



ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC)

Base Diciembre 2008 = 100

FICHA TÉCNICA

1	NOMBRE DEL PRODUCTO	♦ Índice de Precios al Consumidor.
2	OBJETIVO DEL PRODUCTO	♦ Es un indicador que permite seguir mes a mes la evolución de los precios.
3	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	<p>♦ Es un indicador económico que mide la variación de los precios de una canasta de bienes y servicios, consumida por un hogar urbano del Gran Santiago dentro de las fronteras del país. Su definición se enmarca bajo el concepto de gasto interno o doméstico y permite calcular la inflación (deflación) doméstica.</p> <p>♦ Registra, bajo el enfoque de adquisiciones, el valor total de bienes y servicios adquiridos al interior del país durante un determinado período de tiempo, independientemente de si se hayan consumido total o parcialmente en dicho período y que el pago se realice en efectivo, con cheque o tarjeta de créditos, o cuando al pagar se incurra en un pasivo financiero.</p> <p>♦ Es un indicador de alta importancia y sensibilidad para la sociedad ya que es utilizado, entre otras cuestiones, para la realización de reajustes de remuneraciones y actualización monetaria de activos fijos o financieros. La metodología se puede descargar desde la página Web institucional, www.inec.cl.</p>
4	FUENTE DE INFORMACIÓN ESTRUCTURA DE LA CANASTA	♦ VI Encuesta de Presupuestos Familiares, noviembre 2006 – octubre 2007.
5	COBERTURA GEOGRÁFICA	♦ Gran Santiago (Zonas urbanas de las comunas de Santiago y las ciudades de Puente Alto y San Bernardo).
6	PERÍODO BASE	♦ Diciembre: 2008
7	POBLACIÓN DE REFERENCIA	♦ Hogares Urbanos Privados del Gran Santiago.
8	CLASIFICACIÓN DE LOS BIENES Y SERVICIOS DE LA CANASTA	♦ Canasta de bienes y servicios agrupada en 12 Divisiones, según la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF) 1999 coherente con el Sistema de Cuentas Nacionales 1993 (SCN 1993).
9	ESTRUCTURA	<ol style="list-style-type: none"> 1. ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS 2. BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y TABACO 3. PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO 4. ALOJAMIENTO, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES 5. MUEBLES, ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y PARA LA CONSERVACIÓN CORRIENTE DEL HOGAR 6. SALUD 7. TRANSPORTE 8. COMUNICACIONES 9. RECREACIÓN Y CULTURA 10. EDUCACIÓN 11. RESTAURANTES Y HOTELES 12. BIENES Y SERVICIOS DIVERSOS
10	NIVEL DE AGREGACIÓN	<p>♦ Seis niveles de agregación de los bienes y servicios en la canasta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. División: 12 2. Grupo: 42 3. Clase: 91 4. Subclase: 142 5. Producto: 368 6. Variedad.

11	CRITERIOS UTILIZADOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN DE UN PRODUCTO EN LA CANASTA	<ul style="list-style-type: none">Los productos que forman la canasta secuencialmente cumplen los siguientes criterios:<ol style="list-style-type: none">Se incluyen sólo los gastos monetarios.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.Representación en el gasto total superior a 0,020% para los productos.Presencia en cuatro de los cinco quintiles.Existe factibilidad operacional de recolectar sus precios.Se excluyen aquellos gastos monetarios declarados por los hogares que corresponden a inversiones, consumo intermedio e impuestos y subsidios directos.													
12	MÉTODO DE AGREGACIÓN	<table><tr><td>IPC</td><td></td></tr><tr><td>División</td><td></td></tr><tr><td>Grupo</td><td rowspan="4">♦ Media Aritmética</td></tr><tr><td>Clase</td></tr><tr><td>Subclase</td></tr><tr><td>Producto</td></tr><tr><td>Variedad</td><td></td></tr><tr><td>Variedad - Establecimiento</td><td>♦ Media Geométrica</td></tr></table>	IPC		División		Grupo	♦ Media Aritmética	Clase	Subclase	Producto	Variedad		Variedad - Establecimiento	♦ Media Geométrica
IPC															
División															
Grupo	♦ Media Aritmética														
Clase															
Subclase															
Producto															
Variedad															
Variedad - Establecimiento	♦ Media Geométrica														
13	PRINCIPAL VARIABLE DE ESTUDIO :	♦ Precios.													
14	PERÍODO DE LEVANTAMIENTO	<ul style="list-style-type: none">Entre el primer día hábil y el 22 de cada mes; se exceptúan frutas, verduras, servicio de transporte 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.													
15	FUENTES DE INFORMACIÓN :	<ul style="list-style-type: none">Corresponde a los distintos tipos de fuentes de información desde donde se obtienen los precios para el cálculo del IPC.Este directorio comprende entre otros: Establecimientos Comerciales (supermercados, multitiendas, ferías libres, servicentros, multiferreterías, farmacias, cines, estadios, etc.), Instituciones Financieras, Proveedores de Servicios Profesionales (abogados, psicólogos, etc.), Empresas de Servicios (Básicos :electricidad, gas, agua; Otros servicios: revisiones técnicas, telefonía e Internet, peluquerías, etc.).													
16	TOMA DE PRECIOS EN UN MES	<ul style="list-style-type: none">Frutas, verduras, combustibles y servicio de transporte en bus interurbano: 4 tomas de precios.Perecibles: 3 tomas de precios.Resto de alimentación: 2 tomas de precios.Otros productos: 1 toma de precios.													
17	PRECIOS FALTANTES	<ul style="list-style-type: none">Se distinguen tres tipos de precios faltantes:<ol style="list-style-type: none">Eventuales o ruptura de stock.Estacionales.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 la Metodología del Índice de Precios al Consumidor.													
18	TIEMPO MÁXIMO DE IMPUTACIÓN	♦ Un mes, excepcionalmente dos meses cuando se trata de los productos estacionales y temporales.													

19	TRATAMIENTO DE LOS PRECIOS EN CASO DE OFERTAS, PROMOCIONES Y OTROS	<ul style="list-style-type: none">♦ 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:<ol style="list-style-type: none">1. Oferta por precio rebajado.2. Oferta para productos idénticos.3. Precio ofertado por la compra de más de una unidad idéntica.4. Producto de regalo idéntico pero 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.																						
20	PRODUCTOS ESTACIONALES Y TEMPORALES	<ul style="list-style-type: none">♦ Existen productos estacionales genéricos.♦ Existen productos temporales que tienen períodos predefinidos de registro de precios.																						
21	TIEMPO MÁXIMO DE IMPUTACIÓN	<ul style="list-style-type: none">♦ Un mes, excepcionalmente dos meses cuando se trata de los productos estacionales y temporales.																						
22	MEDIOS DE PUBLICACIÓN	<ul style="list-style-type: none">♦ Boletín e Informe en: Papel y Página Web Institucional.♦ Conferencia de prensa con frecuencia mensual.																						
23	TIEMPO DE PUBLICACIÓN	<ul style="list-style-type: none">♦ Primeros ocho días de cada mes.																						
24	FECHA DE DIFUSIÓN DE RESULTADOS	<div>Año 2009</div> <table><tr><td>Febrero:</td><td>Viernes 6</td></tr><tr><td>Marzo:</td><td>Jueves 5</td></tr><tr><td>Abril:</td><td>Martes 7</td></tr><tr><td>Mayo:</td><td>Jueves 7</td></tr><tr><td>Junio:</td><td>Viernes 5</td></tr><tr><td>Julio:</td><td>Martes 7</td></tr><tr><td>Agosto:</td><td>Jueves 6</td></tr><tr><td>Septiembre:</td><td>Martes 8</td></tr><tr><td>Octubre:</td><td>Jueves 8</td></tr><tr><td>Noviembre:</td><td>Viernes 6</td></tr><tr><td>Diciembre:</td><td>Viernes 4</td></tr></table>	Febrero:	Viernes 6	Marzo:	Jueves 5	Abril:	Martes 7	Mayo:	Jueves 7	Junio:	Viernes 5	Julio:	Martes 7	Agosto:	Jueves 6	Septiembre:	Martes 8	Octubre:	Jueves 8	Noviembre:	Viernes 6	Diciembre:	Viernes 4
Febrero:	Viernes 6																							
Marzo:	Jueves 5																							
Abril:	Martes 7																							
Mayo:	Jueves 7																							
Junio:	Viernes 5																							
Julio:	Martes 7																							
Agosto:	Jueves 6																							
Septiembre:	Martes 8																							
Octubre:	Jueves 8																							
Noviembre:	Viernes 6																							
Diciembre:	Viernes 4																							

Nombre del Informante : Christian Alejandro Hurtado Navarro
Cargo : Coordinador Departamento de Estadísticas de Precios
E- Mail: christian.hurtado@ine.cl
Fono: 366 75 81