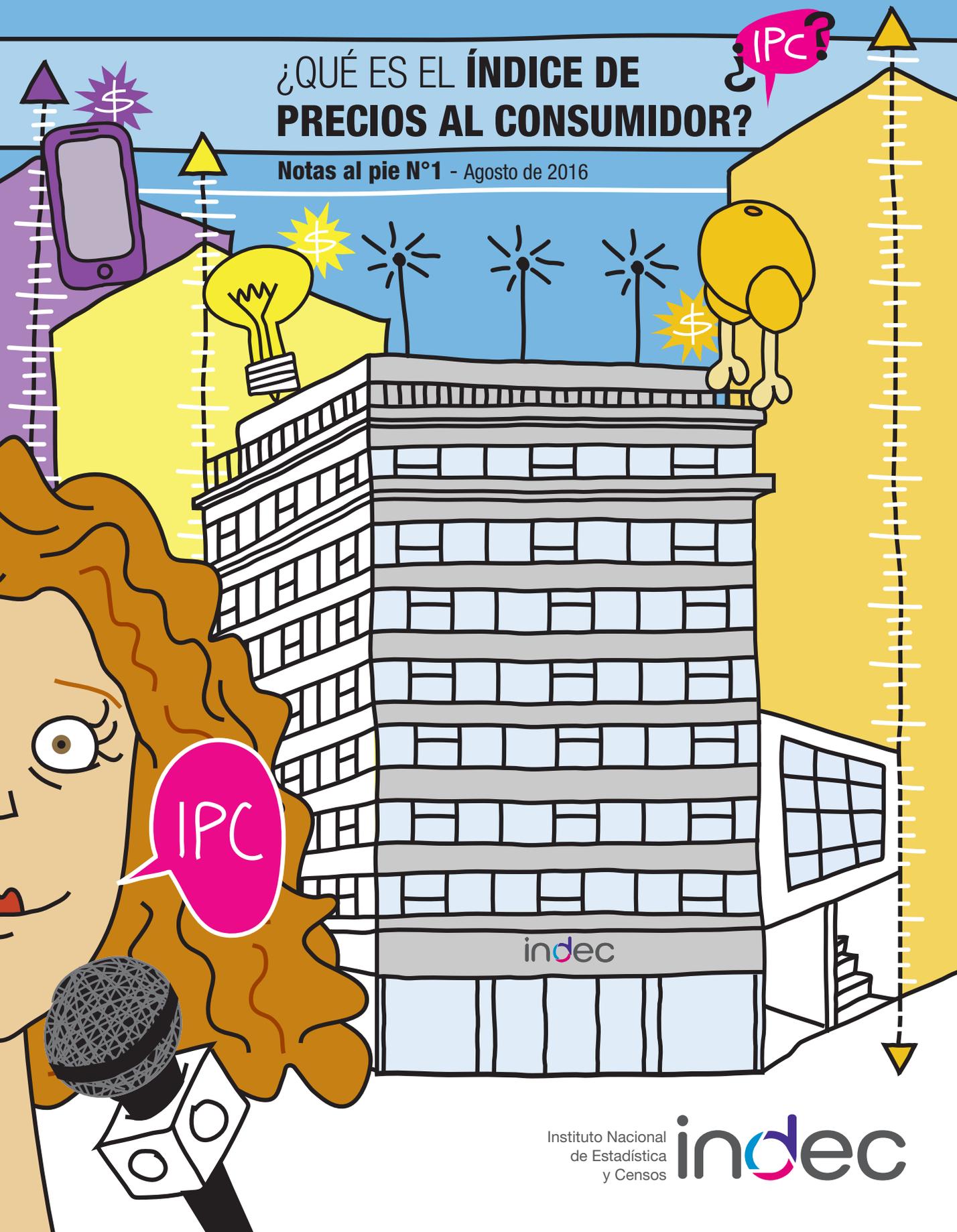


# ¿QUÉ ES EL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR?

¿IPC?

Notas al pie N°1 - Agosto de 2016



Instituto Nacional  
de Estadística  
y Censos

**indec**

## ¿Qué es el Índice de Precios al Consumidor? Notas al pie N°1 - Agosto de 2016

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC)



El presente documento de divulgación fue elaborado por personal de la Dirección de Difusión del INDEC, bajo la supervisión de la Mag. Alejandra Clemente, Directora de Índices de Precios de Consumo.

El diseño gráfico, conceptual y las ilustraciones fueron realizadas por D.G. Ivana Sánchez Mestre. La edición de contenidos fue supervisada por Bl. Rosa Gemini; la corrección de estilo por Sr. Horacio Barisani y la coordinación de imprenta por Lic. Marcelo Costanzo.

ISSN 2618-2319

ISBN 978-950-896-486-1

Instituto Nacional de Estadística y Censos - I.N.D.E.C.  
¿Qué es el índice de precios al consumidor?. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Instituto Nacional de Estadística y Censos - INDEC, 2016.  
Libro digital, PDF - (Notas al pie ; 1)

Archivo Digital: descarga  
ISBN 978-950-896-486-1

1. Economía. CDD 330

© 2016 INDEC

Queda hecho el depósito que fija la Ley N° 11723  
Libro de edición argentina

Responsable de la edición: Lic. Jorge Todesca  
Directora de la publicación: Mag. Silvina Viazzi

Buenos Aires, agosto de 2016.

Para consultar o adquirir las publicaciones editadas por el INDEC puede dirigirse personalmente al Centro Estadístico de Servicios ubicado en Av. Julio A. Roca 609 -PB- , C1067ABB, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. O bien comunicarse a los teléfonos: (54-11) 4349-9646/52/62.

Horario de atención de 9:30 a 16:00.

Medios electrónicos de consulta: [ces@indec.mecon.gov.ar](mailto:ces@indec.mecon.gov.ar), <http://www.indec.gov.ar> y @INDECargentina

PERMITIDA LA REPRODUCCIÓN PARCIAL CON MENCIÓN DE LA FUENTE



**TODOS HABLAN DEL  
IPC  
PERO... ¿QUÉ ES?**

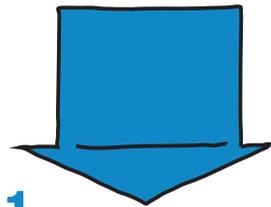
**¿Qué es el Índice de Precios al Consumidor?**

Todos los días empleamos palabras que hasta hace unos años sólo utilizaban los especialistas en economía. Muchos términos técnicos se fueron incorporando en los medios de comunicación y en

nuestra manera de hablar, entre ellos inflación, IPC y costo de vida. Incluso se utilizan como si fueran sinónimos, pero en realidad no lo son.

# DEFINICIÓN

El Índice de Precios al Consumidor es un indicador que mide la evolución promedio de los precios de un conjunto de bienes y servicios representativos del gasto de consumo de los hogares residentes en un área determinada.



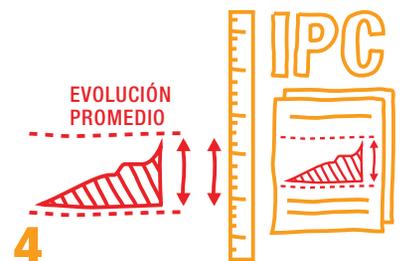
## 1 ENCUESTA A HOGARES DEL ÁREA SELECCIONADA

El INDEC realiza una encuesta a un grupo representativo de hogares para conocer sus consumos.



## 2 CANASTA DE BIENES Y SERVICIOS

Con la información obtenida en las entrevistas se confecciona una lista de artículos (bienes y servicios) que forman la denominada "Canasta del IPC".



## 4 SEGUIMIENTO Y COMPARACIÓN MENSUAL DE PRECIOS PARA CALCULAR SU VARIACIÓN EN EL TIEMPO



## 3 RELEVAMIENTO DE PRECIOS

Mensualmente los encuestadores visitan comercios en busca de los precios de los bienes y servicios de la canasta.

## ¿TODAS LAS CANASTAS SON IGUALES?

Cuando hablamos de canasta en nuestra vida diaria, pensamos en el grupo de artículos que un hogar compra habitualmente. Pero, como cada hogar no compra exactamente los mismos artículos en las mismas cantidades, sería imposible medir la canasta de cada

hogar para estudiar el gasto de todos los hogares. Así, por ejemplo, aquel hogar que tenga miembros en edad escolar tendrá más gastos relacionados con la educación, mientras que otro cuyos miembros sean todos adultos trabajadores tendrá gastos diferentes.



## REPRESENTACIÓN DEL GASTO DE LOS HOGARES

Si los diferentes tipos de hogares consumen de acuerdo a su composición, entonces ¿cómo llegamos a definir una canasta donde estén representados los consumos de todos los hogares?

**45.326**  
HOGARES REPRESENTATIVOS



Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGH) 2004-2005

El IPC GBA se elabora con base en la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGH) 2004-2005. Esta encuesta, que se realizó en todo el país entre los meses de octubre de 2004 y diciembre de 2005, consultó los consumos e ingresos de 45.326 hogares representativos, seleccionados mediante métodos estadísticos.

La ENGH permitió conocer de qué manera se formaba el gasto de los hogares -la composición del gasto- y cuáles eran los artículos más consumidos -el peso que cada uno tiene dentro del total del gasto-

**ESTRUCTURA DE GASTOS DE CONSUMO DE LOS HOGARES**

CAPÍTULO

1

**ALIMENTOS Y BEBIDAS**

Incluye todos los alimentos y bebidas (alcohólicas y no alcohólicas) adquiridos para consumir dentro y fuera del hogar.

CAPÍTULO

6

**TRANSPORTE Y COMUNICACIONES**

Compra-venta de vehículos particulares y gastos de funcionamiento y mantenimiento; transporte público; correo y teléfono.

CAPÍTULO

3

**VIVIENDA Y SERVICIOS BÁSICOS**

Alquileres, gastos comunes y reparaciones; combustibles (gas envasado o de red, leña, entre otros); agua y electricidad.

CAPÍTULO

8

**EDUCACIÓN**

Cuotas para la educación formal (preescolar, primaria, secundaria y universitaria) y no formal; textos y útiles escolares.

CAPÍTULO

2

**INDUMENTARIA**

Vestimenta interior y exterior, calzado y accesorios para hombres, mujeres y niños; servicios de reparación de vestimenta y calzado.

CAPÍTULO

4

**EQUIPAMIENTO Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR**

Muebles, electrodomésticos; vajilla, blanco y mantelería; artículos de limpieza y herramientas; servicios de reparaciones; tintorería, lavadero y servicio doméstico.

CAPÍTULO

7

**ESPARCIMIENTO**

Turismo; equipos de audio, TV, video y computación; espectáculos deportivos, cine, teatro, conciertos, cuotas de clubes, TV por cable; libros, diarios y revistas; juguetes, animales domésticos y artículos para deporte.

CAPÍTULO

5

**ATENCIÓN MÉDICA Y GASTOS PARA LA SALUD**

Medicamentos y accesorios terapéuticos; servicios de salud; consultas médicas, odontológicas, análisis clínicos y radiológicos.

CAPÍTULO

9

**BIENES Y SERVICIOS VARIOS**

Cigarrillos, artículos de tocador; servicios para el cuidado personal; seguros.



# CANASTA IPC

Así se llega a definir la canasta del IPC, que contiene aquellos productos y servicios más representativos del gasto del conjunto de los hogares.



A PARTIR DE ENTONCES, SE REALIZA CADA MES EL SEGUIMIENTO DIARIO DE LOS PRECIOS DE ESOS PRODUCTOS.

**CANASTA IPC**  
(representativa del consumo de los hogares relevados)

# Rutina de seguimiento de precios

Todos los días hábiles, mes a mes, los encuestadores relevan los precios de los bienes y servicios que integran la canasta del IPC.



CUESTIONARIO



OFICINAS



TELEFÓNICA



Definida una canasta representativa del consumo de los hogares de un área determinada, la primera medición de precios constituye "la base" del índice.



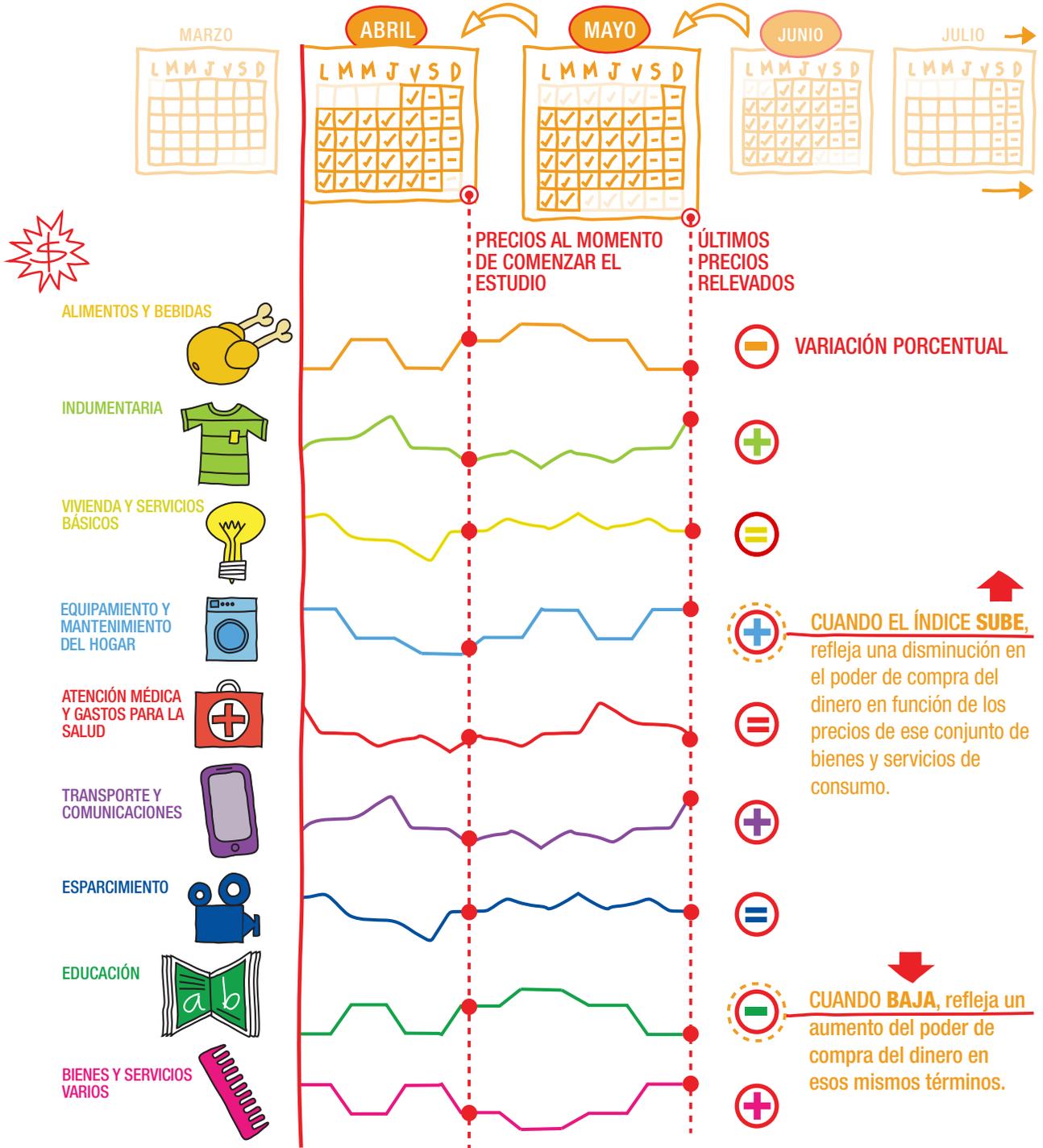
**PRECIOS AL MOMENTO DE  
COMENZAR EL ESTUDIO  
PRECIOS BASE DEL ÍNDICE**



**MES BASE DEL ÍNDICE**

## Cálculo de la variación de precios

Obtenido el período de referencia -base del índice-, mensualmente se siguen relevando los precios de los mismos bienes y servicios que integran la canasta IPC, y se observa su evolución en el tiempo. Se compara producto por producto, mes a mes; y de sus variaciones con respecto al período base se obtiene un número índice.

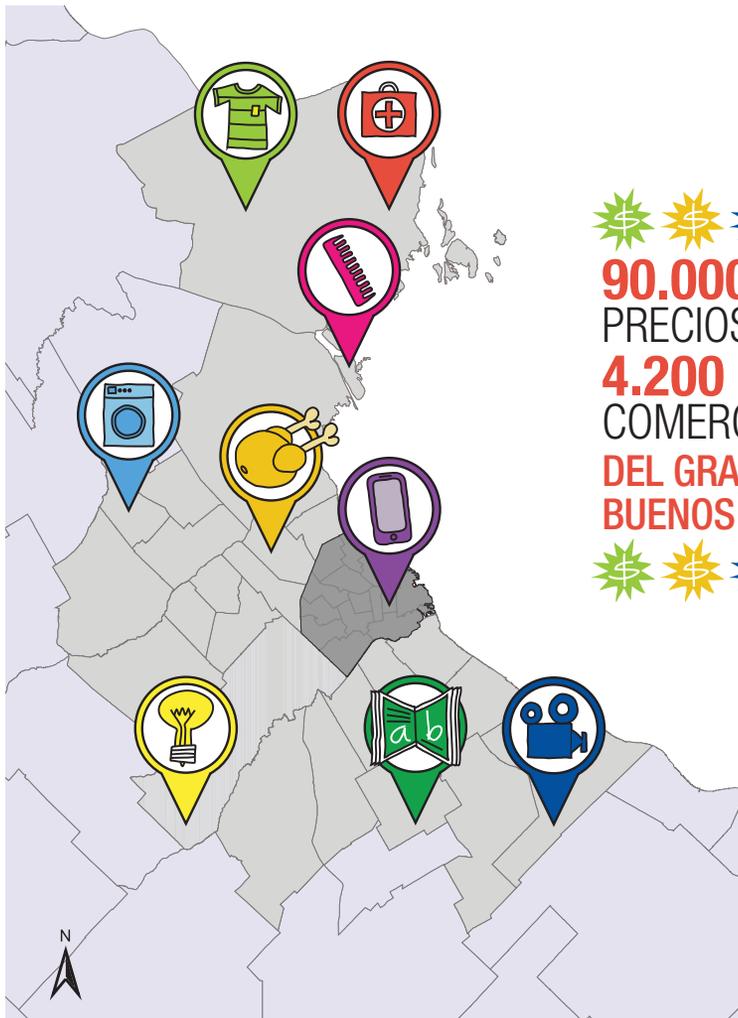


## ALGUNAS POSIBLES DUDAS

### ¿De qué manera, cuántos y dónde se recogen los precios?

Los encuestadores del INDEC realizan visitas todos los días hábiles y recogen durante cada mes cerca de 90.000 precios de las variedades de la canasta en aproximadamente 4.200 comercios. El seguimiento se lleva a cabo en negocios particulares, supermercados, autoservicios y mercados ubicados en barrios y centros comerciales de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los 24 partidos del Gran Buenos Aires. Estos comercios fueron seleccionados teniendo en cuenta los tipos de negocios en donde hacían sus compras los hogares encuestados.

Existe un pequeño grupo de precios que, por causas diversas, no se recopilan mediante el mecanismo de visitas a negocios, sino que se obtienen mediante operativos especiales (desde las oficinas del INDEC) consultando cuadros tarifarios o información provista por entes reguladores y otras instituciones, o bien mediante consultas telefónicas o vía correo electrónico. Por ejemplo, las tarifas de servicios públicos y transporte, educación, medicina prepaga, etcétera.



**90.000**  
PRECIOS

**4.200**  
COMERCIOS

**DEL GRAN**  
**BUENOS AIRES**



**¿Qué ocurre con los aumentos que se producen en los primeros días del mes y los registrados durante los últimos días?**

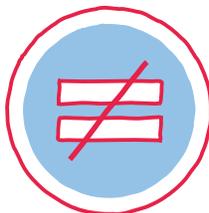
Los aumentos ocurridos durante los primeros días del mes pesan más en el índice de ese mes que los aumentos que se producen en los últimos días. Es decir, si el precio de una variedad de la canasta sube el día 5, el nuevo precio será pagado durante 25 días de ese mes. En cambio, si una variedad aumenta el día 27, tendrá sólo 3 días para pesar sobre las compras de ese mes.

Esto produce a veces una confusión: se cree que los aumentos de los últimos días no fueron tomados en cuenta para el IPC de ese mes. Esto no es así, ya que el índice considera los cambios de precios de todos los días del mes. Lo que en realidad ocurre con los aumentos de los últimos días, es que no tienen mucho peso dentro del gasto de ese mes y, en cambio, van a aparecer durante todos los días del mes siguiente. Esto es lo que, en la jerga estadística, se denomina "efecto arrastre" de los precios.



**SI BIEN EL AUMENTO SE PRODUJO EN ABRIL, EL FUERTE IMPACTO SE SENTIRÁ EN MAYO**





Aún se suele confundir el “Índice de Precios al Consumidor” (IPC) con el costo de vida o “lo que cuesta vivir”.

Cuando el INDEC afirma que el aumento registrado en los precios de un grupo de bienes ha sido de un determinado porcentaje, puede ocurrir que el consumidor perciba que “esa cifra no refleja la realidad”. En verdad, sería extraño que coincida con el consumo de un hogar en particular, porque configura un promedio del gasto del conjunto de los hogares. Debemos tener en cuenta cómo se elabora ese porcentaje.

- 1** Si se informa, por ejemplo, de un aumento del grupo “Carnes”, hay que considerar que este grupo se compone de cinco subgrupos: “Carne vacuna”, “Otras carnes rojas frescas”, “Carne de ave”, “Pescados y mariscos frescos y congelados” y “Fiambres, embutidos y conservas”. En realidad, la “Carne vacuna” tiene más peso dentro del gasto familiar que las restantes variedades contempladas. Este peso dentro del gasto está considerado en el Índice de Precios, de manera que un gran aumento del precio de los fiambres posiblemente se notará menos en el gasto total de la familia que un aumento menor en el de la carne vacuna, ya que ésta se consume más. La misma situación se produce dentro de cada uno de los grupos que componen la canasta del IPC.
- 2** Otro punto a considerar cuando se observa el aumento de cada grupo de la canasta es que el índice toma en cuenta los cambios de precios de cada variedad de ese grupo y los promedia. Así, puede ocurrir que los precios de algunas variedades hayan aumentado mucho, otros se mantengan iguales y otros disminuyan su precio (como a veces ocurre con las frutas de estación).
- 3** El IPC también toma en cuenta el día del mes en que se producen los cambios de precios. De esta manera, si en los últimos días hemos pagado la carne con un aumento del 5% y leemos que el índice registra sólo 3%, sentimos que ese informe no es verdadero porque olvidamos que un aumento en los últimos días se reflejará más en el siguiente mes que en el actual, como ya lo explicamos anteriormente.
- 4** Para el cálculo del IPC, el INDEC consulta diferentes zonas y diferentes comercios (almacenes, supermercados, hipermercados, autoservicios, centros comerciales, etcétera), que ofrecen las mismas variedades a distintos precios y utiliza para el cálculo un promedio de ellos, dando a cada tipo de comercio la importancia correspondiente según volúmenes de venta.

Es fácil comprender que los cuatro puntos analizados influyen en las expresiones de los consumidores frente a los informes del INDEC:

- ?** “¿Cómo 3% de aumento en Carnes, si pagué 10% más por el jamón cocido?” → No considera el poco peso de esa variedad dentro del grupo.
- ?** “¿Cómo 15% más en Verduras, si pagué un aumento de 50% en cebollas?” → No considera el promedio hecho dentro de ese grupo en el que, por ejemplo, las chauchas bajaron ese mes 20%.
- ?** “¿Cómo el IPC aumentó 2% en bebidas, si ayer las gaseosas subieron 4%?” → No considera que, si es fin de mes, el precio de ayer se hará notar más en el IPC del siguiente mes.
- ?** “¿Cómo que los tomates en lata no subieron, si yo los pagué un 10% más?” → No toma en cuenta los distintos precios de la misma variedad en diferentes comercios.

## NO ES LO MISMO CANASTA IPC QUE CANASTA DE ALIMENTOS

Un error que suele producirse con frecuencia es el de confundir la canasta del IPC con la Canasta de Alimentos, pero ésta última es sólo una parte de la primera.

Así, es muy fácil formarse una falsa idea y creer que los precios de la canasta del IPC deben aumentar tanto como los precios de los alimentos. En este sentido, es común escuchar a los consumidores quejarse por el aumento en el precio de un artículo durante el último mes y rápidamente afirmar que ése es el aumento correspondiente a todos los precios en ese período.

## NO ES LO MISMO IPC QUE COSTO DE VIDA

Frecuentemente se cree que el Índice de Precios al Consumidor mide el costo de vida y sus cambios con el paso del tiempo. Sucede que, en muchas ocasiones, para mantener determinado nivel de vida el consumidor puede cambiar sus consumos. Así, por ejemplo, un hogar que consume 10 Kg de carne mensuales, puede variar la proporción de este alimento (consumir menos pescado y vacunos y más pollo o cerdo) según la evolución de los precios de cada tipo de carne. Otro ejemplo fácilmente identificable de la disminución de algunos consumos (por ejemplo, vestimenta) puede ser compensada con el acceso a otros bienes (por ejemplo, esparcimiento, educación) sosteniendo de tal manera el nivel de vida del hogar.

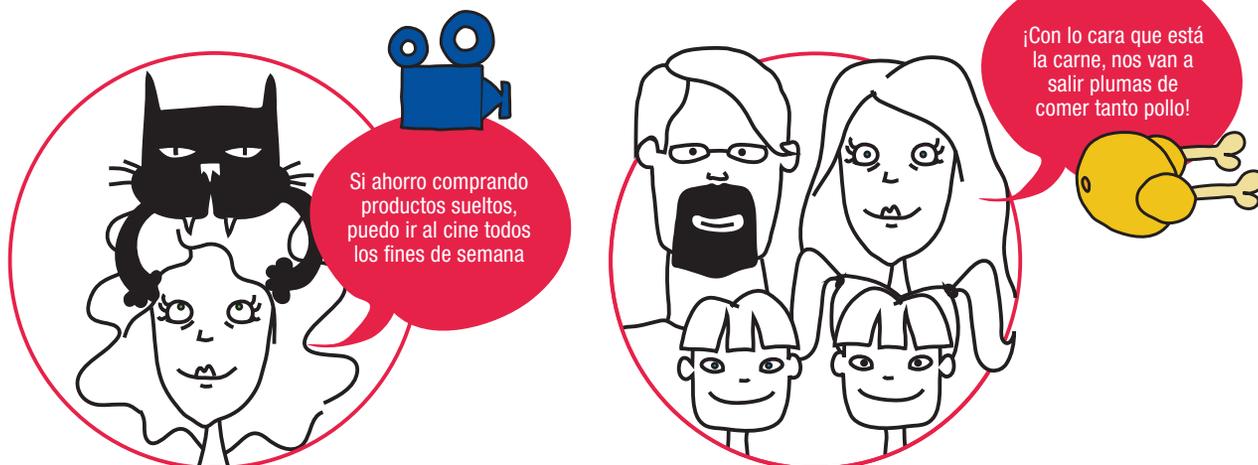
El "costo de vida" contiene, entonces, elementos subjetivos que surgen de la forma en que el consumidor cambia, con el tiempo, su canasta personal de consumo, buscando una mejor satisfacción de necesidades. Por el contrario, el Índice de Precios al Consumidor mide una canasta fija en el tiempo, que no varía en función de decisiones subjetivas.

Vemos entonces que, mientras el Índice de Precios al Consumidor mide los cambios de precios de las mismas cantidades de los mismos bienes y servicios, el índice de costo de vida mediría los cambios del costo de mantener un mismo nivel de vida.

Ante la pregunta que posiblemente se hiciera el consumidor acerca de "¿Por qué no se calcula el *Índice de Costo de Vida*?", respondemos: porque no hay posibilidades prácticas de conocer en forma inmediata y permanente tres hechos que pueden producirse al mismo tiempo:

- a) Los cambios en las cantidades consumidas.
- b) Los cambios de los precios de los bienes consumidos.
- c) Los cambios en los gustos y posibilidades de los consumidores.

Por este motivo, todos los países elaboran únicamente el Índice de Precios al Consumidor.



La población busca en este índice una información que le sirva para tomar decisiones cotidianas respecto de sus ingresos, sus bienes y sus consumos. Por otra parte, cada sector o persona percibe el aumento de precios según sus propios intereses.

### EL PROPIETARIO

deseará que el Índice “suba” para poder actualizar el alquiler que cobra por su vivienda.

# IPC



# IPC

### EL INQUILINO

querrá que el índice “baje” para no sentirse perjudicado si percibe que el precio de su alquiler no refleja el IPC.

Es por eso que, ante los distintos intereses que se conjugan en la sociedad, el Estado es la única institución capaz de brindar un indicador imparcial que pueda ser usado por toda la población. Además, el trabajo de elaboración del índice requiere

del uso de procedimientos mundialmente aceptados y homologados. Estas técnicas de medición a gran escala necesitan de muchos recursos humanos y económicos, por lo cual sólo el Estado puede hacer suya esta responsabilidad.

Este volumen  
**¿Qué es el Índice de Precios al Consumidor? Notas al pie N°1** - Agosto de 2016  
con una tirada de 2.000 ejemplares se terminó de imprimir en el mes de agosto de 2016  
en la imprenta de INDEC, Carlos Calvo 190 C1102AAD Ciudad Autónoma de Buenos Aires.  
República Argentina

