

F
RD
1122

BANCO CENTRAL DE LA REPUBLICA DOMINICANA
OFICINA NACIONAL DE ESTADISTICA
AGENCIA INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (USAID)

METODOLOGIA PARA EL CALCULO DEL INDICE DE
PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LA CIUDAD DE
SANTO DOMINGO, AÑO 1969

SANTO DOMINGO, D. N.
Julio, 1970

F
RD
1122

BANCO CENTRAL DE LA REPUBLICA DOMINICANA
OFICINA NACIONAL DE ESTADISTICA
AGENCIA INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (USAID)

METODOLOGIA PARA EL CALCULO DEL INDICE DE
PRECIOS AL CONSUMIDOR EN LA CIUDAD DE
SANTO DOMINGO, AÑO 1969

SANTO DOMINGO, D. N.
Julio, 1970

I N D I C E

DONADO

	<u>Pág.</u>
Introducción -----	1
Conceptos Básicos -----	2
Estructura y Finalidades del Índice -----	3
a) Usos y Limitaciones del Índice -----	3
Estructura del Índice -----	4
1) Clasificación por Grupos de Ingreso -----	5
2) Clasificación por Grupos "Genéricos" de Mercancías y Servicios -----	7
3) Clasificación por Grupos "Específicos" de Mercancías o Servicios -----	7
Cuadro 1. - Número de Familias, Número de Personas, e Ingreso Familiar Mensual, según Escala de Ingresos, en la Ciudad de Santo Domingo, 1969. -----	10
Cuadro 2. - Clasificación por Grupos Genéricos -----	11
Cuadro 3. - Clasificación por Grupos Específicos ---	32
Sistema de Ponderaciones -----	34
Consideraciones teóricas -----	34
Procedimientos de Cálculo de las Ponderaciones ---	35
1.- Clasificación por Grupos Genéricos -----	35
Fórmulas -----	35
Fórmula de laspeyres -----	36
Fórmula de Paasche -----	38
Fórmula de Fischer -----	39
Selección de Artículos y Servicios para Integrar la Tabla de Coeficientes de Ponderaciones del Índice de Precios al Consumidor -----	40
Recolección de Precios -----	41
Revisión y Tabulación de Precios -----	42
Personal -----	43

Banco Central de la República Dominicana

Oficina Nacional de Estadística

Agencia Internacional para el Desarrollo (USAID)

METODOLOGIA PARA EL CALCULO DEL INDICE DE PRECIOS
AL CONSUMIDOR EN LA CIUDAD DE SANTO
DOMINGO, AÑO 1969

Introducción. - .

Generalmente los índices de precios al detalle se utilizan como indicadores de las variaciones en el costo de la vida, y en este país como muchos otros, se le denomina "Índices del Costo de la Vida". En la actualidad, con el desarrollo de los estudios sobre cuentas nacionales, se ha planteado la necesidad de utilizar los índices de este tipo como instrumentos para deflacionar, algunos componentes de estas cuentas y no solamente para indicar los cambios en el costo de la vida. De ahí que se hace necesario contar con una denominación más acorde con los fines del índice.

En el caso específico de este proyecto, se ha decidido denominarlo "Índice de Precios de Consumo". Desde luego, lo importante no es la denominación, sino comprender claramente los objetivos del índice. Estos objetivos pueden variar, de tal forma que si un índice se diseña para ser utilizado básicamente en la deflación de las Cuentas Nacionales, esto no implica que no pueda ser utilizado para investigar las variaciones en el costo de la vida.

Es oportuno señalar que un número índice sólo nos indica como evoluciona una serie cronológica. No podemos, pues, hablar de la exactitud, sino más bien de la precisión con que el índice refleja un determinado fenómeno, por ej., la variación de los precios. Ahora bien, el conjunto de los precios observados en varios períodos, constituye una serie cronológica pluridimensional, este conjunto se trata de sustituir, mediante un índice de precios, por una sólo cifra. Sin embargo, si tenemos un dato único que represente a todo un conjunto, perdemos información acerca del mismo, por ello es necesario cal-

cular, además de un "Índice General", diferentes índices parciales según los precios que se consideren, las ponderaciones que se usen y las fórmulas con que se calculen. Estos puntos se tratarán ampliamente más adelante.

Conceptos Básicos. -

Cuando se habla de costo de la vida, se está refiriendo implícitamente al costo de un grupo de bienes que corresponden a un cierto nivel o grado de satisfacción. Este costo de vida está determinado básicamente por las fluctuaciones de los precios, y, a más largo plazo, - por los cambios en los productos y en las preferencias de los consumidores.

Por otro lado, no es posible calcular con exactitud el nivel de vida de un grupo determinado de personas, sin embargo, se considera como una aproximación bastante precisa de este nivel, el total de compras de bienes y servicios que realiza la unidad de consumo medido (cierto tipo de familia) a los precios que prevalecen en el mercado al por menor.

En base a lo anterior, podemos decir que un índice utilizado para conocer los cambios en el costo de la vida, refleja la proporción que existe entre los ingresos (o egresos) que permiten el mismo nivel de vida en dos situaciones que difieren respecto a los precios, los gustos de los consumidores, y el medio ambiente. En ocasiones, estos índices sólo reflejan los cambios más importantes que influyen en el costo de la vida, es decir, los de precios. Esta situación se presenta cuando se utilizan en el cálculo fórmulas con ponderaciones fijas, lo que justifica, como más adecuada la denominación de "precios al consumidor" que el de "costo de vida" debido a que no se toman en cuenta todos los elementos que influyen en dicho costo, aunque sí el principal.

Un cambio en el costo de la vida sólo tiene significado cuando es aplicado a un nivel específico de ingreso real. Así el conocimiento de las variaciones del costo de vida de toda la población de un país, no es útil, pues se incluye un grupo demasiado heterogéneo como para poder sacar conclusiones claras, es más adecuado conocer estas variaciones para familias con ingresos entre determinada escala, por ej., entre 100 y 150 pesos, en un período determinado. Es decir, - que un índice que incluya a toda la población, si bien es necesario - para deflacionar grandes agregados, no es adecuado para el fin específico de la estimación de las variaciones en el costo de la vida.

Por otro lado, se considera como unidad de consumo, a un grupo de personas determinado en relación con el cual se calculará el índice, ésta unidad de consumo puede incluir un grupo muy numeroso o muy reducido, de la población, de acuerdo con el fin específico que se busque con el índice. Si éste ha de usarse básicamente para reflejar cambios en el costo de la vida, la unidad de consumo debe ser homogénea y por ello el grupo poblacional incluido no debe ser muy numeroso, si ha de usarse en cambio la relación con grandes totales, como las cuentas nacionales debe incluir a toda la población.

Es necesario advertir que los índices no reflejan niveles, sino variaciones, así por ej., mediante un índice del costo de la vida, no conocemos cuál es dicho costo en un momento dado, sino cómo varió respecto a un período determinado que se conoce como período base.

Estructura y Finalidades del Índice. -

a) Usos y Limitaciones del Índice

El bienestar de un trabajador no depende tanto de los salarios monetarios que recibe sino más bien de la cantidad de bienes y servicios que con esos salarios puede comprar. Esta cantidad de bienes y servicios, conocido como salario real, varía directamente con los salarios nominales e inversamente con el nivel general de los precios de los bienes de consumo. Así, una de las finalidades principales de un índice de precios de consumo es el ajuste de los ingresos de los trabajadores.

El cociente entre un índice nacional de salarios y un índice de precios de consumo, es un índice de salario real. Sin embargo, para poder llevar a cabo estas comparaciones, es esencial que las poblaciones de ambos índices (salarios nominales y precios) sean afines. El índice sólo puede servir a objetivos múltiples en la medida en que pueda ser segmentado, por ello es necesario establecer un sistema de clasificación flexible.

El índice objeto de este proyecto forma parte de un proyecto más amplio. Este sistema es necesario porque la deflación de las cuentas nacionales, por ej., no se debe usar un sólo índice, sino que son necesarios varios de ellos. La utilización de uno u otros índices depende del componente de dichas cuentas que se desee deflacionar.

Estructura del Índice. -

Se considera que la estructura ideal de un índice de precios de consumo debe estar basada en:

1. - Una encuesta sobre gastos familiares obtenida a partir de una muestra representativa de toda la población, así como separadamente de cada grupo geográfico, tipo de familia, nivel de ingresos, etc.
2. - Un sistema de recolección de precios que sea asimismo representativo de estos diferentes componentes de la población.

En lo que se refiere al primer punto se cuenta con una Encuesta sobre "Ingresos y Gastos Familiares en la Ciudad de Santo Domingo", elaborada por el Banco Central de la República Dominicana, la Oficina Nacional de Estadística y Financiamiento de la USAID. Esta encuesta es parte del plan nacional que será ejecutado en varias etapas. El problema de la recolección será tratado posteriormente.

La estructura del índice, se ve a través de las diferentes clasificaciones que se presentan atendiendo a los siguientes criterios:

1. - Clasificación por Grupos de Ingresos.
2. - Clasificación por Grupos "Genéricos" de mercancías y servicios.
3. - Clasificación por Grupos "Específicos de mercancías y servicios."

La clasificación por áreas geográficas se hará cuando se complete la encuesta a nivel nacional.

Un aspecto previo al establecimiento de estas clasificaciones es la determinación de la unidad de consumo y para ello es necesario determinar los objetivos del índice.

Se ha indicado que este tendrá como objetivo fundamental el de servir para deflacionar algunos componentes de las cuentas nacionales, pero se pretende que sea útil como indicador de las variaciones en el costo de la vida. Analizaremos ahora con más detenimiento estas cuestiones.

En la mayoría de los países, la unidad de consumo está limitada en cuanto al número de miembros de la familia que constituye dicha unidad, así como en cuanto a la clase social a que pertenece el jefe de la familia, y en ocasiones en cuanto al nivel mensual de ingresos familiares. En todos estos casos interesa que esta unidad sea homogénea y por lo tanto, que no incluya a un grupo muy numeroso, de ahí que se establezcan límites más o menos rígidos. Estos límites se establecen cuando la finalidad principal del índice es mostrar las variaciones del costo de la vida, los cuales sólo tienen significado cuando se refieren a un grupo específico de la población. Es necesario también determinar ciertos límites cuando un índice de precios al consumidor ha de ser calculado con ponderaciones fijas, pues esto implica que los gustos y los productos no sufran cambios fundamentales durante cierto tiempo, y esto sólo se puede conseguir si la unidad de consumo no es muy heterogénea. Generalmente se considera que la familia de un trabajador urbano medio es la unidad más representativa en este sentido, pues sus preferencias en gran parte están en función de sus ingresos, además de que la standarización de los productos en las ciudades permite satisfacer los requerimientos básicos sin necesidad de cambios repentinos en los módulos de consumo.

En las clasificaciones que a continuación se explican se ha tratado de proporcionar los primeros elementos para posibles desagregaciones en el estudio de las cuentas nacionales, aún cuando los índices no puedan utilizarse inmediatamente para estos propósitos por no estar desarrollados aún dichos estudios.

1. - Clasificación por Grupos de Ingreso. -

La encuesta utilizada en la elaboración del "Índice de Precios al Consumidor" sirvió básicamente para la determinación de las unidades de consumo y para el establecimiento de un sistema de ponderaciones acorde con dichas unidades.

La clasificación por grupos de ingreso se relaciona con la determinación de las unidades de consumo. Para esta determinación, se analizarán los porcentajes que representaban el número de personas, familias, y los ingresos de cada estrato, respecto a la suma de todos los estratos. Se establecieron las siguientes unidades de consumo:

- 1.- Familias con ingreso familiar mensual de 50 a 100 en 1969.
- 2.- Familias con ingreso familiar mensual de 100 a 200 en 1969.
- 3.- Familias con ingreso familiar mensual de 200 a 300 en 1969.
- 4.- Familias con ingreso familiar mensual de 300 a 400 en 1969.
- 5.- Familias con ingreso familiar mensual de 400 a 600 en 1969.
- 6.- Total familias en 1969.

En el Cuadro 1, puede observarse que las 5 primeras unidades de consumo incluyen el 85.3% de las familias, y el 84.6% de las personas, o sea que queda fuera de estas 5 unidades prácticamente el 15% de la población urbana de Santo Domingo.

Si el objetivo principal fuera solamente conocer las variaciones en el costo de la vida, sería suficiente con estas 5 unidades, pues del 15% no considerado, 4.4% está formada por familias con menos de 50 pesos de ingresos mensuales, y para estos grupos es muy difícil calcular índices pues además de que consumen muy pocos artículos, sus ingresos son tan bajos que el gasto es mínimo, además de que en muchas ocasiones subsisten gracias a ciertos donativos en especie de instituciones caritativas, todo lo cual hace que sea complicado establecer el sistema de ponderaciones y el de la recolección de precios que son los elementos fundamentales del índice.

En el mismo cuadro se observa que las familias con ingresos superiores a 800 pesos representan aproximadamente 6% de la población urbana de Santo Domingo, por lo cual no vale la pena hacer un esfuerzo laborioso para construir de un índice que muestre los cambios en el costo de la vida de un grupo tan pequeño. Es decir, lo importante al medir las variaciones del costo de la vida es que estas variaciones afecten a un grupo numeroso, pero homogéneo de la comunidad. Pues no es lógico elaborar índices con aplicación muy limitada y por tanto que no justifiquen el costo y el esfuerzo necesarios para calcularlos.

En la determinación de la unidad de consumo para fines de utilización de los índices en relación con las cuentas nacionales, lo importante son los ingresos totales de las unidades familiares. En este caso no podemos dejar fuera del índice a las familias con ingresos

mayores de 800 pesos mensuales, pues sus ingresos representan el 31.5% del total de ingresos de la población urbana de Santo Domingo, aún cuando a número de personas se refiere no forma un grupo muy numeroso. La inclusión o no de las familias con ingresos menores de 50 pesos no es importante pues los ingresos totales de estas familias representan apenas 0.6%. Sin embargo, como se supone que las cuentas nacionales reflejan características de toda la población, se ha decidido establecer como sexta unidad de consumo al total de las familias.

Inicialmente los usos principales de los índices basados en las cinco primeras unidades de consumo serán los de mostrar las variaciones en el costo de la vida de las familias incluidas en cada una de dichas unidades.

2. - Clasificación por Grupos "Genéricos" de Mercancías y Servicios

Como el propósito de la Encuesta sobre Ingresos y Gastos de las Familias en la Ciudad de Santo Domingo en 1969 fué el de aportar la ponderación para el cálculo del índice del costo de la vida que sustituirá el que actualmente se calcula con base 1941 y la de servir como instrumento de proyección de la demanda, cuando se complete la encuesta a nivel nacional. Por esa razón, aunque la información se refiere a artículos genéricos, es decir, artículos diferenciados entre sí, no se refiere en todos los casos a otros artículos llamados "específicos". Por ejemplo, un artículo genérico es el "arroz" que podría estar compuesto por los específicos de: arroz de primera (superior), de segunda (corriente), etc. Un "grupo genérico" incluye tanto mercancías (genéricas y especificadas) como servicios. Así, en la clasificación por grupos genéricos lo importante es el uso final de los componentes y no el que sean bienes o servicios.

La clasificación por "grupos genéricos" (Cuadro 2) comprende cuatro grupos compuestos por subgrupos, los cuales comprenden a su vez los artículos genéricos o específicos, según el caso.

3. - Clasificación por Grupos "Específicos" de Mercancías o Servicios.

En este caso un grupo específico es aquel que incluye solamente mercancías o servicios, pero no ambos. Esta clasificación es útil para análisis económico comparativo. Si la finalidad fuera sólo conocer las variaciones en el costo de la vida, no sería de mucha utilidad -

esta clasificación, pues el resultado del índice general es el mismo que el obtenido a través de la clasificación por grupos genéricos. Esta clasificación se presenta en el Cuadro 3, tiene la ventaja de que se puede pasar a ella a partir de la clasificación por grupos genéricos, sin necesidad de un esfuerzo extra de recolección de precios, pues los elementos incluidos son los mismos aunque clasificados y agrupados en forma diferente. El esfuerzo extra de ponderación es meramente aritmético y no ofrece dificultad alguna.

En esta clasificación se consideran bienes durables y no durables, cuando se presentan dudas sobre la duración de un bien, se le considera como no durable.

La diferencia fundamental entre estas dos clasificaciones es que en la de grupos genéricos, el punto de partida son los precios de los artículos específicos, los cuales integrados nos dan los subgrupos y estos a su vez los grupos, para así llegar finalmente al índice general. En la clasificación por grupos específicos no partimos de precios, sino de índices parciales de ellos, obtenidos en la clasificación anterior. En este último índice, el desglose de los rubros es mucho menor, así por ejemplo, el grupo de "Alimentos, Bebidas y Tabaco", aparece como un sólo concepto de "bienes no durables". Es necesario elaborar primero los índices de la clasificación de grupos genéricos y después los de la de grupos específicos.

La similitud entre las clasificaciones es que ambas atienden al punto de vista de la demanda.

A fin de justificar porqué se establecen estas dos clasificaciones, citaremos algunos párrafos del documento E/CN3/300 sobre cuentas nacionales del Consejo Económico y Social de la ONU, de febrero de 1965.

Al considerar las clasificaciones múltiples en este documento, se afirma que: "cuando se trata de subdividir las principales categorías que aparecen en las cuentas y balances nacionales es preciso reconocer que las clasificaciones interesantes desde el punto de vista económico varían entre las distintas partes del sistema. Por consiguiente, el problema consiste en especificar cuáles son esas clasificaciones".

Más adelante continúa diciendo: "Estas observaciones pueden ilustrarse con las cuentas corrientes que se refieren respectivamente a la producción y al consumo". El consumo de que habla el documento se divide en consumo privado y consumo del Gobierno, a su vez, el consumo privado se divide en consumo de instituciones y consumo de personas. Un índice de precios al consumidor es adecuado para deflacionar el consumo de las personas.

El documento afirma que "al pasar de la producción al consumo, varía no sólo las categorías utilizadas en la clasificación de los gastos en bienes y servicios, sino también la agrupación de los diferentes agentes activos interesados. Para analizar la distribución y redistribución de los ingresos o la utilización de estos para distintos fines, una agrupación por ramas de producción carece prácticamente de interés. Lo que hace falta es una agrupación que clasifique a individuos e instituciones según su papel como utilizadores, y no como productores de bienes". Y más adelante añade que se debe: "evitar la confusión y superposición de clasificaciones, ya que ambas son enemigas del progreso estadístico".

Estos párrafos resumen las razones que justifican el uso de niveles de ingreso para determinar las unidades de consumo, así como el establecimiento de clasificaciones desde el punto de vista de demanda, pues no hay que olvidar que los índices de precios que nos ocupan reflejan fenómenos que afectan al consumidor final, que es quien ejerce el acto económico de la demanda.

Una clasificación por zonas geográficas se presentará cuando se complete la encuesta nacional, por ahora el índice de la ciudad capital representará el índice de la nación con toda la limitación de lugar que es lógico suponer.

CUADRO 1.- Número de Familias, Número de Personas, e Ingreso Familiar Mensual, según Escala de Ingresos, en la Ciudad de Santo Domingo, 1969.

Escala de Ingresos	Número de Familias		Número de Personas		Ingreso Familiar	
	Total	%	Total	%	Total	%
	<u>552</u>	<u>100.0</u>	<u>3317</u>	<u>100.0</u>	<u>164,260.53</u>	<u>100.0</u>
0 - 50	28	5.1	146	4.4	1,002.23	0.6
50.1 - 100	100	18.1	509	15.3	7,864.81	4.8
100.1 - 200	166	30.1	958	28.9	24,072.51	14.6
200.1 - 300	101	18.3	699	21.1	24,725.23	15.0
300.1 - 400	57	10.3	355	10.7	19,953.75	11.9
400.1 - 600	47	8.5	284	8.6	23,109.49	14.1
600.1 - 800	18	3.2	115	3.5	12,671.83	7.8
800.1 - 1000	12	2.2	93	2.8	10,907.27	6.7
1000 o más	23	4.2	158	4.7	40,313.41	24.5

Cuadro 2. - Clasificación por Grupos Genéricos. -

Código G SG Ag	Grupos Genéricos
0 00 00	<u>General</u>
1 00 00	<u>Alimentos, Bebidas y Tabaco</u>
1 01 00	Cereales y Productos derivados
1 01 01	Arroz
1 01 02	Avena
1 01 03	Corn-Flakes
1 01 04	Fideos, macarrones, etc.
1 01 05	Harina de maíz
1 01 06	Harina de trigo, criolla
1 01 07	Harina de trigo, importada
1 01 08	Harina de Negrito
1 01 09	Maíz en grano
1 01 10	Maíz en mazorca
1 01 11	Maicena
1 01 12	Trigo en grano
1 01 13	Alimentos para niños
1 01 14	Biscochos
1 01 15	Dulces de harina
1 01 16	Galletas dulces, criollas
1 01 17	Galletas dulces, importadas
1 01 18	Galletas saladas, criollas
1 01 19	Galletas saladas, importadas
1 01 20	Galletas de soda, criollas
1 01 21	Galletas de soda, importadas
1 01 22	Galletas corrientes
1 01 23	Pan tostado
1 01 24	Pan sobado
1 01 25	Pan para sandwiches
1 02 00	Raíces, tubérculos y otros alimentos feculentos
1 02 01	Batata
1 02 02	Casabe
1 02 03	Mapüey
1 02 04	Ñame
1 02 05	Papas
1 02 06	Yautía
1 02 07	Yuca

Código G SG Ag	Grupos Genéricos
1 03 00	Azúcar, jarabe y dulce
1 03 01	Azúcar crema
1 03 02	Azúcar refinada
1 03 03	Confituras y chiclets
1 03 04	Dulces, bombones, etc.
1 03 05	Flan
1 03 06	Gelatina
1 03 07	Helados
1 03 08	Mermeladas, dulces de frutas en almíbar (no frutas enlatadas)
1 03 09	Miel de abejas
1 03 10	Pasta de frutas (guayaba, etc.)
1 04 00	Leguminosas secas
1 04 01	Arvejas
1 04 02	Garbanzos
1 04 03	Guandules y habas
1 04 04	Habichelas (frijoles)
1 04 05	Judías
1 04 06	Lentejas
1 05 00	Nueces y semillas oleaginosas
1 05 01	Almendras y nueces
1 05 02	Cocos secos
1 05 03	Maní
1 05 04	Semillas de cajuiles
1 06 00	Legumbres y hortalizas
1 06 01	Ajíes
1 06 02	Ajos
1 06 03	Auyama
1 06 04	Berenjenas
1 06 05	Cebollas
1 06 06	Cebollín
1 06 07	Chayote
1 06 08	Guandules frescos
1 06 09	Habas frescas
1 06 10	Habichuelas (frijoles) frescos
1 06 11	Lechuga
1 06 12	Molondrones

Código G SG Ag	Grupos Genéricos
1 06 13	Pepinos
1 06 14	Rábanos
1 06 15	Remolachas
1 06 16	Repollos
1 06 17	Tomates
1 06 18	Vainitas
1 06 19	Zanahorias
b) envasados	
1 06 20	Espárragos
1 06 21	Frijoles
1 06 22	Guandules
1 06 23	Guisantes (petit-pois)
1 06 24	Garbanzos
1 06 25	Maíz a la crema o entero
1 06 26	Pimientos morrones
1 06 27	Tomates
1 06 28	Jugo de tomates, criollos
1 06 29	Jugo de tomates, importados
1 06 30	Sopa de tomate
1 06 31	Sopa de espárragos
1 06 32	Sopa concentrada (cubito)
1 06 34	Sopa de res
1 06 35	Sopa de pollo y fideos
Frutas	
1 07 00	
1 07 01	Aguacate
1 07 02	Cajuiles
1 07 03	Cocos de Agua
1 07 04	Guineos
1 07 05	Granadillos
1 07 06	Lechosas
1 07 07	Limonas agrias
1 07 08	Limonas dulces
1 07 09	Limoncillos
1 07 10	Mangos
1 07 11	Manzanas
1 07 12	Melones
1 07 13	Naranjas agrias
1 07 14	Naranjas dulces
1 07 15	Nísperos
1 07 16	Peras

Código	Grupos Genéricos
G SG Ag	
1 07 17	Piñas
1 07 18	Plátanos
1 07 19	Toronjas
1 07 20	Uvas criollas
1 07 21	Uvas importadas
1 07 22	Zapotes
1 07 23	Ciruelas pasas
1 07 24	Pasas
1 07 25	Ensalada de frutas
1 07 26	Melocotones
1 07 27	Peras
1 07 28	Pulpa de frutas (compotas)
1 07 29	Manzanas
1 07 30	Melocotones
1 07 31	Peras
1 07 32	Piñas
1 07 33	Uvas
1 08 00	Carnes (frescas y elaboradas). Aves de corral
	a) Carne de res:
1 08 01	Bola limpia
1 08 02	Boliche limpio
1 08 03	Cadera limpia
1 08 04	Carne molida
1 08 05	Cuello
1 08 06	Dobo limpio
1 08 07	Falda
1 08 08	Filete especial limpio
1 08 09	Filete corriente limpio
1 08 10	Grillada
1 08 11	Pecho
1 08 12	Rabo
1 08 13	Rotí limpio
1 08 14	Tapa limpia
1 08 15	Huesos y piltrafas
1 08 16	Bazo
1 08 17	Corazón
1 08 18	Criadilla
1 08 19	Higado

Código	Grupos Genéricos
G SG Ag	

1 08 20	Lengua
1 08 21	Patas
1 08 22	Panza (mondongo)
1 08 23	Pulmón (bofe)
1 08 24	Riñones
1 08 25	Ubres
1 08 26	Sesos
	b) Carne de cerdo
1 08 27	Capa
1 08 28	Costillas (pecho)
1 08 29	Chuletas
1 08 30	Masa de pierna
1 08 31	Menudo (huesos con carne)
1 08 32	Mondongo
1 08 33	Patas
1 08 34	Asadura
1 08 35	Lengua
1 08 36	a) Carne de lanar
1 08 37	b) Carne de caprino
	e) Carnes preparadas:
1 08 38	Carne envasada
1 08 39	Chicharrones
1 08 40	Chorizos
1 08 41	Jamones, criollos
1 08 42	Jamones, importados
1 08 43	Longanizas, butifarras
1 08 44	Morcillas
1 08 45	Mortadella, criolla
1 08 46	Mortadella, importada
1 08 47	Salami
1 08 48	Salchichón, criollo
1 08 49	Salchichón, importado
1 08 50	Salchichas, criollas
1 08 51	Salchichas, importadas
1 08 52	Tocineta
	f) Carnes de aves:
1 08 53	Gallina de patio
1 08 54	Pollo de granja
1 08 55	Pollo de patio
1 08 56	Paloma

Código	Grupos Genéricos
G SG Ag	
1 09 00	Huevos
1 09 01	Huevos (granja)
1 09 02	Huevos (patio)
1 10 00	Pescados y Mariscos
	a) Frescos y congelados
1 10 01	Carite
1 10 02	Colorado
1 10 03	Cojinúa
1 10 04	Mero
1 10 05	Sardinas
1 10 06	Camarones
1 10 07	Langostas
1 10 08	Arenque
1 10 09	Arenque (filete)
1 10 10	Bacalao
1 10 11	Bacalao (filete)
	b) Envasados
1 10 12	Atún
1 10 13	Camarones
1 10 14	Salmón
1 10 15	Sardinas en aceite
1 10 16	Sardinas en salsa de tomate
1 10 17	Carey
1 10 18	Hicotea
1 11 00	Leche y productos lácteos
1 11 01	Leche fresca
1 11 02	Leche pasteurizada
1 11 03	Leche condensada
1 11 04	Leche evaporada
1 11 05	Yogurt
1 11 06	Biólac
1 11 07	Eledón
1 11 08	Lactógeno
1 11 09	Malteada
1 11 10	Pelargón
1 11 11	Similac

Código G SG Ag	Grupos Genéricos
1 11 12	Queso de bola criollo
1 11 13	Queso de bola importado
1 12 00	Aceite y grasas
1 12 01	Aceite de algodón
1 12 02	Aceite de copra (coco)
1 12 03	Aceite de maní
1 12 04	Aceite de oliva
1 12 05	Mantequilla, criolla
1 12 06	Mantequilla, importada
1 12 07	Margarina, criolla
1 12 08	Margarina, importada
1 12 09	Manteca de cerdo, criolla
1 12 10	Manteca de cerdo, importada
1 13 00	Alimentos varios
1 13 01	Aceitunas
1 13 02	Alcaparras
1 13 03	Cocos y cocomalt
1 13 04	Chocolate
1 13 05	Encurtidos
1 13 06	Especies (canela, clavo, etc.)
1 13 07	Levadura
1 13 08	Malagueta, pimienta
1 13 09	Mostaza
1 13 10	Orégano
1 13 11	Polvos para hornear
1 13 12	Recao (cilantro, perejil, etc.)
1 13 13	Sal en grano
1 13 14	Sal molida, criolla
1 13 15	Sal molida, importada
	Salsa de
1 13 16	Tomates, criolla
1 13 17	Tomates, importada
1 13 18	"Katchup" criollo
1 13 19	"Katchup" importado
1 13 20	Mayonesa
1 13 21	Inglesa
1 13 22	China
1 13 23	Picante

Código	Grupos Genéricos
G SG Ag	
1 13 24	Sabores y extracots (vainilla, etc.)
1 13 25	Vinagre criollo
1 13 26	Vinagre importado
1 14 00	Bebidas no alcohólicas
1 14 01	Agua mineral
1 14 02	Agua industrializada
1 14 03	Café en grano
1 14 04	Café molido
1 14 05	Coca-Cola, Pepsi-Cola
1 14 06	Ginger Ale
1 14 07	Guarapo de caña
1 14 08	Hielo
1 14 09	Mabí
1 14 10	Malta (cerveza)
1 14 11	Té
1 16 00	Bebidas alcohólicas
1 16 01	Brandy
1 16 02	Cerveza criolla
1 16 03	Cerveza importada
1 16 04	Cognac
1 16 05	Licores criollos
1 16 06	Licores importados
1 16 07	Ginebra criolla
1 16 08	Ginebra importada
1 16 09	Ron
1 16 10	Vino criollo
1 16 11	Vino importado
1 16 12	Vino Vermout
1 16 13	Whisky
1 17 00	Tabaco
1 17 01	Cigarrillos
1 17 02	Cigarros
1 17 03	Picadura

Código
G SG Ag

Grupos Genéricos

1 15 00	Alimentos preparados fuera de la casa
1 15 01	1. a) Comida preparada fuera del hogar, comprada mediante ajuste por una cantidad fija mensual, quincenal, semanal o diaria para ser consumida en el hogar por la familia, "comida de cantina".
1 15 02	2. b) Comida preparada fuera y comprada por la familia para ser consumida en el hogar (frituras, pizzas, etc.)
1 15 03	3. c) Otras comidas preparadas fuera del hogar (hoteles, restaurantes, fondas) y consumidas fuera por uno o más miembros, incluye el dinero gastado en la escuela, lugar de trabajo, otros.
2 00 00	Vivienda
2 01 00	A. Arriendo bruto y costo de reparación
	Vivienda arrendada
2 01 01	Valor mensual del alquiler
2 01 05	Costo mensual de las reparaciones
	Vivienda comprada a plazo
2 01 02	Pago inicial
2 01 03	Cuota mensual
2 01 05	Cuota mensual de las reparaciones
	Vivienda ocupada por su dueño
2 01 04	Valor imputado mensual del alquiler
2 01 05	Costo mensual de las reparaciones
2 02 00	B. Combustibles y alumbrado
2 02 01	Carbón vegetal
2 02 02	Cuaba
2 02 03	Fósforos
2 02 04	Leña
2 02 05	Gas fluído
2 02 06	Kerosene (gas)
2 02 07	Velas
2 02 08	Energía eléctrica

Código	Grupos Genéricos
G SG Ag	
2 03 00	C. Muebles y Accesorios
2 03 01	Armarios
2 03 02	Bastidores
2 03 03	Butacas
2 03 04	Camas de madera
2 03 05	Camas de hierro
2 03 06	Cama-cuna
2 03 07	Cunas
2 03 08	Catres, hamacas
2 03 09	Catrecitos para niños
2 03 10	Cómoda
2 03 11	Escritorios
2 03 12	Estantes para libros
2 03 13	Gaveteros
	Muebles de madera (juego) para:
2 03 14	Aposento
2 03 15	Comedor
2 03 16	Sala
2 03 17	Muebles de palitos (juego)
2 03 18	Mesas
2 03 19	Mecedoras
2 03 20	Roperos
2 03 21	Sillas, sillones
2 03 22	Tocadores y coquetas
2 03 23	Muebles de metal (juego)
2 03 24	Mesa, sillas, etc. de metal
2 03 25	Mesitas para teléfonos
2 03 26	Alfombras de lana o felpa
2 03 27	Alfombras de paja o fibras
2 03 28	Alfombras sintéticas
2 03 29	Linóleo
2 03 30	Box-spring
2 03 31	Colchones spring
2 03 32	Colchones espumas
2 03 33	Colchones (otros)
2 03 34	Colchonetas
2 03 35	Reparaciones

Código
G SG Ag

Grupos Genéricos

Código	Grupos Genéricos
b) Artículos para el hogar	
2 03 36	Abanicos eléctricos
2 03 37	Bombillos
2 03 38	Botellas, biberones, etc.
2 03 39	Coches, corrales, bañeras, etc. para niños
2 03 40	Espejos y cuadros
2 03 41	Flores artificiales
2 03 42	Herramientas para el huerto y jardín
2 03 43	Lámparas
2 03 44	Maletas para viajes
2 03 45	Objetos para adornos del hogar
2 03 46	Persianas venecianas, cortinas para el sol
2 03 47	Perchas, cepillos, etc. para ropa
2 03 48	Zafacones
2 03 49	Reparaciones
c) Artículos de tejidos o mat. plástico, para el hogar	
2 03 50	Almohadas y cojines
2 03 51	Alfombras para el baño
2 03 52	Cortinas
2 03 53	Cortinas plásticas para el baño
2 03 54	Forros para muebles
2 03 55	Frazadas
2 03 56	Fundas
2 03 57	Manteles y servilletas
2 03 58	Mosquiteros
2 03 59	Sábanas
2 03 60	Toallas para el baño
2 03 61	Toallas para las manos
2 03 62	Toallas para la cocina
2 03 63	Telas (excepto plástico) para artículos del hogar
2 03 64	Hule y tela plástica para artículos del hogar
2 03 65	Hilos y lana para tejer
2 03 66	Pagos por hechura de artículos para el hogar
d) Equipo pesado para el hogar	
2 03 67	Aspiradora de polvo
2 03 68	Congelador (freezer)
2 03 69	Estufa eléctrica
2 03 70	Estufa de gas fluido

Código G SG Ag	Grupos Genéricos
2 03 71	Estufa de kerosene
2 03 72	Equipo de Aire Acondicionado
2 03 73	Máquina para lavar
2 03 74	Máquina para coser
2 03 75	Nevera eléctrica
	e) Equipo liviano, para la mesa, cocina y lavandería
2 03 76	Canasto para ropa, cordeles, etc.
2 03 77	Cuchillos, cucharas y tenedores
2 03 78	Fuentes, platones, jarros, etc.
2 03 79	Platos, tazas, platillos y otros
2 03 80	Piezas sueltas
2 03 81	Plancha eléctrica
2 03 82	Plancha de hierro
2 03 83	Sartenes, ollas, cacerolas, etc.
2 03 84	Tabla para planchar, criolla
2 03 85	Tabla para planchar, importada
2 03 86	Tina para lavar
2 03 87	Tostadora, batidora, licuadora
2 03 88	Utensilios de material plástico
2 03 89	Vajilla de loza
2 03 90	Vasos y copas de cristal
2 04 00	D. Cuidado y mantenimiento de la casa
	a) Artículos para la limpieza
2 04 01	Agua
2 04 02	Almidón
2 04 03	Azul y similares
2 04 04	Baldes
2 04 05	Brochas para pintar
2 04 06	Cera y aceite para pisos, etc.
2 04 07	Cloro y similares
2 04 08	Desodorantes y desinfectantes
2 04 09	Escobas, cepillos, etc.
2 04 10	Esponjas de metal (brillo)
2 04 11	Insecticidas
	Jabón:
2 04 12	En escama
2 04 13	Líquido
2 04 14	En polvo (Fab, Ace, etc.)
2 04 15	En pasta

Código	Grupos Genéricos
2 04 16	Limpia-pies de cualquier clase
2 04 17	Líquidos para limpiar
2 04 18	Papel encerado
2 04 19	Papel sanitario
2 04 20	Platos y vasos de papel
2 04 21	Polvo limpiador (Farola)
2 04 22	Servilletas y toallas de papel
	b) Servicios domésticos y reparación
2 04 23	Basura
2 04 24	Cuidado del jardín o patio
	Instalación y reparación de:
2 04 25	Aire acondicionado
2 04 26	Calentador
2 04 27	Lámparas
2 04 28	Toldos, tela metálica, etc.
2 04 29	Lavado fuera de la casa
2 04 30	Servicio doméstico
3 00 00	Prendas de vestir, calzados y accesorios
3 01 00	A. Compra de telas, hechura y cuidado ropa
3 01 01	Casimir (para hombres y niños)
3 01 02	Dacrón
3 01 03	Dril criollo
3 01 04	Dril importado
3 01 05	Gabardina
	b) Para mujeres y niñas
3 01 06	Algodón criollo
3 01 07	Algodón importado
3 01 08	Dacrón
3 01 09	Jersey
3 01 10	Lino (tela de hilo)
3 01 11	Rayón
3 01 12	Seda
	d) Accesorios para la costura
3 01 13	Botones
3 01 14	Cintas, encajes, trencillas, etc.
3 01 15	Hilo para coser, criollo
3 01 16	Hilo para coser, importado
3 01 17	Tela para forro, criolla
3 01 18	Tela para forro, importada

Código
G SG Ag

Grupos Genéricos

3 01 19	Reparación de ropas
	f) Lavado y planchado de ropa en lavandería
3 01 20	Para hombre
3 01 21	Para mujer
3 02 00	B. Para hombres y niños
	a) Prendas de vestir confeccionadas
3 02 01	Abrigos y suéteres
3 02 02	Chaquetas cortas, "jackets"
3 03 03	Chacabana
	Trajes de:
3 02 04	Casimir
3 02 05	Dacrón
3 02 06	Dril
3 02 07	Gabardina
3 02 08	Para baño
	Pantalones de:
3 02 09	Casimir
3 02 10	Dacrón
3 02 11	Dril
3 02 12	Gabardina
3 02 13	"Mahoma
3 02 14	Ropa especial para trabajo
3 02 15	Uniformes
	Camisas de:
3 02 16	Algodón
3 02 17	Dacrón
3 02 18	Tejido de punto (polo shirts)
3 02 19	Guayabera de algodón
3 02 20	Guayabera de dacrón
3 02 21	Batas para el baño
3 02 22	Camisetas
3 02 23	Pantaloncillos de algodón
3 02 24	Pantaloncillos de tejidos de punto
3 02 25	Pijamas
	Medias de:
3 02 26	Algodón
3 02 27	Nylon
3 02 18	Seda

Código	Grupos Genéricos
--------	------------------

b) Calzados y sus reparaciones

3 02 29	Zapatos de piel
3 02 30	Zapatos de material plástico
3 02 31	Zapatos tennis
3 02 32	Pantuflas y chancletas
3 02 33	Reparación de calzado
3 02 34	Limpieza de calzado

c) Accesorios y efectos personales

3 02 35	Corbatas
3 02 36	Correas, billeteras
3 02 37	Gorras (cachuchas)
3 02 38	Joyas (especifique)
3 02 39	Pañuelos
3 02 40	Relojes
3 02 41	Sombreros
3 02 42	Reparación de relojes y prendas

3 03 00 C. Para mujeres y niñas

a) Prendas de vestir confeccionadas

3 03 01	Abrigos (todas clases)
3 03 02	Suéteres
3 03 03	Batas para la casa

Blusas de:

3 03 04	Algodón
3 03 05	Dacrón o nylon
3 03 06	Rayón
3 03 07	Seda
3 03 08	Faldas
3 03 09	Pantalones

Trajes de:

3 03 10	Algodón
3 03 11	Dacrón
3 03 12	Rayón
3 03 13	Seda
3 03 14	Otras telas
3 03 15	Para baño
3 03 16	Uniformes
3 03 17	"Brassiers" (todas clases)

Código
G SG Ag

Grupos Genéricos

Batas de dormir de:

3 03 18 Algodón
3 03 19 Dacrón, nylon
3 03 20 Jersey
3 03 21 Fajas, fajas "panties", etc.
3 03 22 Fajas para ligas

Panties de:

3 03 23 Algodón
3 03 24 Dacrón
3 03 25 Jersey
3 03 26 Tejido de punto
3 03 27 Pijamas de algodón
3 03 28 Pijamas de dacrón
3 03 29 Pijamas de jersey

Refajos y medio fondos de:

3 03 30 Algodón
3 03 31 Dacrón
3 03 32 Jersey
3 03 33 Otras telas
3 03 34 Medias de nylon
3 03 35 Medias cortas

b) Calzados y sus reparaciones

3 03 36 Zapatos de piel
3 03 37 Zapatos de material plástico
3 03 38 Zapatos tennis
3 03 39 Zapatillas
3 03 40 Pantuflas y chancletas
3 03 41 Reparación de calzados
3 03 42 Limpieza de calzados

c) Accesorios y efectos personales

3 03 43 Carteras (bolsos)
3 03 44 Cinturones, billeteras
3 03 45 Cintas para el pelo, flores, etc.
3 03 46 Joyas (especifique)
3 03 47 Pañuelos, redecillas, etc.
3 03 48 Relojes
3 03 49 Sombrillas
3 03 50 Reparación de relojes y prendas

Código
G SG Ag

Grupos Genéricos

-
- 3 04 00 D. Para niños menores de 2 años de edad
- a) Prendas de vestir confeccionadas
- 3 04 01 Abriguitos
- 3 04 02 Baticas
- 3 04 03 Camisetitas y fajas
- 3 04 04 Camisas y pantalones
- 3 04 05 Yaques
- 3 04 06 Canastilla (ajuar completo para el bebé)
- 3 04 07 Flucitos
- 3 04 08 Gorras y sombreritos
- 3 04 09 Panties
- 3 04 10 Pañales
- 3 04 11 Pijama para dormir
- 3 04 12 "Polo shirts"
- 3 04 13 Suéters
- 3 04 14 Refajitos (todas las telas)
- 3 04 15 Medias
- b) Calzado y sus reparaciones
- 3 04 16 Botas y zapatos de piel
- 3 04 17 Botas y zapatos de hilo
- 3 04 18 Botas y zapatos de tela
- 3 04 19 Zapatos plásticos
- 3 04 20 Reparaciones
- c) Accesorios y efectos personales
- 3 04 21 Carteritas (bolsitos)
- 3 04 22 Frazaditas
- 3 04 23 Joyas (especifique)
- 4 00 00 Diversos
- 4 01 00 A. Cuidados médicos
- a) Servicios médicos
- Consulta médica:
- 4 01 01 En consultorio privado
- 4 01 02 A domicilio
- 4 01 03 Análisis de laboratorio
- 4 01 04 Electrocardiograma

Código
G SG Ag

Grupos Genéricos

Clínicas:

4 01 05 Privadas
4 01 06 Semiprivadas
4 01 07 Sala de operaciones
4 01 08 Parto
4 01 09 Enfermera
4 01 10 Inyecciones

Servicios del oculista:

4 01 11 Consultas
4 01 12 Espejuelos
4 01 13 Prima de seguro contra enfermedad

4 02 00 B. Gastos en cuidados personales

a) Servicios de barbería y salones de belleza

4 02 01 Corte de pelo
4 02 02 Desrizado
4 02 03 Lavado y peinado
4 02 04 Tintes
4 02 05 Arreglo de uñas
4 02 06 Gimnasio
4 02 07 Masaje

b) Artículos para el cuidado personal

4 02 08 Dentífricos y líquidos bucales
4 02 09 Shampoos, tintes y otras preparaciones
para pelo
4 02 10 Cepillos, peines, peinillas
4 02 11 Desodorantes
4 02 12 Limas, navajas, hojas para afeitarse
4 02 13 Jabones para el baño
4 02 14 Jabones y pastas para afeitarse
4 02 15 Polvos faciales
4 02 16 Polvos para el tocador
4 02 17 Perfumes, lociones, aguas de colonia, etc.
4 02 18 Cremas faciales
4 02 19 Cremas para las manos
4 02 20 Aceites, sales y otros para el baño
4 02 21 Servilletas higiénicas, etc.
4 02 22 Rolos, pinchos y otros para el pelo
4 02 23 Gorros para el baño
4 02 24 Secador para el pelo
4 02 25 Máquinas para afeitarse

Código
G'SG Ag

Grupos Genéricos

4 03 00	C. Esparcimiento y diversiones -lectura
	a) Equipo y accesorios incluida su reparación
4 03 01	Grabadora
4 03 02	Radio-tocadiscos (consola)
4 03 03	Radio de mueble o mesa
4 03 04	Radio portátil
4 03 05	Televisor
4 03 06	Cámaras fotográficas
4 03 07	Películas y revelado
	Equipo para:
4 03 08	Pesca
4 03 09	La caza
4 03 10	El base-ball
4 03 11	El volley-ball
4 03 12	Tennis
4 03 13	Reparación
	b) Servicio de esparcimiento y diversiones
4 03 14	Espectáculos deportivos
4 03 15	Diversiones infantiles
4 03 16	Discos y música escrita
4 03 17	Materiales y equipo para aficciones artísticas
4 03 18	Bailes
4 03 19	Billetes
4 03 20	Quinielas
4 03 21	Rifas
4 03 22	Juguetes
	c) Libros, periódicos y revistas
4 03 23	Compra y alquiler de libros (no escolares)
4 03 24	Periódicos (suscripciones y ejemplares sueltos)
4 03 25	Revistas (suscripciones y ejemplares sueltos)
4 03 36	Papel, sobres, lápices, bolígrafos (no para uso de la escuela)
4 04 00	D. Educación y cultura
	Gastos de matrícula:
4 04 01	Primaria
4 04 02	Secundaria
4 04 03	Universitaria
4 04 04	Vocacional

Código
G SG Ag

Grupos Genéricos

4 04 05	Mensualidad por estudio y alojamiento
4 04 06	Pagos por clases de idiomas, música, baile, etc.
4 04 07	Gastos especiales p. enseñanza universitaria
4 04 08	Textos, libros, y equipo escolar
4 04 09	Contribuciones especiales
4 05 00	E. Transporte
	a) Equipo de transporte, privado
4 05 01	Precio de la compra (contado, crédito)
4 05 02	Valor del vehículo dado como abono
4 05 03	Pago inicial de compra
4 05 04	Valor del pagaré mensual
4 05 05	Valor total pagado
4 05 06	Matrícula para vehículos
4 05 07	Primas de seguros (todas)
4 05 08	Licencia para conducir
4 05 09	Gastos de aprendizaje
	b) Compra de accesorios y servicios
4 05 10	Baterías
4 05 11	Gasolina y aceite
4 05 12	Gomas
4 05 13	Gastos en reparación
4 05 14	Gastos en chofer privado
4 05 15	Engrase y lavado
4 05 16	Recauchado y vulcanización
	c) Compra de servicios de transporte
	Dentro de la ciudad:
	a la escuela
4 05 17	Automóvil
4 05 18	Guagua
	al trabajo
4 05 19	Automóvil
4 05 20	Guagua
4 06 00	F. Comunicaciones
4 06 01	Franqueo de correspondencia
4 06 02	Telegramas, cables
4 06 03	Llamadas telefónicas
4 06 04	Servicio de teléfono

Código
G SG Ag

Grupos Genéricos

4 07 00	G. Impuestos, contribuciones, regalos, etc.
4 07 01	Contribuciones y limosnas
4 07 02	Cuotas filantrópicas, culturales, etc.
4 07 03	Donaciones en efectivo a personas que no son miembros de la familia
	Gastos en:
4 07 04	Defunciones, cementerio
4 07 05	Matrimonios, bautizos
4 07 06	Jurídicos, multas
4 07 07	Regalos
4 07 08	Impuestos sobre la renta
4 07 09	Otros impuestos personales
4 07 10	Pagos hipotecarios
4 07 11	Primas de seguro personal (de vida, educación, salud, etc.) No. S. S.
4 07 12	Seguro social
4 08 00	H. Gastos realizados o destinados al exterior
4 08 01	Regalos (no en efectivo) enviados durante el mes a personas residentes en el exterior
4 08 02	Gastos hechos en el exterior por residentes del país.
4 08 03	Valor enviado al exterior sin fines comerciales

CUADRO 3. - Clasificación por Grupos Específicos. -

Código G SG Ag	Grupos Específicos
0 00 00	<u>GENERAL</u>
A 00 00	<u>BIENES</u>
A 0 A 00	<u>NO DURABLES</u>
1 00 00	Alimentos, Bebidas y Tabaco
2 02 01	Carbón vegetal
2 02 02	Cuaba
2 02 03	Fósforos
2 02 04	Leña
2 02 05	Gas fluído
2 02 06	Kerosene (gas)
2 02 07	Velas
2 03 50-66	Artículos de tejidos o material plástico para el hogar
2 04 01-22	Artículos para la limpieza
3 01 01-18	Compra de telas
3 02 01-28	Prendas de vestir confeccionadas para hombres y niños
3 02 29-32	Calzados para hombres y niños
3 02 35-41	Accesorios y efectos personales para hombres y niños
3 03 01-35	Prendas de vestir confeccionadas para mujeres y niñas
3 03 36-40	Calzados para mujeres y niñas
3 03 43-49	Accesorios y efectos personales para mujeres y niñas
3 04 01-15	Prendas de vestir confeccionadas para niños menores de dos años
4 03 23-26	Libros, periódicos y revistas
4 05 10	Baterías
4 05 11	Gasolina y aceite
4 05 12	Gomas
4 02 08-25	Artículos para el cuidado personal
4 03 16	Discos y música escrita
3 04 16-19	Calzados para niños menores de dos años
3 04 21-22	Accesorios y efectos personales para niños menores de dos años

Código
G SG Ag

Grupos Específicos

A OB 00

DURABLES

2 03 67-75

Equipo pesado para el hogar

2 03 76-94

Equipo liviano, para el hogar

4 03 01-12

Equipo y accesorios

4 05 01-05

Equipo de transporte

B 00 00

SERVICIOS

2 01 00

Arriendo bruto y costo de reparación

2 02 08

Energía eléctrica

2 03 35

Reparaciones de muebles y accesorios

2 03 49

Reparaciones de artículos para el hogar

2 04 23-30

Servicio doméstico y reparación

2 04 42

Reparación de relojes y prendas

3 03 41

Reparación de calzados

3 03 42

Limpieza de calzados

3 03 50

Reparación de relojes y prendas

4 01 01-12

Cuidados médicos

4 01 13

Prima de seguro contra enfermedad

4 02 1-07

Servicio de barbería

4 03 13

Reparación equipo

4 03 14-15

Servicio de esparcimiento

4 04 01-09

Gastos de matrícula

4 05 06-09

Otros gastos de transporte

4 05 21-26

Otras salidas en vehículos

4 06 00

Comunicaciones

4 07 00

Impuestos, contribuciones, regalos

4 08 01

Gastos realizados o destinados al exterior

Sistema de Ponderaciones. -

Consideraciones teóricas.

El precio "absoluto" de un artículo es el monto de dinero que hay que pagar a cambio de una unidad de ese artículo, esta unidad puede ser, una libra, una botella, un litro, una docena, etc. Es decir, que estos precios se refieren a una cantidad específica de un artículo.

En los índices de precios nos interesan más las variaciones de los precios "absolutos" que su nivel en un momento dado. Los precios "relativos" son los que nos muestran las variaciones de los precios absolutos; se obtienen mediante el cociente del precio absoluto de un artículo, en dos períodos diferentes (o lugares, cuando la comparación es el espacio). Al período correspondiente al precio que aparece en el numerador, se le conoce como "período en estudio", mientras que al período del precio del denominador se le conoce como período de referencia o "período base".

Cuando se dispone de un grupo de artículos de consumo, se puede calcular un índice de precios al consumidor, obteniendo los precios relativos de cada artículo, referidos todos ellos al mismo período base. El índice será el promedio de esos precios relativos.

Sin embargo, como los artículos no tienen la misma importancia dentro del presupuesto del consumidor, el índice no se puede obtener como un promedio simple. Se debe asignar a cada artículo una importancia relativa respecto a los demás, a esta importancia relativa se le conoce como "ponderación".

En esta forma los índices se obtienen como promedios ponderados de los precios relativos.

A través del sistema de ponderaciones, es posible obtener índices más o menos amplios, a partir de índices parciales.

El sistema de ponderaciones se establece para un año dado y se mantiene fijo durante varios años, o bien cambiarlo año por año. En el primer caso tenemos "ponderaciones fijas" y en el segundo "ponderaciones variables". Estos sistemas de ponderaciones reflejan lo que podemos llamar la "estructura de preferencias efectivas". Es una estructura efectiva porque se manifiesta a través del gasto de los consumidores, es decir, su presupuesto realizado.

Procedimientos de Cálculo de las Ponderaciones. -

1.- Clasificación por grupos genéricos.

La información para el cálculo de las ponderaciones a nivel de subgrupos y grupos está tabulada en la encuesta.

Las ponderaciones de los subgrupos y de los grupos, en cada unidad de consumo, se obtuvieron mediante los siguientes cocientes:

$$\frac{\text{Gasto Familiar en el Subgrupo}}{\text{Gasto familiar en el grupo que incluye este subgrupo}} = \text{Ponderación del subgrupo respecto al grupo.}$$

$$\frac{\text{Gasto familiar en el grupo}}{\text{Gasto familiar total}} = \text{Ponderación del grupo respecto al total de grupos.}$$

La suma de las ponderaciones de los subgrupos dentro de cada grupo es igual a 100.0, asimismo, la suma de las ponderaciones de los grupos es igual a 100.0.

En símbolos,

$$\sum_{i=1}^n W_i = 100.0 \text{ donde } 0 \leq W \leq 1$$

FORMULAS :

Como se ha dicho, los índices se calcularán para 6 unidades de consumo diferentes. Las cinco primeras unidades, representadas por familias con ingresos mensuales entre 50 y 100; entre 100 y 200; - entre 200 y 300; entre 300 y 400; y entre 400 y 600; respectivamente, las podemos considerar homogéneas en cuanto a sus hábitos de consumo. No así la sexta unidad que abarca a toda la zona urbana y por ello incluye grupos heterogéneos.

Se ha dicho que cuando la unidad de consumo es homogénea es factible utilizar fórmulas que empleen ponderaciones fijas, haciendose revisiones periódicas de estas ponderaciones cada 5 o 10 años. En caso de la sexta unidad de consumo se presenta la necesidad de cambiar la estructura de ponderaciones lo más frecuentemente posible, a través del levantamiento de encuestas.

Existen varias fórmulas para calcular índices de precios, sin embargo, en la práctica se utilizan casi exclusivamente tres de ellas:

para ponderaciones fijas, la fórmula de Laspeyres y para ponderaciones variables la de Paasche y la de Fisher, que es una media geométrica de la de Laspeyres y la de Paasche.

Fórmula de Laspeyres

Esta fórmula se expresa mediante el siguiente cociente:

$$I_i = \frac{\sum P_i Q_0}{\sum P_0 Q_0} \quad (1)$$

En el caso de un índice de precios al consumidor, los componentes de ésta fórmula tienen el siguiente significado:

I_i = Índice en el período de estudio.

P_i = Precio de los artículos que compran los consumidores finales, en el período para el que se está calculando el índice, o sea, el "período en estudio".

P_0 = Precio de dichos artículos en el período de referencia o período base.

Q_i = Cantidad de dichos artículos que compran los consumidores en el período de estudio.

Q_0 = Cantidad de dichos artículos que compran los consumidores en el período base.

Ahora bien, la fórmula (1) tiene algunas variantes, de las cuales se utilizan en la práctica las dos siguientes:

$$I_i = I_{i-1} \frac{\sum P_{i-1} Q_0 \frac{P_i}{P_{i-1}}}{\sum P_{i-1} Q_0}$$

Donde las magnitudes con subíndice $i - 1$ se refieren al período inmediato anterior al de estudio.

Otra variante es:

$$I_i = \sum \frac{P_i}{P_0} \cdot W_0 \quad (3)$$

$$\text{donde } W_o = \frac{P_o Q_o}{\sum P_o Q_o} = \text{Ponderación}$$

La fórmula (2) tiene la ventaja de que, en el numerador del segundo miembro, aparece el cociente P_i/P_{i-1} , es decir, que se conoce para cada artículo el precio relativo respecto al período anterior. Esta característica es útil porque para calcular la influencia que tuvo cada artículo en el índice, se multiplica la variación en porcentaje respecto al período anterior, por la ponderación de ese artículo. La variación en por ciento la dá automáticamente esta fórmula a través del cociente $P_i/p_i - 1$, mientras que si usamos la fórmula (1) o (3), tenemos que calcular por separado este cociente para cada artículo del índice. Sin embargo, esta variante tiene la desventaja de que como en ella aparece el índice en el período anterior (I_{i-1}), basta con que en un período cualquiera se cometa un error, para que en todos los períodos siguientes se "arrastre" ese error y cada nuevo error cometido se irá acumulando con los que venía arrastrando el índice. En esta forma, si se encuentra un error en el período, la corrección no se debe hacer sólo en ese período, sino en todos los subsiguientes.

En la fórmula (3), en el segundo miembro aparece el cociente P_i/P_o , o sea, que se conoce para cada artículo el precio relativo respecto al período base. Además se conocen explícitamente las ponderaciones de cada artículo, mientras que en las fórmulas 1 y 2 estas ponderaciones están implícitas.

Además, en esta fórmula la ponderación: $P_o Q_o / \sum P_o Q_o$ se puede expresar como $V_o / \sum V_o$ (donde V_o es el valor de un artículo en el período base, expresando en nuestro caso, a través del gasto familiar. Mientras que $\sum V_o$ es la suma de los valores de todos los artículos en el período base) y esto tiene la ventaja de que no es indispensable conocer la magnitud Q_o por separado, sino que es suficiente con conocer el producto $P_o Q_o$, o sea, V_o . Esta característica es útil sobre todo si el índice incluye servicios, pues en este caso no se puede hablar de cantidad Q propiamente tal.

Además en esta forma se facilita el cálculo de las ponderaciones a través de los gastos de los consumidores, captados en una encuesta, por ejemplo.

En caso de que se cometa un error en un índice, este error sólo se reflejaría en el índice de este período y no afectaría a los índices posteriores, como en el caso (2).

En esta fórmula finalmente, se expresan más claramente las características del índice como promedio ponderado de precios relativos.

De este análisis, se decide utilizar la fórmula (3) para el cálculo de los índices de las cinco primeras unidades de consumo.

Fórmula de Paasche

Esta fórmula se expresa mediante el siguiente cociente:

$$I_i = \frac{\sum P_i Q_i}{\sum P_o Q_i} \quad (4)$$

Una variante similar a la fórmula (3) es la siguiente:

$$I_i = \sum \frac{P_i}{P_o} W_i, \quad \text{donde } W_i = \frac{P_o Q_i}{\sum P_o Q_i} \quad (5)$$

En este caso, en el cociente $\frac{P_o Q_i}{\sum P_o Q_i}$, si es necesario conocer por separado las magnitudes $\sum P_o Q_i$, P_o y Q_i . Sin embargo, si por alguna razón no se conocen los Q_i , la fórmula de Paasche se puede expresar en la siguiente forma:

$$I_i = \sum \frac{P_i}{P_o} W_i, \quad \text{donde } W_i = \frac{\frac{P_o}{P_i} (P_i Q_i)}{\sum \frac{P_o}{P_i} (P_i Q_i)} \quad (6)$$

En este caso la magnitud $P_i Q_i$, se puede expresar como un valor V_i , y por ello no es necesario conocer explícitamente las Q_i .

Ya que en la fórmula de Laspeyres se puede ponderar mediante cocientes de valores corrientes en el período base (form. 3), a menudo se piensa que en la de Paasche se puede ponderar mediante cocientes de valores corrientes en el período de estudio y se utiliza la siguiente fórmula:

$$I_i = \sum \frac{P_i}{P_o} W_i \quad \text{donde } W_i = \frac{P_i Q_i}{\sum P_i Q_i} \quad (7)$$

Debe quedar claro que en realidad esta fórmula no es la de Paasche, pues en esta fórmula (7), se pondera mediante cocientes de valores a precios corrientes, mientras que en Paasche se pondera mediante cocientes de valores a precios del período base (form. 5). La (7)

es la fórmula de Palgrave. Una ventaja de utilizar la fórmula de Paasche para deflacionar los datos de consumo de las personas, dentro del análisis de las cuentas nacionales, es que, además de servir para estos fines, combinada con una fórmula de cantidades de Laspeyres nos proporciona un índice de valor, a través del siguiente producto:

$$\frac{\sum P_i Q_0}{\sum P_0 Q_i} \cdot \frac{P_i Q_i}{P_0 Q_0} = \frac{\sum P_i Q_i}{\sum P_0 Q_0} = \frac{\sum V_i}{\sum V_0} = \text{I de valor (A)}$$

Donde el primer factor del primer miembro es un índice de precios de Paasche y el segundo factor es un índice de cantidades de Laspeyres.

El índice de valor también podría obtenerse mediante el siguiente producto:

$$\frac{\sum P_i Q_0}{\sum P_0 Q_0} \cdot \frac{\sum P_i Q_i}{\sum Q_0 P_i} = \frac{\sum P_i Q_i}{\sum P_0 Q_0} = \frac{\sum V_i}{\sum V_0} = \text{I de valor (B)}$$

El primer factor del primer miembro es un índice de precios de Laspeyres y el segundo factor es un índice de cantidades de Paasche.

En el procedimiento B, se supone que se cuenta con índices de cantidades de Paasche y por ello es útil tener índices de precios de Laspeyres. Sin embargo, en la práctica la mayor parte de las veces los índices de cantidades se calculan con Laspeyres por conveniencia de cálculo.

Después de analizar las diferentes variantes de la fórmula de Paasche se ha seleccionado la fórmula (6) por sus ventajas de cálculo y las características conceptuales de la fórmula de Paasche para el cálculo de los índices de la sexta unidad de consumo.

Fórmula de Fischer. -

La fórmula ideal de Fischer se expresa, como se dijo, mediante la media geométrica de las de Laspeyres y Paasche:

$$I = \sqrt{\frac{\sum P_i Q_0}{\sum P_0 Q_0} \cdot \frac{\sum P_i Q_i}{\sum P_0 Q_i}} \quad (8)$$

Esta fórmula tiene la desventaja de la de Paasche en cuanto a problemas de disponibilidad estadística. Tiene la ventaja de que nunca puede ser la más alejada de la realidad de las tres fórmulas más usadas pues está en medio de la de Laspeyres y la de Paasche. Esta fórmula puede usarse para comparaciones a largo plazo.

SELECCION DE ARTICULOS Y SERVICIOS PARA INTEGRAR LA
TABLA DE COEFICIENTES DE PONDERACIONES DEL INDICE
DE PRECIOS AL CONSUMIDOR. -

A continuación se describe el procedimiento a seguir para seleccionar los artículos que integrarán los diversos índices de precios al consumidor en la ciudad de Santo Domingo. Se seleccionarán aquellos artículos y servicios consumidos durante el período de la encuesta, por el 25% o más de las familias en lo concerniente a: alimentos, bebidas y tabaco, y viviendas; sin embargo, en algunos casos, se tomarán en cuenta ciertos consumos efectuados por un número de familias inferior al 25%, pero próximo a esta cifra.

En relación a los artículos de consumo menos frecuentes, como las prendas de vestir, calzados, accesorios y diversos.

Se tomarán los de mayor representación dentro del grupo respectivo.

El siguiente procedimiento se seguirá para la selección del artículo:

- a) En el grupo de alimentos, bebidas y tabaco se seleccionarán todos los artículos que fueron consumidos por el 25% de las familias.
- b) Los artículos consumidos por menos del 25% de las familias se acumularán sus valores a los artículos seleccionados en el punto a), según que sean o no, afines de la manera siguiente:
 - i) Para los afines, por ejemplo: las galletas, se acumula su valor al pan de agua, la harina de trigo al pan de agua también.
 - ii) Para los artículos que no guardan afinidad con los seleccionados, sus valores se distribuyen proporcionalmente entre los de artículos ya elegidos en el punto a), después de efectuadas las adiciones conforme se señala en el literal i).

Las cifras obtenidas mediante el procedimiento anterior se les llamará "Valores Ajustados".

- c) Los rubros 1-15 00, "Alimentos preparados fuera de la casa", y 4-06 13, "Gastos fuera del hogar", se distribuye su valor proporcionalmente, al valor ajustado de aquellos artículos ya seleccionados del grupo alimentos, bebidas, y tabaco. A estos nuevos valores se les llamará "Valores Reajustados". A casos similares se aplicará el mismo criterio que a los "Alimentos preparados

fuera de la casa", por ejemplo: obsequios y otros consumos del grupo diversos.

Determinando los valores reajustados para los distintos artículos seleccionados, se dividen dichos valores por el total de familias que consumieron dichos artículos, obteniéndose el promedio de gastos mensuales por familia. Este promedio de gastos mensuales dividido a su vez por el precio unitario de cada artículo seleccionado dará la cantidad promedio mensual consumida por cada familia. Quedando de este modo constituida la tabla de consumos básicos, en cantidades y valores destinada al cálculo del índice de precios al consumidor.

Recolección de Precios. -

Es este el aspecto más importante y de difícil implementación práctica. La recolección de precios es el principal problema práctico de índices de precios.

La clasificación por grupos genéricos consta de 270 artículos; consumidos por 25% o más de las familias, ahora bien, cada artículo genérico estará formado, en promedio, por tres artículos específicos, de tal forma que se necesitará recoger alrededor de 810 cotizaciones, el número de cotizaciones que se necesitarían periódicamente sería de 3,240. Además, para mantener cierto control sobre la calidad de la información, será necesario tener, en promedio, tres fuentes de información para cada precio, lo que hace que el número de cotizaciones que hay que manejar mensualmente sea de 9,720 aproximadamente. Sin embargo, para algunos artículos no será necesario recoger semanalmente sus precios, sino cada dos meses o más, mientras que para otros será necesario investigar sus precios varias veces al mes. En resumen, tomando en consideración los siguientes factores: variaciones de los precios de artículos y servicios en el mercado, y limitación de personal, de acuerdo con esto, se establecerán cuatro períodos de recolección:

- a) Semanal : Para artículos cuyos precios varían frecuentemente (ej: artículos estacionales), frutas, vegetales frescos, pescado, y mariscos frescos.
- b) Mensual : Artículos alimenticios tales como: vegetales frescos, secos, y productos de granos.
- c) Trimestral : Resto de los sub-grupos de artículos y servicios cuyos precios aunque variables permanecen constantes por cierto tiempo.
- d) Semestral : Artículos y servicios cuyos precios se mantienen constantes por mucho tiempo, tales como: elec-

tricidad y hielo; gastos misceláneos de vivienda; servicio de vestuario; transporte; cuidados médicos; y educación.

Los precios semanales se recolectarán los miércoles. La recolección mensual se efectuará en la última semana de cada mes. Las recolecciones trimestrales y semestrales se realizarán en la semana que comprende el día 15 del trimestre o semestre respectivo.

Con respecto a los precios en baratillo, estos se tomarán solamente bajo ciertas circunstancias, tales como: si el artículo ha estado en baratillo por lo menos durante tres días incluyendo el día en que se realiza la recolección y además, si estos artículos están en buenas condiciones y forman parte de la existencia regular del almacén. No se recolectarán precios en almacenes que estén liquidando sus mercancías. Como medio de comprobar la veracidad de la información obtenida por el recolector, se efectuará la revisión de la recolección y para esto se escogerá un grupo de formularios, los cuales serán verificados telefónicamente si es posible, o por visita personal del Sub-Jefe de la Unidad al establecimiento seleccionado. Se establecerá la norma de rotar el trabajo de los recolectores.

Revisión y Tabulación de los Precios. -

Realizada la labor de campo, los formularios pasarán a manos del Sub-Jefe de la Unidad, quien se encargará de revisarlos detalladamente de acuerdo con instrucciones preparadas para tal efecto. Los precios obtenidos en cada establecimiento se revisarán con el fin de descubrir cualquier anomalía en la información. El Jefe de Unidad deberá verificar si las variaciones en precios son razonables, y en caso contrario, deberá solicitar la revisión de los datos. Cuando se trate de artículos cuyos precios se recolectan trimestral y semestralmente, los precios se pasan directamente de los formularios a la hoja de resumen. En los casos de artículos cuyos precios se recolectan mensual y semanalmente, se calcularán los promedios mensuales en los formularios de recolección y luego estos promedios mensuales se anotan en un formulario especial para efectuar el cálculo de los promedios trimestrales en cada establecimiento. Estos precios promedios trimestrales por informante son transferidos al cuadro resumen de precios en el cual se calculan los promedios de precios trimestrales y los relativos para cada artículo y servicio. Después de realizar el pase de precios, corresponde al Jefe de Unidad revisar esta parte del trabajo y de acuerdo con instrucciones previamente establecidas, determinará la política a seguir frente a las -

anomalías detectadas en el período, en cuestiones tales como: diferencia en el número de recolecciones necesarias, variaciones en unidades de peso, sustitución de artículos, etc. Posteriormente se procederá a realizar el cálculo de promedios de los precios para obtener el cambio relativo que se aplicará en el cálculo del índice.

Para calcular el relativo trimestral de artículos y servicios se comparan los precios del período de estudio con los precios del período anterior, cuidando de que exista una igualdad en el número de cotizaciones correspondientes a los mismos establecimientos.

Personal. -

El cálculo de los índices se realizará por computadora electrónica mediante programa elaborado al efecto, ya que la cantidad de cálculos a realizar es de considerable magnitud y para hacerlos con calculadora manual se necesitaría un personal numeroso.

En consecuencia, el personal no se dedicará a calcular sino a otro tipo de tareas. El personal para llevar a cabo los índices adecuadamente es el siguiente:

- a) Un Jefe de Unidad,
- b) Un Sub-Jefe de Unidad,
- c) Cuatro personas para recoger los precios (grupo recolector de precios), y
- d) Una mecanógrafa archivista.

El Subjefe de la Unidad será el supervisor del grupo recolector de precios. Una comisión integrada por los Asesores de la División a la cual corresponda la Unidad de Estadística, que elaborará los índices de precios al consumidor, Cuentas Nacionales, Jefe y Subjefe de la Unidad de Estadística, y Jefes de las Unidades de Producto e Ingreso Nacional criticará y aprobará los precios recolectados, previo envío al departamento de cálculo electrónico.

Este esquema está concebido para ser elaborado en el Banco Central de la República Dominicana básicamente. Sin embargo, es posible formar una comisión con la ONE, en que ésta se encargaría de la recolección de precios, mientras que la crítica y elaboración se haría en forma conjunta entre dicha oficina y el Banco Central de la República Dominicana.

BIBLIOGRAFIA

Documento del Departamento de Estudios Económicos ES (E) 66/1, Banco de México, S. A.

Precios e Índice de Precios al Consumidor. Serie "G", No. 1, Estadística Panameña, Año XXV, 4to. trimestre de 1965.

Costo y Condiciones de Vida en San Salvador, 1954, Dirección General de Estadística y Censos.

Banco Central de la República Dominicana.
BIBLIOTECA