

Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires

Aspectos metodológicos de la actualización del año base 2021 = 100



Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

Jefe de Gobierno

Lic. Horacio Rodríguez Larreta

Jefe de Gabinete de Ministros

Abg. Felipe Miguel

Ministro de Hacienda y Finanzas

Cdor. Martín Mura

Administrador Gubernamental de Ingresos Públicos

Cdor. Andrés Ballotta

Director General de Estadística y Censos

Lic. José María Donati

Subdirectora General de Estadísticas Sociodemográficas

Mg. María Eugenia Lago

Subdirector General de Estadísticas Económicas

Lic. José Carlos Núñez

Subdirector General de Estudios Económicos y Fiscales

Lic. Ignacio Mognoni

Subdirector General de Técnica, Administrativa y Legal

Cdor. José Gutiérrez

Elaboración de contenidos

Mg. Mariana Ángela Bonfils - Jefa de Departamento de Análisis de Precios

Lic. Lucila Frigeri - Analista del IPCBA

Lic. Sasha Murat - Analista del IPCBA

Agradecemos especialmente a Brian Graf, Economista Senior del Fondo Monetario Internacional, por la predisposición, la colaboración y los aportes realizados durante las consultas y sesiones llevadas a cabo, en el marco de la actualización del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires.

Índice

Introducción	1
1. Antecedentes	2
2. Objetivo y usos	3
3. Alcance	3
3.1 Población de referencia	3
3.2 Cobertura geográfica	3
3.3 Períodos de referencia	4
3.4 Gasto de consumo final de los hogares	4
4. Selección de la canasta y estructura de ponderaciones	5
5. Ponderaciones	6
6. Tipos de negocios	6
7. Sistema clasificatorio de bienes y servicios	6
8. Especificaciones	8
9. Fórmulas de cálculo del IPCBA	9
9.1 Primera etapa: obtención de los precios medios de los productos y cálculo de los índices elementales	9
9.2 Segunda etapa: agregación de los índices elementales hasta el Nivel General	10
10. Precios medios de los productos con cálculo especial	10
11. Imputación de precios faltantes	11
12. Cálculo de incidencias	11
13. Informantes y relevamiento de precios	11
14. Dispositivos para el relevamiento	12
15. Agrupaciones secundarias	13
16. Difusión de resultados	14
17. Empalme	14
Anexo I	15
Bibliografía	19

Introducción

La Ciudad de Buenos Aires calcula desde el 2012 en forma ininterrumpida su índice de precios al consumidor. Como se detalla más adelante, dicho indicador permite conocer la evolución general de los precios de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo de los hogares porteños. No obstante, con el transcurso de los años las estructuras y los patrones de gasto de los hogares se van modificando y es necesario incorporar dichos cambios en el indicador.

Es en este contexto, que a mediados de 2020 se comenzó a trabajar en una revisión exhaustiva de las ponderaciones, productos e informantes requeridos para tal cálculo, para llevar adelante la actualización del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires (IPCBA). Durante este proceso, se adoptaron las últimas recomendaciones y prácticas internacionales, lo que permitió garantizar la calidad, la solidez metodológica y la comparabilidad del nuevo indicador.

El objetivo primordial de este informe es presentar la metodología adoptada para la actualización del IPCBA, a la luz de las modificaciones que implicaron la decisión de cambiar el año base, con la finalidad de mantener estadísticas confiables.

1. Antecedentes

Desde el año 2012, la Dirección General de Estadística y Censos lleva adelante en forma ininterrumpida el operativo del IPCBA; un indicador de canasta fija elaborado para medir los cambios en el tiempo del nivel de precios de los bienes y de los servicios adquiridos para el consumo por los hogares de la Ciudad, cuya evolución se publica mensualmente a través de su página web. Este índice tomó como período base un año no calendario (julio de 2011-junio de 2012), cuya estructura de ponderaciones se calculó a partir de la información de la Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares (ENGHo) 2004-2005.

Con el transcurso del tiempo, los hogares modifican su estructura y patrones de consumo, por lo que la composición de la canasta de bienes y servicios de los índices de precios al consumidor se va desactualizando y va perdiendo representatividad. Asimismo, se producen cambios en las modalidades de compra, en los diferentes tipos de negocios y en los bienes y servicios que consumen los hogares. Todo lo mencionado, deja en evidencia la necesidad de incorporar estas modificaciones en el índice de precios al consumidor a través de la actualización de las ponderaciones, de la canasta de bienes y servicios y otros aspectos metodológicos. De esta forma, el indicador podrá representar mejor los cambios del nivel de los precios de los bienes y servicios adquiridos para consumo por los hogares residentes en la Ciudad de Buenos Aires a lo largo del tiempo.

Es importante destacar que tal como señalan OIT, FMI, OCDE, Oficina Estadística de las Comunidades Europeas, ONU y Banco Mundial (2006): "(...) la incorporación de nuevas ponderaciones es una operación compleja porque brinda la oportunidad de incorporar nuevos artículos, nuevas muestras, nuevas fuentes de datos, nuevas prácticas de elaboración, nuevos agregados elementales, nuevos índices de nivel superior o nuevas clasificaciones" (p. 199). Como se menciona en el manual citado, resulta oportuno realizar todas las modificaciones al momento de la actualización de las ponderaciones, lo que permite minimizar las interrupciones en la serie temporal y, de esta forma, generar la menor cantidad de inconvenientes a los usuarios de los índices.

Dado que las encuestas de gastos a los hogares son el insumo clave para la actualización de los índices de precios al consumidor, se requiere que las mismas se realicen con cierta frecuencia. Entre noviembre de 2017 y el mismo mes del año 2018, el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC) junto con las Direcciones Provinciales de Estadística, llevaron a cabo la ENGHo 2017-2018. Esto permitió contar con información actualizada sobre los gastos de consumo de los hogares porteños, insumo clave para actualizar el IPCBA. En consecuencia, dada la complejidad que implicaba, se comenzaron a delinear y planificar las tareas asociadas a dicho proceso.

A partir de la publicación de las bases usuarias de hogares, personas y gastos a mediados del año 2020 y, a pesar de las dificultades que ocasionó el contexto de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio derivado de la pandemia de COVID-19, esta Dirección General continuó llevando a cabo todas las tareas necesarias para la actualización del año base. Esto implicó una profunda y exhaustiva revisión de las ponderaciones y de los productos que conforman la canasta del índice, del sistema clasificatorio, de los informantes que componen la muestra, de las ponderaciones por tipo de negocio, de los procesos de cálculo e imputación y de las necesidades informáticas que se requerían, utilizando como fuente principal la ENGHo 2017-2018. Durante este proceso, se adoptaron las últimas recomendaciones y prácticas internacionales, lo que permitió garantizar la solidez metodológica y la comparabilidad del nuevo indicador.

El presente documento tiene como finalidad principal resumir las modificaciones e incorporaciones que surgieron a partir del proceso detallado anteriormente. Es decir, el objetivo es actualizar la metodología¹ utilizada para la elaboración del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires, publicada en mayo de 2013 y, a su vez, ampliar la publicación de abril de 2022 sobre los "[Principales aspectos metodológicos de la actualización del año base](#)".

A modo de resumen, se presenta un cuadro con los principales cambios metodológicos en el IPCBA:

1 Dirección General de Estadística y Censos (2013). "[Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires. Principales aspectos metodológicos](#)".

C.1

Principales diferencias en las publicaciones periódicas del IPCBA

Temática	IPCBA	
	Hasta febrero de 2022	A partir de marzo de 2022
Período base	Julio de 2011-junio de 2012	Enero de 2021-diciembre de 2021
ENGHo de referencia	2004-2005	2017-2018
Cantidad de productos	628	522
Sistema clasificatorio	COICOP 1999	COICOP 2018
Cantidad de divisiones	12	13

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA).

2. Objetivo y usos

El IPCBA es un indicador que tiene por objetivo medir los cambios en el tiempo del nivel de los precios de los bienes y servicios adquiridos para consumo por los hogares residentes en la Ciudad de Buenos Aires.

Este indicador cumple con las tres características distintivas de los índices de precios: se publica en forma mensual, se encuentra rápidamente disponible (dentro de los primeros días hábiles del mes siguiente) y el dato publicado es definitivo (ya que no se revisa post publicación). Esto permite brindar información oportuna para una amplia variedad de propósitos y usos:

- Análisis de la evolución de los precios de los bienes y los servicios representativos del consumo de la población de referencia.
- Variable representativa de la tasa general de inflación en la Ciudad de Buenos Aires, a pesar de que solo mide la inflación al consumidor.
- Marco de referencia para la actualización de salarios, jubilaciones y prestaciones de la seguridad social, así como para indexar impuestos, tasas, contratos, alquileres u otros pagos.
- Deflactor del consumo de los hogares para la estimación del Producto Geográfico Bruto (PGB) y de otras series económicas.
- Insumo para el desarrollo de indicadores secundarios como las canastas de consumo, líneas de indigencia y de pobreza.

Cabe aclarar que el IPCBA es un índice de canasta fija que mide la evolución de los precios de un grupo de bienes y servicios, sin considerar las posibles sustituciones que realizan los consumidores ante cambios en los precios relativos. Es decir, mide el cambio porcentual en el costo total en el que deben incurrir los hogares porteños para adquirir un conjunto determinado de bienes y servicios que conforman la canasta del índice.

3. Alcance

El alcance del IPCBA está relacionado intrínsecamente con el objetivo y el principal uso para el cual se diseña el indicador. En consecuencia, resulta necesario definir con precisión la población de referencia, la cobertura geográfica de los gastos de consumo y de la muestra, los períodos de referencia y los criterios de inclusión y exclusión para determinados bienes y servicios.

A continuación, se explican con mayor detalle aquellas dimensiones que permiten delimitar el alcance del IPCBA.

3.1 Población de referencia

La población de referencia considerada para el índice y cuyos gastos se tomaron en cuenta para calcular las ponderaciones del IPCBA, coincide con la utilizada por la ENGHo 2017-2018 para el distrito y está conformada por todos los hogares residentes en viviendas particulares, sin exclusiones.

Este criterio -no realizar exclusiones de hogares ni de miembros según sus características socioeconómicas- se adoptó también para la determinación de la canasta de bienes y servicios.

Esta decisión metodológica va en línea con las recomendaciones internacionales y permite disponer de un indicador representativo del movimiento de los precios de la canasta de consumo de todos los hogares porteños².

3.2 Cobertura geográfica

Para definir la cobertura geográfica del IPCBA hay que analizar la cobertura territorial de los gastos y de los precios.

3.2.1 Cobertura geográfica de los gastos

Los gastos de consumo que se consideraron para la selección de la canasta del IPCBA son los realizados por los hogares residentes de la Ciudad de Buenos Aires para la adquisición de bienes y servicios, independientemente si los mismos se realizaron dentro o fuera de ella.

Esta decisión metodológica se adoptó en base a la información disponible y suministrada por las encuestas de gastos, ya que son el insumo clave para la elaboración de la canasta del índice.

3.2.2 Cobertura geográfica de los precios

La cobertura geográfica de los precios del IPCBA abarca a la Ciudad de Buenos Aires, siendo representativas todas las comunas que la conforman.

En consecuencia, se releva la información de los precios vigentes en la Ciudad de Buenos Aires para todos los bienes y servicios que conforman la canasta del indicador. La única excepción se realiza con los gastos de consumo relacionados con el turismo, ya que los mismos son realizados por la población de referencia en un lugar diferente de aquel en el cual reside.

Ante esto, se tomó la decisión metodológica de relevar los precios vigentes de los servicios relacionados con el turismo en los lugares donde la población de referencia

² Cabe aclarar que esto permite realizar estudios y ejercicios para hogares y poblaciones específicas a partir de la información básica del IPCBA, en caso de requerirse.

realiza habitualmente dichos gastos, independientemente de que se encuentren dentro y fuera del país.

3.3 Períodos de referencia

En los índices de precios al consumidor el período de referencia abarca tres dimensiones diferentes:

- El período de referencia de las ponderaciones.
- El período de referencia de los precios.
- El período de referencia del índice.

No es inusual que en los índices de precios al consumidor el período de referencia de las ponderaciones difiera con el de los precios y la base del índice. Esto es producto de la diferencia temporal que existe entre el período en el cual se releva la información sobre los gastos de consumo de los hogares -insumo clave para el cálculo de las ponderaciones- y el momento en el cual dicha base está disponible para comenzar las tareas de selección de la canasta y relevamiento de precios.

En el caso del IPCBA, el período de referencia de las ponderaciones coincide con el de relevamiento de la última ENGHo: noviembre de 2017 a noviembre de 2018.

En relación al período de referencia de los precios y del índice, este abarca un año calendario, extendiéndose entre los meses de enero de 2021 y diciembre de 2021. La elección de un año de duración del período de referencia implica que la base del mismo es el promedio de los precios de los 12 meses. De esta forma, se logra contemplar las distintas estacionalidades, ya que se relevan precios para todos los productos que componen la canasta del índice en todos los puntos de venta durante dicho período. Esto último, es muy importante para lograr que los precios de los productos estacionales estén adecuadamente representados a lo largo del período de referencia del índice.

Siguiendo las últimas recomendaciones del Manual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) del 2020³, se decidió utilizar las ponderaciones originales de la ENGHo 2017-2018 y no actualizarlas en función del movimiento de los precios. Al producirse cambios sustanciales en estos últimos, entre los períodos de referencia de las ponderaciones y de los precios, no se recomienda actualizar las ponderaciones debido a que implica modificar solo uno de los dos componentes del gasto de consumo (los precios) dejando fijo el otro (las cantidades). Esto generaría un mayor sesgo, ya que se debe asumir que las cantidades se mantuvieron fijas en dicho período y, en consecuencia, no se

contemplaría que los cambios en los precios relativos generan modificaciones en las decisiones de consumo.

3.4 Gasto de consumo final de los hogares

Para la determinación de la canasta del índice se utilizó el gasto de consumo final de los hogares de la población de referencia -hogares residentes en la Ciudad de Buenos Aires-, tomando como base el criterio adoptado en la ENGHo 2017-2018. En la cual se define al gasto de consumo final de los hogares como:

(...) el valor de toda adquisición de bienes y servicios que tiendan a satisfacer las necesidades de la población según las pautas o patrones sociales imperantes y que no se destinan a mantener o ampliar la capacidad productiva de la economía. En este sentido, el gasto de consumo es el valor de mercado de todas las adquisiciones de bienes y servicios, ya sean al contado o a crédito, que realizan los hogares para satisfacer sus necesidades (INDEC, 2019, p.107).

En el caso particular de la adquisición de los vehículos se tomó como gasto de consumo final el valor neto (entre compra y venta). Cabe aclarar que en la valorización del gasto de consumo se incluyen todos los impuestos que gravan al producto, tales como el Impuesto al Valor Agregado (IVA), percepciones, entre otros, que forman parte de los precios de adquisición que los consumidores pagan.

Se excluyen de la definición de gasto de consumo de los hogares los siguientes ítems:

- Inversiones realizadas por los hogares (por ejemplo, la adquisición de viviendas, tierras, bonos y otros activos financieros).
- Pagos que no implican intercambio de bienes y servicios, tales como impuestos, tasas y contribuciones sobre la riqueza o ingresos (por ejemplo, el Impuesto Inmobiliario Alumbrado, Barrido y Limpieza -ABL-).
- Transacciones financieras tales como pagos de intereses o amortización de deudas.
- Gastos por actividades productivas del hogar.
- Acceso gratuito a servicios provistos por el Estado u otras instituciones.
- Consumo de regalos recibidos de otros hogares (para evitar duplicaciones, dado que se considera gasto de consumo del hogar que adquirió el bien o servicio para regalar).
- Primas de seguro de vida.

3 OIT, FMI, OCDE, UE, ONU y Banco Mundial, (2020). *Consumer Price Index Manual: Concepts and Methods*. Estados Unidos, Washington D.C.

En consecuencia, no se incluyeron los siguientes ítems clasificados en la ENGHo 2017-2018 como gastos de consumo final, dado que tienen características de bienes públicos o son considerados inversión:

- Recolección de residuos - Barrido de calles, quitado de nieve, hielo, agua de la vivienda principal.
- Cloacas y desagües pluviales.
- Prode, lotería, quiniela, rifa, casino, carreras de caballos.
- Seguro de vida.

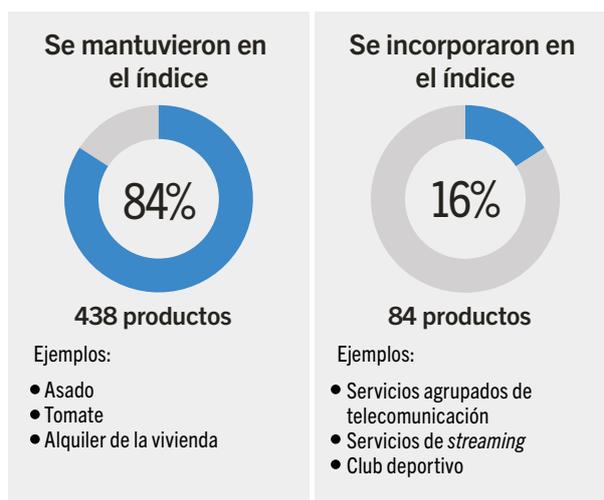
4. Selección de la canasta y estructura de ponderaciones

La canasta del IPCBA incluye los gastos de consumo en todos los tipos de bienes y servicios oportunamente declarados por los hogares de la Ciudad. Para la selección de los productos que forman parte de la nueva canasta se tuvieron en cuenta los siguientes criterios de inclusión:

- **Gasto:** bienes y servicios cuyo gasto represente más del 0,02% del gasto total de los hogares de la Ciudad.
- **Hogares:** bienes y servicios para los cuales más del 2,0% de los hogares hayan declarado gasto.

Se incluyeron los bienes y servicios que cumplieron al menos uno de estos criterios. Asimismo, se incorporaron ciertos productos -menos del 2% de los seleccionados- que son de consumo difundido y quedaron excluidos por los umbrales mencionados, como por ejemplo los preservativos. Al igual que en el índice anterior, se aseguró que aquellos que quedaron excluidos del relevamiento de precios estén satisfactoriamente representados por la evolución de los precios de otros productos. En consecuencia, el gasto informado para los bienes y servicios excluidos se reasignó a otros productos o grupos similares en cuanto a características, usos y evolución de precios.

Una vez seleccionados los bienes y servicios que componen la canasta del IPCBA, se definieron el o los productos representantes a relevar. De este modo, la nueva canasta quedó conformada por 522 productos.



Es importante aclarar que, entre los productos que se mantuvieron en el nuevo indicador, se observa un cambio sustancial en el peso relativo de determinados bienes y servicios, en comparación con el indicador anterior. Algunos productos que se mantuvieron en la canasta cambiaron radicalmente su ponderación, por ejemplo, los servicios y equipos de telefonía móvil incrementaron su ponderación, mientras que los de telefonía fija la redujeron. Por otro lado, aumentó el peso del alquiler y de los gastos comunes de la vivienda.

Entre los productos que formaban parte de la canasta anterior y no fueron seleccionados en el nuevo IPCBA, pueden mencionarse, entre otros, las telas, el servicio postal, la impresión de foto digital, el DVD grabable y las reparaciones de heladera, lavarropa y de televisión y audio.

En general, las encuestas de gastos brindan información detallada sobre una gran variedad de bienes y servicios, cuya inclusión en un IPC puede no ser necesaria y/o eficiente, en tanto tienen un peso muy bajo en el gasto total de los hogares y son poco representativos de la población de referencia. Es, por ello, una práctica habitual excluir algunos bienes y servicios observados por las encuestas de gastos de la selección de productos y recopilación de precios de los IPC.

Sin embargo, aunque no se releven precios de todos los productos para los cuales los hogares hayan informado gastos, éstos quedan representados en el IPC mediante la reasignación del gasto a productos o grupos similares. Esto último, equivale a suponer que la variación de sus precios es similar a la de los precios de los productos seleccionados.

5. Ponderaciones

Las ponderaciones reflejan la importancia relativa de los bienes y servicios según su participación en el gasto de consumo de los hogares. En consecuencia, se calculan como el peso del gasto en cada uno de los bienes y servicios incluidos en la canasta en el gasto total de consumo de la población de referencia. Las mismas se denominan plutocráticas o globales siendo las recomendadas para la elaboración de un IPC.

Para el IPCBA las ponderaciones se calcularon en base a la información sobre el gasto de consumo final de los hogares que surge de la ENGHo 2017-2018 para la Ciudad de Buenos Aires y se utilizó el nivel de máxima apertura. De esta manera, la ponderación w correspondiente al producto i es:

$$w_i = \frac{\sum_h g_{h,i}^b}{\sum_i (\sum_h g_{h,i}^b)}$$

donde:

- g = gasto de consumo final
- b = período de referencia del gasto
- h = hogares
- i = bien o servicio

La ponderación que se le asigna a cada bien o servicio determina el efecto que tendrá la variación de su precio en el Nivel General⁴.

6. Tipos de negocios

Los hogares de la Ciudad de Buenos Aires adquieren los bienes y los servicios que consumen en diferentes tipos de negocios: supermercados de cadena, autoservicios, negocios tradicionales, entre otros. Por ejemplo, el hogar puede adquirir fideos frescos en un supermercado de cadena o en una fábrica de pastas y puede existir una diferencia significativa en el precio y la calidad del producto dependiendo del lugar donde lo compra.

Dado esto último y, con el fin de reflejar mejor los patrones de consumo de los hogares, es importante introducir en el cálculo del IPCBA las ponderaciones por tipo de negocio.

La información disponible en la ENGHo 2017-2018 permite conocer en qué tipo de negocios los hogares porteños adquieren los bienes y los servicios que consumen. A partir de dichos datos, se llevó a cabo un análisis específico para cada uno de los productos para los cuales se disponía de dicha información y se decidió introducir las ponderaciones internas, según el nivel de precio medio en cada tipo de negocio y en

base a la relevancia de las mismas. En los casos en los cuales se introdujeron, se definieron las ponderaciones para los supermercados de cadena y para los autoservicios y/o negocios tradicionales.

En algunos casos puntuales, como por ejemplo en el producto alimento de mascotas -donde el precio medio del producto en autoservicios era muy diferente al del negocio tradicional, pero muy similar al del supermercado- se decidió agrupar la ponderación de los autoservicios junto con la de los supermercados.

7. Sistema clasificatorio de bienes y servicios

Los gastos de consumo se clasificaron de acuerdo a su finalidad, según la Clasificación de Consumo Individual según Finalidad (CCIF o COICOP según sus siglas en inglés -*Classification of Individual Consumption by Purpose*), adaptada para la Ciudad de Buenos Aires. Según este criterio, los bienes y los servicios que conforman la canasta del IPCBA se agruparon en divisiones, grupos, clases, subclases, conjuntos de productos y productos.

Si bien en el anterior IPCBA (base julio de 2011-junio de 2012 = 100) y en las bases disponibles de la ENGHo 2017-2018 se utilizó la COICOP 1999 a 12 divisiones, el cambio de año base brindó la oportunidad de poder adoptar la nueva clasificación internacional (COICOP 2018⁵) a 13 divisiones, adaptada para la Ciudad de Buenos Aires. La estructura del IPCBA (base 2021 = 100) se presenta en el cuadro C.2.

5 Esta clasificación se incorporó en la última revisión del manual publicado por OIT, FMI, OCDE, UE, ONU y Banco Mundial (2020), *Consumer Price Index Manual. Concepts and methods*. Estados Unidos, Washington DC.

4 En el ANEXO I se presentan las ponderaciones para las Divisiones, los Grupos y las Clases que conforman el IPCBA (base 2021 = 100).

C.2

IPCBA (base 2021 = 100). Estructura de ponderación y cantidad de productos por división según COICOP 2018

División	Denominación	Ponderación	Cantidad de productos
01	Alimentos y bebidas no alcohólicas	17,13%	193
02	Bebidas alcohólicas y tabaco	1,60%	8
03	Prendas de vestir y calzado	5,31%	59
04	Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	17,43%	12
05	Equipamiento y mantenimiento del hogar	5,91%	57
06	Salud	8,70%	34
07	Transporte	11,44%	30
08	Información y comunicación	7,32%	15
09	Recreación y cultura	6,12%	44
10	Educación	4,73%	8
11	Restaurantes y hoteles	9,58%	24
12	Seguros y servicios financieros	0,76%	4
13	Cuidado personal, protección social y otros productos	3,98%	34

Nota: la suma de las cifras parciales puede diferir del total por procedimientos de redondeo.
Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA).

Asimismo, se divide en 44 grupos, 91 clases, 146 sub-clases, 270 conjuntos de productos y 522 productos.

Los principales cambios a destacar de la nueva clasificación de bienes y servicios son:

- Se crea la división “Información y comunicación”, nucleando en la misma todos los bienes y servicios de comunicación y de procesamiento de la información. Anteriormente, estaban separados en las divisiones “Comunicaciones” y “Recreación y cultura”. Asimismo, una de las innovaciones es la incorporación de los servicios de *streaming* y los servicios agrupados de comunicaciones.
- Dada la heterogeneidad que presentaba la anterior división “Bienes y servicios varios”, se dividió a la misma en dos: “Seguros y servicios financieros” y en “Cuidado personal, protección social y otros productos”.

Divisiones del IPCBA (base 2021 = 100)



Alimentos y bebidas no alcohólicas: incluye los alimentos y las bebidas no alcohólicas adquiridas para consumir en el hogar.



Bebidas alcohólicas y tabaco: incluye las bebidas alcohólicas (destiladas, vinos y cervezas) y el tabaco.



Prendas de vestir y calzado: incluye las prendas de vestir, los accesorios, los servicios de limpieza de ropa y el calzado.



Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles: incluye el alquiler de la vivienda, los bienes y servicios para el mantenimiento y la reparación de la misma, el suministro de agua, las expensas, la electricidad, el gas y otros combustibles para utilizar en el hogar.



Equipamiento y mantenimiento del hogar: incluye los muebles, los artículos textiles, los electrodomésticos, la vajilla, los utensilios, la cristalería, las herramientas y los bienes y servicios para la conservación del hogar.



Salud: incluye los productos medicinales, los artefactos y los equipos para la salud, los servicios para pacientes externos y los seguros médicos (prepagas).



Transporte: incluye la adquisición de vehículos particulares, los bienes y servicios para el funcionamiento y mantenimiento de los vehículos de uso del hogar y el transporte de pasajeros y de bienes.



Información y comunicación: incluye los equipos de procesamiento de información y de recepción y de reproducción de imagen y sonido, y los servicios de telefonía, conexión a internet, televisión por cable, *streaming* y servicios agrupados.



Recreación y cultura: incluye los productos y servicios de recreación y cultura, productos de jardinería, bienes y servicios para mascotas, artículos de papelería, libros, diarios y paquetes turísticos.



Educación: incluye los servicios educativos para la enseñanza formal y no formal.



Restaurantes y hoteles: incluye las comidas y las bebidas consumidas fuera del hogar y listas para consumir y los servicios de alojamiento en hoteles.



Seguros y servicios financieros: incluye los seguros y los servicios financieros.



Cuidado personal, protección social y otros productos: incluye los artículos de tocador, los servicios y artefactos para el cuidado personal, los servicios de protección social y otros bienes y servicios diversos.

8. Especificaciones

La canasta del IPCBA está conformada por 522 productos, cada uno de ellos se eligió como representante de las variedades seleccionadas en la ENGHo 2017-2018, según los criterios detallados anteriormente.

Para cada uno de los productos que forman parte de la canasta, se definió una especificación, que contiene una descripción detallada de las características del bien o servicio cuyo precio se desea relevar mensualmente. Según las características de los mismos, se definieron especificaciones más estrictas y restrictivas o más amplias y laxas.

9. Fórmulas de cálculo del IPCBA

El cálculo del IPCBA consta de dos etapas que se detallan a continuación:

9.1 Primera etapa: obtención de los precios medios de los productos y cálculo de los índices elementales

El producto es el mínimo nivel de agregación que tiene una ponderación explícita y para el cual se calcula un precio promedio y un número índice.

Como se mencionó anteriormente, cada producto tiene asociada una especificación que establece las características que deben cumplir las observaciones a relevar en los informantes (negocios) que forman parte de la muestra.

Al tener en cuenta que la especificación de cada producto establece características únicas y, dada la diversidad de presentaciones que existen en el mercado, algunos productos, deben ser sometidos a una normalización. Esto implica llevar los precios a una unidad de medida común, dentro de un rango determinado en el marco de una misma especificación.

En general, en la visita al informante se toman dos observaciones de precios para la mayoría de los productos seleccionados (excluyendo los productos frescos). Es decir, para un mismo producto se relevaron dos observaciones que responden a la misma especificación, pero se diferencian entre sí, por ejemplo, por la marca y/o el gramaje.

Los informantes se visitan una vez al mes, salvo en los casos donde el producto tenga el atributo de vigencia⁶ (por ejemplo, entrada de cine, colectivo urbano, entre otros). En aquellos donde haya más de una visita al mes, habrá más de un precio por observación en cada negocio en el período y se promediarán de manera aritmética los precios normalizados de cada visita para obtener el precio por observación en el mes. Es decir, para el caso de k visitas se aplica:

$$^{(2)} \bar{p}_{ijr}^t = \frac{\sum_k p_{ijrk}^t}{k}$$

donde p_{ijrk}^t es el precio normalizado de la observación r en el negocio j del producto i en la visita k .

Una vez que se obtiene el precio de cada observación, se procede a calcular el precio medio para cada producto y, luego, su índice elemental. Para determinar el precio promedio del producto, se realiza una media geométrica que abarca todas las observaciones del mismo.

Esta tiene como característica principal equiponderar las variaciones de precios, es decir, asignar la misma importancia a los valores bajos como altos.

En aquellos productos en los cuales se definió una ponderación interna por tipo de negocio, se calcula en primer lugar el promedio geométrico de las observaciones de precios dentro de cada tipo. Entonces, el promedio por tipo de negocio es:

$$^{(3)} \bar{p}_{i,L}^{t,g} = \left(\prod_{r=1}^n \bar{p}_{ijr}^{t,a} \right)^{\frac{1}{n}}$$

donde:

i = producto

j = negocio

r = observación

L = tipo de negocio (*supermercado o autoservicio y/o negocio tradicional*)

n = cantidad de observaciones del tipo de negocio

g = indica un promedio geométrico

a = indica un promedio aritmético

t = indica un precio medio por tipo de negocio

Luego, para cada producto i se calcula el promedio geométrico ponderado de los precios medios calculados para cada tipo de negocio (S para los supermercados y T para los autoservicios y/o negocios tradicionales), para obtener así el precio medio del producto:

$$^{(4)} \bar{p}_i^g = (\bar{p}_{i,S}^g)^\alpha * (\bar{p}_{i,T}^g)^{1-\alpha}$$

donde α es la ponderación de los supermercados y $1 - \alpha$ la ponderación del resto de los tipos de negocios. Tal como se mencionó anteriormente, para la estimación de las ponderaciones por tipo de negocio se utilizó la información relevada en la ENGHo 2017-2018, específicamente, los gastos de consumo de la variable “*Tipo de negocio en el que adquirió los productos*”.

Cabe aclarar que, durante el período base, para cada producto i se calculó un promedio aritmético de los precios medios calculados para cada uno de los meses pertenecientes a la base. De esta forma, el precio del período base para el producto i es:

$$^{(5)} \bar{p}_i^0 = \frac{\sum_{t=1}^{12} \bar{p}_i^g}{12}$$

donde:

0 = es el período base

t = mes

i = producto

⁶ El atributo vigencia permite considerar los cambios de precio que se dan durante el mes para una misma observación.

En cada mes t del año base, el índice elemental de cada producto se calculó a partir de la comparación del precio medio (geométrico) de ese mes con el precio medio del período base (calculado como la media aritmética de los precios medios de todos los meses del año base):

$$^{(6)} I_i^{t,0} = \frac{\bar{P}_i^t}{\bar{P}_i^0} * 100$$

En los períodos posteriores, el índice del último mes del período base ($I_i^{12,0}$) se extrapola con las variaciones de los precios de los meses siguientes. Quedando los índices elementales para cada mes:

$$^{(7)} I_i^t = I_i^{t-1} * \frac{\bar{p}_i^t}{\bar{p}_i^{t-1}}$$

9.2 Segunda etapa: agregación de los índices elementales hasta el Nivel General

En la segunda etapa del cálculo se agrupan los índices de los productos para obtener los índices de los niveles superiores. Para ello, se utiliza la media aritmética ponderada del índice del producto y las ponderaciones originales. De esta manera, los índices de niveles superiores se calculan como promedios aritméticos ponderados de los índices de precios de los conjuntos de productos.

Para alcanzar el máximo nivel de agregación, el Nivel General, se utiliza la fórmula *Laspeyres*, considerando 0 al período base y t al resto de los períodos:

$$^{(8)} I_{NG}^t = \frac{\sum_{i=1}^N p_i^t q_i^b}{\sum_{i=1}^N p_i^0 q_i^b}$$

siendo p los precios mencionados en el punto 9.1 y, q las cantidades, que son las ponderaciones descritas en el apartado 5. Es habitual que en los índices de precios, el período de las cantidades (b) no coincida con el de los precios (0), en el año base. Esto se desprende de la diferencia temporal que existe entre el período de referencia de las ponderaciones de la ENGHo (noviembre de 2017 y el mismo mes del año 2018) y el de los precios (siendo el 2021 el año base). Es por eso que, para el cálculo de los índices de precios al consumidor, habitualmente se utiliza una fórmula denominada de *tipo Laspeyres*, en la cual difieren los períodos de referencia de las cantidades y de los precios.

En la práctica se utiliza la siguiente expresión equivalente que usa los índices elementales que surgen de la fórmula (7):

$$^{(9)} I_{NG}^t = \sum_{i=1}^N I_i^t w_i$$

donde I_i^t es el índice del producto i en el período t y w_i es el ponderador del producto i (teniendo $\sum_{i=1}^N w_i = 1$).

10. Precios medios de los productos con cálculo especial

La mayoría de los precios que intervienen en el cálculo del IPCBA surgen de relevamientos presenciales, telefónicos y/o *web*. Existe un pequeño grupo de productos que son considerados especiales, ya que sus precios se obtienen a partir de cálculos realizados en base a la incorporación de las particularidades y los componentes que definen su valor económico. Los mismos se pueden relevar directamente a través de las páginas de internet (por ejemplo: entrada de cine, medicamentos, entre otros) o a través de leyes tarifarias, resoluciones y/o decretos (por ejemplo: colectivo, taxi, subte, peajes, entre otros).

Cabe mencionar como ejemplo el caso de los servicios de gas natural por red domiciliaria y de electricidad, para los cuales se calculan tarifas promedio para los distintos segmentos de ingreso y tramos de consumo, a partir de los cargos fijos y variables que conforman la tarifa. Finalmente, el precio medio de estos servicios se obtiene promediando los distintos segmentos y las diferentes tarifas en forma ponderada, considerando la cantidad de usuarios/as en cada una de ellas y los días de vigencia.

11. Imputación de precios faltantes

Cuando en un período hay precios faltantes, éstos deben imputarse para el cálculo del índice. La imputación de precios faltantes debe hacer uso de la información disponible para proveer una estimación del movimiento del precio.

El método general consiste en imputar el precio faltante, extrapolando el precio del período anterior por el movimiento de los precios del grupo más cercano al que pertenece el precio ausente.

Específicamente, la primera imputación busca hacer uso del conjunto de información más cercano al precio faltante y, al cual este pertenece, para mover el precio del mes anterior y generar así un precio imputado en el mes corriente.

Para establecer el mecanismo de imputación, se define para cada producto y tipo de negocio umbrales fijos de cantidades de precios y de relativos de precios (precios reales en el mes corriente y precios reales o imputados en el anterior). Estos umbrales determinan, *a priori*, si la cantidad de precios de un producto es suficiente para no ser descartada, y si la cantidad de relativos resulta suficiente para poder ser utilizada para imputar los precios faltantes.

Para cada producto y tipo de negocio (supermercado y autoservicios y/o tradicionales) se definieron dos tipos de umbrales:

- **Umbral de descarte:** por debajo del cual los precios de un producto en un tipo de negocio se descartan y no intervienen en el cálculo del promedio.
- **Umbral de primera imputación:** cantidad mínima de relativos de precios que se requiere para poder imputar los precios faltantes por el movimiento de los pares.

Es decir, el proceso de imputación para cada producto y tipo de negocio se compone de los siguientes pasos:

- Si para un producto la *cantidad de relativos en un mes es mayor al umbral de primera imputación*, se utilizará el movimiento de los precios de ese producto en ese tipo de negocio para extrapolar el precio del mes anterior y generar un precio imputado en el mes actual para aquellas observaciones faltantes.
- Si *la cantidad de relativos de precios no es suficiente*, se imputará con el movimiento de los precios del mismo producto en el otro tipo de negocio (en el caso de corresponder dicha división) o por el agrupamiento superior que corresponda.

- Si el producto no está suficientemente representado (*la cantidad de precios es menor al umbral de descarte*), se descartarán esos precios y se los imputará por la variación de nivel superior que corresponda.

Este mecanismo general de imputación se utiliza para todos los productos que conforman la canasta del IPCBA, independientemente de que sean estacionales o no.

12. Cálculo de incidencias

Adicionalmente, se calculan las incidencias en la variación del Nivel General, que surgen de estimar la variación que hubiera tenido el índice si solo hubiera cambiado el precio de un producto o agrupamiento superior, permaneciendo todos los demás constantes. Entonces, la incidencia asociada a cada producto o agrupamiento de nivel superior depende tanto de la magnitud de la variación de su precio como de su ponderación en el índice. De manera que para cualquier agrupamiento o producto \mathbf{a} , la incidencia se calcula según la fórmula:

$${}^{(10)}INC_a^t = (I_a^t - I_a^{t-1}) * \frac{W_a}{I_{NG}^{t-1}}$$

donde I_a^t y I_a^{t-1} son los índices del agrupamiento o producto \mathbf{a} correspondientes al período actual y al anterior respectivamente, W_a es la ponderación de \mathbf{a} , e I_{NG}^{t-1} es el índice correspondiente al Nivel General del período anterior.

13. Informantes y relevamiento de precios

Como se mencionó anteriormente, el proceso de actualización de las ponderaciones permitió llevar a cabo una revisión exhaustiva de varios aspectos del indicador, entre ellos la cobertura de la muestra de informantes y la modalidad de relevamiento de los precios.

Asimismo, es fundamental resaltar los esfuerzos operativos, técnicos y metodológicos, que se hicieron para poder recopilar en forma simultánea los precios de los productos definidos para el indicador anterior, junto con aquellos que se adicionaron en el nuevo índice.

En consecuencia, durante más de un año se relevaron, en forma simultánea, aquellos informantes que formaban parte de la muestra del indicador anterior y se incorporaron nuevos con dos objetivos principales:

- Mejorar la cobertura de la muestra dentro de las diferentes zonas de la Ciudad de Buenos Aires, de aquellos rubros que se relevaban anteriormente y que continuaron en el nuevo índice.
- Incorporar los nuevos rubros dentro de las diferentes zonas de la Ciudad de Buenos Aires.

A su vez, en los informantes que ya formaban parte de la muestra del indicador anterior, se fueron agregando, según el rubro, los nuevos bienes y servicios seleccionados para el nuevo índice.

Para aquellos productos nuevos que no se podían incorporar en ninguno de los rubros relevados, se llevó a cabo la selección de la muestra. Luego de elegir los posibles informantes para efectuar el relevamiento, se evaluaron las diferentes modalidades de contacto y se seleccionó la más adecuada según las características del producto y del informante: presencial, telefónica, *web* o correo electrónico.

Cabe resaltar que, tanto para la revisión y ampliación de la muestra de informantes como para la incorporación de nuevos rubros, se utilizó como insumo la información provista por el Censo de locales comerciales del año 2019, llevado a cabo por la Dirección General.

En relación a la organización y relevamiento de los informantes, la muestra está dividida en 20 paneles, cada uno de los cuales corresponde a un día hábil de cada mes. De esta manera, cada negocio de la muestra es relevado una vez por mes, asegurando que la distancia entre una visita y otra sea aproximadamente treinta días.

A su vez, cada panel se divide en tareas, las cuales poseen una determinada modalidad y concentran la carga de trabajo de un/a encuestador/a. Las modalidades corresponden a las diferentes formas de relevamiento de un informante y se mantienen en el tiempo: presencial, telefónica, *web* o por correo electrónico.

Si bien durante un período de tiempo extenso se relevaron los precios de la canasta anterior y la nueva, haciendo más complicado el proceso; luego de la publicación de los primeros resultados del nuevo indicador, se dejaron de relevar aquellos productos que ya no formaban parte de la canasta.

14. Dispositivos para el relevamiento

A partir del último trimestre de 2019, el relevamiento de precios se realiza mediante dispositivos móviles (*tablets*), dejando de lado los formularios impresos en papel e ingresados en forma manual.

Con la modernización de los instrumentos y procedimientos para el relevamiento de los precios, se logró simplificar el ingreso de la información en el sistema, mejorar el proceso de validación y agilizar la recepción y el análisis de la misma. A su vez, esta herramienta facilitó la adaptación del operativo durante los meses del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio.

Se pueden enumerar las principales ventajas del relevamiento a través de dispositivos móviles, ya que permite en tiempo real:

- Controlar la completitud de los formularios.
- Señalar las inconsistencias de atributos y precios.
- Alertar ante la falta de ingreso de atributos normalizables (en aquellos productos donde se avala un rango y un valor normal).
- Señalar las inconsistencias del diccionario de marcas.
- Resaltar aquellos ajustes de especificaciones o modificaciones en los atributos de los productos.
- Mejorar la comunicación entre los/as encuestadores/as y el área de supervisión, recepción y análisis, ya que dispone de campos que permiten justificar las observaciones relevadas e ingresar comentarios relevantes sobre el formulario y el informante.
- Disminuir los potenciales errores de ingreso, agilizar la revisión y la supervisión del relevamiento realizado.

Diariamente, cada encuestador/a recibe a través de su dispositivo la hoja de ruta del día con los informantes a visitar y los productos cuyos precios deben registrar. Durante el relevamiento se va realizando un *back up* de la información y, al finalizar la tarea, se realiza la descarga directamente en el sistema.

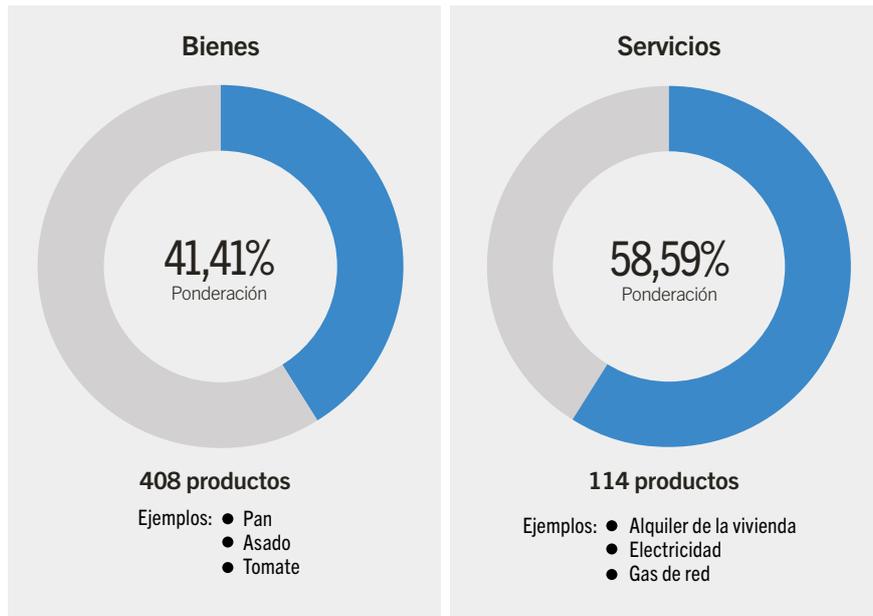
El uso de dispositivos móviles conectados a un sistema integrado, permitieron agilizar el proceso de ingreso de la información, la validación, el control, el cálculo del indicador y la obtención de resultados. Asimismo, facilita la incorporación de mejoras en los procesos que redundan en una mayor calidad del resultado final.

15. Agrupaciones secundarias

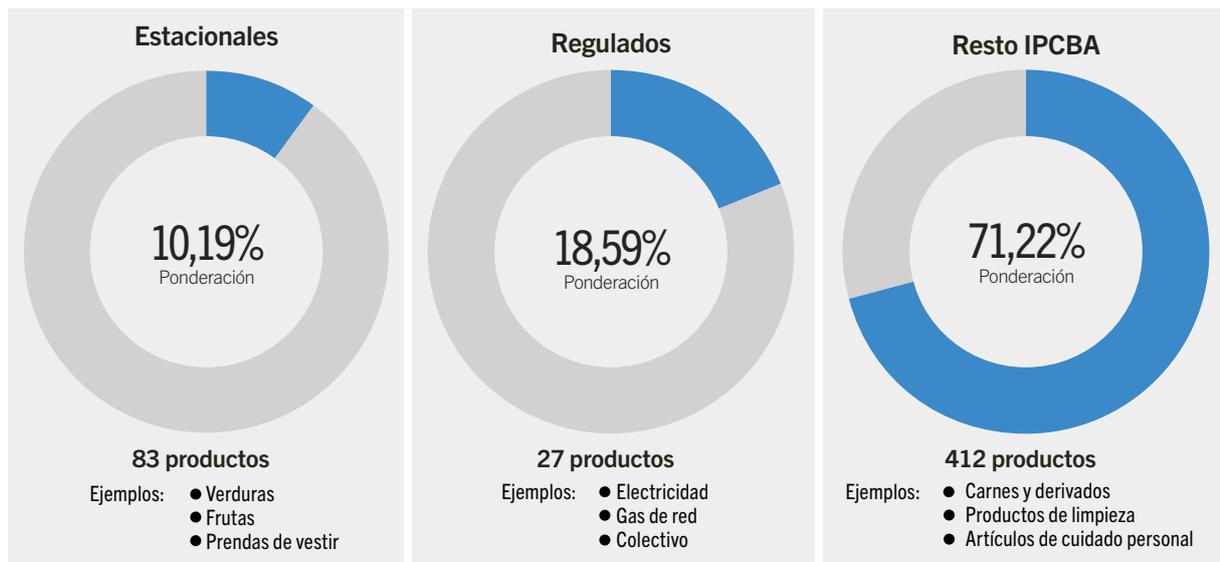
A partir de la clasificación de todos los productos que componen la canasta del IPCBA, se pueden calcular las agrupaciones secundarias. Estas permiten complementar el análisis del indicador y conocer cómo evolucionan los precios de los Bienes y de los Servicios, así como de los ítems categorizados como Estacionales, Regulados y Resto IPCBA.

Estas agrupaciones se incluyen en la publicación mensual del índice y se detallan los principales impulsos de cada una de ellas en el período correspondiente. A continuación, se presenta la nueva composición interna de cada agrupación y categoría:

- Bienes y Servicios



- Estacionales, Regulados y Resto IPCBA⁷



⁷ La categoría "Resto IPCBA" es una subcanasta que mide la variación de precios de los bienes y los servicios que no tienen comportamiento estacional ni están sujetos a regulación, siendo un *proxy* de la inflación subyacente o también denominada inflación núcleo. A diferencia del indicador anterior, el IPCBA (base 2021 = 100), incluye en la categoría "Regulados" a los seguros médicos y a la educación inicial, primaria y secundaria.

16. Difusión de resultados

La Dirección General de Estadística y Censos difunde con periodicidad mensual los resultados del IPCBA para el Nivel General, las principales aperturas y las agrupaciones secundarias. Habitualmente el quinto día hábil del mes posterior al de referencia se publican los índices, las variaciones mensuales, acumuladas anuales e interanuales, las incidencias mensuales e interanuales y una selección de precios medios de productos alimenticios y otros bienes y servicios.

La publicación mensual consta de un informe de resultados que se pone a disposición de todos los/as usuarios/as en el sitio web de la Dirección en la fecha y hora estipulada en el cronograma de difusión. En el mismo se detallan los principales resultados y aumentos -según la incidencia mensual- para el período bajo análisis. A su vez, se realiza la actualización de las series de los cuadros disponibles en el Banco de Datos⁸.

17. Empalme

Al modificar la base de los índices de precios al consumidor se produce una ruptura en la continuidad de las series que se venían publicando, ya que se modifica la composición interna de la canasta, las ponderaciones por tipo de negocio, el sistema clasificatorio, la muestra de informantes y los procedimientos de cálculo.

Sin embargo, dada la necesidad de disponer de series continuas que permitan estudiar la evolución histórica de los precios, se aplicó el procedimiento tradicional de empalme, que permite mantener las variaciones mensuales, acumuladas e interanuales anteriores y posteriores al momento del mismo.

Este procedimiento permite expresar para determinadas agrupaciones la serie del IPCBA base julio de 2011-junio de 2012 en la nueva base.

El enlace entre las series se obtiene calculando el **coeficiente de empalme** para cada agrupación compatible, el cual se define como:

$$(11) \quad \text{Coeficiente de empalme}_i = \frac{I_i^{\text{feb 2022 (base 2021 = 100)}}}{I_i^{\text{feb 2022 (base jul 2011-jun 2012 = 100)}}$$

donde I_i es el índice de la agrupación compatible i .

Se calcularon empalmes para los índices del Nivel General, de las agrupaciones secundarias y de las principales aperturas.

La serie de índices empalmados desde julio de 2012 hasta febrero de 2022 para el Nivel General, las agrupaciones secundarias y las principales aperturas se encuentra disponible en: <https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?cat=11002>.

⁸ Dichos cuadros se encuentran disponibles en: <https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/?cat=124>.

Anexo I

C.3

IPCBA (base 2021 = 100). Ponderaciones por División, Grupo y Clase

Denominación de las principales aperturas	Nivel	Ponderador (%)
NIVEL GENERAL	0	100,00
ALIMENTOS Y BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	1	17,13
ALIMENTOS	2	15,00
Pan y cereales	3	3,21
Carnes y derivados	3	4,32
Pescados y mariscos	3	0,38
Leche, productos lácteos y huevos	3	2,81
Aceites, mantecas y otras grasas	3	0,37
Frutas	3	0,98
Verduras, tubérculos y legumbres	3	1,52
Azúcar, repostería y postres	3	0,89
Otros alimentos	3	0,53
BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS	2	2,12
Café y sustitutos del café	3	0,28
Té, mate cocido, yerba y otras infusiones	3	0,28
Agua mineral, purificada y soda	3	0,37
Gaseosas	3	0,82
Jugos de frutas líquidos y en polvo	3	0,19
Otras bebidas no alcohólicas	3	0,17
BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y TABACO	1	1,60
BEBIDAS ALCOHÓLICAS	2	1,04
Bebidas destiladas, espirituosas y licores	3	0,04
Vinos	3	0,63
Cerveza	3	0,38
TABACO	2	0,56
Tabaco	3	0,56
PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO	1	5,31
PRENDAS DE VESTIR	2	3,93
Prendas de vestir	3	3,72
Limpieza, reparación y alquiler de prendas de vestir	3	0,21
CALZADO	2	1,38
Calzado	3	1,38
VIVIENDA, AGUA, ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES	1	17,43
ALQUILER DE LA VIVIENDA	2	7,67
Alquiler de la vivienda	3	7,67
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE LA VIVIENDA	2	0,95
Materiales para la reparación de la vivienda	3	0,18

Continúa

C.3

Continúa

Denominación de las principales aperturas	Nivel	Ponderador (%)
Servicios para la reparación de la vivienda	3	0,77
SUMINISTRO DE AGUA Y OTROS SERVICIOS RELACIONADOS CON LA VIVIENDA	2	6,31
Suministro de agua	3	0,84
Gastos comunes por la vivienda	3	5,46
ELECTRICIDAD, GAS Y OTROS COMBUSTIBLES	2	2,51
Electricidad	3	1,44
Gas	3	1,07
EQUIPAMIENTO Y MANTENIMIENTO DEL HOGAR	1	5,91
MUEBLES, ACCESORIOS Y ALFOMBRAS	2	0,47
Muebles y accesorios	3	0,47
ARTÍCULOS TEXTILES PARA EL HOGAR	2	0,14
Artículos textiles para el hogar	3	0,14
ELECTRODOMÉSTICOS	2	0,80
Grandes electrodomésticos y artefactos para el hogar	3	0,71
Pequeños electrodomésticos y artefactos para el hogar	3	0,09
CRISTALERÍA, VAJILLA Y UTENSILIOS PARA EL HOGAR	2	0,35
Cristalería, vajilla y utensilios para el hogar	3	0,35
HERRAMIENTAS Y ACCESORIOS PARA LA CASA Y EL JARDÍN	2	0,23
Herramientas y accesorios diversos	3	0,23
BIENES Y SERVICIOS PARA LA CONSERVACIÓN DEL HOGAR	2	3,92
Bienes para el hogar no durables	3	1,01
Servicios domésticos para el hogar	3	2,90
SALUD	1	8,70
MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS MEDICINALES	2	2,34
Medicamentos	3	2,03
Productos medicinales	3	0,06
Artefactos y equipos terapéuticos	3	0,26
SERVICIOS PARA PACIENTES EXTERNOS	2	1,29
Servicios para pacientes externos	3	0,23
Servicios y tratamientos odontológicos	3	0,44
Servicios paramédicos para pacientes externos	3	0,62
OTROS SERVICIOS DE SALUD	2	0,14
Servicios de laboratorio y diagnóstico por imágenes	3	0,14
SEGUROS MÉDICOS	2	4,92
Seguros relacionados con la salud	3	4,92
TRANSPORTE	1	11,44
ADQUISICIÓN DE VEHÍCULOS	2	2,42

Continúa

C.3

Continúa

Denominación de las principales aperturas	Nivel	Ponderador (%)
Adquisición de vehículos	3	2,42
FUNCIONAMIENTO DE EQUIPOS DE TRANSPORTE PERSONAL	2	4,98
Piezas y accesorios para vehículos de uso del hogar	3	0,09
Combustibles y lubricantes para vehículos de uso del hogar	3	3,49
Conservación y reparación de vehículos de uso del hogar	3	0,38
Otros servicios relacionados con vehículos de uso del hogar	3	1,02
SERVICIOS DE TRANSPORTE DE PASAJEROS	2	3,99
Transporte de pasajeros por ferrocarril	3	0,38
Transporte de pasajeros por carretera	3	2,12
Transporte de pasajeros por aire	3	1,45
Transporte de pasajeros fluvial	3	0,03
SERVICIOS DE TRANSPORTE DE BIENES	2	0,05
Servicios de transporte de bienes	3	0,05
INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	1	7,32
EQUIPOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	2	1,48
Equipos de telefonía fija	3	0,10
Equipos de telefonía móvil	3	0,58
Equipos de procesamiento de información	3	0,41
Equipos de recepción y reproducción de imagen y sonido	3	0,39
SERVICIOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	2	5,84
Servicios de telefonía fija	3	0,43
Servicios de telefonía móvil	3	2,09
Servicios de conexión a internet	3	0,18
Servicios de comunicaciones agrupados	3	2,64
Otros servicios de información y comunicación	3	0,50
RECREACIÓN Y CULTURA	1	6,12
PRODUCTOS DE RECREACIÓN	2	0,97
Productos de recreación	3	0,70
Equipos para el deporte y recreación al aire libre	3	0,28
PRODUCTOS DE JARDINERÍA Y MASCOTAS	2	0,63
Productos de jardinería	3	0,07
Productos para mascotas	3	0,56
SERVICIOS DE RECREACIÓN	2	1,62
Servicios veterinarios y otros servicios para mascotas	3	0,21
Servicios recreativos y deportivos	3	1,41
SERVICIOS CULTURALES	2	0,57
Cines, teatros y otros eventos	3	0,55

Continúa

C.3

Conclusión

Denominación de las principales aperturas	Nivel	Ponderador (%)
Museos, galerías de arte, jardines y otros sitios culturales	3	0,02
DIARIOS, LIBROS Y ARTÍCULOS DE PAPELERÍA Y DIBUJO	2	1,07
Libros	3	0,63
Diarios y periódicos	3	0,26
Artículos de papelería y material de dibujo	3	0,17
PAQUETES TURÍSTICOS	2	1,26
Paquetes turísticos	3	1,26
EDUCACIÓN	1	4,73
EDUCACIÓN PREESCOLAR Y PRIMARIA	2	2,47
Educación infantil, preescolar y primaria	3	2,47
EDUCACIÓN SECUNDARIA	2	0,90
Educación secundaria	3	0,90
EDUCACIÓN SUPERIOR O UNIVERSITARIA	2	0,80
Educación superior o universitaria	3	0,80
EDUCACIÓN NO FORMAL	2	0,56
Educación no formal	3	0,56
RESTAURANTES Y HOTELES	1	9,58
SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS PREPARADAS FUERA DEL HOGAR	2	8,03
Restaurantes, cafeterías y similares	3	8,03
SERVICIOS DE ALOJAMIENTO	2	1,54
Servicios de alojamiento	3	1,54
SEGUROS Y SERVICIOS FINANCIEROS	1	0,76
SEGUROS	2	0,68
Seguros relacionados con la vivienda	3	0,03
Seguros relacionados con el transporte	3	0,65
SERVICIOS FINANCIEROS	2	0,09
Comisiones de sociedades captadoras de depósitos	3	0,09
CUIDADO PERSONAL, PROTECCIÓN SOCIAL Y OTROS PRODUCTOS	1	3,98
CUIDADO PERSONAL	2	2,75
Aparatos eléctricos para el cuidado personal	3	0,05
Otros aparatos, artículos y productos para el cuidado personal	3	1,68
Salones de peluquería y establecimientos de cuidado personal	3	1,02
EFFECTOS PERSONALES	2	0,33
Efectos personales	3	0,33
PROTECCIÓN SOCIAL	2	0,44
Protección social	3	0,44
OTROS SERVICIOS	2	0,46
Otros servicios	3	0,46

Nota: la suma de las cifras parciales puede diferir del total por procedimientos de redondeo.

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda y Finanzas GCBA).

Bibliografía

Dirección General de Estadística y Censos (2013). *Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires. Principales aspectos metodológicos*. Recuperado de https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/wp-content/uploads/2015/04/ipcba_aspectos_metodologicos_2013_junio.pdf.

Dirección General de Estadística y Censos (2022). *IPCBA. Actualización del año base. Marzo de 2022*. Recuperado de https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/wp-content/uploads/2022/04/ir_2022_1647.pdf.

INDEC (2019). *Encuesta Nacional de Gastos de los Hogares 2017-2018. Informe de gastos*. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/sociedad/engho_2017_2018_informe_gastos.pdf.

OIT, FMI, OCDE, Oficina Estadística de las Comunidades Europeas, ONU y Banco Mundial, (2006). *Manual del Índice de Precios al Consumidor: Teoría y práctica*. Estados Unidos, Washington D.C.

OIT, FMI, OCDE, UE, ONU y Banco Mundial, (2020). *Consumer Price Index Manual: Concepts and Methods*. Estados Unidos, Washington D.C.

ONU (2018). *Classification of Individual Consumption According to Purpose (COICOP) 2018*. (ST/ESA/STAT/SER.M/99).