupo Clase Subclase Producto Media aritmética	<ul style="list-style-type: none"> IPC Grupo Subgrupo Artículo Producto (excluye grupo alimentación) Media aritmética
	<ul style="list-style-type: none"> Variedad Variedad-establecimiento Media geométrica	<ul style="list-style-type: none"> Variedad Variedad-establecimiento Media geométrica	<ul style="list-style-type: none"> Producto (sólo grupo alimentación) Variedad Variedad-establecimiento Media geométrica
Cambios de calidad	Solapamiento y método de opciones para automóviles.	Solapamiento.	Se aplica el método de solapamiento en: vestuario, línea blanca, electrónica y automóviles.
Período de levantamiento	<ul style="list-style-type: none"> Entre el primer día hábil y el 22 de cada mes; se exceptúan frutas, verduras, pasajes en bus interurbano y combustibles que se miden hasta una fecha posterior. Para los precios de recolección centralizada la fecha de cierre es el día 25 de cada mes. 	<ul style="list-style-type: none"> Entre el primer día hábil y el 22 de cada mes; se exceptúan frutas, verduras, pasajes en bus interurbano y combustibles que se miden hasta una fecha posterior. Para los precios de recolección centralizada la fecha de cierre es el día 25 de cada mes. 	<ul style="list-style-type: none"> Entre el primer y último día hábil del mes.
Toma de precios en un	- Frutas, verduras, combustibles y pasajes en	- Frutas, verduras, combustibles y pasajes en	- Alimentación y combustibles: 4 o 5 tomas

	IPC base año 2009=100	IPC base diciembre 2008=100	IPC base diciembre 1998=100
mes	bus interurbano: 4 tomas de precios. - Percibibles: 3 tomas de precios - Todo el resto de alimentación: 2 tomas de precios. - Otros productos: 1 toma de precios.	bus interurbano: 4 tomas de precios. - Percibibles: 3 tomas de precios - Todo el resto de alimentación: 2 tomas de precios. - Otros productos: 1 toma de precios.	de precios. - Electrónica, línea blanca, vestuario, salud y gasto financiero: 1 toma de precios.
Precios faltantes	- Se distinguen tres tipos de precios faltantes: a) eventuales o ruptura de stock, b) estacionales, c) temporales. - Los precios faltantes se imputan y entran al cálculo del índice en el mes de referencia (ver apartado "Tratamiento de los precios faltantes" en el documento).	- Se distinguen tres tipos de precios faltantes: a) eventuales o ruptura de stock, b) estacionales, c) temporales. - Los precios faltantes se imputan y entran al cálculo del índice en el mes de referencia (ver apartado "Tratamiento de los precios faltantes" en el documento).	- Sólo para frutas y verduras se excluyen los precios de una variedad cuando existen menos de un 35% de observaciones para la construcción del IPC. - Los precios faltantes se imputan y entran al cálculo del IPC en el mes siguiente.
Tiempo máximo de imputación	- Un mes, excepcionalmente dos meses cuando se trata de los productos estacionales y temporales.	- Un mes, excepcionalmente dos meses cuando se trata de los productos estacionales y temporales.	- No existe una norma explícita. En la práctica un promedio de tres meses, a excepción de los productos estacionales.
Tratamiento de los precios en caso de ofertas, promociones y otros	- Se toman los precios de oferta a excepción de las rebajas finales, las de carácter discriminatorio y las liquidaciones del stock. - En el caso de las ofertas que involucran productos atados (pack), el criterio es tomar siempre el precio por unidad. - Se definen 10 tratamientos diferentes para los precios asociados a ofertas: 1. Oferta por características. 2. Oferta para productos	- Se toman los precios de oferta a excepción de las rebajas finales, las de carácter discriminatorio y las liquidaciones del stock. - En el caso de las ofertas que involucran productos atados (pack), el criterio es tomar siempre el precio por unidad. - Se definen 10 tratamientos diferentes para los precios asociados a ofertas: 1. Oferta por características. 2. Oferta para productos	No se incluyen las liquidaciones de stock. Dependiendo del tipo de oferta el tratamiento varía: 1. Dos productos iguales al precio de uno: se toma el valor del conjunto. 2. La compra incluye un producto de regalo: si se encuentra el precio del producto de regalo se descuenta al total de la oferta, si no está disponible, se considera el precio total. 3. Descuentos sobre productos: se descuenta el porcentaje de rebaja al precio total del bien.

	IPC base año 2009=100	IPC base diciembre 2008=100	IPC base diciembre 1998=100
	iguales. 3. Precio ofertado por la compra de más de una unidad idéntica. 4. Producto de regalo igual con unidad de medida inferior. 5. Producto de regalo no valorado. 6. Producto de regalo valorizado. 7. Descuento expresado en porcentaje. 8. Descuento en dinero efectivo. 9. Oferta por mayor unidad métrica. 10. Oferta por una mayor unidad métrica expresada en porcentaje del producto.	iguales. 3. Precio ofertado por la compra de más de una unidad idéntica. 4. Producto de regalo igual con unidad de medida inferior. 5. Producto de regalo no valorado. 6. Producto de regalo valorizado. 7. Descuento expresado en porcentaje. 8. Descuento en dinero efectivo. 9. Oferta por mayor unidad métrica. 10. Oferta por una mayor unidad métrica expresada en porcentaje del producto.	4. Cambio de gramaje: se aplica una regla de tres y se calcula porcentaje que deberá ser descontado del precio observado en el establecimiento.
Productos estacionales y temporales	- Existen productos estacionales genéricos. - Existen productos temporales que tienen períodos predefinidos de registro de precios.	- Existen productos estacionales genéricos. - Existen productos temporales que tienen períodos predefinidos de registro de precios.	- Existen productos estacionales específicos.
Documentación metodológica y de procedimientos	- Manual Metodológico y Conceptual. - Manual de Procedimientos. - Fichas técnicas por producto. - Catálogo gráfico de productos. - Nuevos procedimientos de levantamiento, supervisión y capacitación.	- Manual Metodológico y Conceptual. - Manual de Procedimientos. - Fichas técnicas por producto. - Catálogo gráfico de productos. - Nuevos procedimientos de levantamiento, supervisión y capacitación.	- Exigua documentación.
Tiempo de publicación	Primeros ocho días de cada mes.	Primeros ocho días de cada mes.	Primeros cinco días de cada mes.

13.2. Apéndice 2: Comparación clasificación IPC base 2009=100 con IPC base diciembre 1998=100

La clasificación de los bienes y servicios que forman la canasta del IPC base 2009=100 separa algunos de los grupos de la canasta del IPC base diciembre 1998=100, tal como se observa en la siguiente tabla.

Tabla N° A2.1
Correspondencia "Divisiones" y "Grupos" del
IPC base 2009=100 con IPC base diciembre 1998=100

IPC base año 2009=100 Divisiones	IPC base diciembre 2008=100 Divisiones	IPC base diciembre 1998=100 Grupos
1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	1. Alimentación
2. Bebidas alcohólicas y tabaco	2. Bebidas alcohólicas y tabaco	1. Alimentación 8. Otros
3. Prendas de vestir y calzado	3. Prendas de vestir y calzado	4. Vestuario
4. Alojamiento, agua, electricidad. Gas y otros combustibles	4. Alojamiento, agua, electricidad. Gas y otros combustibles	2. Gastos de vivienda y comunicaciones
5. Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	5. Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar	3. Equipamiento de la vivienda
6. Salud	6. Salud	6. Salud y cuidados personales
7. Transporte	7. Transporte	5. Transporte
8. Comunicaciones	8. Comunicaciones	5. Transporte
9. Recreación y cultura	9. Recreación y cultura	7. Educación, cultura y recreación 8. Otros
10. Educación	10. Educación	7. Educación, cultura y recreación
11. Restaurantes y hoteles	11. Restaurantes y hoteles	1. Alimentación 8. Otros
12. Bienes y servicios diversos	12. Bienes y servicios diversos	8. Otros

La canasta de bienes y servicios del IPC base diciembre 1998=100, agrupada en 8 grupos según el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) 1968 y clasificación propia. A nivel inferior los niveles de agregación también difieren, tal como se observa en la figura y tabla siguientes.

Figura N° A2.1
Ejemplo clasificación IPC base diciembre 1998=100

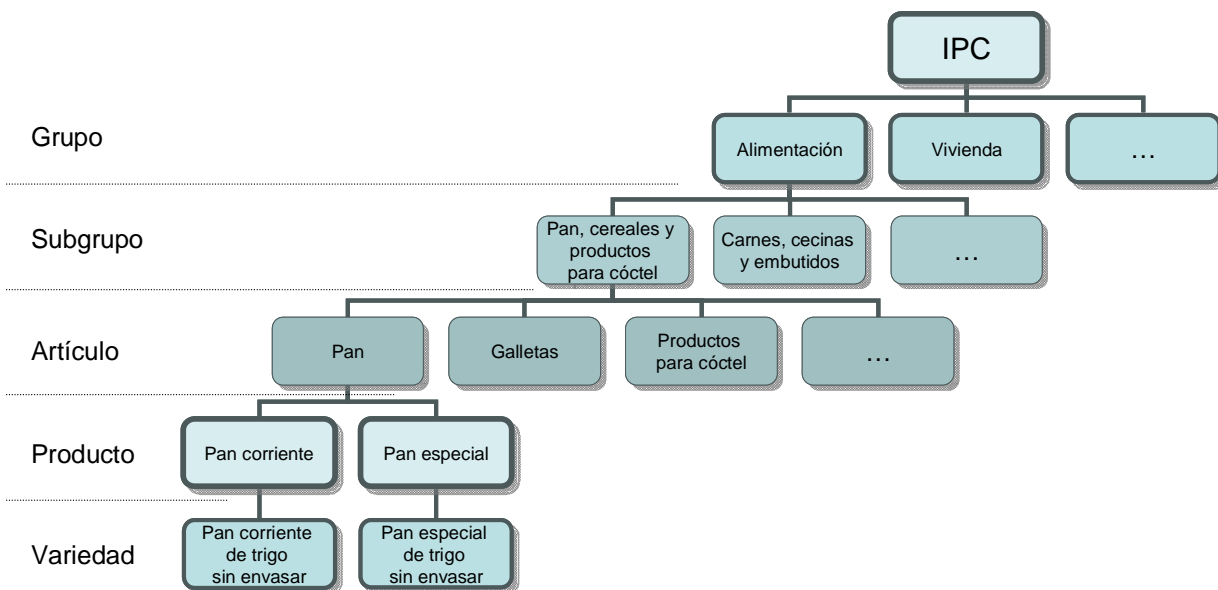


Tabla N° A2.2
Nivel de agregación IPC base diciembre 1998=100

Nivel	Componentes del nivel IPC base diciembre 1998=100
Grupo	8
Subgrupo	41
Artículo	156
Producto	482
Variedad	

13.3. Apéndice 3: Ejemplos clasificación CCIF

Ejemplos de la clasificación CCIF en la canasta del nuevo IPC.

División	1. Alimentos y bebidas no alcohólicas	4. Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles	7. Transporte
Grupo	Alimentos	Electricidad, gas y otros combustibles	Servicio de transporte
Clase	Pan y cereales	Gas	Transporte de pasajeros por vías urbanas y por carreteras
Subclase	Pan y otros productos de panadería	Gas por red	Servicios de transporte de pasajeros por vías urbanas
Producto	Pan	Gas por red	Servicio de transporte en taxi colectivo
Variedad/ ^a	Pan corriente sin envasar	Gas ciudad	Pasaje en taxi colectivo

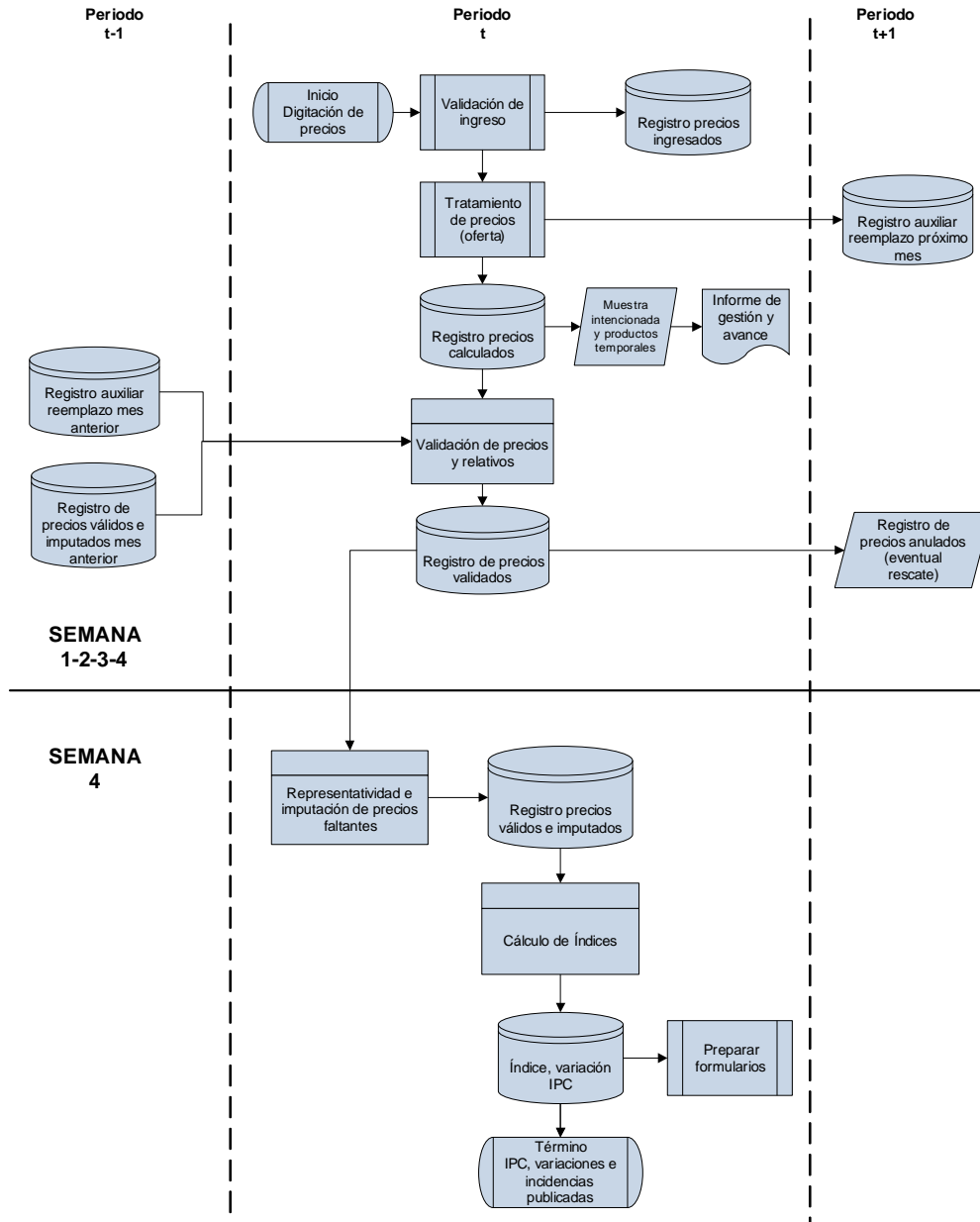
Nota: /a: incluye nombre y/o marca, descriptor y unidad de medida.

13.4. Apéndice 4: Ejemplos de una variedad

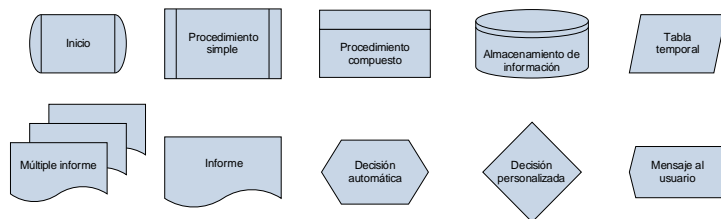
Producto	Pilas	Detergentes en polvo y líquidos
Marca	Pilas Eternas	Lavamejor
Descripción	AAA alcalina	Polvo matiz con aroma limón
Envase	Display	Caja
Contenido (cantidad)	8	2
Unidad de medida	Unidades	Kilogramos
Procedencia	Importado	Nacional
Código de barras	41222001029	7805000025612

Nota: Este cuadro fue elaborado como ejemplo con nombres ficticios.

13.5. Apéndice 5: Algoritmo general de cálculo del IPC



Descripciones



13.6. Apéndice 6: Agregación a niveles superiores

La agregación de los índices intermedios (desde el nivel de producto hacia arriba) utiliza las ponderaciones del gasto.

La metodología de cálculo del IPC y la construcción de la canasta se definieron para que existan criterios únicos de agregación, tal como lo hace la mayoría de los institutos estadísticos del mundo, desde el nivel de subclase hasta construir el índice general, el método de agregación es a través de la media aritmética ponderada.

Los índices de orden superior se obtienen por agregación aritmética y están en este grupo: a) micro índice de producto, b) micro índice de subclase, c) micro índice de clase, d) micro índice de grupo, e) micro índice de división y f) Índice de Precios al Consumidor.

- a) Cálculo del **micro índice de producto (MIPRO)**: Este cálculo permite agrupar la información de las subclases correspondientes.

$$MIPRO'_{(p)} = IPRO'_{(p)} * \frac{MIPRO^{t-1}_{(p)}}{100}$$

$$MIPRO^0_{(p)} = 100$$

El $MIPRO^0_{(p)}$ para el IPC queda fijo para el año 2009⁷⁵.

⁷⁵ Si se requiere cambiar el período Base A por el período Base B, se puede utilizar la siguiente regla:

$$MIPRO'_B = \frac{MIPRO'_A}{MIPRO^0_A} * 100$$

b) Cálculo del **micro índice de subclase** (*MISCL*):

$$MISCL_{(s)}^t = \sum_{p=1}^{ns} \frac{MIPRO_{(p)}^t * Wpro_{(p)}}{Wscl_{(s)}}$$

Donde:

ns : Número de subclases de la canasta

Wpro_(p) : Suma de las ponderaciones de cada producto

Wscl_(s) : Suma de las ponderaciones de cada subclase

El índice de subclase es: $ISCL_{(s)}^t = \frac{MISCL_{(s)}^t}{MISCL_{(s)}^{t-1}} * 100$

c) Cálculo del **micro índice de clase** (*MICLA*):

$$MICLA_{(c)}^t = \sum_{s=1}^{nc} \frac{MISCL_{(s)}^t * Wscl_{(s)}}{Wcla_{(c)}}$$

Donde:

nc : Número de clases de la canasta

Wcla_(c) : Suma de las ponderaciones de cada clase

El índice de clase es: $ICLA_{(c)}^t = \frac{MICLA_{(c)}^t}{MICLA_{(c)}^{t-1}} * 100$

d) Cálculo del **micro índice de grupo** (*MIGRU*):

$$MIGRU_{(g)}^t = \sum_{c=1}^{ng} \frac{MICLA_{(c)}^t * Wcla_{(c)}}{Wgru_{(g)}}$$

Donde:

ng : Número de grupos de la canasta

Wgru_(g) : Suma de las ponderaciones de cada grupo

El índice de grupo es: $IGRU_{(g)}^t = \frac{MIGRU_{(g)}^t}{MIGRU_{(g)}^{t-1}} * 100$

e) Cálculo del **micro índice de división** (*MIDIV*):

$$MIDIV_{(d)}^t = \sum_{g=1}^{nd} \frac{MIGRU_{(g)}^t * Wgru_{(g)}}{Wdiv_{(d)}}$$

Donde:

nd : Número de divisiones de la canasta

Wdiv_(d) : Suma de las ponderaciones de cada división

El índice de división es: $IDIV_{(d)}^t = \frac{MIDIV_{(d)}^t}{MIDIV_{(d)}^{t-1}} * 100$

f) Cálculo del **Índice de Precios al Consumidor del mes t**: *IPC(t)*

El IPC mensualmente se obtiene a partir de la siguiente fórmula:

$$IPC(t) = \sum_{p=1}^{368} MIPRO_{(p)}^t * Wpro_{(p)}$$

Donde el total de productos que componen la canasta de bienes y servicios es 368.

13.7. Apéndice 7: Cálculo de variaciones del Índice

El público en general está interesado en conocer mensualmente el comportamiento de los precios y su comparación con el mes anterior, el comportamiento del mes respecto de diciembre del año anterior y la variación anual. La forma de obtener estas variaciones es:

- a) Variación mensual: Corresponde al cambio en el IPC del mes “ t ” respecto del mes anterior “ $t-1$ ”, matemáticamente tenemos:

$$\text{variación \% IPC}(t) = \left[\frac{\text{IPC}(t)}{\text{IPC}(t-1)} - 1 \right] * 100$$

- b) Variación acumulada respecto a diciembre del año anterior: Mide la variación de precios acumulada desde diciembre del año anterior al mes “ t ” del año en curso. Se calcula como:

$$\text{variación \% acumulada IPC mes } t = \left[\frac{\text{IPC}(t)}{\text{IPC(diciembre año anterior)}} - 1 \right] * 100$$

- c) Variación anual: Mide la variación del IPC del mes en curso respecto de igual mes del año anterior. Se calcula como:

$$\text{variación \% anual IPC mes } t = \left[\frac{\text{IPC}(t)}{\text{IPC(mes } t \text{ año anterior)}} - 1 \right] * 100$$

En general cuando se publica la inflación para un año cualquiera, se refiere a la variación del IPC de diciembre de un año respecto al IPC de diciembre del año anterior.

13.8. Apéndice 8: Cálculo de incidencias

Las incidencias miden el peso o contribución que tuvo un producto, un grupo o una división en particular (en general se puede hablar de *un índice*) en la explicación de la variación total del IPC. Frecuentemente el público está interesado conocer los productos que están afectando la evolución del IPC en el mes, en lo que va acumulado del año o en un año, por ello el INE calcula y publica las siguientes incidencias:

$$\text{Incidencia Mensual} = \frac{\text{índice}_{i,t-1} * \Delta \text{índice}_t}{\text{IPC}_{t-1}} * W_{\text{índice}}$$

$$\text{Incidencia Acumulada Anual} = \frac{\text{índice}_{i,dic} * \Delta \text{índice}_t}{\text{IPC}_{dic}} * W_{\text{índice}}$$

$$\text{Incidencia 12 meses} = \frac{\text{índice}_{i,t-12} * \Delta \text{índice}_t}{\text{IPC}_{t-12}} * W_{\text{índice}}$$

Donde:

$W_{\text{índice}}$: Mide la ponderación del índice bajo estudio en la canasta del IPC

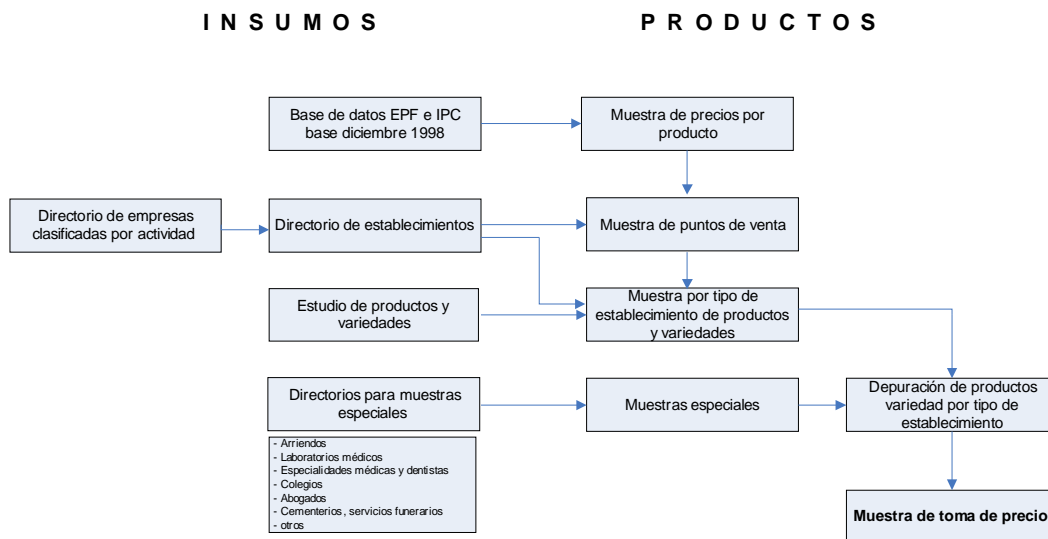
Δ : Variación.

13.9. Apéndice 9: Muestra de establecimientos

El proceso de determinar el número de precios que se deben recolectar para que la muestra sea representativa y consistente, implica definir e identificar los establecimientos que mensualmente se visitarán para obtener la información.

En la definición del tamaño muestral de la canasta del nuevo IPC, se toman como insumos: el marco muestral de la EPF 2006-2007, los productos (y por ende los precios) de la canasta del IPC base diciembre 2008=100, el directorio de establecimientos, el directorio de muestras especiales y los estudios de productos y variedades. La conjunción de esta información y su procesamiento permiten definir las muestras de precios por producto, las muestras de puntos de venta, las muestras por tipo de establecimiento de productos y variedades, las muestras especiales y finalmente, la muestra para la toma de precios. Las interrelaciones entre cada una de estas fuentes se presentan en la figura siguiente.

Figura N° A10.1
Diseños Muestrales



13.9.1. Marcos muestrales utilizados

La determinación del tamaño muestral óptimo de los precios de bienes y servicios que se levantarán en forma mensual, requiere realizar diversas encuestas y estudios previos, entre los que se encuentran:

- Encuesta de verificación de empresas y establecimientos. Esta encuesta permite la desagregación de las empresas en puntos de venta (establecimientos), de forma de obtener la información necesaria para la construcción del marco muestral de la encuesta de puntos de ventas.
- Encuesta de puntos de venta. Con la información de esta encuesta se mide la distribución porcentual de las ventas de grupos de productos similares, respecto a las ventas totales del establecimiento y la distribución del consumo de productos por tipos de establecimientos y zonas geográficas.
- Encuesta de producto variedad o encuesta de empadronamiento. Consiste en verificar la presencia de Productos-Varietades de la canasta IPC, por Tipo de Establecimiento, distribuidos por zonas geográficas de interés.
- Muestra de precios por producto. Las encuestas previas generan la información necesaria para determinar estadísticamente el número de precios mínimos a levantar por producto.
- Estudios sobre la base de registros administrativos y fuentes externas. Se analizaron otras fuentes administrativas disponibles en el INE tales como: Servicio de Impuestos Internos, Ministerio de Transporte, Administradoras de Fondos de Pensiones, entre otras. Adicionalmente, se adquirieron bases de información de mercados.
- Encuesta de toma de precios. Finalmente, todo el trabajo anterior se traduce en la encuesta que mensualmente se aplica para obtener los precios de los productos-variedades determinados en la canasta del IPC, según tipo de establecimiento y ciudades capitales de interés.

13.9.2. Selección de la muestra de establecimientos

Para establecer el tamaño muestral óptimo de establecimientos, se requiere previamente definir un directorio de empresas en el que se seleccionarán las que cumplan con los atributos que se fijan, luego se actualiza y corrige la información para identificar los puntos de ventas representativos, y finalmente identificar las variedades de los productos que se comercializan en los establecimientos determinados.

13.10. Apéndice 10: Situaciones excepcionales en el precio de transacción

13.10.1. Precios de oferta o promociones

Considerando que una estrategia frecuente de los establecimientos comerciales para captar clientes es promocionar productos en "oferta", su precio será recogido si se presenta de manera explícita, para que el investigador de precios no tenga que realizar el cálculo. Una característica exigida a los precios de oferta es la **universalidad**⁷⁶.

La forma de obtener el precio a registrar, para efectos del cálculo del IPC cuando está presente una oferta, dependerá de la situación específica de que se trate. A continuación se detalla el tratamiento de once situaciones observadas⁷⁷:

- 1) **Oferta por característica:** una variedad se encuentra en el establecimiento con una oferta que trasciende a todas las variedades de las mismas características.

Ejemplo: todos los paquetes de pañuelos desechables de 10 unidades están a \$ 100.

Tratamiento: se considera el precio ofertado.

Precio a registrar = Precio Ofertado

- 2) **Oferta para productos iguales:** dos o más productos (n unidades) iguales que se venden al precio de (n – 1) unidades.

Ejemplo: Lleve 2 pague 1, Lleve 3 pague 2, etc.

⁷⁶ El precio ofertado debe ser de carácter universal, por lo tanto, debe estar disponible para todo tipo de consumidor indistintamente de sus características o del medio de pago y de las unidades consumidas.

⁷⁷ El "Precio a registrar" es el precio que ingresa al cálculo del IPC base 2009=100 luego que se ha depurado del efecto de las ofertas y promociones. En cambio, el "Precio Ofertado" es el precio que el investigador de precios observa al momento de recoger la información mensual y cuyo nivel se ha modificado temporalmente en el establecimiento (o en varios de ellos) como consecuencia de una estrategia de precios.

Tratamiento: se calcula el precio unitario de la variedad a registrar dividiendo el precio ofertado a pagar por el número de ítems incluidos en la promoción.

$$\text{Precio a registrar} = \frac{\text{Precio Ofertado}}{\text{Número de unidades incluidas}}$$

- 3) **Precio de oferta por la compra de más de una unidad idéntica:** el ítem buscado no se encuentra en el establecimiento unitariamente.

Ejemplo: pack de 6 cervezas.

Tratamiento: el precio unitario a registrar se obtiene dividiendo el precio ofertado por el total de unidades incluidas en la promoción.

$$\text{Precio a registrar} = \frac{\text{Precio Ofertado}}{\text{Número de unidades incluidas}}$$

- 4) **Producto de regalo igual pero con un contenido inferior:** se trata de dos productos de la misma marca y variedad, pero uno con un contenido menor.

Ejemplo: botella de pisco de 750 cc más una botella de 350 cc, es decir, 1.100 cc de pisco.

Tratamiento: se calcula el precio proporcional para el nuevo contenido de la variedad.

$$\text{Precio a registrar} = \left[\frac{\text{contenido anterior}}{\text{contenido actual}} \right] * \text{Precio Ofertado}$$

- 5) **Producto de regalo no valorizado:** producto en su gramaje original (que llamaremos producto principal) y el otro (distinto al principal) en un gramaje de promoción que no se encuentra para la venta en el establecimiento.

Ejemplo: shampoo más crema colorante.

Tratamiento: considerar el precio a registrar como el precio total de la oferta.

$$\text{Precio a registrar} = \text{Precio Ofertado}$$

- 6) **Producto con regalo valorizado:** dos productos diferentes atados en sus gramajes originales, en el que el precio del producto que forma parte de la canasta no está en el establecimiento, pero el otro sí.

Ejemplo: shampoo más bálsamo.

Tratamiento: se valora el 50% del valor del regalo en el precio de la oferta.

$$\text{Precio a registrar} = \text{Precio Ofertado} - \frac{\text{Precio regalo}}{2}$$

- 7) **Oferta expresada como un porcentaje de descuento**: el ítem considerado presenta un porcentaje de descuento para todos los consumidores.

Ejemplo: el kilogramo de plátanos con un 15% de descuento.

Tratamiento: se descuenta el porcentaje de descuento al precio normal.

$$\text{Precio a registrar} = \frac{\text{Precio Ofertado} * (100 - \% \text{ descuento})}{100}$$

- 8) **Oferta de descuento en efectivo**: el ítem presenta un descuento de un monto de dinero en efectivo sobre el precio de venta.

Ejemplo: descuento de \$ 2.000 sobre el precio normal.

Tratamiento: el precio a registrar se obtiene de restar del precio ofertado el descuento.

$$\text{Precio a registrar} = \text{Precio Ofertado} - \text{descuento en efectivo}$$

- 9) **Oferta por mayor cantidad métrica**: el ítem se presenta con una promoción de manera que en el envase habitual se le agrega una cantidad extra de contenido.

Ejemplo: el tarro de café de 200 grs. ahora incluye gratis 50 grs.

Tratamiento: se calcula el precio proporcional del mayor contenido.

$$\text{Precio a registrar} = \left[\frac{\text{contenido anterior}}{\text{contenido actual}} \right] * \text{Precio Ofertado}$$

- 10) **Oferta por mayor unidad métrica expresada en porcentaje**: el ítem se presenta con una promoción de manera que en el envase habitual se el agrega un porcentaje adicional.

Ejemplo: el tarro de café de 200 grs. ahora incluye un 10% adicional.

Tratamiento: calcular el precio proporcional al contenido habitual.

$$\text{Precio a registrar} = \frac{100}{100 + \% \text{ regalo}} * \text{Precio Ofertado}$$

13.10.2. Cambios en el formato de presentación

- 1) **Producto disponible en una unidad métrica diferente:** el ítem en un establecimiento se comercializa en tamaño distinto al definido en la canasta y no es posible obtener el precio del tamaño original.

Ejemplo: el precio del jamón cocido debiera recolectarse por kilogramos, pero en el establecimiento sólo está disponible en una presentación de 250 gramos.

Tratamiento: calcular el precio proporcional a la unidad deseada.

$$\text{Precio a registrar} = \frac{\text{gramaje en canasta}}{\text{unidad de medida disponible}} * \text{Precio observado}$$

- 2) **Variedad que cambia de gramaje en su presentación:** se aplica en los casos en que el gramaje del ítem cambia de manera permanente.

Ejemplo: Debe recolectarse el precio de un paquete de 1 kilogramo de mayonesa, pero el fabricante cambia el gramaje de la presentación a 900 gramos.

Tratamiento: calcular el precio proporcional al gramaje de la nueva presentación.

$$\text{Precio} = \frac{\text{Precio}_t * \text{gramaje}_{t-1}}{\text{gramaje}_t}$$

13.10.3. Precios de variedades ausentes

Una vez que el período de ofertas y promociones en un establecimiento termina, se debe definir el procedimiento para que el ingreso de la información no genere falsas alertas sobre por precios anómalos. También es posible que la variedad a la que se le hace seguimiento mensual ya no se comercialice en el establecimiento. A continuación se analizan el tratamiento de siete situaciones que se presentan:

- 1) **El precio de la variedad recupera el nivel normal:** son los períodos posteriores al término de la temporada de ofertas. En estos casos el precio se registra e ingresa al cálculo del índice tal como se observa en el establecimiento.

Ejemplo: en una multitienda ha terminado la semana de ofertas y los precios retoman el nivel normal.

Tratamiento: se ingresa el precio observado en el establecimiento.

- 2) **Precio de una variedad comparable**: la variedad no está presente en un pequeño establecimiento (especializado o no), pero está presente otra distinta de diferente marca pero con el mismo descriptor, calidad similar y mismo nivel de precios.

Ejemplo: en un minimarket o establecimiento denominado pequeño no se vende aceite Florcita de 500 grs. y sólo se vende aceite Vida de 500 grs., el precio es similar y está dentro de la misma categoría de producto.

Tratamiento: se considera el precio total observado y se conserva hasta el siguiente período cuando recopile la segunda observación del precio y sea posible calcular una variación. El precio del mes en curso se imputa según el método correspondiente que se presenta en el apartado de tratamiento de precios faltantes de este documento.

- 3) **Precio de una variedad nueva**: la variedad a la que se le toma el precio no está presente en el establecimiento, pero existe otra distinta en marca y descriptor, pero declarada como continuidad de la variedad solicitada.

Ejemplo: en ningún establecimiento se ha encontrado la variedad por lo que se decide reemplazarla.

Tratamiento: se registra el precio observado, conservándose este valor hasta el siguiente mes cuando se obtiene la primera variación y se incorpora en el cálculo del IPC. En el mes en que sólo se tiene un levantamiento de precios se debe utilizar el procedimiento de imputación para precios faltantes.

- 4) **Variedad temporalmente agotada**: el ítem considerado no se ha descontinuado, sin embargo, está ausente en el establecimiento en el que se está levantando precios.

Ejemplo: por falta de tiempo el responsable de las compras no ha podido abastecer su negocio y la variedad no está presente en el establecimiento.

Tratamiento: no se ingresa precio y para fines de cálculo del IPC se imputa siguiendo los criterios de imputación que se analizan en el apartado de tratamiento de precios faltantes de este documento.

- 5) **Variedad no disponible definitivamente**: una variedad se declara descontinuada o que no volverá a ser comercializada en el establecimiento.

Ejemplo: la variedad no será comercializada por un largo período de tiempo por motivos del negocio en particular o motivos externos.

Tratamiento: no se ingresa precio y se utilizan los métodos de imputación hasta que la variedad se saca definitivamente de la canasta una vez que hay un reemplazo.

- 6) **Producto estacional**: el ítem ha sido declarado como producto estacional y durante algunos períodos del año no está presente en el mercado.

Ejemplo: el precio de los duraznos no ha sido obtenido en julio debido a que está fuera de la temporada en está presente en el mercado.

Tratamiento: no se ingresa precio y se imputa siguiendo los procedimientos que se describen en el apartado de tratamiento de precios faltantes. El procedimiento consiste en tomar el precio al comienzo de la temporada de comercialización y conservarlo hasta el siguiente mes, cuando la primera variación de precios ingresa al cálculo del IPC.

- 7) **La variedad no se encuentra en el establecimiento, pero volverá a estar presente en los siguientes días**: esta es una situación puntual que implica una nueva visita al establecimiento para conseguir el precio respectivo.

Ejemplo: en el establecimiento no se encuentra la marca de café definida en la canasta, pero el distribuidor proveerá al establecimiento en tres días más.

Tratamiento: el investigador de precios asigna un código en su formulario de recolección de precios, de tal forma que el Supervisor de los investigadores de precios programe una nueva visita al establecimiento.

- 8) **Otras situaciones**: cualquier otro motivo que no se haya definido o que no estaba presente al momento de elaborar la metodología del IPC.

Tratamiento: incluir toda la información disponible en el formulario de recolección de precios para posteriores análisis.

13.11. Apéndice 11: Validación de la información

Al momento ingresar la información mensual de precios a los módulos del IPC comienza a operar una serie de criterios que aseguran que no se están cometiendo errores muestrales y a su vez, se detectan registros con comportamientos anómalos (outliers). Lo que se busca es determinar la veracidad de los comportamientos anómalos y con ello disponer de criterios de control que aseguren la calidad del índice. En los siguientes apartados se analizan los métodos y criterios aplicados.

La validación de la información mensual para la construcción del IPC se hace en tres etapas: a) validación de digitación e ingreso de la información, b) validación longitudinal y c) representatividad de los precios recolectados. Aún cuando los tamaños muestrales para las tomas de precios son representativos, es posible que en algunas oportunidades la información que se ha recolectado no esté completa o no llega en el tiempo necesario para realizar el cálculo del IPC con cierta calidad. Por ejemplo, desabastecimiento debido a condiciones climáticas adversas. Por esta razón se utilizan técnicas estadísticas para cuantificar el impacto de disponer de una muestra menor a la muestra intencionada.

Los métodos y criterios de validación se explican a continuación:

- a) **Validación de digitación e ingreso de la información**. Esta es la verificación básica que permite asegurar que los precios digitados no presentan errores como por ejemplo el ingreso de caracteres no numéricos y valores numéricos mal ingresados o simplemente que no corresponden.
- b) **Validación longitudinal**. Los criterios de validación longitudinal se aplican a toda la información recolectada en un mes y una vez que se ha determinado que no existen errores de digitación. Los métodos utilizados son el de intercuartiles⁷⁸, intervalos de confianza y el algoritmo de Tukey que se aplican sobre los relativos de precios.

Método de intercuartiles⁷⁹. Este método se emplea para detectar outliers en la información semanal de precios recogida, para ello se comparan los precios de la semana en curso con la semana anterior⁸⁰. El método utiliza como insumos los cuartiles de los *relativos*.

Cuando un relativo de precios queda fuera de los límites de tolerancia, éste debe ser estudiado. La revisión de la evidencia por parte del supervisor puede llevar a

⁷⁸ Se aplica primero a la información semanal acumulada.

⁷⁹ Ver OIT *et al.* (2006: 207-208), párrafos 9.154-9.159.

⁸⁰ Este método también se aplica cuando se compara el mes en curso con el mes anterior.

corregir el valor o a mantenerlo, luego de lo cual el precio aparecerá en los registros del sistema de cálculo del IPC como "validado".

Algoritmo de Tukey⁸¹. Este algoritmo trabaja con medias truncadas. Cuando los relativos de precios están dentro de los límites de Tukey, el precio no requiere de investigación y se da por válido. Si los precios relativos quedan fuera de los límites de Tukey, éstos son clasificados como "inaceptables" por lo que requieren una revisión para determinar el origen del comportamiento anómalo.

- c) **Representatividad**. Esta revisión implica analizar si la distribución estadística de las proporciones de precios de la muestra lograda⁸² (a nivel de precios de variedad establecimiento) no difiere significativamente de la distribución de la muestra intencionada⁸³.

De los métodos estadísticos existentes se utiliza la comparación de los *estadísticos descriptivos* de la muestra intencionada⁸⁴ con los de las muestras logradas (se comparan los porcentajes por establecimientos, tamaños de ventas, etc.).

Cuando el estadígrafo calculado está fuera de los límites de tolerancia, la variedad no está bien representada por lo que se debe imputar siguiendo los criterios definidos de un precio faltante, porque la cantidad de información utilizada es insuficiente para obtener un IPC con una calidad determinada. Cuando el estadígrafo calculado está dentro de los límites de tolerancia, la variedad está bien representada y con la información utilizada se obtiene un IPC con los niveles de calidad definidos.

⁸¹ Ver OIT *et al.* (2006: 208, 260), párrafos 9.160 y 12.52-12.55.

⁸² Distribución muestral generada con la información recolectada en cada período "t".

⁸³ Distribución muestral definida al comienzo del proceso de recolección de precios.

⁸⁴ Se está siguiendo la recomendación de Ramsay y Hewitt (2005) "A Methodology for Assessing Sample Representativeness", *Environmental Forensics* 6: pp. 71-75.

13.12. Apéndice 12: Calidad estadística del índice

La calidad del índice se verifica en cada uno de los criterios de validación y representación presentados en los apartados previos, sin embargo adicionalmente se agregan dos:

- a) Revisión de impacto: Este análisis está enfocado en analizar las clases de errores en los que, en general, incurren todos los índices de precios, los que se describen principalmente a partir de los errores de muestreo y los ajenos al muestreo que surgen al estimar un IPC de la población a partir de una muestra de precios observados.

Se estudian los errores provocados por la selección, la estimación, la sobrecobertura, el error de respuesta, el error de procesamiento y el de ausencia de respuesta. Un análisis sistemático de estos errores ofrece la posibilidad de mejorar o bajar los costos.

Los precios de los productos que tienen una mayor incidencia en el cálculo del IPC son verificados primero, de manera tal que la cantidad de precios imputados sea mínima, su distribución sea óptima y la comparación de ítemes sea la adecuada.

- b) Calidad estadística del índice: Un aspecto final de la validación es el cálculo de la calidad estadística del índice como un todo.

Dada la complejidad del índice que se construye (que resulta de varias agregaciones tanto aritméticas como geométricas) y del diseño muestral utilizado para el levantamiento de precios, la opción más conveniente y que resulta en un menor insesgamiento de estimación de la varianza del índice, es el uso de técnicas de re-muestreo (también llamadas de replicación). En este caso se utiliza el método de Bootstrap.

Las técnicas de replicación son métodos no paramétricos para estimar las distribuciones muestrales y los errores estándar, éstas extraen de un gran número de submuestras de una muestra dada, pudiendo estimarse en cada submuestra el parámetro de interés. Bajo condiciones relativamente débiles, puede mostrarse que la distribución de las estimaciones resultantes se aproxima a la distribución en muestreo del estimador original.

13.13. Apéndice 13: Cálculo año base

La construcción del año base se inicia con el levantamiento durante todo el año 2009 de los precios de todas las variedades que forman la canasta. Luego, los índices elementales se someten a los siguientes pasos:

1. Construcción del Micro Índice del Producto

$$\text{MIPRO}_t^k = \frac{\text{MIPRO}_{t-1}^k * \text{IPRO}_t^k}{100} \quad t = 2, \dots, 12$$

donde $\text{MIPRO}_1^k = 100$

El primer paso consiste en la construcción de los micro índices de productos (MIPRO). Este procedimiento es igual al utilizado para la construcción de los micro índices en el IPC base diciembre 2008=100. Cada producto tiene un valor MIPRO en cada mes del año base (desde enero a diciembre 2009)

2. Cálculo del promedio de Micro Índice del Producto

$$\text{PROM_MIPRO}^k = \frac{\sum_{t=1}^{12} \text{MIPRO}_t^k}{12}$$

El segundo paso, y a diferencia de un IPC con base mensual, se calcula un promedio anual de los MIPRO mensuales para cada uno de los productos "k" de la canasta.

3. Recalcular el Micro Índice en el año 2009

$$\text{MIPRO}_{t_ \text{Recalc.}}^k = \frac{\text{MIPRO}_t^k * 100}{\text{PROM_MIPRO}^k}$$

El tercer paso consiste en recalcular los micro índices mensuales para cada uno de los productos, para ello se divide el micro índice original por el promedio del micro índice del producto calculado en el paso anterior.

4. Cálculo de la variación mensual del Índice del mes de enero 2010

$$\text{MIPRO}_{i2_Recalc}^k = \frac{\text{MIPRO}_{i2}^k * 100}{\text{PROM_MIPRO}^k}$$

Finalmente, se puede proceder a comparar el MIPRO de enero con el MIPRO recalculado de diciembre.

Para los meses posteriores a enero, el método de cálculo del índice es el presentado en los apéndices seis y siete.

13.14. Apéndice 14: Ajuste de Calidad por método de las opciones en automóviles

En el método de opciones, se requiere que las características nuevas que se incorporan al modelo de automóviles hayan estado disponibles en el período anterior a través de un pago adicional. Como en el período t ahora se tiene un producto con la característica adicionada, incluida en el precio final, se busca aislar el valor que significa la nueva característica para los consumidores, para poder descontarlo y continuar haciendo la comparación del mismo producto entre $t-1$ y t .

El procedimiento consiste en descontar del precio del producto en el período t , el valor de la opción en $t-1$. De esta forma se puede calcular un precio del producto en el período t , sin considerar el valor estimado de la opción, pudiendo comparar los precios del producto en los períodos $t-1$ y t .

Como requisito para la aplicación de este método es que se deben recoger los precios de las opciones en todos los períodos para contar con la información cuando sea necesaria. Un defecto ampliamente discutido en la literatura especializada⁸⁵ es que este método sobreestima el costo de la opción por dos razones:

- a) Según la teoría económica, es probable que los consumidores que no adquirieron la opción en el período $t-1$, no lo hayan hecho por haber considerado que el costo de la opción era mayor al valor que ellos le asignaban.
- b) Por el lado de los productores, cuando una opción se estandariza en la producción, sus costos bajan por su mayor volumen de producción.

Estas dos situaciones hacen que el ajuste de calidad con el costo de opciones tienda a sobrestimar el ajuste de calidad. Por ello, usualmente las oficinas de estadísticas realizan algún tipo de ajuste al costo de la opción antes de realizar el ajuste de calidad.

⁸⁵ Ver Triplett (2004) "Handbook on hedonic and quality adjustment in price indexes: Special application to information technology products".

13.15. Apéndice 15: Listado de Cálculos Especiales

Producto	Incluyen	Cobertura	Fuente de Información	Levantamiento
Arriendo	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta directa a Hogares. • Sistematización de información pública. En cada caso se miden por separado casas y dptos. de 2 y 3 dormitorios, 1 y 2 baños.	<ul style="list-style-type: none"> • 4 muestras rotativas de hogares. • Muestras de comunas predefinidas según marco censal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información directa de los hogares. • Información de diarios y portales web. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mensual • 4 tomas mensuales
Agua potable	Cargo Fijo, Consumo, Recolección, Tratamiento	Censo	Empresas sanitarias	Mensual
Electricidad	Cargo Fijo, Arriendo de medidor, Consumo	Censo	Empresas distribuidoras de electricidad	Mensual
Gas por red	<ul style="list-style-type: none"> • Ciudad • Natural Cargo Fijo, Arriendo de medidor, Consumo	Censo	Empresas distribuidoras	Mensual
Gas licuado a granel	Cargo Fijo, Arriendo de medidor, Consumo	Censo	Empresas distribuidoras	Mensual
Servicio de Retiro de Basura	Mínimo valor que debe pagar un hogar	Muestra según ingresos municipales por derechos de aseo.	Municipios	Semestral (marzo y septiembre)
Servicio Doméstico	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta a hogares. Distingue jornada completa de jornada parcial y diaria. • Continúa cálculo del IPC anterior. 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra de hogares. • Empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Información directa de los hogares. • Información del IR. 	Mensual
Servicio de peaje y telepeaje	Valor por portal en todos los horarios	Muestra	Información pública y empresas	Mensual
Servicio de transporte en tren interurbano	Pasajes en vagones de distintas clases.	Muestra de rutas frecuentes	Empresas	Mensual
Servicio de transporte aéreo	<ul style="list-style-type: none"> • Nacional • Internacional Pasaje, tasa de	Muestra de rutas y empresas frecuentes	Empresas	Mensual

Producto	Incluyen	Cobertura	Fuente de Información	Levantamiento
	embarque			
Servicio de transporte multimodal	Pasaje Adulto, todos los servicios, todos los horarios y combinaciones	Censo	Transantiago	Mensual
Servicio de conexión internet residencial	Diversos planes	Empresas y planes representativos	Empresas	Mensual
Servicio de pack de telecomunicaciones	Planes por tipo de combinación	Empresas y planes representativos	Empresas	Mensual
Servicio de telefonía móvil	•Prepago •Mixto •Postpago Costos fijos y variables (según uso) organizados en cuentas tipo.	Empresas y planes representativos	Empresas	Mensual
Servicio de telefonía residencial	•Prepago •Regulada •Renta plana Costos fijos y variables (según uso) organizados en cuentas tipo.	Empresas y planes representativos	Empresas	Mensual
Servicio de televisión pagada residencial	Diversos planes	Empresas y planes representativos	Empresas	Mensual
Servicio de educación de jardín infantil	Matrícula, mensualidad, cuota de incorporación y otros cobros fijos obligatorios	Muestra de establecimientos	Establecimientos educacionales	Matrícula (dic), Mensualidad (mar)
Servicio de educación de kinder	Matrícula, mensualidad, cuota de incorporación y otros cobros fijos obligatorios	Muestra de establecimientos	Establecimientos educacionales	Matrícula (dic), Mensualidad (mar)
Servicio de educación de 1° ciclo de la enseñanza básica (1° a 4° básico)	Matrícula, mensualidad, cuota de incorporación y otros cobros fijos obligatorios	Muestra de establecimientos	Establecimientos educacionales	Matrícula (dic), Mensualidad (mar)
Servicio de educación de 2° ciclo de la enseñanza básica (5° a 8° básico)	Matrícula, mensualidad, cuota de incorporación y otros cobros fijos	Muestra de establecimientos	Establecimientos educacionales	Matrícula (dic), Mensualidad (mar)

Producto	Incluyen	Cobertura	Fuente de Información	Levantamiento
	obligatorios			
Servicio de educación de la enseñanza media (1° a 4° medio)	Matrícula, mensualidad, cuota de incorporación y otros cobros fijos obligatorios	Muestra de establecimientos	Establecimientos educativos	Matrícula (dic), Mensualidad (mar)
Servicio de pre universitario	•Normal •Intensivo Matrícula y mensualidad	Muestra de establecimientos	Establecimientos educativos	•Anual normal (marzo) intensivo (junio)
Servicio de enseñanza en centros de formación técnica	Matrícula y mensualidad	Muestra de establecimientos	Establecimientos educativos	Matrícula (dic), Mensualidad (mar)
Servicio de enseñanza en instituto profesional	Matrícula y mensualidad	Muestra de establecimientos	Establecimientos educativos	Matrícula (dic), Mensualidad (mar)
Servicio de enseñanza universitaria	•Públicas •Privadas Matrícula y mensualidad	Muestra de establecimientos	Establecimientos educativos	Matrícula (dic), Mensualidad (mar)
Curso de Capacitación	Matrícula y mensualidad	Muestra de establecimientos	Establecimientos educativos	Mensual
Seguros	Prima bruta de seguros de automóviles. Incluye IVA	Muestra de compañías y vehículos asegurados	Empresas	Mensual
Gastos financieros	<ul style="list-style-type: none"> Créditos de consumo de retail (Comisión en Mantención de Tarjetas de Créditos, Comisión en Administración por compras en tiendas relacionadas al emisor, Comisión Administración por compras en comercios asociados, Comisión en Avance en efectivo y Seguro de Desgravamen) Créditos de consumo bancarios (Gastos de administración, Gastos Notariales, 	Muestra de empresas: Retail y bancos	Empresas	Mensual

Producto	Incluyen	Cobertura	Fuente de Información	Levantamiento
	<p>Impuesto de Timbres y Estampillas, Prima Seguro de incendio, Prima Seguro de desgravamen, Prima Seguro de Cesantía y Otros)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos hipotecarios (Tasación Estudio de Títulos, Gastos Notariales, Impuesto de Timbres y Estampillas, Derechos de Inscripción en el Conservador de Bienes Raíces, Prima Seguro de incendio (y sismo), Prima Seguro de desgravamen, Prima Seguro de Cesantía y Otros) <p>• Productos asociados a la cuenta corriente</p> <p>(Cuenta Corriente [Comisión por mantención Comisión por apertura, Uso de cajeros automáticos y Uso tarjeta de débito],</p> <p>Línea de crédito [Comisión anual por apertura/renovación, Seguro de desgravamen + invalidez (nuevas líneas de crédito) y Seguro de desgravamen],</p> <p>Tarjetas de crédito [Mantención, Avance en efectivo, Avance</p>			



Producto	Incluyen	Cobertura	Fuente de Información	Levantamiento
	en cuotas Compra de bencina, Compra cuotas fijas, Compra y avance de divisas, Compra en el Exterior Avance en el Exterior, Exceso de Cupo (\$ y US\$), Planes [Comisión por mantención, Comisión por apertura, Comisión por tarjeta de Crédito, Comisión por tarjeta Débito, Comisión por Línea de Crédito y Seguro desgravamen])			

Nota: En la columna "Incluyen" las viñetas (•) representan variedades

13.16. Apéndice 16: Índices Analíticos

Los índices analíticos son agrupaciones de productos que comparten ciertas características y que dan información específica a los usuarios sobre las variaciones de precios en cada uno de estos subconjuntos.

Dichos índices son los siguientes: Transables, No Transables, Bienes, Servicios, Frutas y Verduras Frescas, Combustibles, Energía, Vivienda, Alimentos, Servicios menos vivienda, General menos Alimentos y Energía, IPCX, IPCX1. En el sitio web del INE se pueden encontrar los listados de productos de cada uno de estos índices.

Hasta diciembre de 2008, el IPCX1 fue preparado por el Banco Central de Chile. Desde enero 2009 el INE se ha hecho cargo de su elaboración y difusión, manteniendo los mismos criterios utilizados por el Banco para su construcción.

Definición de los Índices Analíticos difundidos en el IPC Anual 2009=100

1. IPCX (General menos Verduras y Frutas Frescas y Combustibles): Este índice incluye todos los productos de la canasta IPC menos los productos del índice Verduras y Frutas Frescas y Combustibles, en total son 342 productos que ponderan 91,23% de la canasta original.
2. IPCX1: Este índice es el IPCX descontados los productos clasificados como carnes y pescados frescos, tarifas reguladas, precios indexados y servicios financieros⁸⁶. Son 326 productos que representan el 73,21% de la canasta IPC.
3. IPC General menos Alimentos y Energía: En este índice se excluyen los productos que componen los índices de Alimentos y Energía. Posee 282 productos y corresponde al 72,41% de la ponderación de la canasta IPC.
4. IPC Combustibles: Este índice considera cinco productos clasificados como combustibles, los que en conjunto representan 5,70% de la canasta IPC.
5. IPC Verduras y Frutas Frescas: Este índice incluye los productos clasificados como verduras y frutas frescas, que suman 19 productos y representan 2,90% de la canasta IPC.
6. Alimentos: En el índice alimentos se incorporan los productos alimenticios y bebidas no alcohólicas, que corresponden a la división 1 de la actual canasta de productos. Posee 77 productos y corresponde al 18,90% de la ponderación de la canasta IPC.

⁸⁶ Banco Central de Chile. *Informe de Política Monetaria*. Enero 2009

7. Servicios: En el índice Servicio se incluyen los productos clasificados como servicios. Posee 93 productos y corresponde al 43,65% de la ponderación de la canasta IPC.
8. Bienes: Para este índice se incluyen todos los productos que no son servicios. Suman 275 productos que ponderan 56,35% de la canasta original.
9. Energía: El índice energía está compuesto por los siguientes productos: electricidad, gas por red, gas licuado, gasolina, petróleo diesel, lubricante y aceite para el automóvil, parafina, carbón y leña. Corresponde al 8,69% de la ponderación de la canasta IPC.
10. Vivienda: En el índice de vivienda incluimos los arriendos de las viviendas y el grupo "Conservación y Reparación de la Vivienda". Posee 6 productos y corresponde al 5,75% de la ponderación de la canasta IPC.
11. Servicios menos vivienda: Esta serie sustrae los productos clasificados como servicios del índice de vivienda (dos productos) a los productos del índice de servicios, permaneciendo 91 productos que dan cuenta de un 41,36% de la canasta original.
12. Productos Transables: El índice de productos transables nos muestra la variación que presenta el conjunto de productos que son susceptibles de ser comercializados internacionalmente. Por ejemplo, todos los bienes no perecibles entran en esta categoría. Posee 276 productos que corresponden al 58,15% de la canasta IPC.
13. Productos No Transables: A la inversa del índice anterior, el índice de productos no transables nos muestra la variación de precios que presenta el conjunto de productos que no son susceptibles de ser comercializados internacionalmente. Representan el 41,85% de la ponderación total del IPC con 92 productos dentro de esta categoría.

CUADRO RESUMEN DE INDICES ANALÍTICOS CANASTA IPC BASE ANUAL 2009

Nombre Índice	N° de Productos	Porcentaje
IPCX (General menos Verduras y Frutas Frescas y Combustibles)	344	91,40%
IPCX1	326	73,21%
IPC General menos Alimentos y Energía	282	72,41%
IPC Combustibles	5	5,70%
IPC Verduras y Frutas Frescas	19	2,90%
Alimentos	77	18,90%
Servicios	93	43,65%
Bienes	275	56,35%
Energía	9	8,69%
Vivienda	6	5,75%
Servicios menos Vivienda	91	38,21%
Productos Transables	276	58,15%
Productos No Transables	92	41,85%

13.17. Apéndice 17: Programa de Mejoras IPC

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en su proceso de mejora continua está comprometido a mantener un índice de precios al consumidor actualizado frecuentemente. Normalmente un índice que no se actualiza de manera periódica pierde con el tiempo la capacidad que tuvo en un inicio para darnos signos correctos de la evolución de los precios. El IPC se basa en una fotografía tomada en un instante del tiempo sobre la base del consumo que realizan los hogares residentes en el país, esa fotografía es la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF), que históricamente se ha realizado en Chile cada diez años. Uno de los compromisos asumidos por el INE con la OCDE, apuntan a que dado que los patrones de consumo de los hogares cambian más rápido, la EPF se lleve a cabo cada cinco años, de modo de poder actualizar también el IPC cada cinco años. Otro compromiso del INE es que el cambio de año base del IPC coincide con el cambio de año base de las Cuentas Nacionales, lo que implica que la futura base anual correspondería al año 2013.

Igualmente dentro de los períodos de cinco años hay cambios en los productos que componen la canasta. Productos que van cambiando, incorporando nuevos atributos y mejorando su calidad. Es en este ámbito que se hace necesario contar con herramientas adecuadas para separar los cambios de calidad de los movimientos puros de precios. El INE ha dispuesto que el tratamiento de ajuste de calidad sea una preocupación permanente en la toma de precios, para no introducir sesgos que desvirtúen la tendencia observada de precios.

Por otra parte, una de nuestras líneas de estudio será la incorporación del arriendo imputado en el futuro índice de precios. Esto nos permitirá tener un indicador de un importante ítem de consumo de los hogares chilenos, el consumo de la vivienda propia y además compararnos con los países de la OCDE con otro índice analítico de importancia. Este es un desafiante objetivo, dada la complejidad técnica y la cantidad de información requerida para elaborar este indicador, que implicará estudios, pilotos y levantamiento de información actualmente no disponible en el país.

Por último, el INE comenzará los estudios sobre los costos e impactos de la implementación de un IPC de base encadenada, de manera de lograr llegar a tener un vector de ponderaciones actualizado anualmente.

13.18. Apéndice 18: Ejemplos de Excepciones de Imputación

Glosa		Glosa
PARAFINA	Se imputa por	PETRÓLEO
LEÑA	Se imputa por	CARBÓN
SOFA Y SITIAL	Se imputa por	JUEGO DE COMEDOR
UNIDAD DE RESPALDO MAGNÉTICO	Se imputa por	ACCESORIOS COMPUTACIONALES
RODADOS PARA NIÑO Y NIÑA	Se imputa por	BICICLETA
PAPEL HIGIÉNICO	Se imputa por	SERVILLETAS Y TOALLA DE PAPEL
PAÑALES DESECHABLES	Se imputa por	PROTECCIÓN HIGIÉNICA FEMENINA
SHAMPOO Y BÁLSAMO	Se imputa por	JABÓN

14. Bibliografía

- Australian Bureau of Statistics (2005), *Australian Consumer Price Index: Concepts, Sources and Methods 2005*, ABS Catalogue No. 6461.0, Commonwealth of Australia. Disponible en: <http://www.abs.gov.au/AUSSTATS/abs@.nsf/second+level+view?ReadForm&prodno=6461.0&viewtitle=Australian%20Consumer%20Price%20Index:%20Concepts,%20Sources%20and%20Methods~2005~Latest~17/08/2005&&tabname=Past%20Future%20Issues&prodno=6461.0&issue=2005&num=&view=&>
- Bureau of Labor Statistics (BLS) (2007), *BLS Handbook of Methods*, chapter 17. "The Consumer Price Index", US Department of Labor, updated 06/2007. Disponible en: <http://www.bls.gov/opub/hom/pdf/homch17.pdf>
- Comisión de las Comunidades Europeas (Eurostat)/FMI/OECD/Naciones Unidas/Banco Mundial (1993), *Manual del Sistema de Cuentas Nacionales 1993* Documento preparado bajo los auspicios del Grupo Intersecretarial de Trabajo sobre Cuentas Nacionales, Bruselas/Luxemburgo, Nueva York, Paris, Washington, D.C. Disponible en: <http://unstats.un.org/unsd/sna1993/toctop.asp>.
- Comunidad Europea (2000), *Commission Regulation (EC) N°. 2602/2000* de noviembre 17 (L. 300/16) Official Journal of the European Communities. Disponible en: <http://vlex.com/vid/37734306>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (1999), *Metodología IPC -1998*. Colombia. Disponible en: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/metodologia_IPC-98.pdf
- Eurostat (2001), *Compendium of HICP Reference Documents*, Working Documents cat. N° KS-AO-01-005-EN-I, European Communities. Disponible en: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-AO-01-005/EN/KS-AO-01-005-EN.PDF
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estadística (IBGE) (2007) *Sistema Nacional de Índices de Preços ao Consumidor*, Métodos de Cálculo – 5ª edição, Série Relatórios Metodológicos, volume 14. Ver: www.bcb.gov.br/
- Instituto Nacional de Estadística y Censos, Costa Rica (INEC) (2006), *Metodología del Índice de Precios al Consumidor, base julio 2006*. San José, Costa Rica, septiembre. Disponible en:

<http://www.inec.go.cr/descargarArchivo.asp?path=D:\inetpub\wwwroot\03EstadEconomicas\04indicesDePrecios\consumidor2\Metodologia/archivosMetodologia/Metodología&nomArchivo=Metodología>

Instituto Nacional de Estadísticas (2002), *Metodología IPC 2001*, Madrid, España. Disponible en: <http://www.ine.es/daco/daco43/metoipc06.pdf>

Instituto Nacional de Estadísticas (2008), *Metodología. VI Encuesta de Presupuestos Familiares 2006-2007*, Santiago, Chile. Disponible en: http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/encuestas_presupuestos_familiar_es/2008/metodologia_vi_epf.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas (INE) Chile (1999), *Estadística y Economía*, número especial Nuevo IPC, primer semestre. Disponible algunos artículos en: http://www.ine.cl/canales/sala_prensa/revistaseconomicas/especial/mximoaguilera.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2005), *Metodología del Índice de Precios al Consumidor IPC*, Quito, Ecuador. Material disponible en, www.inec.gob.ec.

OECD (2002), *Main Economic Indicators. "Comparative Methodological Analysis: Consumer and Producer Price Indices"*, volume 2002, supplement 2, July. Disponible en: <http://www.oecd.org/dataoecd/60/61/1947731.pdf>

Office for National Statistics (ONS) (2007), *Consumer Price Indices Technical Manual, 2007 Edition*, may, London. Disponible en: http://www.statistics.gov.uk/downloads/theme_economy/CPI_Technical_Manual.pdf

OIT (2003), *Informe III. Índices de precios al consumidor*, Decimoséptima Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo, Ginebra 24 de noviembre a 3 de diciembre de 2003, ICLD/17/2003/3, Ginebra. Disponible en: http://www.ilo.org/global/What_we_do/Statistics/events/ics/lang-es/docName--WCMS_087570/index.htm

OIT/FMI/OCDE/Oficina Estadística de las Comunidades Europeas/Organización de las Naciones Unidas/Banco Mundial (2006), *Manual del índice de precios al consumidor. Teoría y práctica*, División de Español, Departamento de Tecnología y Servicios Generales, Washington, Fondo Monetario Internacional. Disponible en: http://www.imf.org/external/pubs/ft/cpi/manual/2004/esl/cpi_sp.pdf

Statistics Canada, *Consumer Price Index*, información disponible en su sitio web: <http://www.statcan.gc.ca/start-debut-eng.html>



Statistiska Centralbyrån (SCB) (2001), *The Swedish Consumer Price Index. A handbook of methods*, Stockholm, Sweden. Disponible en: <http://www.scb.se/statistik/PR/PR0101/handbok.pdf>