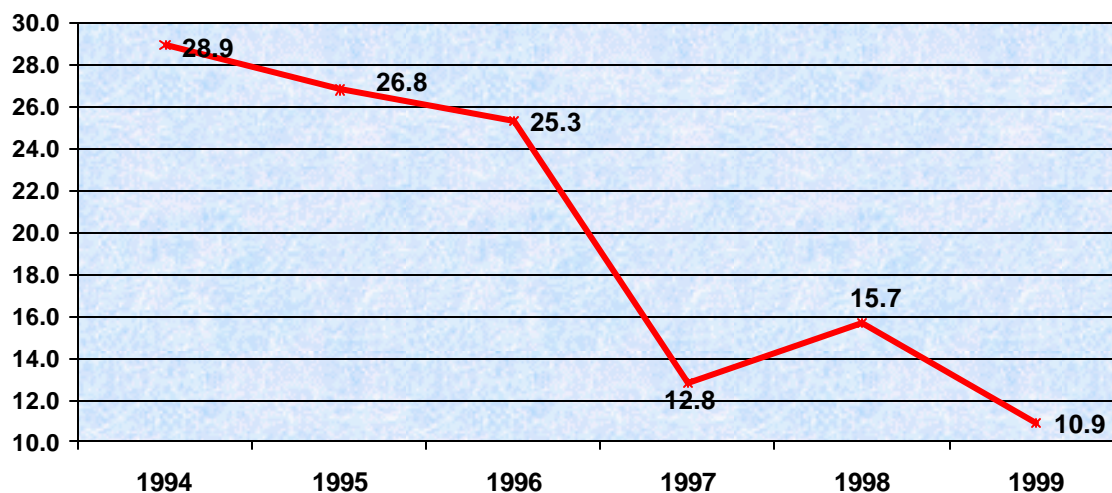




Al servicio de la Nación

ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR Diciembre de 1999 = 100 CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS

COMPORTAMIENTO DEL IPC
Diciembre de cada año
(Variación Interanual)



Tegucigalpa, M.D.C. Abril de 2000

INDICE

	PAGINA
INTRODUCCION	02
CONCEPTUALIZACION	03
I. ¿Qué es un IPC?.	03
II. ¿Cuáles son los alcances del IPC?.	03
III. ¿Cómo se confecciona un IPC?.	04
IV. ¿Por qué se cambia regularmente la base para calcular el IPC?.	06
V. ¿Para qué se usa el IPC?.	06
VI. ¿Cuál es la experiencia de Honduras con el cálculo del IPC?.	06
VII. ¿Qué recomiendan los Organismos Internacionales con el IPC?	07
 CARACTERISTICAS METODOLOGICAS DEL INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DICIEMBRE 1999=100.	
VIII. ¿Cuál es la fuente de información para la construcción del IPC?.	08
IX. ¿Cuáles son los hogares de referencia?.	08
X. ¿Cuántos son los artículos seleccionados?.	08
XI. ¿Cuál es la estructura de la canasta de consumo del IPC?.	09
XII. ¿Cuál es la cobertura geográfica?.	09
XIII. ¿Dónde y con qué frecuencia se obtienen los precios?.	10
XIV. ¿Cuál es la fórmula utilizada para el cálculo?.	12
XV. ¿Cómo se integran los IPC con base 1978 y 1999?.	12
XVI. ¿Cuáles son las innovaciones en el cálculo del IPC diciembre 1999=100?.	13

INTRODUCCION

El público no familiarizado con los temas económicos, suele preguntarse cómo se calcula la inflación y qué relación existe entre la inflación y el índice de precios al consumidor (IPC).

Además, desea saber qué sector poblacional y qué artículos están incluidos dentro del índice. Dónde y con qué periodicidad son investigados los precios de los productos, son otros de los cuestionamientos formulados. A veces, alguna persona trasciende en sus inquietudes y se pregunta si la metodología de cálculo utilizada en Honduras o en cualquier país, es comparable con la utilizada en otros.

Todas estas interrogantes y otras más, son justificables, pues el cambio en los precios afecta a toda la población. Como lo destaca la CEPAL, la estructura de consumo está determinada, entre otros factores, por el nivel de ingresos y el grado de desarrollo cultural; por eso, dentro de cada país debe estar claramente definido el estrato socioeconómico en que se centra el estudio del índice de precios al consumidor.

Precisamente por esta razón, el Banco Central de Honduras ha preparado el presente documento, que tiene por objeto ofrecer a los distintos sectores de la sociedad hondureña, la conceptualización y las principales características metodológicas del IPC diciembre 1999=100 y en alguna medida, dar respuesta a esas interrogantes que se hace la población sobre fórmulas utilizadas, cobertura y otras características de un IPC.

CONCEPTUALIZACION

I. ¿Qué es un IPC?

El índice de precios al consumidor (IPC), es una técnica estadística que permite medir el cambio que han tenido los precios, de un conjunto de bienes y servicios representativo de las compras de una familia, entre dos períodos determinados.

El IPC es usado en muchos países como el indicador que mide la inflación o deflación. Así, el IPC busca principalmente medir la evolución de los precios al consumidor final.

El IPC se refiere a la variación de los precios de un conjunto de bienes y servicios, que adquieren las familias para satisfacer sus necesidades; por lo tanto, en su cálculo están incluidos los precios de los bienes y servicios de consumo cotidiano, por ejemplo: arroz, pan, vivienda, vestuario, servicios médicos, transporte, diversión, educación.

II. ¿Cuáles son los alcances del IPC?

El Índice de Precios al Consumidor suele ser objeto de múltiples críticas, especialmente por quienes no están familiarizados con los alcances de este tipo de indicador y desconocen sus interioridades técnicas. Otros ven al indicador con desconfianza y escepticismo, ya que no encuentran reflejada en éste su situación particular.

Para aclarar dichos aspectos, es necesario tener en consideración lo siguiente:

1. El Indicador debe cumplir ciertas exigencias básicas:
 - a) Medir sólo el movimiento de los precios que paga el consumidor final.
 - b) Especificar rigurosamente las características de los productos investigados.
 - c) Investigar los mismos bienes y servicios a través del tiempo y espacio.

- d) Mantener constantes las fuentes de información y cuando hayan cambios, procurar que tengan similitud con las anteriores.
- e) Obtener los precios de los bienes y servicios en condiciones de venta normal.

En la práctica, no es fácil lograr ajustarse al estricto cumplimiento de tales exigencias, ya que la realidad es más compleja que algunas abstracciones y no se capta sencillamente. Por ejemplo, para un hogar el gasto en alquiler de vivienda o en transporte, obviamente es mayor que el gasto en tomates o sal. Así, un aumento del 10% en el precio del alquiler afecta más el presupuesto de un hogar que un incremento de la misma magnitud en los tomates, por lo que deben tener un efecto distinto, al medir el incremento en el nivel general de precios.

- 2. Entre los factores que dificultan satisfacer las exigencias básicas antes mencionadas se puede mencionar que el IPC asume la existencia de un consumidor estable que no reacciona ante los cambios de precios. Esto significa que aunque el consumidor modifique sus gastos, la estructura de la canasta de consumo del IPC permanece constante. Lo mismo se puede decir de algunos productos y fuentes de información que desaparecen temporal o permanentemente del mercado, lo que obliga a la utilización de técnicas alternativas que permiten efectuar las sustituciones del caso en forma adecuada.

III. ¿Cómo se confecciona un IPC?

Para confeccionar un índice de precios al consumidor se requiere responder estas interrogantes:

- 1) ¿Qué bienes consumen los hogares?.
- 2) ¿Cuál es el nivel de gasto de los hogares y su ubicación geográfica?.
- 3) ¿Dónde compran esos bienes los hogares?.
- 4) ¿Cuánto pagan los hogares por los artículos que adquieren?.

5) ¿Cuál período servirá de base o punto de partida?

La respuesta a la mayoría de estas interrogantes, se obtiene mediante la formulación y levantamiento por un año de una encuesta de ingresos y gastos de los hogares. Esta encuesta sirve, entre otras cosas, para identificar los patrones de consumo de los hogares, a partir de una muestra representativa de la población. Los resultados de esta investigación se usan de base en la confección de la canasta de consumo para el cálculo del IPC.

De los resultados de la encuesta, se toma el nivel de ingresos de los hogares a incorporarse en el cálculo del IPC. Simultáneamente se define la ubicación geográfica más representativa de los hogares consumidores. El conjunto de hogares seleccionados de acuerdo con los criterios anteriores constituye **la población de referencia**.

Luego, es indispensable detallar la cantidad de los bienes y servicios que consume ese conjunto de hogares o población de referencia y el valor de cada uno de éstos.

Por lo tanto, un paso importante en la confección del índice es la selección de los bienes y servicios que más consumen los hogares. Ese conjunto de bienes y servicios seleccionados se denomina **canasta de consumo**, la que se mantiene fija a lo largo del tiempo.

El gasto en cada uno de los bienes y servicios tiene magnitudes diferentes. El monto gastado en cada bien o servicio se expresa como porcentaje del gasto total. De esta forma, todo bien o servicio dentro de la canasta de consumo tiene una **ponderación**.

Dado que los consumidores adquieren los productos en diversos puestos de compra (por ejemplo: supermercados, mercados, tiendas, farmacias), se escoge una muestra de ellos con el fin de investigar periódicamente los precios de los

bienes y servicios que forman la canasta de consumo. A cada puesto seleccionado se le denomina **establecimiento informante**.

Finalmente, se define un período que sirve como punto de partida o de referencia para comparar en el tiempo las variaciones de los precios. Este recibe el nombre de **período o año base** y se le asigna el valor de 100%.

IV. ¿Por qué se cambia regularmente la base para calcular el IPC?

La estructura de consumo de los hogares puede variar de acuerdo con los hábitos de los mismos o cambios en la estructura de la oferta de bienes y servicios en el mercado. Por tanto, una nueva base del IPC permite la actualización de los hábitos de consumo de las familias, los cambios en la oferta de productos y de los niveles de ingresos familiares.

V. ¿Para qué se usa el IPC?

El Índice de Precios al Consumidor, a falta de otros indicadores, es generalmente utilizado como:

1. Indicador estadístico principal de medición del proceso inflacionario.
2. Indicador para ajustar algunas variables macroeconómicas de la contabilidad nacional, incluyendo el Producto Interno Bruto.
3. Factor de actualización de algunos activos monetarios.
4. Factor de ajuste para el tipo de cambio.
5. Factor de ajuste de remuneraciones laborales.
6. Indicador en materia de negociaciones colectivas entre trabajadores y patronos.
7. Indicador para negociación de contrato de ejecución de obras.

VI. ¿Cuál es la experiencia de Honduras con el cálculo del IPC?

En el país, el Banco Central de Honduras inició la elaboración de este tipo de indicadores en 1950, pero cuenta con series mensuales de precios desde 1937

hasta la fecha. A lo largo de este tiempo, se han cambiado los años base en cinco oportunidades: 1937, 1948, 1966, 1978 y 1999.

VII. ¿Qué recomiendan los Organismos Internacionales con respecto al IPC?

Recomendaciones metodológicas de CEPAL:

- Utilización de la clasificación del consumo individual por finalidad (CCIF).
- Utilización de la fórmula de LASPEYRES y al interior de medias geométricas.
- La cobertura del IPC debe ser nacional.
- Se debe abarcar los gastos de consumo.
- El año base debe ser lo más reciente posible.
- La oportunidad y regularidad de su presentación debe estar definida previamente.

Algunos países que utilizan la fórmula de LASPEYRES en el cálculo del IPC:

AMÉRICA		EUROPA	OCEANÍA
- Argentina	- Colombia	- España	- Australia
- Bolivia	- México	- Inglaterra	- Nueva Zelandia
- Brasil	- Nicaragua	- Italia	
- Chile	- Guatemala	- Países de Europa	ASIA
- Costa Rica	- Paraguay	Oriental	- Japón
- Canadá	- Ecuador		- Tailandia
- El Salvador	- Perú	AFRICA	- Corea
- Estados Unidos	- Uruguay	- Argelia	
- Venezuela	- República Dom.	- Nigeria	
- Jamaica	- Haití	- Uganda	

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DICIEMBRE 1999=100.

VIII. ¿Cuál es la fuente de información para la construcción del IPC?

La canasta de consumo del Índice de Precios al Consumidor diciembre 1999=100 se basa en los datos sobre ingresos y gastos que reportaron los hogares en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH), realizada durante 1998 y 1999 por la Dirección General de Estadística y Censos (DGEC), cubriendo 12 meses de información.

La encuesta se realizó durante un año para captar el consumo estacional de los hogares.

IX. ¿Cuáles son los hogares de referencia?

La Encuesta Nacional recolectó información sobre 3,746 hogares, de los cuales 3,082 (82%) corresponden al área urbana y 664 (18%) al área rural. El IPC está elaborado por razones de representatividad y seguimiento, sólo para el 100% de la población urbana.

En los hogares de referencia están incluidas las diferentes categorías ocupacionales, tales como: patronos, trabajadores por cuenta propia, empleados, trabajadores familiares no remunerados, amas de casa, estudiantes.

X. ¿Cuántos son los artículos seleccionados?

De los bienes y servicios identificados por la ENIGH, se seleccionó una muestra siguiendo el criterio de incluir todos aquellos productos que presentan un consumo promedio de 0.02% o más. Con base en este criterio, 282 conforman la canasta de consumo.

XI. ¿Cuál es la estructura de la canasta de consumo del IPC?

La ponderación de los bienes y servicios dentro de la canasta de consumo, corresponde a la importancia relativa del gasto de éstos dentro del presupuesto de los hogares.

Los bienes y servicios fueron agrupados en 12 grupos de acuerdo con la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF), usada por las Naciones Unidas excepto en el grupo de cuidado personal, pues el nombre que tiene en CCIF "Bienes y Servicios Diversos", no da idea de lo que lo constituye.

- Alimentos y bebidas no alcohólicas.
- Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes.
- Prendas de vestir y calzado.
- Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles.
- Muebles, artículos para la conservación del hogar.
- Salud.
- Transporte.
- Comunicaciones.
- Recreación y cultura.
- Educación.
- Restaurantes y Hoteles.
- Cuidado personal.

XII. ¿Cuál es la cobertura geográfica?

La determinación de la cobertura geográfica del IPC se basa en criterios cuantitativos y cualitativos.

Los criterios cuantitativos considerados en la selección de los lugares a investigar fueron los siguientes:

- Nivel de gasto de la ciudad a investigar, de acuerdo a los resultados de la ENIGH.

- Número de habitantes y de viviendas urbanas dentro del municipio, según datos del Censo de Población y Vivienda de 1988 realizado por la DGEC.

Los criterios cualitativos considerados fueron los siguientes:

- Calidad de las vías de comunicación de la localidad.
- Categoría de la localidad como centro de interés económico dentro de la región a la que pertenece.
- Movimiento e infraestructura comercial existente.
- Funciones de acopio y/o distribución de mercancías.
- Facilidades para recabar la información sobre precios.
- Similitud en el comportamiento de precios en ciudades económicamente comparables.

Basándose en los criterios anteriores, la selección de las ciudades representativas por regiones, es la siguiente:

- Región Central Metropolitana : Distrito Central (Tegucigalpa y Comayagua)
- Resto Región Central : Comayagua
- Región Norte Metropolitana: San Pedro Sula
- Resto Región Norte : La Ceiba
- Región Sur : Choluteca
- Región Oriental : Danlí y Juticalpa
- Región Occidental : Santa Rosa de Copán

XIII. ¿Dónde y con qué frecuencia se obtienen los precios?

Dependiendo del bien o servicio de que se trate, los precios se obtienen mediante visitas que los encuestadores de precios efectúan en forma semanal, mensual, semestral y anual a los 1,295 establecimientos informantes ubicados en las ciudades ya referidas.

ESTABLECIMIENTOS INFORMANTES POR REGION Y TIPO DE FRECUENCIA

Ubicación / Frecuencia	M E N S U A L				Semanal ^{1/}	Semestral ^{2/}	Anual ^{3/}	TOTAL
	Bienes	Servicios	Alquileres	Total				
1. Región Central Metropolitana–Distrito Central	59	39	10	108	4	1	7	226
2. Resto Región Central – Comayagua	38	34	5	77	1	1	4	137
3. Región Norte Metropolitana – S.P.S.	45	39	10	94	4	1	7	212
4. Resto Región Norte – La Ceiba	41	36	10	87	2	1	7	205
5. Región Sur – Choluteca	38	32	5	75	2	1	3	134
6. Región Oriental								
Danlí	35	30	5	70	1	1	5	131
Juticalpa	27	27	5	59	1	1	3	118
7. Región Occidental – Santa Rosa de Copán	36	31	5	72	1	1	4	132
Establecimientos informantes	319	268	55 ^{4/}	642	16	8	40	1,295
Productos encuestados	227	48	1	276	83	1	5	282

^{1/} Mercados, dato sumado en la información mensual

^{2/} Universidades

^{3/} Escuelas y Colegios

^{4/} 55 x 12 = 660 viviendas al año

MERCADOS SUMINISTRADORES DE DATOS PARA EL I.P.C.

UBICACIÓN	MERCADOS
1. Región Central Metropolitana	1. Zonal Belén 2. San Isidro 3. Las Américas 4. San Miguel
2. Resto Región Central – Comayagua	1. San Francisco
3. Región Norte Metropolitana	1. Medina Concepción 2. El Rápido 3. El Guamilito 4. Dandi
4. Resto Región Norte – La Ceiba	1. San Isidro 2. San Jorge
5. Región Sur – Choluteca	1. Concepción 2. San Antonio
6. Región Oriental – Danlí Juticalpa	1. Municipal 1. Municipal
7. Región Occidental – Santa Rosa de Copán	1. Santa Teresa

Los precios en Tegucigalpa, San Pedro Sula y La Ceiba son recolectados directamente por el personal del Banco Central de Honduras, a excepción de la información semanal que se obtiene de encuestadores contratados (corresponsales de precios).

En las regiones resto centro, sur, oriental y occidental, se obtiene la información mediante corresponsales a quienes se les supervisa regularmente para orientar su labor, corregir fallas y comprobar la veracidad de los datos.

XIV. ¿Cuál es la fórmula utilizada para el cálculo?

Para calcular el índice se usa la denominada fórmula de Laspeyres:

$$L_p = \frac{\sum p_n q_0}{\sum p_0 q_0} \times 100$$

Donde:

p_n = Precio corriente.

p_0 = Precio año base.

q_0 = Cantidad año base.

Esta fórmula es utilizada por todos los países latinoamericanos y la mayor parte de los países del mundo. Tiene la característica de tomar siempre las cantidades del período base para ponderar, por lo que el índice resultante es conocido como un índice de ponderación fija o constante, por tanto, mide las variaciones en los precios.

XV. ¿Cómo se integran los IPC con base 1978 y diciembre 1999?

Para convertir los números índices con base 1978 publicados por el Banco Central de Honduras en sus equivalentes con el IPC base diciembre 1999, se utiliza la técnica del empalme de series.

XVI. ¿Cuáles son las innovaciones en el cálculo del IPC diciembre 1999=100?

Una mejora importante en el campo metodológico del IPC diciembre 1999=100, es el uso de la media geométrica en el conjunto de información de precios recopilados en lugar de la aritmética que se ha venido utilizando.

**CARACTERISTICAS DE LA CANASTA DE CONSUMO DEL
IPC DICIEMBRE 1999=100**

CONCEPTO	CANTIDAD
Cobertura Regional	7
Cobertura ciudades	8
Establecimientos informantes	1,295
Mercados Investigados	16
Numero de Productos incluidos	282

PONDERACIONES POR RUBROS DEL INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR
1999=100

CONCEPTO IPC	PONDERACION
1.- ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS	31.81
2.- BEBIDAS ALCOHOLICAS, TABACO Y ESTUPEFACIENTES	0.36
3.- PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO	8.17
4.- ALOJAMIENTO, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES	19.25
5.- MUEBLES, ARTICULOS PARA LA CONSERVACION DEL HOGAR	6.67
6.- SALUD	3.65
7.- TRANSPORTE	9.05
8.- COMUNICACIONES	1.69
9.- RECREACION Y CULTURA	3.97
10.- EDUCACION	3.05
11.- RESTAURANTES Y HOTELES	7.15
12.- CUIDADO PERSONAL	5.18
TOTAL	100.00

**PONDERACION NACIONAL DE BIENES Y SERVICIOS DEL INDICE GENERAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR
DICIEMBRE DE 1999 = 100**

Io.	Descripción	Pond.	No.	Descripción	Pond.
1	PAN MOLDE BLANCO	0.45	60	PAPA BLANCA	0.33
2	SEMITAS	0.90	61	YUCA	0.11
3	GALLETAS INDUSTRIALES ENVASADAS DE TODO TIPO	0.35	62	FRIJOLES ROJOS	1.28
4	ARROZ CLASIFICADO	1.09	63	AZUCAR DE CAÑA	0.80
5	AVENA INDUSTRIALIZADA	0.09	64	RAPADURA DE DULCE	0.05
6	CEREALES EN HOJUELAS CORN FLAKES	0.41	65	MIEL DE ABEJA	0.05
7	ESPAGUETIS NO PREPARADOS	0.27	66	DULCES CONFITES O CAMELOS	0.20
8	HARINA DE MAIZ	0.38	67	ESPECIAS	0.17
9	HARINA DE TRIGO	0.28	68	SAL COMUN YODADA	0.08
10	MAIZ DESGRANADO	0.49	69	CHILE PICANTE EN LIQUIDO	0.03
11	TORTILLAS DE MAIZ	1.04	70	MAYONESA	0.09
12	BISTEC DE RES FRESCO O REFRIGERADO	1.27	71	SALSA DE TOMATE	0.27
13	COSTILLA DE RES FRESCA Y REFRIGERADA	0.31	72	PASTA DE TOMATE	0.17
14	TAJO DE RES FRESCO O REFRIGERADO	0.49	73	MOSTAZA	0.04
15	HIGADO DE RES FRESCO O REFRIGERADO	0.60	74	VINAGRE	0.03
16	COSTILLA DE CERDO FRESCA O REFRIGERADA	0.58	75	CUBITOS DE POLLO	0.17
17	CHULETA DE CERDO FRESCA O REFRIGERADA	0.06	76	SOPAS DESHIDRATADAS O DE BOLSA	0.14
18	PIERNA DE CERDO FRESCA O REFRIGERADA	0.05	77	POSTRES DE FRUTAS ESPECIALES PARA NIÑOS	0.04
19	CARNE DE POLLO ENTERO FRESCO O REFRIGERADA	2.05	78	CHURROS DE QUESO O DE CUALQUIER INGREDIENTE Y PREPARADOS	0.35
20	CHORIZO CRIOLLO	0.28	79	CAFE MOLIDO NO DESCAFEINADO	0.55
21	HOT DOG	0.12	80	TE DEL TIPO LIPTON VAINILLA ROSA JAMAICA ETC	0.03
22	JAMON	0.16	81	CHOCOLATE EN POLVO	0.03
23	MORTADELA	0.43	82	AGUA POTABLE ENVASADA	0.26
24	FILETE DE PESCADO ROJO FRESCO O REFRIGERADO	0.22	83	REFRESCOS EMBOTELLADOS	2.70
25	PESCADO BLANCO ENTERO FRESCO O REFRIGERADO	0.15	84	REFRESCOS EN LATA	0.03
26	CAMARON FRESCOS O REFRIGERADOS	0.10	85	JUGOS DE FRUTA ENVASADOS	0.68
27	SARDINAS ENLATADAS	0.09	86	RON	0.03
28	LECHE PASTEURIZADA	1.15	87	WHISKY	0.02
29	LECHE ENTERA EN POLVO	1.22	88	AGUARDIENTE	0.01
30	QUESO BLANCO SECO	0.65	89	CERVEZA EMBOTELLADA	0.13
31	QUESO BLANCO FRESCO	0.71	90	CIGARRILLOS	0.18
32	QUESO KRAFT	0.05	91	TELAS DE ALGODON	0.15
33	QUESILLO	0.27	92	TELAS SINTETICAS O ARTIFICIALES (NYLON POLIESTER)	0.17
34	HUEVOS DE GALLINA	1.00	93	CHUMPAS PARA HOMBRE	0.04
35	ACEITE VEGETAL REFINADO DE PALMA AFRICANA	0.21	94	TRAJES PARA HOMBRE	0.08
36	MANTECA VEGETAL	0.79	95	PANTALONES LARGOS QUE NO SEA DE PUNTO PARA HOMBRE	0.09
37	MANTEQUILLA CREMA	0.88	96	PANTALONES TIPO JEAN PARA HOMBRE	0.81
38	MARGARINA	0.17	97	CAMISAS DE PUNTO PARA HOMBRE	0.12
39	BANANO MADURO	0.18	98	CAMISAS PARA HOMBRE	0.53
40	PLATANO MADURO	0.56	99	BUZOS DE ATLETISMO DE TELA PARA HOMBRE	0.05
41	LIMON	0.02	100	CALCETINES PARA HOMBRE	0.10
42	NARANJA DULCE	0.11	101	CALZONCILLO PARA HOMBRE	0.12
43	MELONES	0.06	102	CAMISetas DE PUNTO PARA HOMBRE	0.06
44	SANDIA	0.12	103	TRAJE DE TELA PARA MUJER	0.14
45	PAPAYA	0.03	104	PANTALONES LARGOS DE TELA QUE NO SEA DE PUNTO PARA	0.06
46	AGUACATE	0.16	105	PANTALON JEAN DE MUJER	0.53
47	MANZANAS	0.18	106	VESTIDO PARA MUJER	0.40
48	COCTEL DE FRUTAS ENLATADO	0.04	107	BLUSAS CORTAS DE PUNTO PARA MUJER	0.05
49	MANGO MADURO	0.09	108	CAMISA DE TELA PARA MUJER	0.24
50	PIÑA	0.05	109	BIKER DE MUJER	0.03
51	UVAS	0.15	110	BLUMER O BRAGA PARA MUJER	0.35
52	CEBOLLA ROJA	0.21	111	BRASIERES O SOSTENES DE TELA QUE NO SEA DE PUNTO PUNTO	0.26
53	CHILE DULCE	0.17	112	SUETERES DE PUNTO PARA NIÑO	0.01
54	REPOLLO	0.31	113	TRAJE DE TELA DE NIÑO	0.06
55	TOMATE MANZANO	0.25	114	PANTALONES TIPO JEAN PARA NIÑO	0.21
56	TOMATE PERA	0.17	115	CAMISAS DE PUNTO PARA NIÑO	0.16
57	PATASTE	0.10	116	CALZONETA PARA NIÑO	0.08
58	ZANAHORIA	0.18	117	CALCETINES DE PUNTO PARA NIÑO	0.04
59	LECHUGA	0.17	118	CALZONCILLO DE PUNTO PARA NIÑO	0.06

**PONDERACION NACIONAL DE BIENES Y SERVICIOS DEL INDICE GENERAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR
DICIEMBRE DE 1999 = 100**

No.	Descripción	Pond.	No.	Descripción	Pond.
119	TRAJES DE TELA QUE NO SEA DE PUNTO PARA NIÑA	0.07	178	BATERIAS ELECTRICAS O PILAS SECAS	0.07
120	PANTALONES TIPO JEAN PARA NIÑA	0.08	179	COLORO	0.13
121	VESTIDO DE PUNTO PARA NIÑA	0.16	180	INSECTICIDAS CASEROS	0.05
122	CAMISAS DE PUNTO PARA NIÑA	0.08	181	JABON EN POLVO PARA LAVAR	0.19
123	BUZO DE ATLETISMO DE NIÑA	0.04	182	JABON SOLIDO (EN BARRA PELOTA O MARQUETA ETC.)	0.95
124	BLUMER O BRAGA PARA NIÑA	0.08	183	SERVILLETAS DE PAPEL	0.03
125	TRAJECITOS PARA BEBE DE TELA QUE NO SEA DE PUNTO	0.08	184	PAPEL ALUMINIO	0.04
126	VESTIDOS PARA BEBE	0.05	185	ESCOBAS PLASTICAS	0.09
127	CAMISAS PARA BEBE	0.05	186	CANDELAS O VELAS	0.04
128	CALCETINES PARA BEBE	0.08	187	FOSFOROS	0.05
129	FAJAS DE CUERO	0.08	188	TRABAJADORA DOMESTICA QUE TRABAJE PERMANENTE EN EL	1.10
130	GORRAS DE CUALQUIER MATERIAL	0.02	189	LAVANDERA POR CUENTA PROPIA PARA SERVIR AL HOGAR	0.37
131	SERVICIOS DE CONFECCION DE ROPA Y ENSERES DEL HOGAR	0.16	190	ANALGESICOS (ASPIRINA PANADOL ETC.)	0.29
132	SERVICIOS DE LAVANDERIA AUTOMATICA	0.08	191	ANTIGRIPALES	0.13
133	ZAPATOS TIPO BURROS DE CUERO PARA HOMBRE	0.11	192	ANTIBIOTICOS	0.20
134	ZAPATILLAS DE CUERO PARA HOMBRE	0.18	193	VITAMINAS Y MULTIVITAMINAS	0.22
135	SANDALIAS DE HULE PARA HOMBRE	0.28	194	ANTIHIPERTENSIVOS	0.18
136	ZAPATOS TENIS PARA HOMBRE	0.18	195	MEDICAMENTO PARA DIABETICOS	0.10
137	ZAPATILLAS DE CUERO PARA MUJER	0.16	196	ALGODON	0.06
138	SANDALIAS O CHANCLETAS DE CUERO PARA MUJER	0.15	197	UNGUENTOS DE MENTOL (VICKS MENTOLINA ETC.)	0.04
139	SANDALIAS O CHANCLETAS DE HULE PARA MUJER	0.44	198	ANTEOJOS GRADUADOS ARO Y LENTES	0.15
140	ZAPATOS TENIS PARA MUJER	0.05	199	CONSULTAS A MEDICOS GENERALES PRIVADOS	1.02
141	ZAPATILLAS DE CUERO PARA NIÑO	0.19	200	CONSULTAS A ODONTOLOGOS	0.32
142	ZAPATOS TENIS PARA NIÑO	0.11	201	EXAMENES RADIOLÓGICOS	0.06
143	ZAPATILLAS DE CUERO PARA NIÑA	0.09	202	EXAMEN DE HEMOGRAMA COMPLETO	0.02
144	TENIS PARA NIÑA	0.18	203	EXAMEN DE ORINA	0.08
145	ALQUILER DE VIVIENDA NO AMUEBLADA	3.91	204	HOSPITALIZACION INCLUYE PAGO POR ALOJAMIENTO Y ALIMENTACION	0.77
146	ALQUILER IMPUTADO A VIVIENDA OCUPADA POR EL PROPIETARIO	11.17	205	VEHICULOS AUTOMOTORES	1.12
147	MADERA PARA CONSTRUCCION DE CUALQUIER MEDIDA	0.01	206	BICICLETAS	0.12
148	PINTURAS BARNICES ESMALTES Y DILUYENTES	0.08	207	LLANTAS PARA AUTOS	0.66
149	CAL	0.01	208	BATERIAS DE AUTOMOVILES	0.17
150	SERVICIOS EN ELECTRICIDAD	0.08	209	ACEITE PARA MOTOR DE VEHICULO	0.04
151	SERVICIOS DE PINTURA	0.74	210	DIESEL	0.27
152	SUMINISTRO DE AGUA	0.51	211	GASOLINA REGULAR	0.41
153	SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD EN VIVIENDA	1.92	212	GASOLINA SUPER	1.63
154	GAS LIQUIDO LPG	0.24	213	CAMBIO DE ACEITE Y ENGRASE	0.78
155	GAS LIQUIDO KEROSENE	0.31	214	PAGO DE ESTACIONAMIENTO	0.22
156	LEÑA DE ROBLE	0.27	215	TRANSPORTE DE PASAJEROS EN TAXI	1.21
157	CAMA MATRIMONIAL DE MADERA	0.54	216	BUS URBANO	0.81
158	JUEGO DE SALA DE MADERA	0.59	217	BUS INTERURBANO	1.05
159	JUEGO DE COMEDOR DE MADERA	0.32	218	BUS FUERA DEL PAIS	0.12
160	SILLA DE PLASTICO	0.03	219	PAGO MENSUAL DE TRANSPORTE ESTUDIANTIL	0.04
161	LAMPARAS	0.12	220	TRANSPORTE INTERNACIONAL DE PASAJEROS EN AVION	0.36
162	REPARACION DE TAPICERIA DE MUEBLES	0.04	221	TRANSPORTE NACIONAL DE PASAJEROS EN AVION	0.06
163	SABANAS	0.15	222	TELEFONO NO INHALAMBRICO	0.07
164	TOALLAS	0.20	223	PAGO POR CONSUMO DE TELEFONO FIJO	1.44
165	REFRIGERADORAS ELECTRICAS	0.51	224	PAGO POR CONSUMO DE TELEFONO CELULAR	0.19
166	ESTUFA DE GAS LPG	0.22	225	RADIO GRABADORA DE CASSETTE	0.17
167	ESTUFA ELECTRICA	0.17	226	TELEVISOR A COLOR	0.88
168	LAVADORA DE ROPA	0.06	227	EQUIPOS DE SONIDO	0.42
169	VENTILADOR DE PEDESTAL	0.12	228	CAMARAS FOTOGRAFICAS	0.05
170	MAQUINA DE COSER NO ELECTRICA	0.04	229	COMPUTADORAS (TECLADO, MONITOR, CPU)	0.17
171	LICUADORAS ELECTRICAS	0.09	230	DISCOS COMPACTOS	0.14
172	PLANCHA ELECTRICA	0.03	231	ORGANOS O TECLADO	0.06
173	PLATO DE VIDRIO	0.05	232	JUEGOS DE VIDEO	0.19
174	VASOS DE VIDRIO	0.09	233	PELOTAS DE FUTBOL BASQUETBOL BEISBOL ETC	0.03
175	CUCHILLOS DE COCINA	0.02	234	PLANTAS ORNAMENTALES	0.16
176	OLLAS	0.15	235	ENTRADA A ESTADIOS DE FUTBOL	0.23
177	BIBERONES	0.02	236	PAGO DE CUOTAS PARA TELEVISION POR CABLE	0.46

**PONDERACION NACIONAL DE BIENES Y SERVICIOS DEL INDICE GENERAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR
DICIEMBRE DE 1999 = 100**

No.	Descripción	Pond.	No.	Descripción	Pond.
237	ENTRADA AL CINE	0.07	260	CERVEZA CONSUMIDA FUERA DEL HOGAR	0.05
238	DICCIONARIO BIBLIOGRAFICO (ENCICLOPEDICO)	0.25	261	PASTELES O QUEQUES	0.13
239	LIBRO DE LECTURA DE PRIMARIA	0.05	262	ALOJAMIENTO EN HOTELES	0.15
240	LIBRO PARA SECUNDARIA	0.03	263	SERVICIOS DE CORTE DE PELO DAMA	0.17
241	LIBROS EDUCACION SUPERIOR	0.02	264	SERVICIOS DE CORTE DE PELO HOMBRE	0.31
242	DIARIOS Y PERIODICOS DE EDICION NACIONAL	0.08	265	SERVICIOS DE TINTES DE CABELLO	0.10
243	LAPICES GRAFITO	0.13	266	CEPILLOS DE DIENTES	0.09
244	BLOCK DE PAPEL BOND SIN RAYAS	0.19	267	CEPILLOS DE PELO	0.05
245	SACAPUNTAS	0.19	268	MAQUINAS DE AFEITAR DESECHABLES	0.09
246	MENSUALIDAD EN EDUCACION PRIMARIA	0.86	269	JABON DE BAÑO	0.21
247	MENSUALIDAD EN EDUCACION PRE ESCOLAR	0.21	270	PASTA DE DIENTES	0.37
248	MENSUALIDAD EN EDUCACION SECUNDARIA PLAN BASICO	1.37	271	CHAMPUS PARA EL CABELLO	0.41
249	MENSUALIDAD EN EDUCACION UNIVERSITARIA	0.43	272	CREMA PARA EL CUERPO	0.76
250	MATRICULA DE CURSOS TECNICOS	0.18	273	DESODORANTE EN BARRA CREMA SPRAY	0.57
251	ALMUERZO PARA CONSUMO EN EL LOCAL	3.20	274	PERFUMES	0.23
252	POLLO FRITO	0.60	275	PAÑALES DESECHABLES PARA BEBE	0.20
253	DESAYUNOS PARA CONSUMO EN EL LOCAL	1.12	276	PAPEL HIGIENICO	0.39
254	HAMBURGUESAS	0.32	277	TOALLAS SANITARIAS	0.18
255	PIZZA	0.23	278	ANILLO DE ORO	0.03
256	PASTELITOS DE PERRO	0.37	279	RELOJES DE PUÑO	0.06
257	YUCA CON CHICHARRON	0.12	280	COCHES PARA BEBES	0.05
258	REFRESCOS GASEOSAS CONSUMIDAS FUERA DEL HOGAR	0.82	281	BILLETERAS	0.17
259	REFRESCOS NATURALES CONSUMIDOS FUERA DEL HOGAR	0.06	282	SERVICIOS FUNEBRES	0.72