



**i**NSTITUTO **N**ACIONAL DE **E**STADÍSTICA  
REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

---

**INPC**  **ÍNDICE NACIONAL  
DE PRECIOS  
AL CONSUMIDOR**

---

**Marzo 2008**



## Contenido

- I. Introducción
- II. Antecedentes
- III. Aspectos metodológicos del IPC
  1. Definición
  2. Componentes
- IV. Aspectos metodológicos del INPC
  1. Definición
  2. Dominios de estudio
  3. Fórmula de cálculo
  4. Base de referencia
  5. Canasta
  6. Estructura de ponderaciones
  7. Muestra de establecimientos
  8. Método de cálculo de relativos
  9. Desagregaciones en la presentación de resultados
- V. Ventajas del INPC
- VI. Principios fundamentales establecidos en el INPC
- VII. Importancia del trabajo en equipo
- VIII. Difusión de resultados



## I. Introducción

El Banco Central de Venezuela (BCV) ha producido ininterrumpidamente, cada mes, desde 1950, el Índice de Precios al Consumidor del área metropolitana de Caracas (IPC-AMC). Este indicador ha sido, desde entonces, una de las cifras estadísticas de mayor demanda por parte de los usuarios nacionales e internacionales.

Sin embargo, la necesidad de contar con un índice de mayor cobertura geográfica, impulsó la decisión de que el BCV y el Instituto Nacional de Estadística (INE) unieran sus esfuerzos en procura de definir un nuevo indicador de precios al consumidor con mayor alcance geográfico.

Es así como nace, en el año 2004, la idea del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC).



## II. Antecedentes

En la década de los 80, el BCV producía los resultados del IPC-AMC y de otras cinco ciudades: Maracay, Valencia, Puerto La Cruz, Barquisimeto y Maracaibo. Esta iniciativa se mantuvo hasta el año 1990, cuando la entonces Oficina Central de Estadísticas e Informática (OCEI) y el BCV, comenzaron a elaborar un índice de precios al consumidor con cobertura nacional, el cual se discontinuó en el año 2000.

En el año 2006, el BCV culminó los trabajos para producir un IPC representativo del área metropolitana de Maracaibo, el cual se comenzó a publicar en febrero de 2007.

Más recientemente, el BCV introdujo un conjunto de mejoras metodológicas en los índices de Caracas y Maracaibo, con base en los resultados de la III Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares (III ENPF), levantada durante el año 2005.

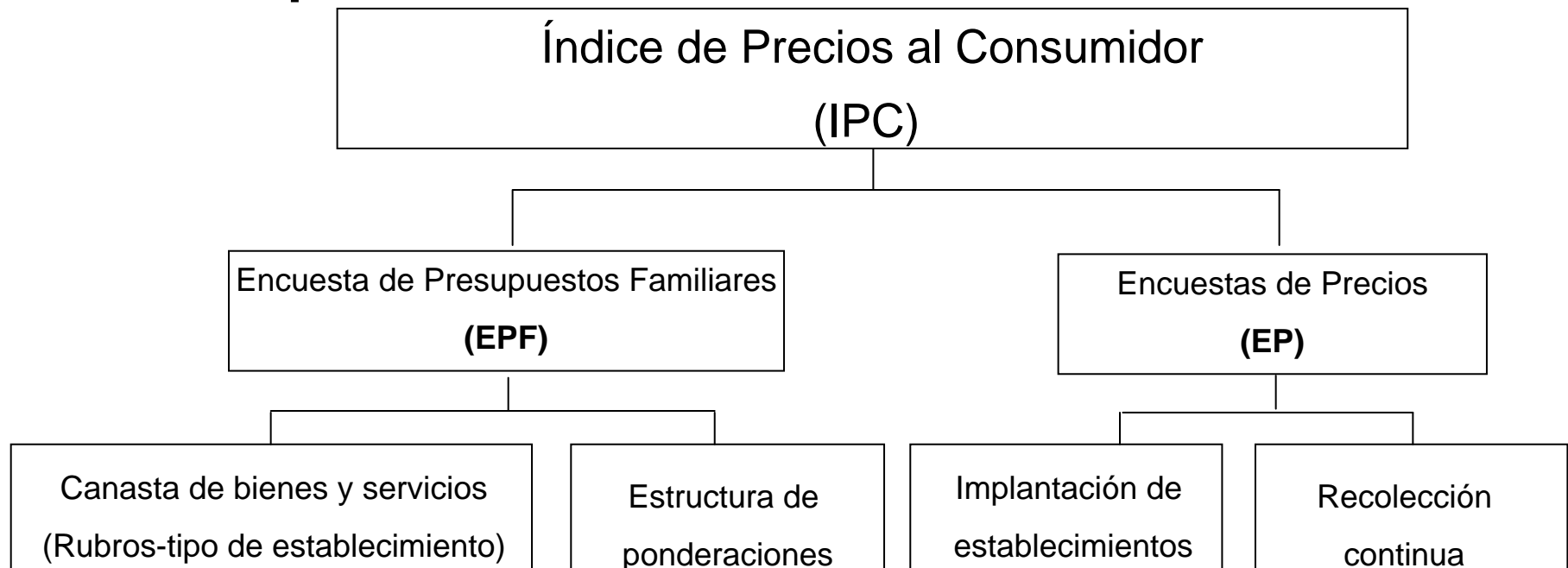


### III. Aspectos metodológicos del IPC

#### 1.- Definición del IPC

Es un indicador estadístico que mide, en un período determinado, los cambios ocurridos en los precios de una canasta de bienes y servicios representativa del consumo de los hogares que habitan un área geográfica específica.

#### 2.- Componentes del IPC





### III. Aspectos metodológicos del IPC

#### 2.- Componentes del IPC

##### Encuesta de presupuestos familiares (EPF)

La Encuesta de Presupuestos Familiares es una investigación por muestreo dirigida a los hogares, que tiene por objeto obtener información sobre sus ingresos, egresos, características de las viviendas que habitan, composición y otras variables económicas y sociales de sus miembros. Su principal objetivo es obtener la canasta de bienes y servicios y las ponderaciones del IPC.

##### Encuestas de Precios (EP)

Son encuestas que tienen por objeto **recolectar los precios** de los productos contenidos en la canasta de bienes y servicios del IPC, principalmente en una muestra de los establecimientos que los comercializan.



## **IV. Aspectos metodológicos del INPC**

### **1.- Definición**

Es un índice de precios al consumidor referido a la totalidad del país.

### **2.- Dominios de estudio**

En el programa INPC, además de los resultados nacionales, se obtendrá información desagregada para las áreas metropolitanas de las diez ciudades más importantes y para el resto del país.

En el dominio Resto del país se seleccionó una muestra estratificada de localidades. Las variables de estratificación fueron: tamaño de la localidad (Medianas, pequeñas y áreas rurales) y entidades (23). El resultado fue una muestra de 74 localidades en el dominio Resto.



## Cobertura geográfica de los índices de precios al consumidor de algunos países de América

<b>País</b>	<b>Cobertura</b>	<b>País</b>	<b>Cobertura</b>
 Perú	24 ciudades	 Bolivia	4 ciudades
 Brasil	9 áreas metropolitanas, la municipalidad de Goiana y Brasilia	 Argentina	Gran Buenos Aires (la capital y 24 distritos)
 México	46 ciudades	 E.E.U.U.	50 estados
 Chile	Gran Santiago (32 municipios)	 Ecuador	12 ciudades
 Colombia	13 ciudades	 Venezuela	10 áreas metropolitanas + 74 localidades en el dominio Resto





---

## **IV. Aspectos metodológicos del INPC**

El INPC es elaborado con base en los mismos preceptos conceptuales, metodológicos y operativos que el BCV ha utilizado para los índices de Caracas y Maracaibo, lo cual incluye la actualización realizada para estos indicadores, a partir del mes de enero de 2008.



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 3.- Fórmula de cálculo

En el cálculo del INPC se utiliza un índice de tipo LASPEYRES, lo que implica que las cantidades de los rubros en la canasta permanecen fijas en el tiempo, mientras que los precios cambian constantemente.

**Clásico:**

$$I_n = \frac{\sum P_n Q_0}{\sum P_0 Q_0} \times 100$$

*donde :*

$P_0$  = Precios de la base

$P_n$  = Precios en el período  $n$

$Q_0$  = Cantidades en el período base

**Encadenada:**

$$I_n = I_{n-1} \times \left[ \frac{\sum W_i^{n-1} [R_{i,n/n-1}]}{\sum W_i^{n-1}} \right]$$



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 4.- Base de referencia

El Índice Nacional de Precios al Consumidor tendrá como período base de referencia: Diciembre de 2007 = 100

¿Por qué utilizar diciembre de 2007 como base del INPC?

- Porque 2007 es el año que se seleccionó como base de lo que será el nuevo Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) de Venezuela, actualmente en desarrollo.
- Porque si bien la III ENPF fue levantada en el 2005, el análisis y procesamiento de los datos, como es usual en este tipo de investigaciones, consumió algo más de un año.
- El levantamiento en firme de los precios a nivel nacional comenzó en diciembre de 2007.
- A nivel internacional, se suele utilizar un determinado mes como base de referencia del Índice de Precios al Consumidor, tal como se muestra a continuación:



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 4.- Base de referencia

#### Base del indicador para algunos países de América

País	Período base	País	Período base
 Perú	DIC 1991=100	 Uruguay	MAR 1997=100
 Paraguay	DIC 1992=100	 Bolivia	1991=100
 El Salvador	DIC 1992=100	 Brasil	DIC 1993=100
 Chile	DIC 1998=100	 México	JUN 2002=100
 Colombia	DIC 1998=100	 Nicaragua	1999=100
 Honduras	DIC 1999=100	 Argentina	1999=100
 Guatemala	DIC 2000=100	 E.E.U.U.	1982-1984=100
 Venezuela	DIC 2007=100	 Ecuador	Sep 1994-Ago1995=100



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 5.- Canasta de bienes y servicios

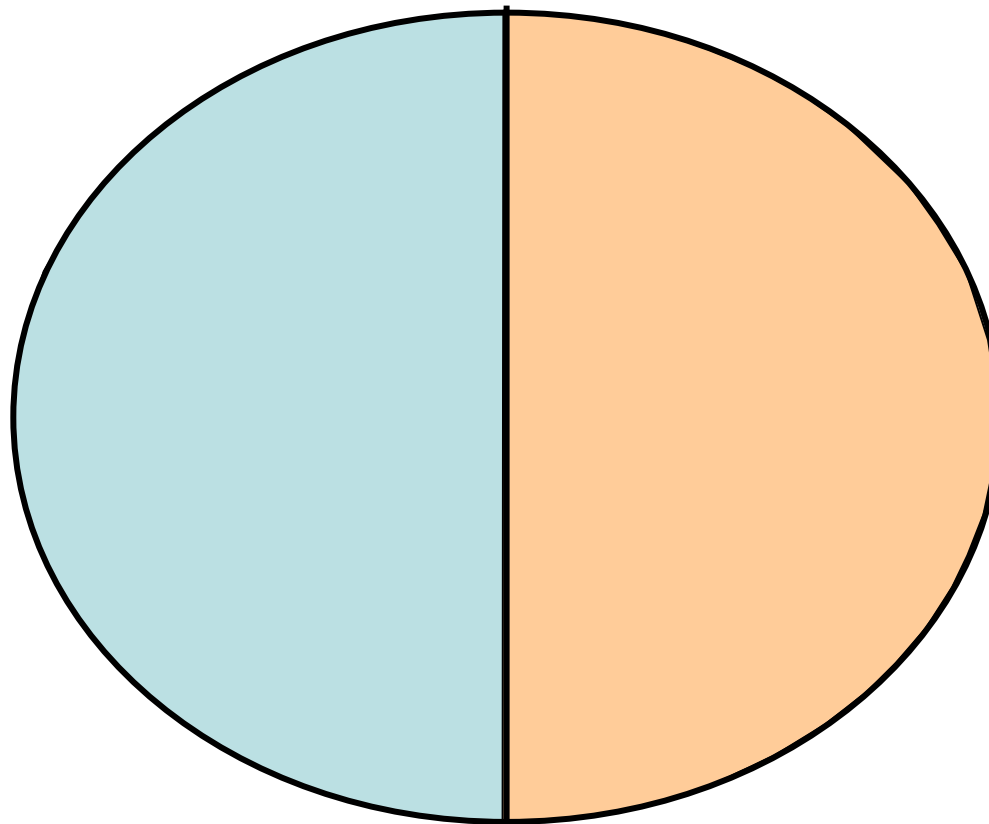
**362**  
**Rubros**



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 5.- Canasta de bienes y servicios

**Bienes**  
**281**

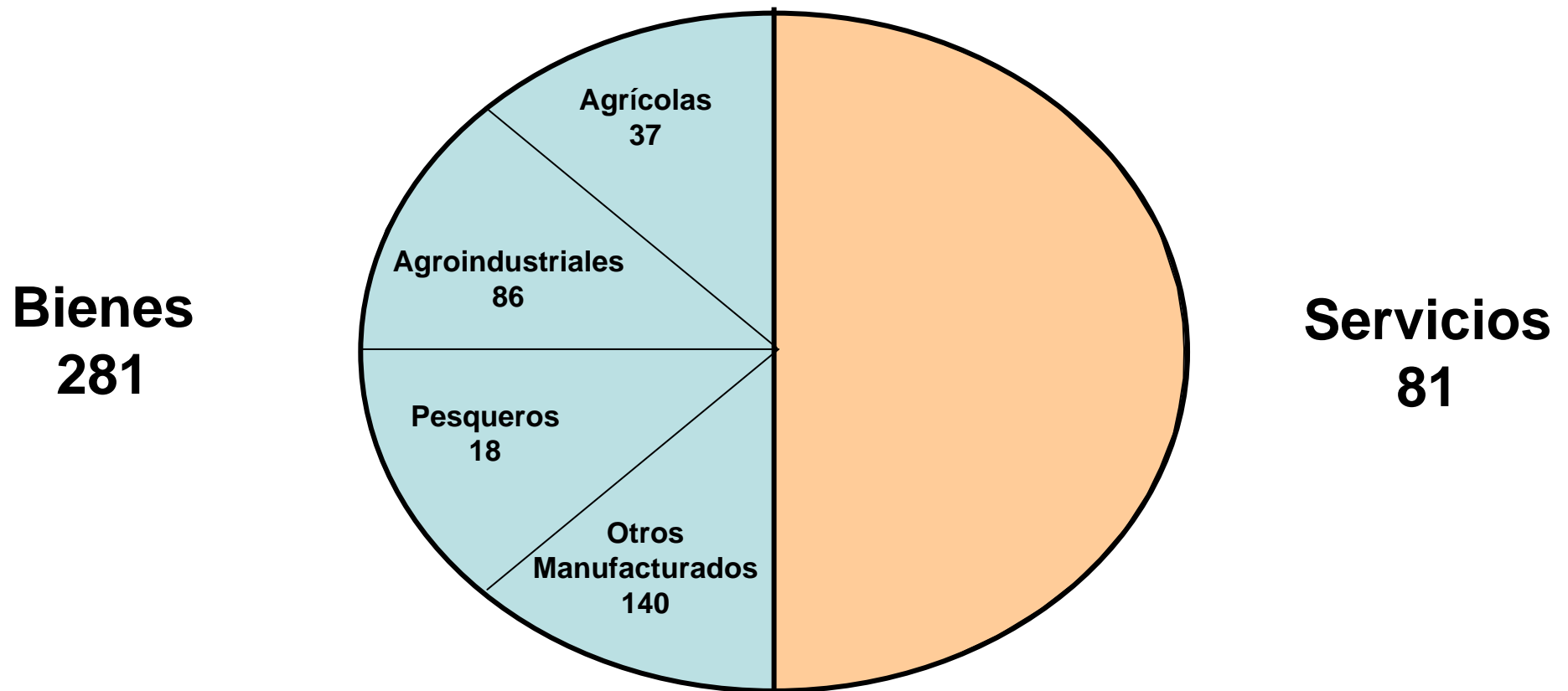


**Servicios**  
**81**



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

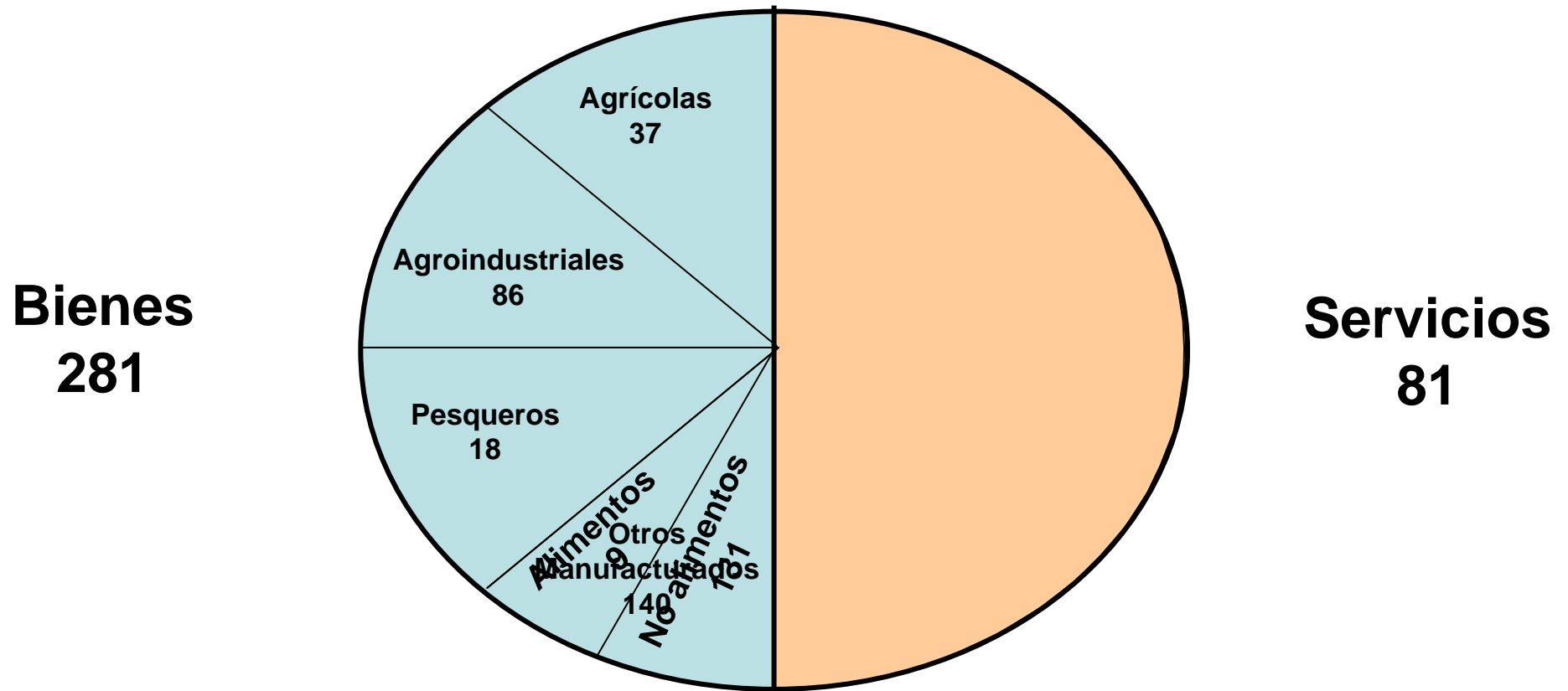
### 5.- Canasta de bienes y servicios





## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 5.- Canasta de bienes y servicios

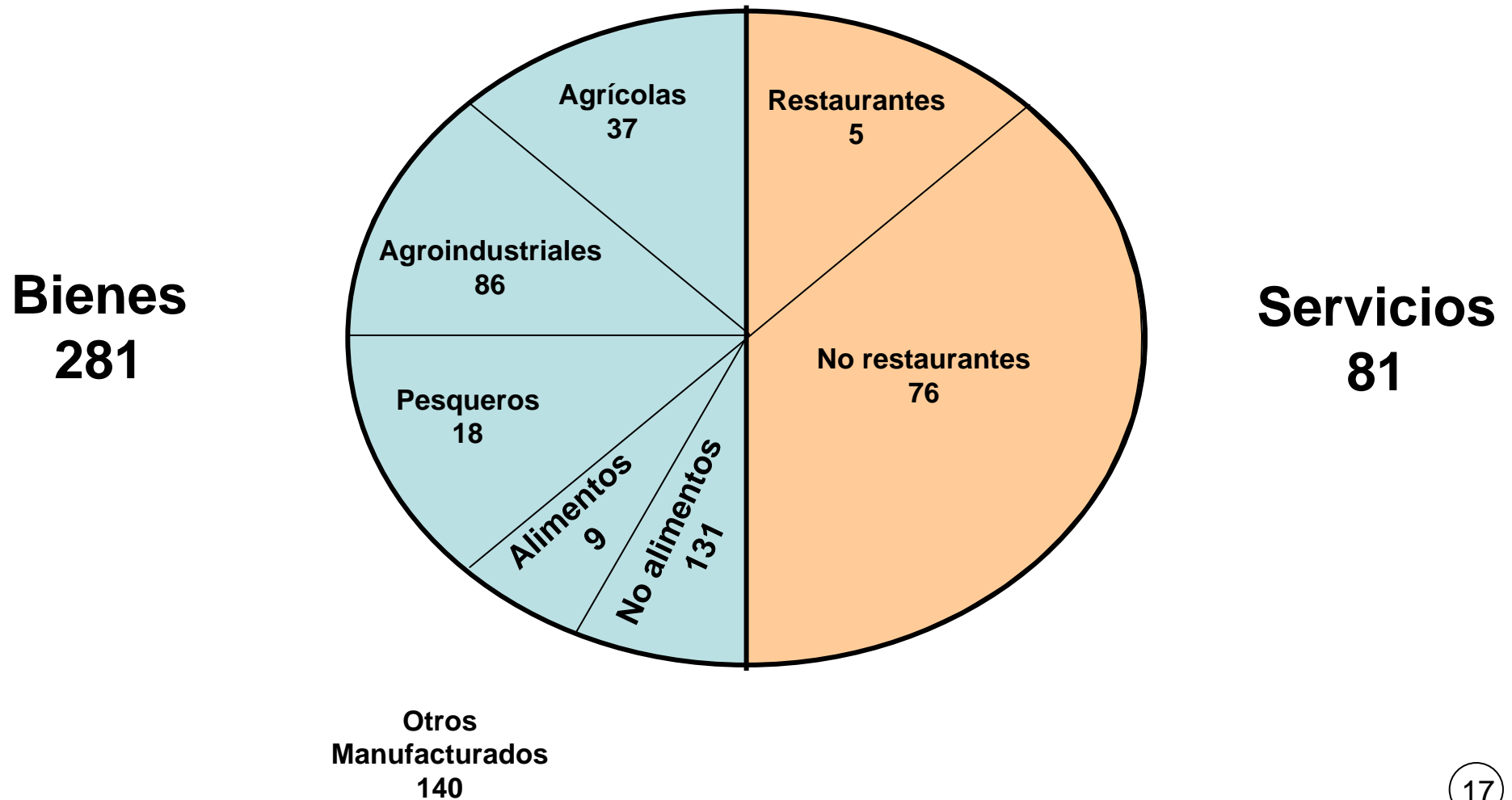






## IV. Aspectos metodológicos del INPC

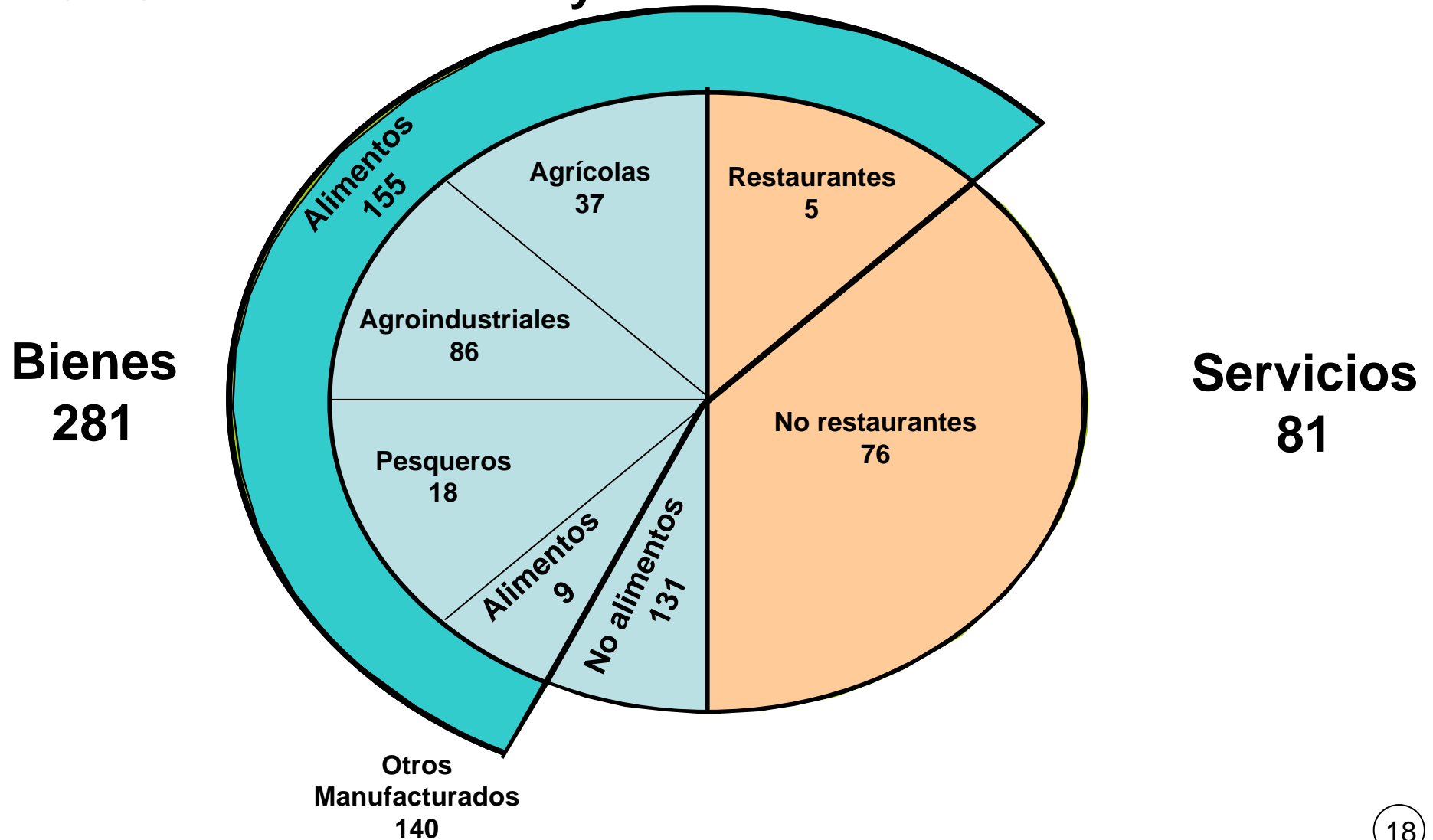
### 5.- Canasta de bienes y servicios





## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 5.- Canasta de bienes y servicios





## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 6.- Estructura de ponderaciones

Grupos	Caracas	Maracay	Barquisimeto	Valencia	Maracaibo	Mérida	San Cristóbal	Ciudad Guayana	Pto. la Cruz- Barcelona	Maturín	Resto	Total
General	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Alimentos y beb. no alcoh.	25,6	26,9	28,8	28,5	31,7	24,1	28,1	30,0	30,9	32,7	37,2	32,2
Bebidas alcoh. y tabaco	2,3	4,0	3,3	4,5	3,1	0,9	2,4	4,0	2,8	2,4	3,1	3,0
Vestido y calzado	5,2	3,8	7,8	6,0	6,6	7,4	7,6	6,5	5,8	9,1	8,4	7,2
Alquiler de vivienda	12,1	9,3	6,8	9,0	6,5	12,6	8,2	7,3	11,1	4,3	10,3	9,8
Servicios de la vivienda	2,7	2,4	2,2	2,2	3,8	2,3	2,1	1,8	2,9	1,6	2,0	2,3
Equipamiento del hogar	5,4	5,4	5,2	4,9	5,6	5,8	6,2	5,6	6,6	7,7	5,5	5,6
Salud	6,5	4,6	3,9	5,5	4,0	3,8	4,9	5,1	3,2	4,3	3,2	4,3
Transporte	11,2	12,3	10,5	11,4	10,6	14,2	12,9	14,6	11,9	14,2	9,8	10,8
Comunicaciones	4,9	4,3	4,6	4,1	4,2	5,3	4,2	4,3	3,6	4,2	3,0	3,8
Esparcimiento y cultura	4,0	5,3	4,3	3,6	3,1	5,8	4,0	4,5	2,7	3,5	3,3	3,6
Servicios de educación	4,5	4,4	2,7	3,7	3,2	3,8	3,2	3,4	4,6	1,9	1,4	2,7
Restaurantes y hoteles	9,4	11,3	13,1	10,7	11,1	7,4	9,5	7,0	7,0	7,4	7,8	8,8
Bienes y servicios diversos	6,2	5,9	6,8	6,0	6,4	6,6	6,7	6,2	7,0	6,6	5,2	5,8



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 6.- Estructura de ponderaciones

#### Estructura de ponderaciones del INPC

Grupos	Áreas Metropolitanas											Total
	Caracas	Maracay	Barquisimeto	Valencia	Maracaibo	Mérida	San Cristóbal	Ciudad Guayana	Pto. la Cruz- Barcelona	Maturín	Resto	
Alimentos y bebidas no alcohólicas	17,7	2,3	4,2	3,7	7,4	0,9	1,8	3,3	3,1	3,7	52,0	100
Bebidas alcohólicas y tabaco	17,1	3,7	5,2	6,3	8,0	0,4	1,7	4,9	3,0	2,9	46,9	100
Vestido y calzado	16,3	1,4	5,1	3,5	7,0	1,2	2,2	3,2	2,6	4,6	52,9	100
Alquiler de vivienda	27,3	2,5	3,2	3,8	5,0	1,6	1,7	2,6	3,7	1,6	47,0	100
Servicios de la vivienda excepto teléfono	25,9	2,7	4,3	4,0	12,3	1,2	1,9	2,8	4,0	2,5	38,4	100
Equipamiento del hogar	21,5	2,6	4,3	3,6	7,6	1,3	2,3	3,6	3,8	5,0	44,4	100
Salud	33,6	2,9	4,2	5,4	7,0	1,1	2,3	4,2	2,4	3,6	33,3	100
Transporte	23,0	3,1	4,5	4,4	7,4	1,6	2,5	4,8	3,5	4,7	40,6	100
Comunicaciones	28,8	3,0	5,6	4,4	8,3	1,7	2,3	4,0	3,0	4,0	34,9	100
Esparcimiento y cultura	24,5	4,0	5,5	4,1	6,5	1,9	2,3	4,4	2,4	3,5	40,9	100
Servicios de educación	37,2	4,4	4,7	5,6	8,9	1,7	2,4	4,5	5,4	2,6	22,6	100
Restaurantes y hoteles	23,7	3,4	6,9	5,0	9,4	1,0	2,2	2,8	2,6	3,0	39,9	100
Bienes y servicios diversos	23,7	2,7	5,4	4,3	8,2	1,4	2,4	3,8	3,9	4,1	40,1	100
Total	22,3	2,7	4,6	4,2	7,5	1,2	2,1	3,6	3,2	3,6	45,0	100



## **IV. Aspectos metodológicos del INPC**

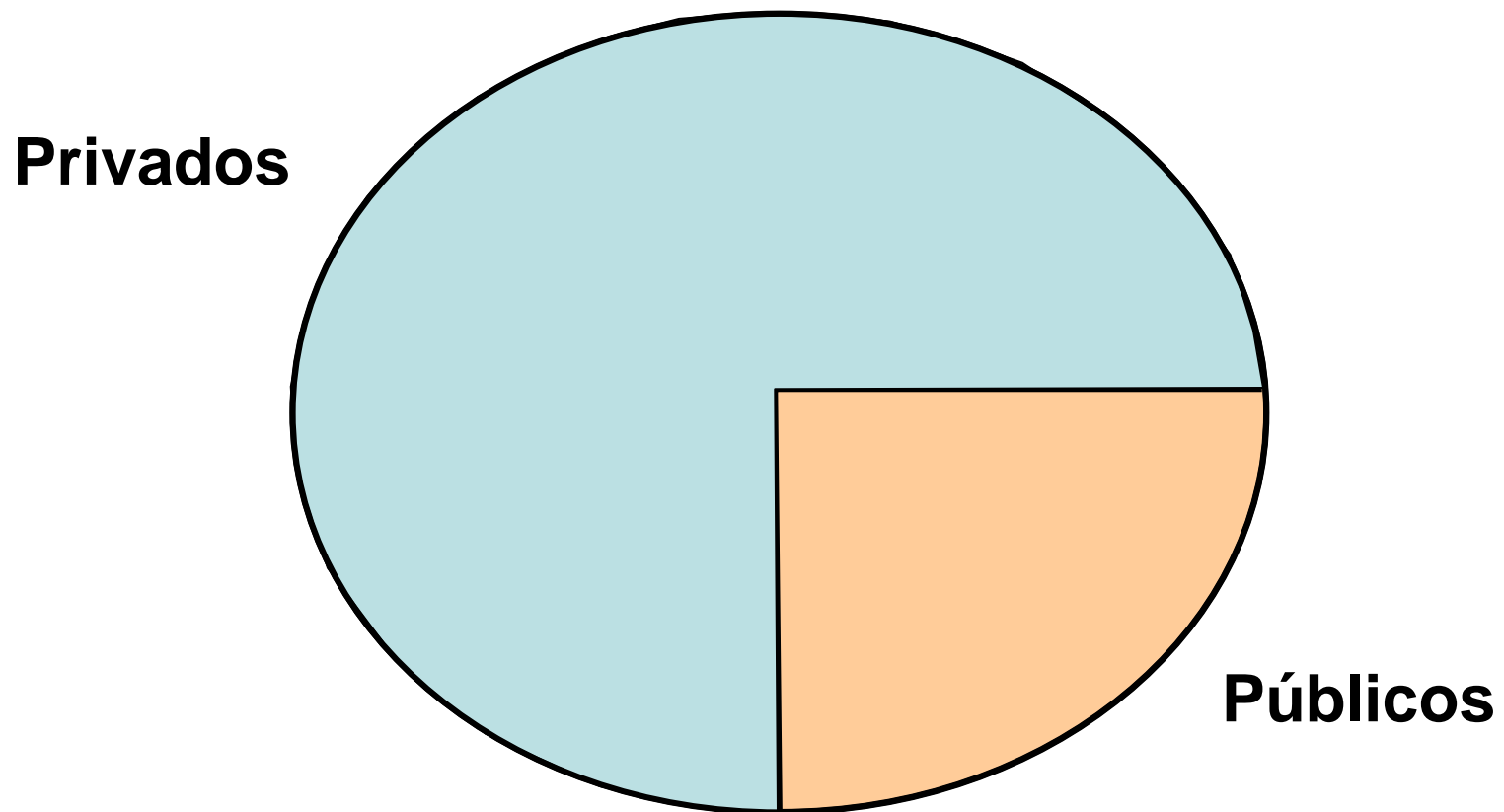
### **7.- Muestra de establecimientos**

**Muestra de  
establecimientos  
del INPC**



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

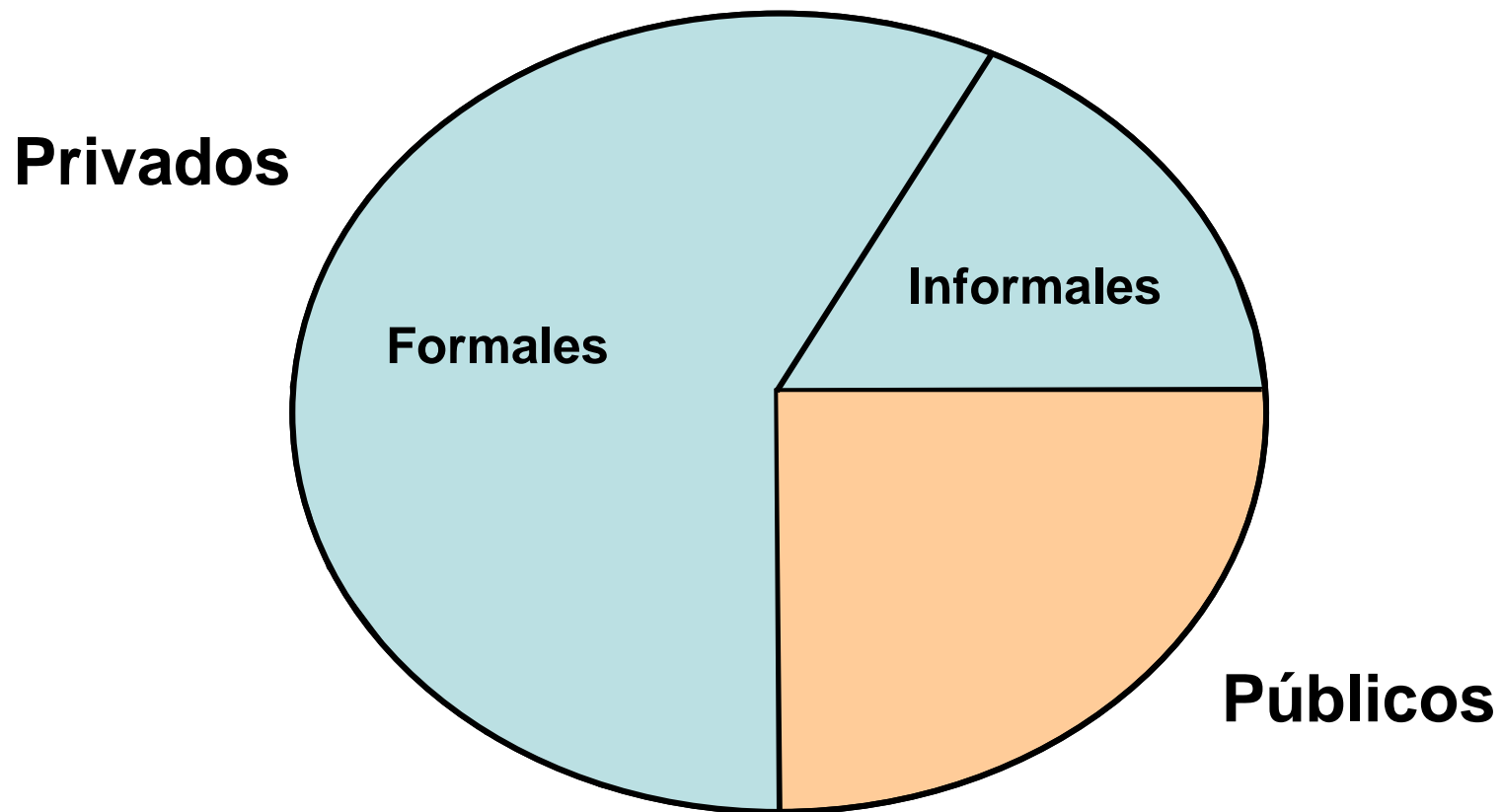
### 7.- Muestra de establecimientos





## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 7.- Muestra de establecimientos





## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 7.- Muestra de establecimientos

Para obtener el Índice Nacional de precios al consumidor se investigarán aproximadamente 300.000 precios mensuales en cerca de 22.000 establecimientos. Existen cerca de 200 tipos distintos de establecimientos en la muestra del IPC, entre los que se cuentan, por ejemplo:

---

#### Algunos tipos de establecimiento

---

Automercados grandes cadenas	Clínicas
Abastos, bodegas	Mercados libres y periféricos
Mercal	Compañías que prestan servicios de televisión por cable
Panaderías, pastelería y charcutería	Talleres de reparación y servicios de vehículos en general
Buhoneros	Tiendas de artículos electrodomésticos
Concesionarios y/o distribuidores de vehículos	Colegios y/o escuelas privadas de educación básica
Compañías de telefonía básica	Universidades privadas
Restaurantes, tascas, cervecerías, piano bares, etc.	Tiendas de ropa casual para dama y caballeros , niños/as
Líneas de carros por puestos y autobuses urbanos	Supermercados no en cadena
Farmacias en cadena	Venta de ropa y calzado en mercados libres
Carnicerías y/o frigoríficos	Estaciones de servicios
Zapaterías	Compañías de telefonía celular y otros servicios conexos





## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 8.- Relativo de precios

#### Concepto de Relativos de precios

Para un determinado producto específico y un determinado establecimiento donde éste se expende, se entiende por Relativo de precios al cociente entre el precio en el período de referencia (mes) y el precio en el período anterior.

El Relativo de precios, entonces, refleja la magnitud del cambio del precio de un mes a otro.

$$R_{i, n} / n - 1 = \frac{P_{i, n}}{P_{i, n - 1}}$$

Donde:  $P_{i, n}$  = precio del específico i en el mes n

$P_{i, n - 1}$  = precio del específico i en el mes n-1

Si la muestra de establecimientos, de una tipología dada, que comercializan los específicos del rubro “r”, es de tamaño “n”, entonces debe calcularse un promedio de estos relativos. Para el cálculo de este promedio existen 3 opciones: promedio aritmético, promedio ponderado y promedio geométrico.



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 8.- Relativo de precios

#### Tipos de promedio

1. Promedio aritmético.

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_n}{n}$$

2. Promedio ponderado.

$$\bar{x}_p = \frac{\sum_{i=1}^n w_i \times x_i}{\sum_{i=1}^n w_i} = \frac{w_1 \times x_1 + w_2 \times x_2 + \dots + w_n \times x_n}{w_1 + w_2 + \dots + w_n}$$

3. Promedio geométrico.

$$\bar{x}_g = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n x_i} = \sqrt[n]{x_1 \times x_2 \times \dots \times x_n}$$

## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 8.- Relativo de precios

#### Tipos de promedio de Relativos de precios

1. Promedio aritmético de Relativos de precios.

$$\bar{R} = \frac{\sum_{i=1}^n R_i}{n} = \frac{R_1 + R_2 + \dots + R_n}{n}$$

2. Promedio ponderado de Relativos de precios.

$$\bar{R}_p = \frac{\sum_{i=1}^n w_i \times R_i}{\sum_{i=1}^n w_i} = \frac{w_1 \times R_1 + w_2 \times R_2 + \dots + w_n \times R_n}{w_1 + w_2 + \dots + w_n}$$

3. Promedio geométrico de Relativos de precios.

$$\bar{R}_g = \sqrt[n]{\prod_{i=1}^n R_i} = \sqrt[n]{R_1 \times R_2 \times \dots \times R_n}$$

**Encadenada:**

$$I_n = I_{n-1} \times \left[ \frac{\sum W_i^{n-1} [R_{i,n/n-1}]}{\sum W_i^{n-1}} \right]$$



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 8.- Relativo de precios

Tipos de promedio	Efectos de su uso en el IPC
Promedio aritmético $\bar{x}$	Equivaldría a suponer que las familias no toman en cuenta las diferencias de los niveles de precios de los productos específicos al momento de seleccionar los establecimientos donde realizarán sus compras.
Promedio ponderado $\bar{x}_p$	Si se pondera por la importancia relativa de las ventas del establecimiento en el producto específico, entonces reflejaría de manera adecuada las decisiones del consumidor. Su desventaja radica en el alto costo de actualización continua de los ponderadores.
Promedio geométrico $\bar{x}_g$	Como $\bar{x}_g \leq \bar{x}$ , entonces el promedio geométrico representa mejor que el aritmético la conducta racional del consumidor, al preferir establecimientos con precios más favorables. Además es mucho menos costoso de aplicar, desde el punto de vista operativo, que el promedio ponderado.



## **IV. Aspectos metodológicos del INPC**

### **8.- Relativo de precios**

#### **Método de cálculo de los Relativos de precios**

El cálculo del INPC se realiza en dos fases o niveles:

- A nivel de Rubros y tipo de establecimiento: promedio geométrico de Relativos de precios.
- A los niveles superiores de la clasificación CCIF\* (rubros, subclases, clases, subgrupos, grupos), dominios y total: promedio ponderado (según ponderaciones de la III ENPF).

\* Clasificador del Consumo Individual por Finalidad



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

### 8.- Relativo de precios

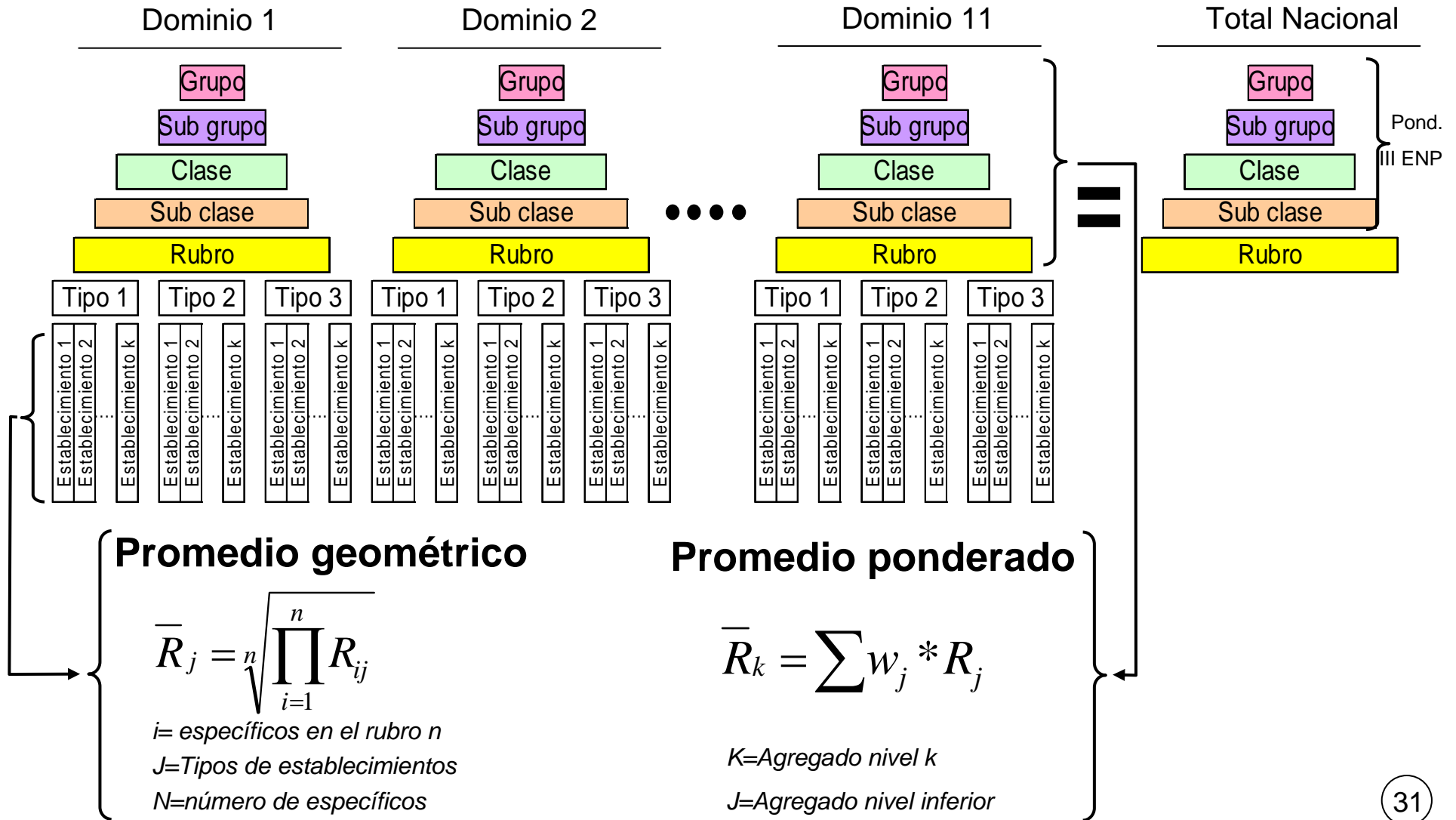
#### Secuencia de cálculo de los promedios de Relativos de precios

Instancia de cálculo	Tipo de promedio	Nivel de cálculo del promedio
Entre establecimientos de una misma tipología que comercializan los productos específicos del rubro "r".	Media geométrica	Rubro, tipo de establecimiento
Entre Relativos promedio de las diferentes tipologías de establecimientos que comercializan el rubro "r".	Media ponderada	IPC por rubro (362)
Entre Relativos promedio de rubros que pertenecen a una determinada subclase.	Media ponderada	IPC por subclase (92)
Entre Relativos promedio de subclases que pertenecen a una determinada clase.	Media ponderada	IPC por clase (76)
Entre Relativos promedio de clases que pertenecen a una determinada subgrupo.	Media ponderada	IPC por subgrupo (40)
Entre Relativos promedio de subgrupos que pertenecen a una determinada grupo.	Media ponderada	IPC por grupo (13)
Entre Relativos promedio de los grupos.	Media ponderada	IPC global (11 dominios)



# IV. Aspectos metodológicos del INPC



## Método de cálculo de los relativos de precios



## IV. Aspectos metodológicos del INPC

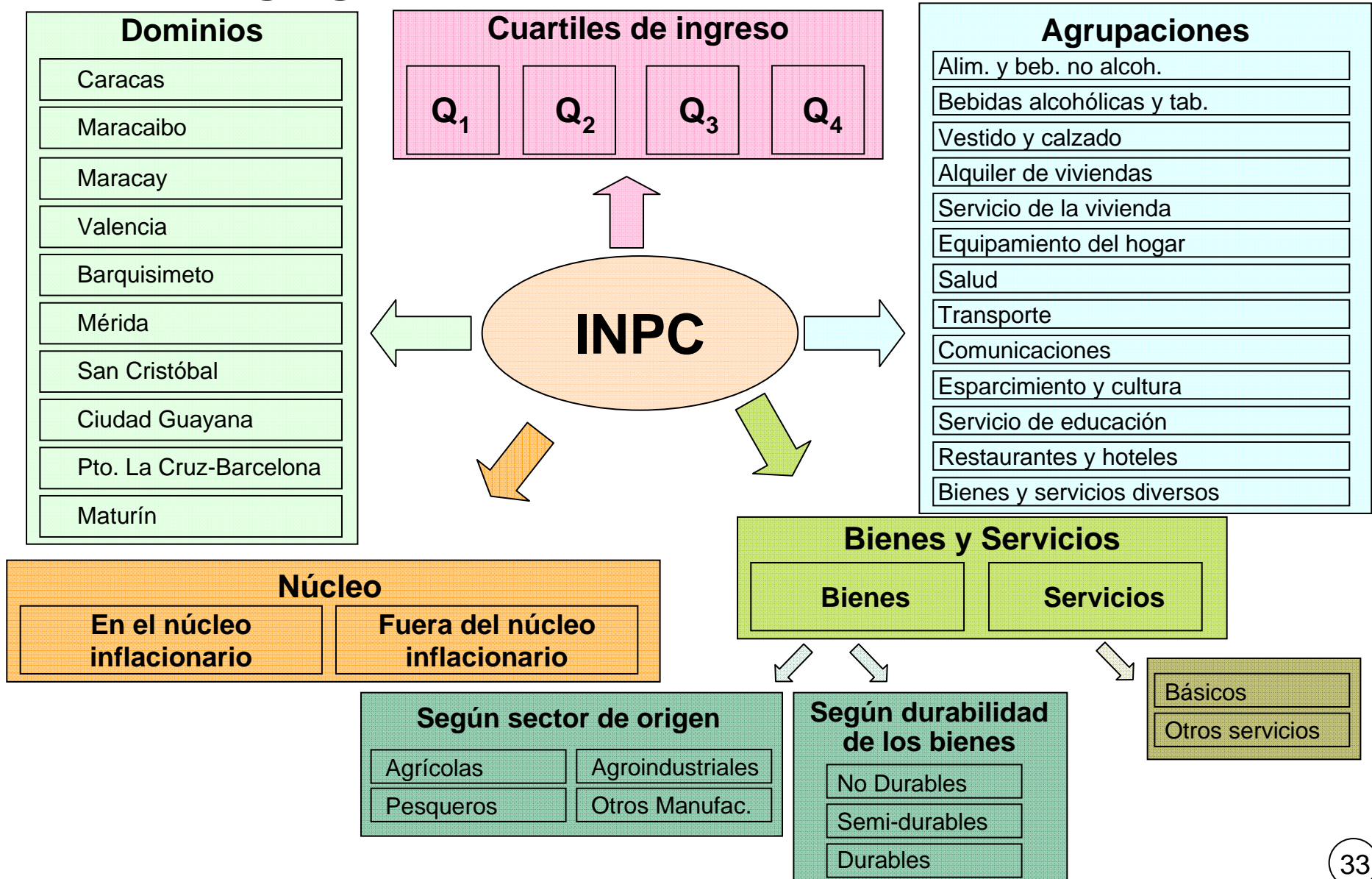
### 8.- Relativo de precios

#### Métodos de cálculo de la inflación de algunos países

PAÍS	MÉTODO DE CÁLCULO	PAÍS	MÉTODO DE CÁLCULO
 PERÚ	MEDIA GEOMÉTRICA	 URUGUAY	MEDIA PONDERADA Y GEOMÉTRICA PARA EL CÁLCULO DE RELATIVOS EN VARIEDADES HETEROGÉNEAS
 EL SALVADOR	MEDIA PONDERADA	 BRASIL	MEDIA GEOMÉTRICA
 CHILE	MEDIA GEOMÉTRICA	 MÉXICO (PERIODICIDAD QUINCENAL)	MEDIA PONDERADA Y GEOMÉTRICA PARA OBTENER EL PRECIO PROMEDIO DE GENÉRICOS INTEGRADOS POR ESPECÍFICOS DE ALTA ELASTICIDAD DE SUSTITUCIÓN
 COLOMBIA	MEDIA PONDERADA	 NICARAGUA	MEDIA GEOMÉTRICA
 HONDURAS	MEDIA GEOMÉTRICA	 ARGENTINA	MEDIA GEOMÉTRICA
 VENEZUELA	MEDIA GEOMÉTRICA	 EE.UU..	MEDIA GEOMÉTRICA



## 9.- Desagregaciones del INPC





## V. Ventajas del INPC

1. Refleja con mayor fidelidad la evolución de los precios en todo el país.
2. Constituye un indicador más adecuado para afectar, escalar, indexar o actualizar valores que deben ser modificados con base en la evolución de los precios al consumidor durante un período determinado.
3. Se obtendrá un IPC para cada una de las 10 ciudades más importantes del país (Caracas, Maracaibo, Maracay, Valencia, Barquisimeto, Maturín, San Cristóbal, Mérida, Barcelona-Puerto la Cruz, y Ciudad Guayana), lo cual facilitará la posibilidad de diseñar políticas económicas y sociales referidas a realidades más homogéneas como son las que están presentes en los diferentes ámbitos del territorio nacional.
4. Contribuirá al fortalecimiento del sistema de estadísticas regionales, por el cual existe un renovado y creciente interés.



## V. Ventajas del INPC

5. Las empresas de los sectores público y privado contarán con mayores elementos de juicio para diseñar estrategias mercadotécnicas más afinadas en materia de producción, precios, distribución y promoción.
6. Representa un elemento esencial para la cuantificación del poder adquisitivo a escala regional.
7. Brindará la oportunidad de establecer comparaciones interregionales de niveles de precios.
8. Permitirá la obtención de indicadores de abastecimiento y acatamiento de los controles de precios por regiones.



## VI. Principios fundamentales establecidos en el INPC

- ✓ Alta rigurosidad metodológica.
- ✓ Objetividad.
- ✓ Oportunidad.
- ✓ Control de calidad de las operaciones.
- ✓ Experiencia.
- ✓ Trabajo en equipo.



---

## VII. Importancia del trabajo en equipo

La experiencia que se ha tenido en el programa INPC pone en evidencia la importancia de que los diversos organismos del sector público compartan sus esfuerzos y responsabilidades en el desarrollo de proyectos de gran envergadura, aprovechando las ventajas comparativas de cada uno de ellos.



## Recursos para la ejecución

### Índice Nacional de Precios al Consumidor

Personal de campo = 173

Número de establecimientos = 22.000

Número de precios = 300.000

Personal de oficina = 106



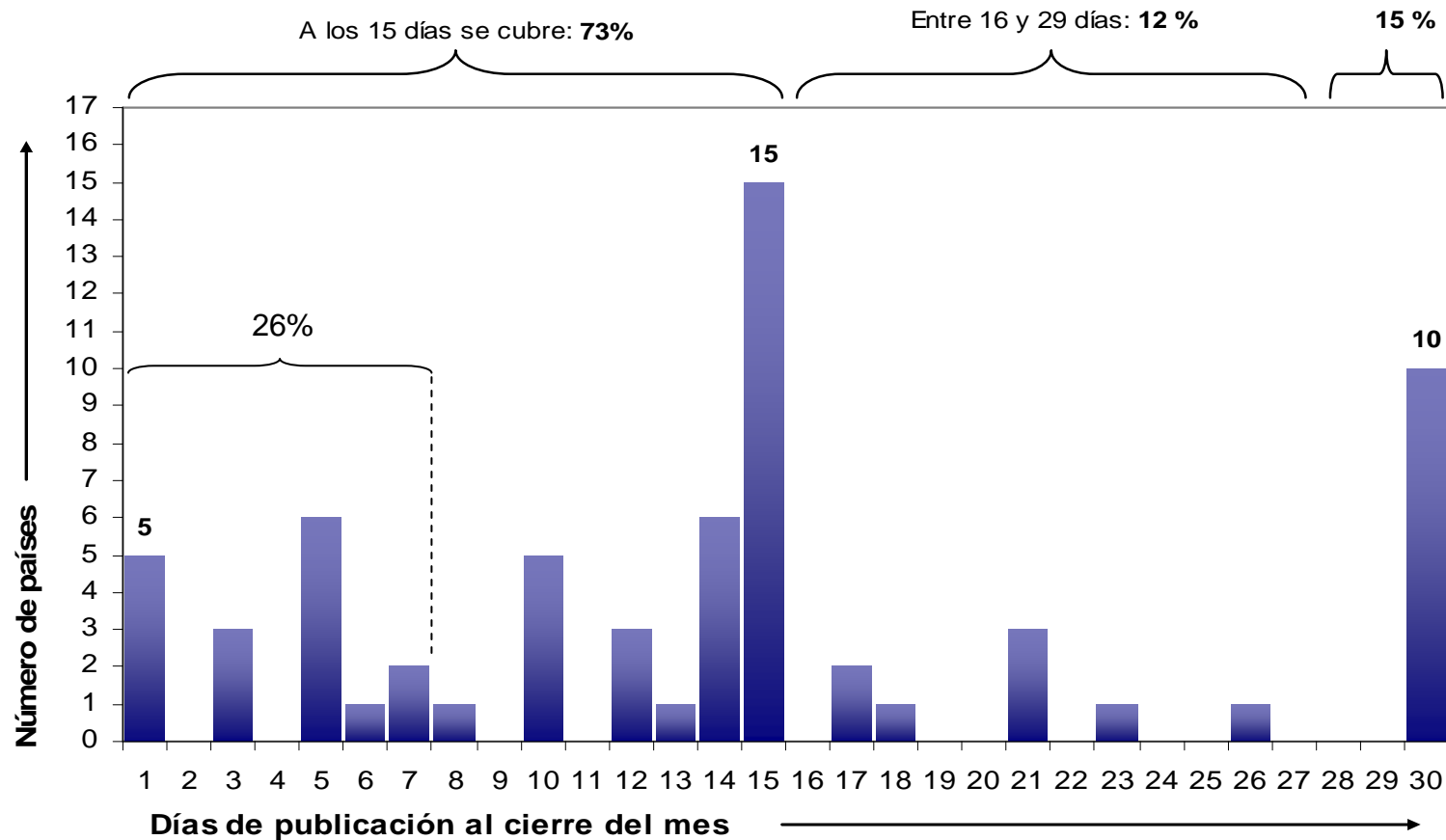
## **VIII. Difusión de resultados**





## VIII. Difusión de resultados

**Tiempo transcurrido luego del cierre del mes  
para la publicación del IPC  
Base: 66 países**



La mayoría de los países publican su cifras en las dos primeras semanas después del cierre del mes de referencia.





## VIII. Difusión de resultados

**Distribución de los 66 países  
según desfase en la publicación y número de dominios**

		Número de Dominios					Total frecuencias
		Un dominio	Entre			Más de 50	
		2 y 5	6 y 25	26 y 50			
Desfase en la publicación	1 - 5 días	8	2	2	1	1	14
	6 - 10 días	2	2	4	0	1	9
	11-15 días	13	6	3	3	0	25
	16-20 días	0	1	0	0	2	3
	21-25 días	2	1	0	0	1	4
	26-30 días	3	3	0	3	2	11
Total Países		<b>28</b>	<b>15</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>66</b>
Mediana		12,0	13,4	8,6	9,7	19,3	12,5



## VIII. Difusión de resultados

Desfase en la publicación del IPC según la condición de desarrollo de los países

Base: 66 países  
(porcentaje)

Desfase en la publicación	En vías de desarrollo	Desarrollados
1 - 5	30,0	7,7
6 - 10	15,0	11,5
11 - 15	37,5	38,5
16 - 20	2,5	7,7
21 - 25	2,5	11,5
26 - 30	12,5	23,1
	100,0	100,0
Mediana (días)	11,2	14,5



## VIII. Difusión de resultados

Número de dominios del IPC  
según condición de desarrollo de los países

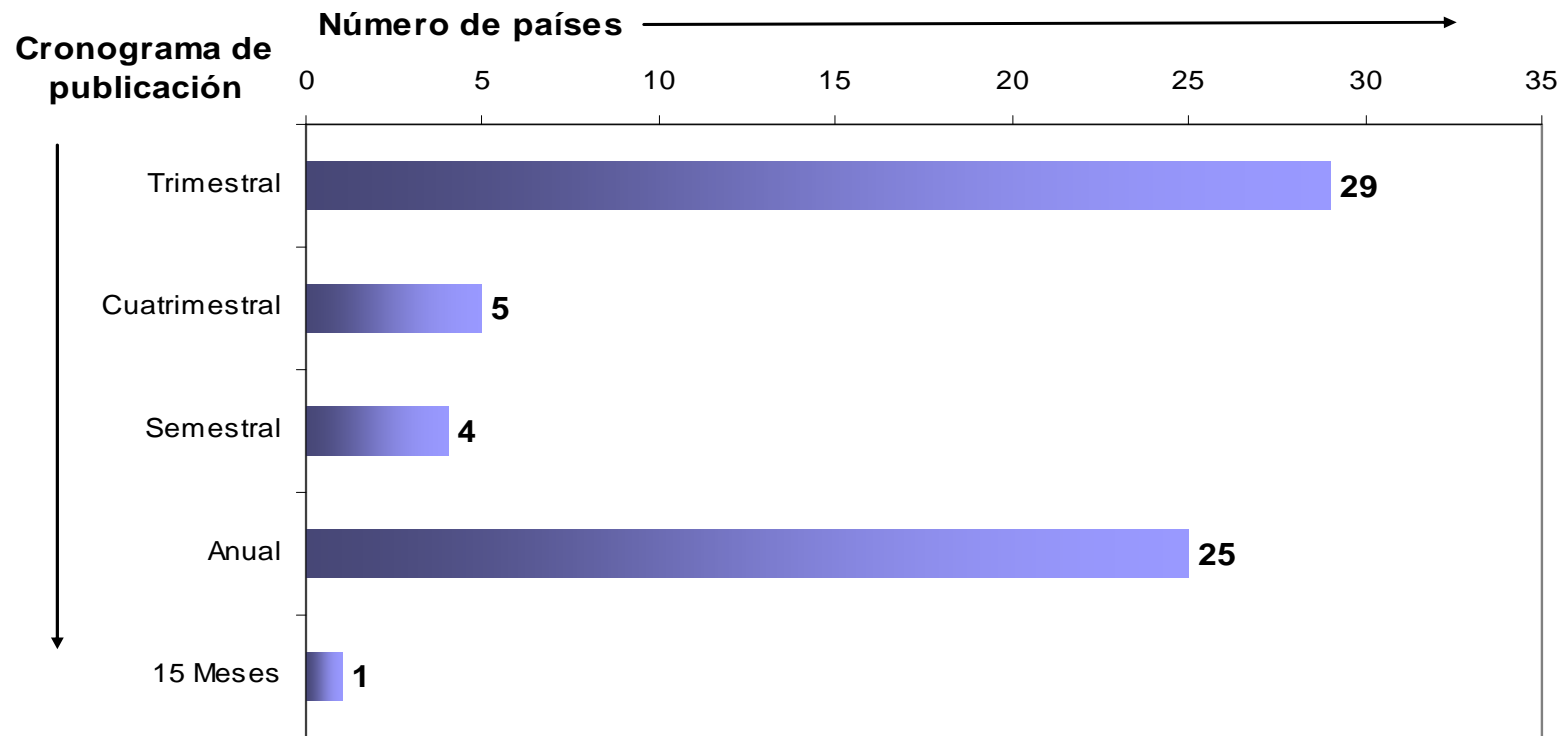
Base: 66 países  
(porcentaje)

Número de dominios	En vías de desarrollo	Desarrollados
1	40,0	46,2
2 - 5	32,5	7,7
6 - 25	15,0	11,5
26 - 50	2,5	23,1
más de 50	10,0	11,5
	100,0	100,0



## VIII. Difusión de resultados

### Número de países que establecen cronograma de fechas de presentación de resultados del IPC



- De los 66 países, 64 publican con antelación las fechas en las que presentarán en medios impresos y/o en Internet los resultados para cada mes de referencia.



## VIII. Difusión de resultados

### Difusión de los primeros resultados del INPC

Los resultados del INPC, referidos al total del país y correspondientes a los meses de enero, febrero y marzo serán difundidos el día 07 de abril de 2008.

Los resultados del INPC referidos a las ciudades que son dominio de estudio serán difundidos, a más tardar, el día 11 de abril de 2008.

Ambas informaciones serán enviadas a los medios de comunicación y publicadas en las páginas web del BCV ([www.bcv.org.ve](http://www.bcv.org.ve)) y del INE ([www.ine.gob.ve](http://www.ine.gob.ve)) en las fechas señaladas.



## VIII. Difusión de resultados

### **Difusión de los primeros resultados del INPC**

#### **Resultados que se presentarán el día 07 de abril de 2008 sobre el índice de cobertura nacional**

- Índices, variaciones intermensuales y variaciones acumuladas
  - Por agrupaciones.
  - Núcleo inflacionario.
  - Según bienes y servicios.
  - Según origen de los bienes.
  - Según durabilidad de los bienes.
  - Según naturaleza de los servicios.
- Según rubros controlados y no controlados.



## VIII. Difusión de resultados

### Difusión de los primeros resultados del INPC

#### Resultados que se presentarán el día 11 de abril de 2008 referidos a los dominios de estudio

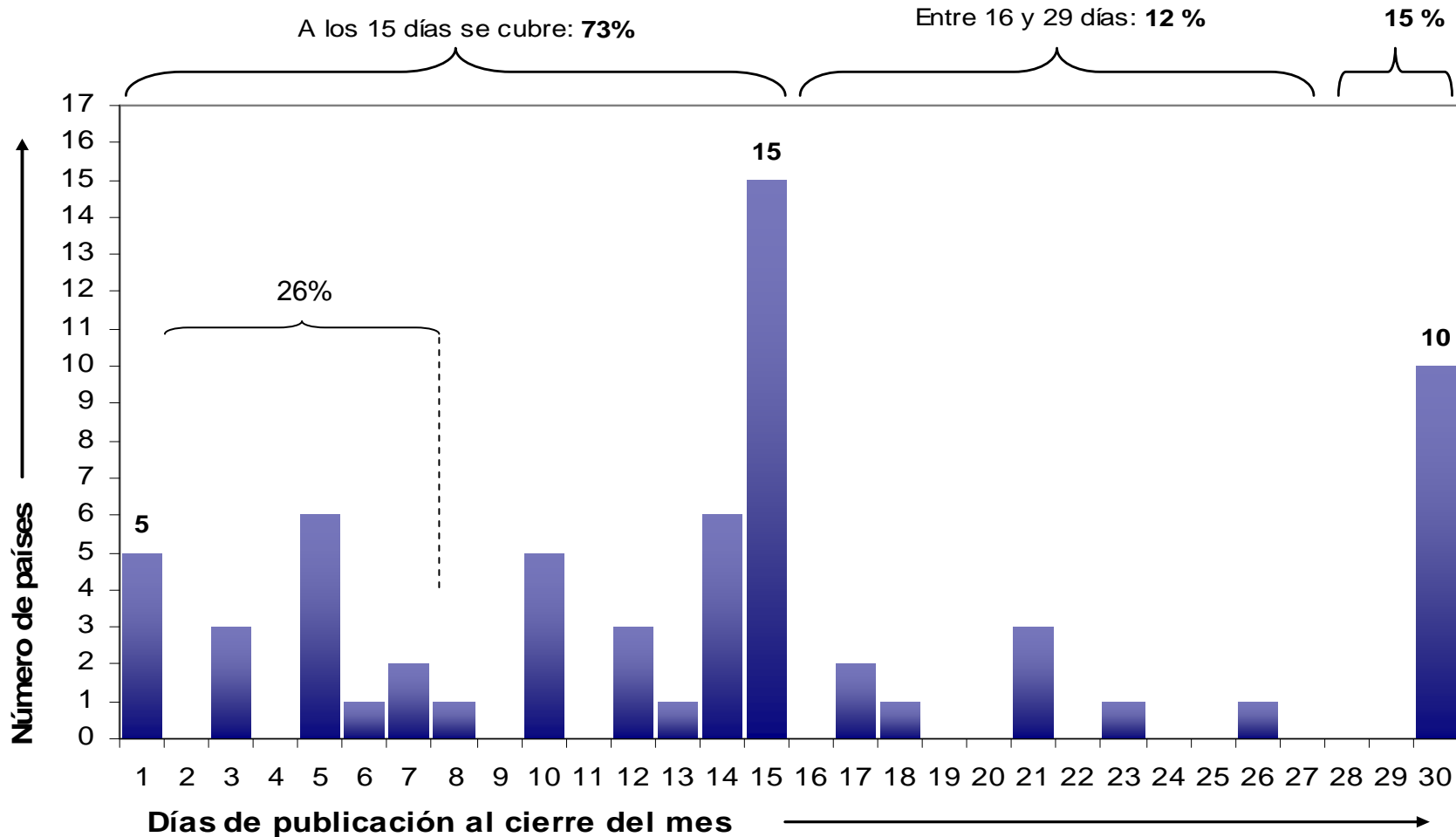
- Para Caracas y Maracaibo se dispondrá de la misma información que se ha venido presentando tradicionalmente, incluso sus indicadores conexos.
- Para el resto de los dominios:
  - Índices, variaciones intermensuales y variaciones acumuladas
    - Por agrupaciones.
    - Núcleo inflacionario.
    - Según bienes y servicios.
    - Según origen de los bienes.
    - Según durabilidad de los bienes.
    - Según naturaleza de los servicios.
  - Según rubros controlados y no controlados.



## VIII. Difusión de resultados

Tiempo transcurrido luego del cierre del mes  
para la publicación del IPC

Base: 66 países







**i**NSTITUTO **N**ACIONAL DE **E**STADÍSTICA  
REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

---

**INPC** **ÍNDICE NACIONAL  
DE PRECIOS  
AL CONSUMIDOR**

---

**Marzo 2008**