

## ASPECTOS METODOLÓGICOS DEL CAMBIO DE AÑO BASE 2009 DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR DE LAS PRINCIPALES CIUDADES

El Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI, en el marco del Plan Estratégico Nacional para el Desarrollo Estadístico, tiene como uno de sus principales objetivos, la actualización de las Estadísticas Macroeconómicas que comprende el cambio de Año base de la cuentas nacionales y los índices de precios.

En esta oportunidad, presenta el documento: “Cambio de Año Base 2009, del Índice de Precios Consumidor de las Principales Ciudades”.

El presente documento contiene los principales aspectos metodológicos y procedimientos operativos seguidos en el proceso del cambio de año base del Índice de Precios al Consumidor de las principales ciudades, desde su fuente primaria de información, periodo base, los criterios para la selección del conjunto de bienes y servicios y las características de su cálculo. También la comparación de la estructura de ponderaciones de la canasta familiar para 1994 y 2009, según grandes grupos de consumo en promedio y a nivel de cada ciudad.

El soporte del Índice de Precios al Consumidor es la **Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares – ENAPREF**, ejecutada durante el periodo **mayo 2008 - abril 2009**, la cual permitió conocer la estructura del gasto de los hogares, que constituye el insumo fundamental para la identificación de los bienes y servicios que son consumidos por la población de referencia.

Jefe del INEI  
*Mg. Aníbal Sánchez Aguilar*

Director Técnico  
*José García*

Directora Adjunta  
*Lilia Montoya*

Director Ejecutivo  
*Guillermo Gómez*

Director  
*Carlos Palomino*

### 1. DEFINICIÓN DEL IPC

El Índice de Precios al Consumidor (IPC), es un **indicador estadístico** que mide el comportamiento de precios, de un periodo a otro, de un conjunto de productos (bienes y servicios), representativos del gasto de consumo de la población de una determinada área geográfica.

Incluye un conjunto de **bienes y servicios consumidos por los hogares**, es decir, no se refiere exclusivamente a un hogar o grupo particular de hogares, sino que es representativo de todos los hogares del área geográfica.

Este indicador está referido a los consumos habituales de los hogares y a los patrones de consumo en un determinado periodo base, asumiendo como hipótesis que estas estructuras se mantienen durante la vigencia del periodo base.

## 1. Datos básicos para la elaboración del IPC

Para la elaboración del IPC es necesario:

- ◆ Definir la población de referencia, que muestra el comportamiento de los precios.
- ◆ Definir los bienes y servicios consumidos, así como su representatividad en el consumo de los hogares.
- ◆ Definir los precios al consumidor en el periodo base de dichos bienes y servicios.
- ◆ Realizar el seguimiento periódico de los precios.

## 2. ENCUESTA NACIONAL DE PRESUPUESTOS FAMILIARES 2008 - 2009

### 2.1. Objetivos

Los objetivos generales de la Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares del año 2008 – 2009, fueron los siguientes:

- ◆ Actualizar la estructura del consumo de los hogares, mediante el conocimiento del ingreso y el destino de este en la adquisición de bienes y servicios, en 26 ciudades del país.
- ◆ Contribuir al análisis y cálculo de las cuentas nacionales en el rubro Consumo de los Hogares.
- ◆ Proveer información sobre ocupación y empleo, salud, educación, entre otros, para realizar estudios sobre pobreza, consumo de calorías y nivel de vida.

### 2.2. Cobertura de la Encuesta

#### a) Temporal

La encuesta entrevistó en el periodo de un año (Mayo 2008 - Abril 2009) a 33 362 viviendas; mediante entrevista directa a los jefes y miembros de hogares.

#### b) Geográfica

Desde el punto de vista geográfico, la encuesta tuvo una cobertura nacional, a nivel urbano y rural, y se ejecutó en las 26 ciudades más importantes del país, constituidas por 24 capitales de Departamento, e incluyó adicionalmente las ciudades de Chimbote y Tarapoto.

#### c) Temática

Desde el punto de vista temático, la ENAPREF comprendió los siguientes aspectos:

- i) Características y servicios básicos de la vivienda principal
- ii) Gastos por servicios en la vivienda (principal y secundaria)
- iii) Características y gastos de los miembros
- iv) Empleo e ingreso de los miembros mayores de 14 años
- v) Gastos mensuales, trimestrales y anuales del hogar
- vi) Gastos diarios del hogar
- vii) Gastos diarios personales de los miembros mayores de 14 años
- viii) Ingresos y gastos del productor agropecuario

### 2.3. Recopilación de Información

La recopilación de la información se efectuó utilizando cuatro formularios:

- a) La cédula ENAPREF.01: VIVIENDA, GASTOS DEL HOGAR, EMPLEO E INGRESO: Características y servicios básicos de la vivienda y del hogar, características de los miembros del hogar (demográficas, educativas, empleo e ingreso etc.). También comprende gastos en vivienda y servicios, en combustibles para cocinar o alumbrar la vivienda, en servicios domésticos, en cuidados personales, por enseñanza, matrícula y otros gastos del hogar; así como, transferencias corrientes pagadas, transacciones financieras del hogar e ingresos de los miembros del hogar.
- b) ENAPREF.02: GASTOS DIARIOS DEL HOGAR, captó la información siguiente: Gastos en alimentos, medicinas, bebidas y tabaco, gastos en limpieza y cuidados del hogar, gastos en transportes y comunicaciones y la frecuencia de compras.
- c) ENAPREF.03. GASTOS DIARIOS PERSONALES, se obtuvo datos sobre los gastos diarios personales de los miembros del hogar mayores de 14 años. Los gastos que se registraron están referidos a los alimentos, bebidas y tabaco, transportes y comunicaciones.
- d) ENAPREF.04. INGRESOS DEL PRODUCTOR AGROPECUARIO, captó información sobre los ingresos y gastos de los productores agropecuarios sobre su actividad agrícola, pecuaria y forestal.

### 3. CAMBIO DE AÑO BASE DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

Un cambio de año base en el Índice de Precios al Consumidor significa:

- ✓ Actualización de la estructura y composición de la canasta familiar de cada una de las ciudades.
- ✓ Incorporar a los nuevos bienes y servicios significativos del consumo actual de los hogares y excluir aquellos que han perdido representatividad.
- ✓ Determinar un período de referencia (período base) que sea más representativo de las características actuales de las preferencias de consumo de los hogares.

#### 3.1. Período base o año base

El período base constituye el período de referencia contra el cual se comparan los precios de los períodos siguientes; representa un lapso suficientemente amplio como para eliminar la estacionalidad de los precios de los productos.

Las recomendaciones internacionales indican que este período debe ser de un año, aunque también puede ser más corto como un mes, con el riesgo de no ser eficiente para captar los consumos estacionales, o tan extenso como el determinado por el promedio de varios años.

Las variaciones en la estructura de consumo que se presentan al transcurrir el tiempo, hacen indispensable la renovación del período base del Índice de Precios al Consumidor, pues algunos bienes y servicios pierden representatividad con el tiempo. Los productos y servicios también sufren cambios apareciendo nuevos productos por diversas razones

- Tecnológicas
- Económicas (precios relativos)
- Hábitos de consumo
- Otros

Cuando se producen cambios tecnológicos y económicos es recomendable actualizar la estructura de las ponderaciones; mientras que cambios en los hábitos de consumo sugieren cambios en el ingreso o salida de productos. Las recomendaciones internacionales indican también que el cambio de periodo de año base se realice cada 5 años.

También es necesario actualizar procesos metodológicos, técnicas y procedimientos operativos para el cálculo del indicador, que van introduciendo los investigadores para que el índice sea más representativo, confiable, oportuno y comparable.

### **3.2. Actualización y selección de los bienes de la canasta familiar**

Para elaborar el Índice de Precios al Consumidor, es necesario conocer los bienes y servicios que consumen las familias de los diferentes estratos de cada ciudad, en un periodo base. Con esta información se selecciona un conjunto de bienes y servicios que corresponden a un promedio del consumo de los habitantes de la ciudad y por tanto, no debe esperarse que tal indicador refleje exactamente los cambios experimentados por un hogar o por una persona en particular, pues es poco probable que algún consumidor compre todo lo incluido en la lista en las mismas cantidades y calidades. Cada consumidor compra una diferente combinación de estos bienes y servicios.

El conjunto de bienes seleccionados, debe ser representativo del consumo anual de la población de cada ciudad.

Al existir imposibilidad técnica y financiera de hacer seguimiento a los precios de todos los productos que adquiere la población, se seleccionó aquellos más representativos en el gasto de los hogares, los que son objeto del seguimiento de precios.

Los criterios para seleccionar los productos fueron:

- ◆ Los productos que representaban un gasto igual o mayor al 0,03%
- ◆ Que el producto sea consumido por el 5% o más de los hogares en cada ciudad
- ◆ Que exista la factibilidad operacional en la captura de los precios
- ◆ Productos que tiene baja representatividad a nivel del gasto pero tienen una alta frecuencia en el consumo por los hogares
- ◆ La variación de sus precios sea representativa de la tendencia de los precios de artículos similares que no están incluidos en la lista seleccionada

## Número de productos por ciudad, según base 1994 y 2009

CIUDAD	PRODUCTOS		DIFERENCIA	
	BASE 1994	BASE 2009	Absoluta	Relativa
1 Abancay	222	284	62	27,9
2 Arequipa	265	383	118	44,5
3 Ayacucho	235	260	25	10,6
4 Cajamarca	232	257	25	10,8
5 Cerro de Pasco	228	280	52	22,8
6 Chachapoyas	220	268	48	21,8
7 Chiclayo	216	322	106	49,1
8 Chimbote	242	326	84	34,7
9 Cusco	250	355	105	42,0
10 Huancavelica	218	278	60	27,5
11 Huancayo	246	324	78	31,7
12 Huánuco	238	288	50	21,0
13 Huaraz	236	290	54	22,9
14 Ica	265	333	68	25,7
15 Iquitos	230	315	85	37,0
16 Moquegua	219	287	68	31,1
17 Moyobamba	213	279	66	31,0
18 Piura	236	350	114	48,3
19 Pucallpa	215	306	91	42,3
20 Puerto Maldonado	206	276	70	34,0
21 Puno	228	298	70	30,7
22 Tacna	232	319	87	37,5
23 Tarapoto	-	262	-	-
24 Trujillo	239	340	101	42,3
25 Tumbes	221	255	34	15,4

### 3.3. Estructura de ponderaciones

La determinación de una estructura de ponderaciones para el cálculo del Índice de Precios al Consumidor, implica asignar representatividad a cada uno de los bienes y servicios consumidos por las familias; es decir, determinar porcentualmente la importancia relativa del gasto en cada bien o servicio, respecto al gasto total del hogar.

Además de realizar la selección de los bienes y servicios con los criterios establecidos en el punto anterior, las ponderaciones de aquellos productos no incluidos en la estructura final, son incorporados a esta estructura mediante dos métodos:

- ◆ Por el **Método de Imputación Directa**, se agregó directamente la ponderación del bien o servicio excluido, a otro de características similares (por ejemplo, de queso fresco de cabra a queso fresco de vaca).
- ◆ Mediante el **Método de Imputación Indirecta**, se distribuyó la ponderación del bien o servicio excluido, en forma proporcional entre el conjunto de bienes o servicios análogos seleccionados (uva blanca y negra absorben en forma proporcional la ponderación de "otras uvas").

### 3.4. Composición del gasto familiar

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC de las ciudades hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales. Estas variaciones se producen por los cambios en los precios de los productos, por modificación del nivel de ingreso de las familias, por una mayor oferta de bienes y servicios, así como por la aparición de nuevos productos relacionados con el desarrollo de las tecnologías en el proceso productivo y de la información.

Adoptando los criterios establecidos por la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF) de las Naciones Unidas, el INEI ha clasificado a los bienes y servicios seleccionados en 12 divisiones, agrupándolos en rubros, subclases, clases, grupos y divisiones.

Sin embargo, con fines de permitir su comparabilidad, el INEI mantendrá la estructura de los ocho grandes grupos, resultando las siguientes ponderaciones:

#### Estructura de ponderaciones por grandes grupos de consumo y encuestas, según principales ciudades

N°	CIUDAD	ÍNDICE GENERAL	ALIMENTOS Y BEBIDAS		VESTIDO Y CALZADO		ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD		MUEBLES Y ENSERES		CUIDADOS DE LA SALUD		TRANSPORTES Y COMUNICACIONES		ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA		OTROS BIENES Y SERVICIOS	
			ENAPROM 1994	ENAPREF 2009	ENAPROM 1994	ENAPREF 2009	ENAPROM 1994	ENAPREF 2009	ENAPROM 1994	ENAPREF 2009	ENAPROM 1994	ENAPREF 2009	ENAPROM 1994	ENAPREF 2009	ENAPROM 1994	ENAPREF 2009	ENAPROM 1994	ENAPREF 2009
1	ABANCAY	100,00	58,84	46,96	8,54	7,15	12,54	7,47	4,77	4,61	1,19	2,12	3,27	11,63	4,70	13,72	6,16	6,36
2	AREQUIPA	100,00	53,52	40,74	7,51	5,85	9,74	7,33	3,77	5,21	2,46	3,25	10,97	15,90	6,53	14,86	5,50	6,87
3	AYACUCHO	100,00	58,22	47,34	8,48	6,56	12,28	7,76	4,71	5,06	1,75	3,04	6,40	11,47	3,42	12,47	4,75	6,31
4	CAJAMARCA	100,00	50,79	40,35	9,14	7,33	13,10	8,38	5,54	6,16	3,36	3,25	6,93	13,76	5,01	13,00	6,12	7,76
5	CERRO DE PASCO	100,00	58,40	48,25	9,29	7,42	14,07	6,96	4,13	4,81	0,62	3,03	5,43	11,39	2,17	12,07	5,89	6,07
6	CHACHAPOYAS	100,00	58,86	47,28	7,08	7,40	13,27	8,67	4,64	6,25	2,20	3,48	3,12	8,91	2,46	9,75	8,38	8,25
7	CHICLAYO	100,00	50,21	42,04	7,34	6,35	13,66	9,71	4,76	5,65	2,49	3,08	9,35	13,08	5,55	13,14	6,63	6,95
8	CHIMBOTE	100,00	54,66	44,86	7,15	6,40	10,93	6,90	4,35	5,57	2,14	3,10	8,86	14,13	5,27	11,18	6,64	7,85
9	CUSCO	100,00	56,64	44,72	7,31	5,79	12,00	8,08	3,95	4,78	1,64	3,22	9,47	13,85	4,41	13,91	4,58	5,65
10	HUANCAVELICA	100,00	54,65	50,74	10,84	8,45	14,04	7,20	6,16	5,51	1,19	1,88	2,82	8,29	4,10	11,84	6,20	6,09
11	HUANCAYO	100,00	52,79	44,13	7,59	6,43	13,54	7,81	4,07	4,67	2,27	3,43	8,87	12,84	5,14	14,24	5,73	6,44
12	HUANUCO	100,00	60,88	46,62	6,76	6,75	11,97	7,47	3,91	4,85	1,72	2,56	4,94	13,90	4,14	11,80	5,67	6,05
13	HUARAZ	100,00	62,26	47,21	7,33	5,80	10,89	8,02	5,25	5,66	1,73	3,36	5,27	12,30	2,76	11,49	4,52	6,16
14	ICA	100,00	53,71	42,44	7,74	5,85	12,94	7,26	3,98	5,76	1,63	3,12	9,81	16,48	3,70	12,08	6,50	7,00
15	IQUITOS	100,00	57,54	48,36	5,90	6,04	9,31	6,14	5,02	5,35	1,89	2,43	10,25	13,41	4,32	9,20	5,78	9,06
16	MOQUEGUA	100,00	61,23	46,23	5,21	5,78	11,47	7,43	4,02	4,81	1,04	1,79	7,40	15,28	4,05	11,08	5,58	7,61
17	MOYOBAMBA	100,00	55,23	44,85	7,66	6,43	13,53	7,70	5,75	6,26	1,82	3,22	6,48	12,58	3,49	10,88	6,05	8,09
18	PIURA	100,00	50,26	42,06	7,59	5,47	13,19	8,00	4,51	5,47	2,40	3,44	9,63	15,42	6,17	13,28	6,25	6,87
19	PUCALLPA	100,00	59,22	46,83	5,77	5,93	10,31	6,77	4,96	6,22	1,70	2,63	9,32	15,40	3,16	8,12	5,58	8,11
20	PUERTO MALDONADO	100,00	61,76	48,75	5,55	6,84	11,75	6,68	4,67	5,52	0,84	2,79	8,31	13,66	2,61	9,44	4,51	6,31
21	PUNO	100,00	55,53	47,32	7,69	5,79	11,07	7,10	3,77	4,59	1,40	2,85	9,07	12,46	4,96	12,67	6,51	7,21
22	TACNA	100,00	58,37	45,81	6,94	5,92	9,53	7,19	4,04	4,78	1,06	2,31	10,33	15,06	4,16	11,88	5,57	7,05
23	TRUJILLO	100,00	51,31	40,48	6,50	6,90	10,98	7,75	4,63	5,28	2,79	3,84	12,64	16,22	6,07	12,64	5,09	6,89
24	TUMBES	100,00	59,10	45,04	5,92	7,10	13,23	7,51	3,95	5,62	1,22	3,29	7,27	12,57	2,92	11,17	6,40	7,71
	<b>PROMEDIO</b>	<b>100,00</b>	<b>56,42</b>	<b>45,39</b>	<b>7,37</b>	<b>6,49</b>	<b>12,06</b>	<b>7,55</b>	<b>4,55</b>	<b>5,35</b>	<b>1,77</b>	<b>2,94</b>	<b>7,76</b>	<b>13,33</b>	<b>4,22</b>	<b>11,91</b>	<b>5,86</b>	<b>7,03</b>

### 3.5. Estructura comparativa de la composición de la canasta familiar según grandes grupos de consumo en promedio

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009, en promedio por grandes grupos de consumo:

- 1) En promedio la reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 56,42% a 45,39% (11,03 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el ingreso familiar, al destinar una menor proporción de su presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en promedio del **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye levemente de 7,37% en 1994 a 6,49% en el 2009 (-0,88 puntos porcentuales), explicado principalmente por la mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de este Gran Grupo.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en promedio para 1994 significó el 12,06% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,55% (4,51 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra en promedio, un ligero aumento en su ponderación, pasando de 4,55% en 1994 a 5,35% para el 2009, evidenciando una mejora en el ingreso familiar.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, en promedio incrementa su importancia en el presupuesto familiar, al pasar de 1,77% (1994) a 2,94% para el 2009, reflejando un mayor gasto de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transporte y Comunicaciones**, que en promedio aumenta su participación en el gasto familiar al subir de 7,76% para 1994 a 13,33% en el 2009 (5,57 puntos porcentuales), es explicado porque los hogares destinan una mayor proporción de su presupuesto al servicio de comunicación, como es la telefonía móvil y el Internet.
- 7) En promedio, el **Gran Grupo Esparcimiento, Diversión y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto de los hogares de 4,22% en 1994 a 11,91% para el 2009, es decir un aumento de 7,69 puntos porcentuales. Dentro de este gran grupo, los hogares están destinando un mayor porcentaje a los servicios de enseñanza (pensiones y matriculas) en los diferentes niveles educativos, percibiendo dichos gastos como una inversión que asegure en el mediano y largo plazo la mejora o estabilidad económica y prosperidad de los hogares
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un incremento promedio en su ponderación de 5,86% en 1994 a 7,03% en el 2009, es decir un aumento de 1,17 puntos porcentuales.

Algunos productos nuevos que han sido incluidos en la canasta de bienes y servicios seleccionados de la mayoría de ciudades, por ser relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

## **Principales nuevos productos incorporados a la Canasta del IPC Ciudades - 2009**

- GALLETAS RELLENAS
- YOGURT DE LECHE ENTERA
- AGUA DE MESA
- NECTAR DE FRUTAS
- CEBICHE
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL
- CONSUMO DEL SERVICIO DE INTERNET
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- PENSION ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- COMIDA PARA MASCOTA
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS

- ANTIACIDOS, ANTIPLATULENTOS
- MATRICULA EN UNIVERSIDADES ESTATALES
- LAVADORA
- CAMARAS FOTOGRAFICAS Y SIMILARES
- LAVA VAJILLA Y SIMILARES
- BROCOLI
- FLORES Y PLANTAS NATURALES
- PAÑALES DESECHABLES
- DESK TOP (MICROCOMPUTADORAS)
- REPRODUCTORES DE IMÁGENES
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- PETROLEO
- PRODUCTOS NATURALES
- BEBIDAS HIDRATANTES
- TARJETAS PARA TELEFONIA FIJAS

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la mayoría de ciudades, por haber perdido representatividad en el consumo actual y habitual de los hogares son:

## **Algunos productos excluidos en el IPC Ciudades - 2009**

- KEROSENE
- POLYSTEL
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- SEMOLA A GRANEL
- MARGARINA A GRANEL
- REPARACION DE TELEVISORES
- REVISTA
- CASSETTE (CINTA FONOGRAFICA)
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- ACEITE COMPUESTO (BOTELLA)
- PERMANENTE (ONDULACION PARA MUJER)
- COCINA A KEROSENE
- DISKETT
- BETARRAGA
- MACHAS FRESCAS

- COLIFLOR
- SERVICIO TELEFONICO LARGA DISTANCIA NACIONAL – LDN
- RADIO-GRABADORAS
- MEDIAS DE NYLON
- ROPON DE BEBE
- FOTOS
- CHOROS
- COL
- CHAMPAGNE
- PAÑALES DE TELA
- BOMBASI (TELA PARA PAÑAL)
- RELOJ PULSERA PARA HOMBRE
- PATA DE RES
- APLICACIÓN DE INYECCIONES
- HIGADO DE CARNERO

### 3.6. Encuesta de especificaciones de los productos del IPC – 2009

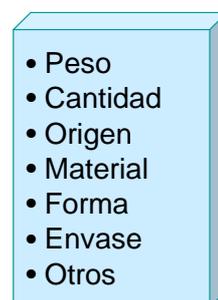
Una de las condiciones básicas del IPC es el nivel de representatividad del consumo habitual de los hogares. Ello significa de una parte, recoger información sobre el patrón de consumo de los hogares y, de otra, asegurar que los informantes a seleccionar, como mercados y establecimientos comerciales, sean efectivamente los visitados con mayor frecuencia por los consumidores.

De otro lado, el seguimiento de los precios de los productos seleccionados debe realizarse siempre sobre los mismos artículos, con la finalidad de que las variaciones de precio encontradas durante el seguimiento no se deban al cambio en el investigador o a cambios en la calidad de los productos investigados, sino exclusivamente a las variaciones de los precios.

Con la finalidad de asegurar la eficiencia del indicador, el INEI realizó a nivel nacional una encuesta de especificaciones de los productos en las 25 ciudades donde se investigan los precios, teniendo como objetivos los siguientes:

- ◆ Determinar los artículos y características de cada uno de los productos demandados por la población de las ciudades capitales, a los cuales se les haría seguimiento de precios.
- ◆ Conformar el directorio de informantes del nuevo IPC.

Las variables más relevantes consideradas en la investigación de las especificaciones de los productos fueron:



La encuesta permitió identificar los detalles de las especificaciones de los productos a los cuales se realizará el seguimiento de los precios. Por ejemplo, en el caso de la leche evaporada se consideró:

- ◆ **Producto:**
  - Leche evaporada
- ◆ **Artículo:**
  - Leche evaporada entera
- ◆ **Variedad específica:**
  - Lata de 410gr, marca xxx, unidad
  - Tetrapack de 400 gr, marca xxx, unidad

Las unidades de observación que se han considerado para la investigación de las especificaciones de productos y que servirán a su vez para el seguimiento de precios fueron:

- ◆ **Mercados:** dentro de estos se consideran los puestos de verduras, frutas, tubérculos, cereales, carnes, condimentos, pescados y otros.
- ◆ **Establecimientos comerciales:** mueblerías, librerías, farmacias, peleterías, tiendas de ropa y calzados, de artefactos del hogar, carnicerías, tiendas por departamentos y otros.
- ◆ **Establecimientos de servicio:** lavado y planchado de ropa, restaurantes, sastrerías, reparadoras de calzado, de artefactos domésticos, saunas, cines, cafés, Internet, transporte público y otros.
- ◆ **Instituciones de servicio público:** de Agua, Electricidad, Comunicaciones y otros.
- ◆ **Bodegas**
- ◆ **Supermercados**

Los productos de consumo familiar se subdividen, de acuerdo al lugar donde se realizan las transacciones en: variedades investigadas adquiridas en mercados (fundamentalmente alimentos y bebidas dentro del hogar), variedades investigadas en establecimientos (resto de bienes y servicios de consumo), alquiler de la vivienda y servicios públicos (electricidad, agua, teléfono, etc.).

#### 4. MÉTODO DEL CÁLCULO DEL ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR

##### 4.1. Fórmula de Laspeyres

El Índice de Precios al Consumidor de Lima Metropolitana con base 2009, al igual que en la base anterior, se calcula mediante un índice de precios tipo Laspeyres. Este se expresa como un promedio ponderado de relativos de precios (índices elementales de productos), multiplicados por su ponderación (estructura del gasto), correspondiente al periodo base.

Si bien existen varias fórmulas para el cálculo del índice de precios, la más aplicada internacionalmente es la que corresponde a Laspeyres, que utiliza una estructura con ponderaciones fijas.

La fórmula de Laspeyres se puede escribir de las siguientes maneras:

$$I_{0}^{t} = \frac{\sum_{i=1}^{n} P_{it} Q_{i0}}{\sum_{i=1}^{n} P_{i0} Q_{i0}}$$

$$I_{0}^{t} = \sum_{i=1}^{n} \frac{P_{it}}{P_{i0}} \left( \frac{P_{i0} Q_{i0}}{\sum_{i=1}^{n} P_{i0} Q_{i0}} \right)$$

Ambas expresiones equivalentes, pueden enunciarse también en términos porcentuales.

Donde:

- $I_{t/0}$  = índice en el periodo "t", respecto al periodo base "0".
- $P_{it}$  = precio de la variedad o artículo "i" en el periodo "t".
- $P_{i0}$  = precio de la variedad o artículo "i" en el periodo base "0".
- $Q_{i0}$  = cantidad consumida de la variedad o artículo "i" en el periodo base
- n = número total de variedades o artículos

## 5. ESTRUCTURA COMPARATIVA DE LA COMPOSICIÓN DE LA CANASTA FAMILIAR SEGÚN GRANDES GRUPOS DE CONSUMO DEL IPC EN LAS CIUDADES

### 5.1. ABANCAY

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

#### **Abancay: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	ABANCAY		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	58,84	46,96	-11,88
VESTIDO Y CALZADO	8,54	7,15	-1,39
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	12,54	7,47	-5,07
MUEBLES Y ENSERES	4,77	4,61	-0,16
CUIDADOS DE LA SALUD	1,19	2,12	0,93
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	3,27	11,63	8,36
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	4,70	13,72	9,02
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,16	6,36	0,20

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 58,84% a 46,96% (11,88 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, porque ahora destinan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 8,54% en 1994 a 7,15% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de este gran grupo.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 12,54% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,47% (5,07 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra una leve disminución en su ponderación, pasando de 4,77% a 4,61%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 1,19% en 1994 a 2,12% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 3,27% para 1994 a 11,63% en el 2009. Esto se explica porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 4,70% en 1994 a 13,72% para el 2009, es decir un aumento de 9,02 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación evidencia el aumento del gasto de las familias en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un ligero aumento en su ponderación de 6,16% en 1994 a 6,36% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Abancay

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Abancay, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PASAJE EN CAMIONETA RURAL (COMBI)
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL
- NOTEBOOK (LAPTOP)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- PIZZA
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- CERVEZA BLANCA SERVIDA (BOTELLA)
- COMIDA PARA MASCOTA
- CEBICHE
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- PAÑALES DESECHABLES
- HELADO DE CREMA PERSONAL

- YOGUR DE LECHE ENTERA
- MANDARINA
- CONSUMO DEL SERVICIO DE INTERNET
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- LAVAVAJILLA Y SIMILARES
- AGUA DE MESA (SIN GAS)
- COCINA A GAS
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- PRODUCTOS NATURALES
- PETRÓLEO
- PANTALONES DE VESTIR (HOMBRE/MUJER MAYOR DE 12 AÑOS)

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Abancay

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Abancay, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- KEROSENE
- MANZANA CORRIENTE
- ZAPATILLAS DE LONA PARA MUJERES MAYOR DE 12 AÑOS
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- ACEITE COMPUESTO (BOTELLA)
- COCINA A KEROSENE
- SERVICIO TELEFÓNICO LARGA DISTANCIA NACIONAL
- TRIGOR (TRIGO CHANCADO)
- POLYSTEEL
- CAFÉ TOSTADO MOLIDO ENVASADO
- COL CORAZÓN
- PERMANENTES (ONDULACIÓN PARA MUJER)

- HARINA DE CHUÑO
- AZÚCAR BLANCA
- PATA DE RES
- RADIOGRABADORAS
- REVISTA
- PALTA NEGRITA
- FOTOS
- CASETE (CINTA FONOGRÁFICA)
- HARINA DE MAÍZ (CHOCHOCA)
- SÉMOLA A GRANEL
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- BOMBASÍ (TELA PARA PAÑAL)

## 5.2. AREQUIPA

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones significativas.

### **Arequipa: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	AREQUIPA		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	53,52	40,74	-12,78
VESTIDO Y CALZADO	7,51	5,85	-1,66
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	9,74	7,33	-2,41
MUEBLES Y ENSERES	3,77	5,21	1,43
CUIDADOS DE LA SALUD	2,46	3,25	0,79
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	10,97	15,90	4,93
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	6,53	14,86	8,33
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,50	6,87	1,36

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 53,52% a 40,74% (12,78 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor gasto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 7,51% en 1994 a 5,85% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de sus productos componentes y por ende una reducción en sus gastos.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 9,74% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,33% (2,41 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un aumento en su ponderación, pasando de 3,77% a 5,21%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 2,46% en 1994 a 3,25% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto familiar al subir de 10,97% para 1994 a 15,90% en el 2009. Explicado porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto a los nuevos bienes tecnológicos como son la telefonía móvil y el Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, 6,53% en 1994 a 14,86% para el 2009, es decir un aumento de 8,33 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación demuestra el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras, televisores, reproductores de imágenes), en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un incremento en su ponderación de 5,50% en 1994 a 6,87% en el 2009, aumentando su gasto en artículos de cuidado personal y gastos diversos.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Arequipa

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Arequipa, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- AUTOMÓVILES O CAMIONETAS NUEVAS
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- PAPA COLOR
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS (TELÉFONO MÓVIL)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- DESAYUNO EN RESTAURANTES
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- COMIDA PARA MASCOTA
- AZÚCAR RUBIA
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- DEPARTAMENTO EN EDIFICIO
- HELADO DE CREMA PERSONAL

- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- PAÑALES DESECHABLES
- DESKTOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- CEBICHE
- PANETÓN
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- MANDARINA
- LAVADORA
- PAVO EVISCERADO
- MEMORIA MÓVIL EXTERNA

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Arequipa

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Arequipa, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- KEROSENE
- PAPA BLANCA
- CUARTO EN CASA DE VECINDAD
- PAPA HUAYRO
- COJINOVA
- POLYSTEL
- MORÓN
- COL CRESPA
- PEPINO
- COLIFLOR
- PATA DE RES
- CHICHA DE JORA

- PERMANENTES (ONDULACIÓN PARA MUJER)
- RADIOGRAFÍAS
- CHAMPÁN
- PAÑALES DE TELA
- DISQUETE
- CASIMIR
- ARVEJA SECA PARTIDA
- AJÍ ESCABECHE
- CHOROS
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- CAFÉ TOSTADO MOLIDO ENVASADO
- RON

### 5.3. AYACUCHO

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones significativas.

#### **Ayacucho: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	AYACUCHO		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	58,22	47,34	-10,87
VESTIDO Y CALZADO	8,48	6,56	-1,92
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	12,28	7,76	-4,52
MUEBLES Y ENSERES	4,71	5,06	0,35
CUIDADOS DE LA SALUD	1,75	3,04	1,29
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	6,40	11,47	5,07
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	3,42	12,47	9,05
OTROS BIENES Y SERVICIOS	4,75	6,31	1,56

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 58,22% a 47,34% (10,87 puntos porcentuales), demuestra una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor gasto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 8,48% en 1994 a 6,56% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de este gran grupo y por lo tanto un menor gasto.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 12,28% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,76% (4,52 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un ligero aumento en su ponderación, pasando de 4,71% a 5,06%, evidenciando una mejora en el ingreso familiar.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 1,75% en 1994 a 3,04% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto familiar al subir de 6,40% en 1994 a 11,47% para el 2009. La variación se explica porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto a los nuevos bienes tecnológicos como son la telefonía móvil y el Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, 3,42% en 1994 a 12,47% para el 2009, es decir un aumento de 9,05 puntos porcentuales del gasto total familiar. Este resultado demuestra el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios de educación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un incremento en su ponderación de 4,75% en 1994 a 6,31% en el 2009, aumentando su gasto en artículos del cuidado personal.

### Nuevos productos en la canasta Familiar de Ayacucho

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Ayacucho, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PENSIÓN DE UNIVERSIDADES NO ESTATALES
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL
- PASAJE EN MOTO TAXI – (CON CABINA)
- DESAYUNO EN RESTAURANTES
- CALDOS O SOPAS REGIONALES (CALDO VERDE, CARNERO, CORRIENTE, ETC.)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- DESKTOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- CEBICHE
- PIÑA
- COMIDA PARA MASCOTA
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET

- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- PAÑALES DESECHABLES
- ARROZ CHAUFÁ
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- EQUIPO DE SONIDO
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- BEBIDAS HIDRATANTES
- AJO MOLIDO
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- AGUA DE MESA (SIN GAS)

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Ayacucho

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Ayacucho, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- KEROSENE
- ACEITE COMPUESTO (BOTELLA)
- LECHE EN POLVO
- FALDAS PARA MUJER MAYORES 12 AÑOS
- MORÓN
- COL CRESPA
- PERMANENTES (ONDULACIÓN PARA MUJER)
- ROPEROS DE MADERA
- POLIPIMA
- FRÉJOL PANAMITO
- HÍGADO DE CARNERO (INCLUIDO BOFE)
- PASAJE AÉREO NACIONAL

- COJINOVA
- FRANQUICIA DE CARTA NACIONAL
- RADIOGRABADORAS
- RELOJ PULSERA PARA HOMBRE
- LECHE CALIENTE (SERVIDA)
- POLYSTEL
- AZÚCAR BLANCA
- AGUARDIENTE DE CAÑA
- CAMOTE AMARILLO
- DISQUETE
- PAÑALES DE TELA
- PINTURA (ENVASADA)

## 5.4. CAJAMARCA

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones significativas.

### **Cajamarca: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	CAJAMARCA		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	50,79	40,35	-10,44
VESTIDO Y CALZADO	9,14	7,33	-1,80
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	13,10	8,38	-4,71
MUEBLES Y ENSERES	5,54	6,16	0,62
CUIDADOS DE LA SALUD	3,36	3,25	-0,11
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	6,93	13,76	6,83
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	5,01	13,00	7,99
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,12	7,76	1,64

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.  
ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) El descenso del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 50,79% a 40,35% (10,44 puntos porcentuales), demuestra una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor gasto para satisfacer las necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 9,14% en 1994 a 7,33% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de esta agrupación.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 13,10% del gasto total, en el 2009 disminuye a 8,38% (4,71 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad en los precios de los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un ligero aumento en su ponderación, pasando de 5,54% a 6,16%, evidenciando una mejora en el ingreso familiar.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, disminuye ligeramente su ponderación en el gasto de las familias al pasar de 3,36% en 1994 a 3,25% para el 2009.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto familiar al subir de 6,93% en 1994 a 13,76% para el 2009 ( 6,83 puntos porcentuales). Explicado porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto a los nuevos bienes tecnológicos como son la telefonía móvil y el Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, de 5,01% en 1994 a 13,00% para el 2009, es decir un aumento de 7,99 puntos porcentuales del gasto total familiar. Este resultado demuestra el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un incremento en su ponderación de 6,12% en 1994 a 7,76% en el 2009, aumentando su gasto en artículos de cuidado personal.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Cajamarca

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Cajamarca, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PENSIÓN DE UNIVERSIDADES NO ESTATALES</li> <li>▪ PAN TORTA</li> <li>▪ RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL</li> <li>▪ PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)</li> <li>▪ PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA</li> <li>▪ CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL</li> <li>▪ DESAYUNO EN RESTAURANTES</li> <li>▪ SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA</li> <li>▪ CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET</li> <li>▪ EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL</li> <li>▪ DISCO COMPACTO GRABADO (CD)</li> <li>▪ PAÑALES DESECHABLES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ BEBIDAS GASEOSAS (SERVIDA)</li> <li>▪ MANZANA DELICIA</li> <li>▪ YOGUR DE LECHE ENTERA</li> <li>▪ MANDARINA</li> <li>▪ ENTRADA AL CINE</li> <li>▪ COMIDA PARA MASCOTA</li> <li>▪ CHICHARRONES (CHANCHO)</li> <li>▪ POLOS PARA MUJER MAYOR 12 AÑOS</li> <li>▪ HELADO DE CREMA PERSONAL</li> <li>▪ REPRODUCTORES DE IMÁGENES (DVD, VHS, ETC.)</li> <li>▪ ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS</li> <li>▪ AGUA DE MESA (SIN GAS)</li> </ul>
---	--

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Cajamarca

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Cajamarca, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ KEROSENE</li> <li>▪ CORTE ÚNICO DE RES</li> <li>▪ PASAJE EN COLECTIVO (CAMIONETA, AUTO)</li> <li>▪ SERVICIO TELEFÓNICO LARGA DISTANCIA NACIONAL</li> <li>▪ ACEITE COMPUESTO A GRANEL</li> <li>▪ LECHE CALIENTE (SERVIDA)</li> <li>▪ POLYSTEL</li> <li>▪ MONDONGO DE CARNERO</li> <li>▪ CASETE (CINTA FONOGRAFICA)</li> <li>▪ RELOJ PULSERA PARA HOMBRE</li> <li>▪ DISQUETE</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LANILLA</li> <li>▪ FOTOS</li> <li>▪ UVA NEGRA (CORRIENTE)</li> <li>▪ SÁBANAS</li> <li>▪ SALCHICHA (TIPO NATURAL)</li> <li>▪ AZAFRÁN</li> <li>▪ ROPERO DE MADERA</li> <li>▪ MÁQUINA DE COSER NO ELÉCTRICA</li> <li>▪ FRANQUEO DE CARTA NACIONAL</li> <li>▪ PAÑALES DE TELA</li> <li>▪ MANTECA VEGETAL (A GRANEL)</li> </ul>
--	---

## 5.5. CERRO DE PASCO

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones significativas.

### Cerro de Pasco: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	CERRO DE PASCO		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	58,40	48,25	-10,15
VESTIDO Y CALZADO	9,29	7,42	-1,87
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	14,07	6,96	-7,11
MUEBLES Y ENSERES	4,13	4,81	0,68
CUIDADOS DE LA SALUD	0,62	3,03	2,41
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	5,43	11,39	5,96
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	2,17	12,07	9,90
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,89	6,07	0,18

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La disminución del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 58,40% a 48,25% (10,15 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor gasto para satisfacer su demanda de alimentos.
- 2) La ponderación del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, que disminuye de 9,29% en 1994 a 7,42% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada, principalmente de los productos textiles.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 14,07% del gasto total, en el 2009 disminuye a 6,96% (7,11 puntos porcentuales). Esta baja observada se debe a la estabilidad y en algunos casos disminución en los precios de las tarifas de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un ligero aumento en su ponderación, pasando de 4,13% a 4,81%, (0,68 puntos porcentuales).
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su participación en el gasto de las familias al pasar de 0,62% en 1994 a 3,03% para el 2009, mostrando una mayor orientación del gasto de las familias al cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su ponderación en el gasto familiar al subir de 5,43% en 1994 a 11,39% para el 2009 (5,96 puntos porcentuales). Esto evidencia que las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto a los nuevos bienes tecnológicos como son la telefonía móvil y el Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, de 2,17% en 1994 a 12,07% para el 2009, es decir un aumento de 9,90 puntos porcentuales del gasto total familiar. Este resultado demuestra el aumento del presupuesto de las familias en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un leve incremento en su ponderación de 5,89% en 1994 a 6,07% en el 2009, aumentando su gasto en artículos diversos.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Cerro de Pasco

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Cerro de Pasco, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PASAJE EN AUTO-COLECTIVO (URBANO E INTERURBANO)
- PENSIÓN DE UNIVERSIDADES NO ESTATALES
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL
- DESKTOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- PAÑALES DESECHABLES
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- EQUIPO DE SONIDO
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- CALDOS O SOPAS REGIONALES

- ARROZ CHAUFÁ
- CÁMARAS FOTOGRÁFICAS Y SIMILARES
- REFRESCOS ENVASADOS
- MANZANA DELICIA
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- HELADO DE CREMA PERSONAL
- MANDARINA
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- REFRIGERADORA
- COMIDA PARA MASCOTA
- REPRODUCTORES DE IMÁGENES (DVD, VHS, ETC.)
- HOT-DOG

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Cerro de Pasco

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Cerro de Pasco, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- KEROSENE
- PASAJE EN ÓMNIBUS Y MICROBÚS
- PIERNA DE POLLO
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- AVENA A GRANEL
- MONDONGO DE CARNERO
- CAFÉ TOSTADO MOLIDO ENVASADO
- AJÍ SECO ENTERO (MIRASOL, PANCA)
- SERVICIO MONEDERO PÚBLICO LARGA DISTANCIA (RIN)
- MENÚ EN COMEDORES POPULARES
- PERMANENTES (ONDULACIÓN PARA MUJER)
- HÍGADO DE CARNERO

- COLIFLOR (SIN HOJAS)
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- COL CORAZÓN
- LECHE FRESCA DE VACA (PORONGO)
- RADIOGRABADORAS
- RELOJ DE PARED
- AGUARDIENTE DE CANA (CAÑAZO)
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- POLYSTEL
- PLANCHA ELÉCTRICA
- CARNE SECA O CECINA (RES)
- COCINA A GAS DE KEROSENE

## 5.6. CHACHAPOYAS

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones significativas.

### **Chachapoyas: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	CHACHAPOYAS		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	58,86	47,28	-11,58
VESTIDO Y CALZADO	7,08	7,40	0,33
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	13,27	8,67	-4,59
MUEBLES Y ENSERES	4,64	6,25	1,61
CUIDADOS DE LA SALUD	2,20	3,48	1,27
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	3,12	8,91	5,79
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	2,46	9,75	7,29
OTROS BIENES Y SERVICIOS	8,38	8,25	-0,13

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La menor proporción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 58,86% a 47,28% (11,58 puntos porcentuales), demuestra una mejora en el destino del ingreso familiar, al utilizar un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, aumenta levemente de 7,08% en 1994 a 7,40% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de sus productos componentes.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 13,27% del gasto total, disminuye para el 2009 en 8,67% (4,59 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad en los precios de los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra aumento en su ponderación, pasando de 4,64% a 6,25%, mostrando una mejora en el ingreso familiar.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, aumentó su participación en el gasto de las familias para el 2009 con 3,48%, mientras que para 1994 esta fue de 2,20%.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, crece su ponderación en el presupuesto familiar al subir de 3,12% en 1994 a 8,91% para el 2009 (5,79 puntos porcentuales). Explicado porque las familias destinan una mayor proporción de su gasto a los nuevos bienes en comunicación.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, de 2,46% en 1994 a 9,75% para el 2009, es decir un aumento de 7,29 puntos porcentuales del gasto total familiar. Este resultado demuestra el aumento del gasto de las familias en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra una leve disminución en su ponderación de 8,38% en 1994 a 8,25% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Chachapoyas

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Chachapoyas, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MATRÍCULA EN UNIVERSIDADES ESTATALES</li> <li>▪ RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL</li> <li>▪ MATRÍCULA CETPRO ESTATAL</li> <li>▪ DESKTOP (MICROCOMPUTADORA - PC)</li> <li>▪ SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA</li> <li>▪ GASTOS EN MATRIMONIO</li> <li>▪ PAPA HUAYRO</li> <li>▪ COMIDA PARA MASCOTA</li> <li>▪ CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL</li> <li>▪ CEBICHE</li> <li>▪ COLCHÓN DE ESPUMA</li> <li>▪ PETRÓLEO</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL</li> <li>▪ MOTOCICLETA NUEVA</li> <li>▪ PAÑALES DESECHABLES</li> <li>▪ CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET</li> <li>▪ ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS</li> <li>▪ COCINA A GAS</li> <li>▪ YOGUR DE LECHE ENTERA</li> <li>▪ MENESTRAS SANCOCHADAS</li> <li>▪ MANDARINA</li> <li>▪ REFRIGERADORA</li> <li>▪ ANTIGRIPALES</li> <li>▪ POLOS DE VESTIR (HOMBRE/MUJER MAYOR 12 AÑOS)</li> </ul> |
|--|---|

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Chachapoyas

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Chachapoyas, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PAN POPULAR</li> <li>▪ PENSIÓN FAMILIAR ESTUDIANTE</li> <li>▪ KEROSENE</li> <li>▪ PAPA BLANCA</li> <li>▪ FIDEOS A GRANEL</li> <li>▪ RES; SANCOCHADO</li> <li>▪ ACEITE COMPUESTO A GRANEL</li> <li>▪ HÍGADO DE RES</li> <li>▪ CARNE SECA O CECINA (RES)</li> <li>▪ PLANCHA ELÉCTRICA</li> <li>▪ POLYSTEL</li> <li>▪ CAFÉ TOSTADO MOL A GRANEL</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LECHE EN POLVO</li> <li>▪ PERIÓDICO</li> <li>▪ PAÑALES DE TELA</li> <li>▪ MAÍZ CACHÍN</li> <li>▪ HOJA DE AFEITAR</li> <li>▪ CHOMPAS</li> <li>▪ MARGARINA A GRANEL</li> <li>▪ ENTRADA A CLUB NOCTURNO</li> <li>▪ FRÉJOL CANARIO</li> <li>▪ MEDIAS DE NYLON</li> <li>▪ CHAMPÁN</li> </ul> |
|--|--|

## 5.7. CHICLAYO

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones significativas.

### **Chiclayo: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	CHICLAYO		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	50,21	42,04	-8,18
VESTIDO Y CALZADO	7,34	6,35	-0,99
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	13,66	9,71	-3,95
MUEBLES Y ENSERES	4,76	5,65	0,89
CUIDADOS DE LA SALUD	2,49	3,08	0,59
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	9,35	13,08	3,72
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	5,55	13,14	7,59
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,63	6,95	0,32

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La menor proporción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 50,21% a 42,04% (-8,18 puntos porcentuales), demuestra una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor gasto para satisfacer las necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 7,34% en 1994 a 6,35% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de este gran grupo.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 13,66% del gasto total, en el 2009 disminuye a 9,71% (-3,95 puntos porcentuales). Esta variación se debe a la estabilidad en los precios de los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un ligero aumento en su ponderación, pasando de 4,76% a 5,65% (0,89 puntos porcentuales).
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su ponderación en el gasto de las familias al pasar de 2,49% en 1994 a 3,08% para el 2009, evidenciando una mejora en el gasto familiar de este gran grupo.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto familiar al subir de 9,35% en 1994 a 13,08% para el 2009 (3,72 puntos porcentuales). Explicado porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto a los nuevos bienes tecnológicos como son la telefonía móvil y el Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, de 5,55% en 1994 a 13,14% para el 2009, es decir un aumento de 7,59 puntos porcentuales en el gasto total familiar. Este resultado demuestra el alza del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología, en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un aumento en su ponderación de 6,63% en 1994 a 6,95% en el 2009, subiendo su gasto en artículos de cuidado personal.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Chiclayo

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Chiclayo, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PAN MICA
- PASAJE EN CAMIONETA RURAL (COMBI)
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL
- DESAYUNO EN RESTAURANTES
- NOTEBOOK (LAPTOP)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- CEBICHE
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- RES; CARNE PARA GUISO
- PAÑALES DESECHABLES
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL

- BONITO
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- EQUIPO DE SONIDO
- COMIDA PARA MASCOTA
- LECHE EN POLVO MATERNIZADA
- SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD DE LA VIVIENDA
- VITAMINAS
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- MENESTRAS SANCOCHADAS
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- PANTALONES DE VESTIR (HOMBRE/MUJER MAYOR DE 12 AÑOS)

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Chiclayo

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Chiclayo, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- PAN TOLETE (LABRANZA)
- KEROSENE
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- PLATANO VERDE (INGUIRI)
- ARTICULOS FOTOGRÁFICOS Y ACCESORIOS
- VESTIDOS DE TELA PARA MUJERES MAYOR DE 12 AÑOS
- PENSIÓN FAMILIAR (ESTUDIANTE)
- MORTADELA
- SEDA
- CONFECCIÓN DE PANTALONES
- MEDIAS DE NYLON
- POLYSTEL

- CALDO DE GALLINA
- ZAPATILLAS DE LONA PARA MUJERES MAYOR DE 12 AÑOS
- COL CRESPA
- MAÍZ BLANCO CORRIENTE (CANCHA)
- RADIOGRABADORAS
- COLCHAS
- REPARACIÓN DE TELEVISION
- CHICHA DE MAÍZ (JORA) PARA LLEVAR
- RON (BOTELLA)
- SERV. TELEFÓNICO LOCAL – TELÉFONO PÚBLICO
- REVISTA
- PLANCHA ELÉCTRICA

## 5.8. CHIMBOTE

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones significativas.

### **Chimbote: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	CHIMBOTE		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	54,66	44,86	-9,80
VESTIDO Y CALZADO	7,15	6,40	-0,76
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	10,93	6,90	-4,03
MUEBLES Y ENSERES	4,35	5,57	1,22
CUIDADOS DE LA SALUD	2,14	3,10	0,97
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	8,86	14,13	5,27
ESPARCIAMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	5,27	11,18	5,91
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,64	7,85	1,21

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 54,66% a 44,86% (9,80 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, porque ahora necesitan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 7,15% en 1994 a 6,40% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de esta agrupación.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 10,93% del gasto total, en el 2009 disminuye a 6,90% (4,03 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en sus bienes y servicios componentes.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un ligero incremento en su ponderación, pasando de 4,35% a 5,57%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 2,14% en 1994 a 3,10% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta considerablemente su participación en el gasto familiar al pasar de 8,86% para 1994 a 14,13% en el 2009, que significa un incremento de 5,27 puntos porcentuales. Esto se explica porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 5,27% en 1994 a 11,18% para el 2009, es decir un aumento de 5,91 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación evidencia el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en el servicio educativo en todos los niveles.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un aumento en su ponderación de 6,64% en 1994 a 7,85% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Chimbote

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Chimbote, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• PASAJE EN CAMIONETA RURAL (COMBI)</li> <li>• RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL</li> <li>• CEBICHE</li> <li>• PAÑALES DESECHABLES</li> <li>• NOTEBOOK (LAPTOP)</li> <li>• PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)</li> <li>• SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA</li> <li>• AUTOMÓVILES O CAMIONETAS NUEVAS</li> <li>• CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET</li> <li>• COMIDA PARA MASCOTA</li> <li>• CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL</li> <li>• EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• POLOS P/MUJER MAY 12 AÑOS</li> <li>• DISCO COMPACTO GRABADO (CD)</li> <li>• ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS</li> <li>• YOGUR DE LECHE ENTERA</li> <li>• AGUA DE MESA (SIN GAS)</li> <li>• HELADO DE CREMA PERSONAL</li> <li>• LAVADORA</li> <li>• MENESTRAS SANCOCHADAS</li> <li>• PAN SEMITA</li> <li>• GAS LICUADO DE PETRÓLEO VEHICULAR (GLPV)</li> <li>• SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD DE LA VIVIENDA</li> <li>• PETRÓLEO</li> </ul> |
|---|--|

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Chimbote

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Chimbote, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• KEROSENE</li> <li>• PAN TOLETE (LABRANZA)</li> <li>• ACEITE COMPUESTO A GRANEL</li> <li>• CEBADA ENTERA</li> <li>• CUY; CARNE</li> <li>• FALDAS PMUJ MAY 12 ANOS</li> <li>• SERV. TELEF. LARGA DISTANCIA NACIONAL</li> <li>• CACHEMA O AYANQUE FRESCO</li> <li>• DISQUETE</li> <li>• PASAJE AÉREO NACIONAL</li> <li>• COL CORAZÓN</li> <li>• POLIPIMA</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ CHOROS</li> <li>▪ CONFECCIÓN DE PANTALONES</li> <li>▪ CANELA ENTERA (A GRANEL)</li> <li>▪ AZÚCAR BLANCA</li> <li>▪ LECHE EN POLVO</li> <li>▪ REPARACIÓN DE LICUADORA</li> <li>▪ MEDIAS DE NYLON</li> <li>▪ AJÍ ROCOTO</li> <li>▪ REVISTA</li> <li>▪ RON (BOTELLA)</li> <li>▪ SERVICIO MONEDERO PÚBLICO LARGA DISTANCIA (RIN)</li> <li>▪ FRANQUEO DE CARTA NACIONAL</li> </ul> |
|---|--|

## 5.9. CUSCO

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Cusco: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de gasto**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	CUSCO		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	56,64	44,72	-11,92
VESTIDO Y CALZADO	7,31	5,79	-1,52
ALO. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	12,00	8,08	-3,92
MUEBLES Y ENSERES	3,95	4,78	0,82
CUIDADOS DE LA SALUD	1,64	3,22	1,58
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	9,47	13,85	4,38
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	4,41	13,91	9,50
OTROS BIENES Y SERVICIOS	4,58	5,65	1,07

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) El descenso del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 56,64% a 44,72% (11,92 puntos porcentuales), demuestra una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 7,31% en 1994 a 5,79% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de este gran grupo.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 12,00% del gasto total, en el 2009 disminuye a 8,08% (3,92 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un leve incremento en su ponderación, pasando de 3,95% a 4,78%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, aumenta su participación en el gasto de las familias pasando de 1,64% en 1994 a 3,22% para el 2009.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, incrementa su importancia en el gasto familiar al pasar de 9,47% para 1994 a 13,85% en el 2009, significando un crecimiento de 4,38 puntos porcentuales. Explicado porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa considerablemente su importancia en el gasto, pasando de 4,41% en 1994 a 13,91% para el 2009, es decir un aumento de 9,50 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esto evidencia el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un leve crecimiento en su ponderación de 4,58% en 1994 a 5,65% en el 2009, esto se explica por el incremento en el gasto en artículos de cuidado personal.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Cusco

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Cusco, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- DESAYUNO EN RESTAURANTES
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS - TELÉFONO MÓVIL
- PAPA COLOR
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- PAÑALES DESECHABLES
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- COMIDA PARA MASCOTA
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- HELADO DE CREMA PERSONAL
- PIZZA

- DESK TOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- PANETÓN
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- REPRODUCTORES DE IMÁGENES (DVD, VHS, ETC.)
- PASAJE EN CAMIONETA RURAL (COMBI)
- BEBIDAS HIDRATANTES
- VERDURA PICADA
- MEMORIA MÓVIL EXTERNA

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Cusco

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Cusco, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- KEROSENE
- PJE. EN COLECTIVO (CAMIONETA,AUTO)
- CASA INDEPENDIENTE
- QUESO SERRANO
- LECHE EN POLVO
- ALOJAMIENTO P/ESTUDIANTE
- CUY;CARNE
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- HELADOS
- AZUCAR BLANCA
- PEJERREY
- PERMANENTES (ONDUL. P MUJER)

- DISQUETE
- COLIFLOR (SIN HOJAS)
- HIGADO DE CARNERO
- CABEZA O PATA DE CARNERO
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- POLYSTEL
- COLORANTE Y SABORIZANTE (SIBARITA)
- HAR. PREP. DE TRIGO (ENVASADA)
- HABAS SECAS PACAE
- REPARACIÓN DE LICUADORA
- REVISTA
- FRAN. DE CARTA NACIONAL

## 5.10. HUANCAVELICA

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Huancavelica: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	HUANCAVELICA		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	54,65	50,74	-3,91
VESTIDO Y CALZADO	10,84	8,45	-2,39
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	14,04	7,20	-6,85
MUEBLES Y ENSERES	6,16	5,51	-0,65
CUIDADOS DE LA SALUD	1,19	1,88	0,70
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	2,82	8,29	5,46
ESPARCIAMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	4,10	11,84	7,74
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,20	6,09	-0,11

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) El **Gran Grupo Alimentos y Bebidas**, decrece en 3,91 puntos porcentuales de 54,65% en 1994 a 50,74% para el 2009, estos es, una leve mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 10,84% en 1994 a 8,45% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de sus productos componentes.
- 3) El descenso del gasto familiar en el **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, de 6,85 puntos porcentuales, pasando de 14,04% en 1994 a 7,20% en el 2009, es explicado por la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un leve descenso en su ponderación, al pasar de 6,16% a 5,51%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa levemente su participación en el gasto de las familias pasando de 1,19% en 1994 a 1,88% para el 2009.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, incrementa sustancialmente su importancia en el gasto familiar de 2,82% para 1994 a 8,29% en el 2009. Explicado porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, presenta un importante incremento en el gasto, al pasar de 4,10% en 1994 a 11,84% para el 2009, esto es un aumento de 7,74 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esto evidencia un mayor gasto de las familias en los servicios de educación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra una ligera reducción en su ponderación de 6,20% en 1994 a 6,09% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Huancavelica

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Huancavelica, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PASAJE EN AUTO-COLECTIVO (URBANO E INTERURBANO)
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL
- PAN CHAPLA
- PASAJE EN CAMIONETA RURAL (COMBI)
- NOTEBOOK (LAPTOP)
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- CERVEZA BLANCA SERVIDA (BOTELLA)
- SERVICIO DE FOTOCOPIAS
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- JUREL
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- PANETÓN

- YOGUR DE LECHE ENTERA
- CEBICHE
- MORÓN DE CEBADA
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- PAÑALES DESECHABLES
- HELADO DE CREMA PERSONAL
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- HOT-DOG
- DESODORANTES
- MATRICULA EN UNIVERSIDADES NO ESTATALES
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- REPRODUCTORES DE IMÁGENES (DVD, VHS, ETC.)

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Huancavelica

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Huancavelica, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- KEROSENE
- PASAJE EN OMNIBUS Y MICRO
- PAN TOLETE (LABRANZA)
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- SERVICIO TELEFONICOLARGA DISTANCIA NACIONAL
- CALIENTE DE PISCO O RON
- LECHE EN POLVO
- PERMANENTES (ONDULACIÓN PARA MUJER)
- FRAN. DE CARTA NACIONAL
- CABEZA O PATA DE CARNERO
- RADIO-GRABADORAS
- CHICHA DE JORA

- SOMBREROS PARA MUJERES/ MAYORES DE 12 AÑOS
- FUSTANES, FUSTES PARA MUJER MAYOR 12 AÑOS
- ARETES
- CEBADA ENTERA
- CHARQUI
- CURANDEROS HERBOLARIOS
- AGUARDIENTE DE CANA
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- BAÑOS TERMALES
- PASAJE EN TREN POR TRABAJO NACIONAL
- AZUCAR BLANCA
- REVISTA

## 5.11. HUANCAYO

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Huancayo: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	HUANCAYO		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	52,79	44,13	-8,66
VESTIDO Y CALZADO	7,59	6,43	-1,17
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	13,54	7,81	-5,73
MUEBLES Y ENSERES	4,07	4,67	0,60
CUIDADOS DE LA SALUD	2,27	3,43	1,16
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	8,87	12,84	3,98
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	5,14	14,24	9,11
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,73	6,44	0,71

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) Disminución del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** en 8,66 puntos porcentuales, de 52,79% en 1994 a 44,13% en el 2009, muestra una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) El **Gran Grupo Vestido y Calzado**, se reduce de 7,59% en 1994 a 6,43% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de este gran grupo.
- 3) Menor proporción del gasto en el **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, es de 5,73 puntos porcentuales, en 1994 significó el 13,54% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,81%. Se explica por la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, observa un ligero incremento en su ponderación, al pasar de 4,07% a 4,67%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, aumenta su participación en el gasto familiar pasando de 2,27% en 1994 a 3,43% para el 2009.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, incrementa su participación en el gasto familiar en 3,98 puntos porcentuales, al subir de 8,87% para 1994 a 12,84% en el 2009 (incremento de 3,97 puntos porcentuales). Explicado porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa sustancialmente su importancia en el gasto, al pasar de 5,14% en 1994 a 14,24% para el 2009, es decir un aumento de 9,11 puntos porcentuales del gasto total familiar. Se explica por el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras, televisores, reproductores de imágenes), y en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** muestra un ligero incremento en su ponderación de 5,73% en 1994 a 6,44% en el 2009, explicado por el incremento en el gasto en artículos de cuidado personal.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Huancayo

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Huancayo, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• PENSIÓN DE UNIVERSIDADES NO ESTATALES</li> <li>• RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL</li> <li>• EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL</li> <li>• AUTOMÓVILES O CAMIONETAS NUEVAS</li> <li>• PAN BOLLO</li> <li>• PANTALONES DE VESTIR (HOMBRE/MUJER MAYOR DE 12 AÑOS)</li> <li>• CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET</li> <li>• PAÑALES DESECHABLES</li> <li>• COMIDA PARA MASCOTA</li> <li>• ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS</li> <li>• DESK TOP (MICROCOMPUTADORA - PC)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CEBICHE</li> <li>• SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA</li> <li>• HELADO DE CREMA PERSONAL</li> <li>• FLORES Y PLANTAS (NATURALES)</li> <li>• CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL</li> <li>• MANDARINA</li> <li>• AGUA DE MESA (SIN GAS)</li> <li>• PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR</li> <li>• BONITO</li> <li>• LAVADORA</li> <li>• PRODUCTOS NATURAL</li> <li>• PETROLEO</li> <li>• YOGUR DE LECHE ENTERA</li> </ul>
--	---

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Huancayo

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Huancayo, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ KEROSENE</li> <li>▪ VIVIENDA EN QUINTA</li> <li>▪ ACEITE COMPUESTO (BOTELLA)</li> <li>▪ AJÍ SECO PANCA ENTERO</li> <li>▪ MENÚ EN COMEDORES POPULARES Y NACIONALES</li> <li>▪ GALLINA EVISCERADA</li> <li>▪ LECHE EN POLVO</li> <li>▪ CAFÉ TOSTADO MOLIDO ENVASADO</li> <li>▪ TRIGO GRANO ENTERO</li> <li>▪ GASTOS EN MATRIMONIO</li> <li>▪ CASETE (CINTA FONOGRAFICA)</li> <li>▪ PAÑO DE LANA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• REMEDIOS CASEROS (MEDICINA TRADICIONAL)</li> <li>• PAN TOLETE (LABRANZA)</li> <li>• CHAMPÁN</li> <li>• CANELA ENTERA (A GRANEL)</li> <li>• AJÍ ROCOTO</li> <li>• REVISTA</li> <li>• DISQUETE</li> <li>• CASIMIR</li> <li>• RADIO-GRABADORAS</li> <li>• FRANQUEO DE CARTA NACIONAL</li> <li>• COCINA A KEROSENE</li> </ul>
---	--

## 5.12. HUÁNUCO

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Huánuco: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	HUANUCO		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	60,88	46,62	-14,26
VESTIDO Y CALZADO	6,76	6,75	-0,01
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	11,97	7,47	-4,51
MUEBLES Y ENSERES	3,91	4,85	0,95
CUIDADOS DE LA SALUD	1,72	2,56	0,84
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	4,94	13,90	8,95
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	4,14	11,80	7,66
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,67	6,05	0,38

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) El descenso del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** es de 14,26 puntos porcentuales, al disminuir del 60,88% en 1994 a 46,62% en el 2009, lo cual evidencia una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) El **Gran Grupo Vestido y Calzado**, registra sólo una reducción de 0,01 puntos porcentuales de 6,76% en 1994 a 6,75% para el 2009.
- 3) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 11,97% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,47% (4,51 puntos porcentuales). Se explica por la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un leve aumento en su ponderación, al pasar de 3,91% a 4,85%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, aumenta su participación en el gasto familiar al subir de 1,72% en 1994 a 2,56% para el 2009.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, incrementa su importancia en el gasto familiar en 8,95 puntos porcentuales, pasando de 4,94% para 1994 a 13,90% en el 2009. Debido a que las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa considerablemente su participación en el gasto familiar, al pasar de 4,14% en 1994 a 11,80% para el 2009, es decir un aumento de 7,66 puntos porcentuales del gasto total familiar. Se explica por el mayor gasto de las familias en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** muestra un leve aumento en su ponderación de 5,67% en 1994 a 6,05% en el 2009 por el incremento en el gasto en artículos de cuidado personal y gastos diversos.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Huánuco

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Huánuco, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- AUTOMÓVILES O CAMIONETAS NUEVAS
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- NOTEBOOK (LAPTOP)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- PARRILLADA
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- CEBICHE
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- COMIDA PARA MASCOTA
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- PANETÓN

- HELADO DE CREMA PERSONAL
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- PAÑALES DESECHABLES
- MENESTRAS SANCOCHADAS
- HOT-DOG
- LAVA VAJILLA Y SIMILARES
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- AGUA DE MESA (SIN GAS)
- TEÑIDO DE CABELLO PARA MUJER
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- AJÍ ROCOTO

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Huánuco

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Huánuco, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- KEROSENE
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- MONDONGO DE CARNERO
- LECHE EN POLVO
- AJÍ SECO PANCA ENTERO
- TAMALES
- MARGARINA A GRANEL
- HABAS SECAS PACAE
- FRÉJOL VERDE
- POLYSTEL
- COL CORAZON
- CONFECION DE TERNOS

- TE A GRANEL
- COLORANTE Y SABORIZANTE (SIBARITA)
- LIZA
- MERLUZA FRESCA
- EMPANADAS
- TOCINO AHUMADO
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- PAÑALES DE TELA
- COLIFLOR (SIN HOJAS)
- REPARACIÓN DE TELEVISION
- VELA
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL

## 5.13 HUARAZ

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales. Estas variaciones se producen por los cambios en los precios de los productos, por modificación del nivel de ingreso de las familias, por una mayor oferta de bienes y servicios, así como por la aparición de nuevos productos relacionados con el avance de la tecnología y las comunicaciones.

### **Huaraz: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	HUARAZ		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	62,26	47,21	-15,05
VESTIDO Y CALZADO	7,33	5,80	-1,53
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	10,89	8,02	-2,87
MUEBLES Y ENSERES	5,25	5,66	0,42
CUIDADOS DE LA SALUD	1,73	3,36	1,63
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	5,27	12,30	7,03
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	2,76	11,49	8,73
OTROS BIENES Y SERVICIOS	4,52	6,16	1,64

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción en el gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas**, que en 1994 se situó en 62.26% paso a 47,21% en el 2009, (15,05 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) El **Gran Grupo Vestido y Calzado**, registra una reducción de 7,33% en 1994 a 5,80% para el 2009, se explica por una mayor oferta nacional e importada, principalmente de los productos textiles.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, disminuye su ponderación en 2,87 puntos porcentuales, de 10,89% en 1994 a a 8,02% en el 2009. Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, paso de 5,25% en 1994 a 5,66%, un ligero incremento en su ponderación.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, aumenta su participación en el gasto de las familias pasando de 1,73% en 1994 a 3,36% para el 2009.
- 6) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, se incrementa en 7,03 puntos porcentuales, al subir de 5,27% para 1994 a 12,30% en el 2009. Debido a que las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en el transporte local y en la comunicación (telefonía móvil e Internet).

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, aumenta su participación en el gasto, al pasar de 2,76% en 1994 a 11,49% para el 2009, es decir un aumento de 8,73 puntos porcentuales. Este resultado muestra el mayor gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios de educación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** incrementa su ponderación de 4,52% en 1994 a 6,16% en el 2009, por el incremento en el gasto en artículos de cuidado personal y gastos diversos.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Huaraz

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Huaraz, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PAN DE PISO
- PASAJE EN CAMIONETA RURAL (COMBI)
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS – TELÉFONO MÓVIL
- DESK TOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- AUTOMÓVILES O CAMIONETAS NUEVAS
- COMIDA PARA MASCOTA
- CEBICHE
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- PETROLEO
- RES; BISTECK

- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- PAÑALES DESECHABLES
- REFRIGERADORA
- CHOCHO O TARWI (CEVICHE SERRANO)
- HELADO DE CREMA PERSONAL
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- HILOS PARA COSER
- MANZANA DELICIA
- PAPA AMARILLA
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- AGUA DE MESA (SIN GAS)

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Huaraz

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Huaraz, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- PAN CORRIENTE O COMÚN
- KEROSENE
- PASAJE EN OMNIBUS Y MICRO
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- AZUCAR BLANCA
- LECHE FRESCA DE VACA (PORONGO)
- SERVICIO TELEFONICO LARGA DISTANCIA NACIONAL
- LECHE EN POLVO
- CAFÉ TOSTADO MOLIDO ENVASADO
- MENÚ EN COMEDORES POPULARES Y NACIONALES
- FALDAS PARA MUJER MAYOR DE 12 AÑOS
- PERMANENTES (ONDULACION PARA MUJER)

- HIGADO DE RES
- DISQUETE
- CHOROS
- MUEBLES DE SALA
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- PAPA HUAYRO
- CASIMIR
- PAPA SECA
- ENTRADA AL CLUB NOCTURNO, DISCOTECAS Y PEÑAS
- FRANQUEO. DE CARTA NACIONAL
- RADIO-GRABADORAS
- REVISTA

## 5.14. ICA

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales. Estas variaciones se producen por los cambios en los precios de los productos, por modificación del nivel de ingreso de las familias, por una mayor oferta de bienes y servicios, así como por la aparición de nuevos productos relacionados con el avance de la tecnología y las comunicaciones.

### Ica: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	ICA		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	53,71	42,44	-11,27
VESTIDO Y CALZADO	7,74	5,85	-1,89
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	12,94	7,26	-5,67
MUEBLES Y ENSERES	3,98	5,76	1,78
CUIDADOS DE LA SALUD	1,63	3,12	1,49
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	9,81	16,48	6,68
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	3,70	12,08	8,38
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,50	7,00	0,50

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) El descenso del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** en 11,27 puntos porcentuales, de 53,71% en 1994 a 42,44% en el 2009, muestra una mejora en el presupuesto familiar, al destinar un menor presupuesto para satisfacer su consumo de alimentos.
- 2) El **Gran Grupo Vestido y Calzado**, registra una reducción de 7,74% en 1994 a 5,85% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de este gran grupo.
- 3) Menor proporción del gasto en el **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, es de 5,67 puntos porcentuales, en 1994 significó el 12,94% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,26%. Debido a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, observa incremento en su ponderación, al pasar de 3,98% a 5,76%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, aumenta su participación en el gasto familiar pasando de 1,63% en 1994 a 3,12% para el 2009, evidenciando una mejora en el presupuesto destinado al cuidado de la salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, incrementa considerablemente su participación en el gasto familiar, de 9,81% para 1994 a 16,48% en el 2009 (6,68 puntos porcentuales). Explicado porque las familias orientan una mayor proporción de su presupuesto en transporte local y la comunicación (telefonía móvil e Internet).

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, muestra un importante aumento en su ponderación, al subir de 3,70% en 1994 a 12,08% para el 2009 (8,38 puntos porcentuales). Debido al aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios de educación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** incrementa levemente su ponderación de 6,50% en 1994 a 7,00% en el 2009, explicado por el incremento en el gasto en artículos de cuidado personal y gastos diversos.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Ica

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Ica, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PANETÓN
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- PAPA COLOR
- AZUCAR RUBIA
- PETROLEO
- PIZZA
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- MOTOCICLETA NUEVA
- GAS LICUADO DE PETRÓLEO VEHICULAR (GLPV)
- PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)
- FLETES NACIONALES (ENCOMIENDAS)
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL

- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS (TELÉFONO MÓVIL)
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- PENSIÓN DE UNIVERSIDADES NO ESTATALES
- DESK TOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- NOTEBOOK (LAPTOP)
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- COMIDA PARA MASCOTA
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- PAÑALES DESECHABLES
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Ica

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Ica, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- KEROSENE
- PAPA BLANCA
- MARGARINA A GRANEL
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- PASAJE EN COLECTIVO (CAMIONETA RURAL)
- ARVEJA VERDE (AMERICANA)
- COJINOVA
- LECHE EN POLVO
- PIÑA SELVA
- PAN TOLETE (LABRANZA)
- DISQUETE
- CHICHA MORADA

- GARBANZO
- RES: CHURRASCO
- TRIGO PELADO (MOTE)
- POLYSTEL
- COL CRESPA
- PERMANENTES (ONDULACIÓN PARA MUJER)
- PAÑALES DE TELA
- MACHAS SECAS
- RADIO GRABADORAS
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- REVISTA
- FRAN. DE CARTA NACIONAL

## 5.15. IQUITOS

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Iquitos: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	IQUITOS		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	57,54	48,36	-9,18
VESTIDO Y CALZADO	5,90	6,04	0,14
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	9,31	6,14	-3,16
MUEBLES Y ENSERES	5,02	5,35	0,33
CUIDADOS DE LA SALUD	1,89	2,43	0,55
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	10,25	13,41	3,16
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	4,32	9,20	4,88
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,78	9,06	3,28

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 57,54% a 48,36% (-9,18 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, porque ahora necesitan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, aumenta de 5,90% en 1994 a 6,04% para el 2009, explicado principalmente por una mayor diversidad en la oferta nacional e importada de estos productos.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 9,31% del gasto total, en el 2009 disminuye a 6,14% (-3,16 puntos porcentuales). Esta variación se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un leve aumento en su ponderación, pasando de 5,02% a 5,35%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 1,89% en 1994 a 2,43% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en 3,16 puntos porcentuales del gasto de las familias al pasar de 10,25% para 1994 a 13,41% en el 2009. Esto se explica porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 4,32% en 1994 a 9,20% para el 2009, es decir un aumento de 9,02 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación evidencia el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios de educación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra aumento en su ponderación de 5,78% en 1994 a 9,06% en el 2009, por incremento en su gasto en artículos del cuidado personal.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Iquitos

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Iquitos, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)
- MOTOCICLETA NUEVA
- CALDO DE GALLINA
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS (TELÉFONO MÓVIL)
- GAS PROPANO
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- RES; BISTECK
- CEBICHE
- PAPA COLOR
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL

- YOGUR DE LECHE ENTERA
- PAÑALES DESECHABLES
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- DESK TOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- CREMAS CORPORALES Y DE MANO
- COCINA A GAS
- PANETÓN
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- COMIDA PARA MASCOTA
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- LAVADORA
- MEMORIA MÓVIL EXTERNA

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Iquitos

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Iquitos, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- HARINA PREPARADA DE TRIGO (ENVASADA)
- EMPANADAS
- PATO (EVISGERADO)
- MARGARINA A GRANEL
- PAPA BLANCA
- LINO
- POLYSTEL
- PANTY DE NYLON MUJERES MAYOR 12 AÑOS
- COMODA DE MADERA
- COCINA A KEROSENE

- OLLAS DE ALUMINIO
- FOTOS
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- DISQUETE
- PERMANENTES (ONDULACIÓN PARA MUJER)
- CHICHA MORADA (VASO)
- PIMIENTA MOLIDA (A GRANEL)
- CALCETINES DE VESTIR PARA HOMBRES MAYOR 12 AÑOS
- CHOCLO DE LA REGIÓN
- MEDIECITAS (MENORES DE 2 AÑOS)

## 5.16. MOQUEGUA

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Moquegua: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	MOQUEGUA		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	61,23	46,23	-15,00
VESTIDO Y CALZADO	5,21	5,78	0,57
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	11,47	7,43	-4,04
MUEBLES Y ENSERES	4,02	4,81	0,79
CUIDADOS DE LA SALUD	1,04	1,79	0,75
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	7,40	15,28	7,88
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	4,05	11,08	7,02
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,58	7,61	2,03

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 61,23% a 46,23% (-15,00 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, porque ahora necesitan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, aumenta de 5,21% en 1994 a 5,78% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de este gran grupo.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 11,47% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,43% (-4,04 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un leve aumento en su ponderación, pasando de 4,02% a 4,81%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 1,04% en 1994 a 1,79% para el 2009, reflejando una leve recuperación en la proporción del gasto de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 7,40% para 1994 a 15,28% en el 2009. Esto se explica porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en transporte local y la comunicación (telefonía móvil).
- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 4,05% en 1994 a 11,08% para el 2009, es decir un aumento de 7,02 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación evidencia el aumento del gasto de las familias en los servicios de educación y recreación.

- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un aumento en su ponderación de 5,58% en 1994 a 7,61% en el 2009.

### **Nuevos productos en la canasta familiar de Moquegua**

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Moquegua, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PASAJE EN CAMIONETA RURAL (COMBI)
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS ( TELÉFONO MÓVIL)
- PAPA COLOR
- DESK TOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- PAÑALES DESECHABLES
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- HELADO DE CREMA PERSONAL
- COMIDA PARA MASCOTA
- CEBICHE
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)

- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- AZÚCAR RUBIA
- REFRIGERADORA
- MÓVILIDAD A CENTROS DE ESTUDIO
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- MANDARINA
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- ANTEOJOS DE CORRECCIÓN
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- ACEITE DE MOTOR (LUBRICANTE)
- FLETES NACIONALES (ENCOMIENDAS)

### **Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Moquegua**

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Moquegua, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- MAÍZ PELADO (MOTE)
- MORÓN
- BIZCOCHOS
- SERVICIO TELEFÓNICO LARGA DISTANCIA NACIONAL
- AJÍ SECO PANCA ENTERO
- LIZA
- MACHAS FRESCAS
- ACEITE COMPUESTO (BOTELLA)
- POLYSTEL
- COL CRESPA
- PERMANENTES (ONDULACIÓN PARA MUJER)
- PALLAR

- ARRACACHA
- CHUÑO ENTERO
- DAMASCO (MACERADO)
- TAMALES
- BOMBASÍ (TELA PARA PAÑAL)
- KEROSENE
- PLANCHADOR DE METAL
- RADIOGRABADORAS
- MÁQUINA DE COSER ELÉCTRICA
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- MENÚ EN COMEDORES POPULARES Y NACIONALES

## 5.17. MOYOBAMBA

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Moyobamba: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	MOYOBAMBA		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	55,23	44,85	-10,39
VESTIDO Y CALZADO	7,66	6,43	-1,23
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	13,53	7,70	-5,83
MUEBLES Y ENSERES	5,75	6,26	0,51
CUIDADOS DE LA SALUD	1,82	3,22	1,40
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	6,48	12,58	6,10
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	3,49	10,88	7,40
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,05	8,09	2,04

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 55,23% a 44,85% (-10,39 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, porque ahora necesitan destinar un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 7,66% en 1994 a 6,43% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de sus productos componentes.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 13,53% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,70% (-5,83 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un leve aumento en su ponderación, pasando de 5,75% a 6,26%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 1,82% en 1994 a 3,22% para el 2009, reflejando un mayor gasto de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 6,48% para 1994 a 12,58% en el 2009. Esto se explica porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 3,49% en 1994 a 10,88% para el 2009, es decir un aumento de 7,40 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación evidencia el aumento del gasto de las familias en los servicios de educación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra incremento en su ponderación de 6,05% en 1994 a 8,09% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Moyobamba

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Moyobamba, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)
- PAN SEMITA
- MOTOCICLETA NUEVA
- PENSIÓN DE UNIVERSIDADES NO ESTATALES
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS (TELÉFONO MÓVIL)
- DESK TOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- RES; CARNE PARA GUISO
- CEBICHE
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- JUREL

- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- LAVADORA
- CUARTO EN CASA DE VECINDAD
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- TACACHO CON CECINA
- COMIDA PARA MASCOTA
- TALCO
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- AGUA DE MESA (SIN GAS)
- FLETES NACIONALES (ENCOMIENDAS)
- ACEITE DE MOTOR (LUBRICANTE)

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Moyobamba

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Moyobamba, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- PAN CORRIENTE O COMÚN
- RES; SANCOCHADO
- CORTE ÚNICO DE RES
- KEROSENE
- PASAJE EN COLECTIVO (CAMIONETA RURAL)
- BOQUICHICO FRESCO
- FIDEOS A GRANEL
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- LECHE EN POLVO
- POLYSTEL
- SALES REHIDRATANTES
- TAMALES

- LIZA
- BICICLETAS
- POLIPIMA
- CONFECCIÓN DE VESTIDOS
- REPARACIÓN DE TELEVISIÓN
- DICCIONARIOS ENCICLOPÉDICOS
- PIJUAYO
- MÁQUINA DE COSER ELÉCTRICA
- MANTECA DE CHANCHO
- BETERRAGA
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL

## 5.18. PIURA

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Piura: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	PIURA		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	50,26	42,06	-8,20
VESTIDO Y CALZADO	7,59	5,47	-2,12
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	13,19	8,00	-5,19
MUEBLES Y ENSERES	4,51	5,47	0,96
CUIDADOS DE LA SALUD	2,40	3,44	1,05
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	9,63	15,42	5,79
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	6,17	13,28	7,11
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,25	6,87	0,62

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La menor proporción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** que pasa de 50,26% a 42,06% (-8,20 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el ingreso familiar, porque ahora las familias gastan menos en satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La ponderación del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 7,59% en 1994 a 5,47% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos componentes de este Gran Grupo.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 13,19% del gasto total, en el 2009 disminuye a 8,00% (-5,19 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un leve aumento en su ponderación, pasando de 4,51% a 5,47%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 2,40% en 1994 a 3,44% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en la atención de la salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 9,63% para 1994 a 15,42% en el 2009. Muestra que las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 6,17% en 1994 a 13,28% para el 2009, es decir un aumento de 7,11 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación evidencia el aumento del presupuesto familiar en la adquisición de productos de mayor tecnología y en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un ligero aumento en su ponderación de 6,25% en 1994 a 6,87% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Piura

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Piura, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS (TELÉFONO MÓVIL)
- CEBICHE
- RES; CARNE PARA GUISO
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- AUTOMÓVILES O CAMIONETAS NUEVAS
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- PAÑALES DESECHABLES
- NOTEBOOK (LAPTOP)
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- COMIDA PARA MASCOTA
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- SALCHIPAPA

- MOTOCICLETA NUEVA
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- CABALLA
- PAPA AMARILLA
- PANETÓN
- CEPILLO DENTAL
- ESCOBAS Y ESCOBILLONES
- LAVADORA
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- TALCO
- GAS LICUADO DE PETRÓLEO VEHICULAR (GLPV)

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Piura

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Piura, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- PASAJE EN ÓMNIBUS Y MICROBÚS
- FRAZADAS
- CANGREJOS
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- CEBADA ENTERA
- CAFÉ TOSTADO MOLIDO ENVASADO
- OLLUCO
- PIMIENTA MOLIDA (A GRANEL)
- RELOJ PULSERA PARA HOMBRE
- CAFÉ, SERVIDO
- LINO
- POLYSTEL

- SEDA
- CIERRES
- HILOS PARA COSER
- PAÑALES DE TELA
- REPARACIÓN DE CALZADO PARA HOMBRES
- REPARACIÓN DE CALZADO PARA MUJERES
- KEROSENE
- CHANCHO
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- DISQUETE
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- REVISTA

## 5.19. PUERTO MALDONADO

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Puerto Maldonado: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	PUERTO MALDONADO		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	61,76	48,75	-13,01
VESTIDO Y CALZADO	5,55	6,84	1,29
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	11,75	6,68	-5,07
MUEBLES Y ENSERES	4,67	5,52	0,85
CUIDADOS DE LA SALUD	0,84	2,79	1,94
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	8,31	13,66	5,36
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	2,61	9,44	6,83
OTROS BIENES Y SERVICIOS	4,51	6,31	1,80

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 61,76% a 48,75% (-13,01 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, porque ahora necesitan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades de consumo de alimentos.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, aumenta de 5,55% en 1994 a 6,84% para el 2009, explicado principalmente por una mayor oferta nacional e importada de los productos textiles.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 11,75% del gasto total, en el 2009 disminuye a 6,68% (-5,07 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un leve aumento en su ponderación, pasando de 4,67% a 5,52%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 0,84% en 1994 a 2,79% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 8,31% para 1994 a 13,66% en el 2009. Esto se explica porque las familias destinan un mayor gasto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 2,61% en 1994 a 9,44% para el 2009, es decir un aumento de 6,83 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación evidencia el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un ligero aumento en su ponderación de 4,51% en 1994 a 6,31% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Puerto Maldonado

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Puerto Maldonado, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- MOTOCICLETA NUEVA
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS (TELÉFONO MÓVIL)
- PASAJE EN ÓMNIBUS INTERPROVINCIAL
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- PASAJE AÉREO NACIONAL
- DESKTOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- CEBICHE
- PANTALONES DE VESTIR PARA MUJER MAYOR 12 AÑOS
- RES; BISTECK
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL

- YOGUR DE LECHE ENTERA
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- COMIDA PARA MASCOTA
- TACACHO CON CECINA
- BAGRE FRESCO
- PAPA COLOR
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- HELADO DE CREMA PERSONAL
- SERVICIO DE FOTOCOPIAS
- LAVADORA
- TARJETAS PARA TELEFONÍA FIJA
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Puerto Maldonado

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Puerto Maldonado, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son

- MAÍZ BLANCO CORRIENTE (CANCHA)
- QUINUA ENTERA
- BIZCOCHOS
- PATA DE RES
- DORADO DE LA REGIÓN
- DONCELLA
- LECHE EN POLVO
- ACEITE COMPUESTO (BOTELLA)
- SERV. LARGA DISTANCIA NACIONAL
- PORO
- FRÉJOL PANAMITO
- FRÉJOL CHICLAYO

- HARINA DE PLÁTANO
- CHICHA BLANCA DE MAÍZ
- CAFÉ, SERVIDO
- POLIPIMA
- POLYSTEL
- BOMBASÍ (TELA PARA PAÑAL)
- KEROSENE
- LEÑA
- FRAZADAS
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- FOTOS
- REPARACIÓN DE TELEVISIÓN

## 5.20. PUCALLPA

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Pucallpa: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	PUCALLPA		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	59,22	46,83	-12,39
VESTIDO Y CALZADO	5,77	5,93	0,16
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	10,31	6,77	-3,54
MUEBLES Y ENSERES	4,96	6,22	1,26
CUIDADOS DE LA SALUD	1,70	2,63	0,94
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	9,32	15,40	6,08
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	3,16	8,12	4,96
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,58	8,11	2,53

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 59,22% a 46,83% (12,39 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, porque en el presente, necesitan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, aumenta ligeramente de 5,77% en 1994 a 5,93% para el 2009.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 10,31% del gasto total, en el 2009 disminuye a 6,77% (3,54 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios sus bienes y servicios componentes.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un incremento en su ponderación, pasando de 4,96% a 6,22%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 1,70% en 1994 a 2,63% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 9,32% para 1994 a 15,40% en el 2009. Esto se debe al mayor gasto que destinan las familias en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 3,16% en 1994 a 8,12% para el 2009, es decir un aumento de 4,96 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación explica el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios educativos.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un aumento en su ponderación de 5,58% en 1994 a 8,11% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Pucallpa

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Pucallpa, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)</li> <li>• MOTOCICLETA NUEVA</li> <li>• PARRILLADA</li> <li>• RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS (TELÉFONO MÓVIL)</li> <li>• PAN COLISA</li> <li>• SALCHIPAPA</li> <li>• EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL</li> <li>• DISCO COMPACTO GRABADO (CD)</li> <li>• CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET</li> <li>• PIZZA</li> <li>• COMIDA PARA MASCOTA</li> <li>• CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DESKTOP (MICROCOMPUTADORA - PC)</li> <li>• SERVICIO DE FOTOCOPIAS</li> <li>• YOGUR DE LECHE ENTERA</li> <li>• ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS</li> <li>• PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA</li> <li>• SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA</li> <li>• LEÑA</li> <li>• LAVADORA</li> <li>• FLORES Y PLANTAS (NATURALES)</li> <li>• SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD DE LA VIVIENDA</li> <li>• AZÚCAR RUBIA</li> <li>• GAS LICUADO DE PETRÓLEO VEHICULAR (GLPV)</li> </ul>
--	---

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Pucallpa

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Pucallpa, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ KEROSENE</li> <li>▪ DORADO DE LA REGIÓN</li> <li>▪ ALIMENTOS AL PASO (PLATOS FRIOS)</li> <li>▪ ACEITE COMPUESTO A GRANEL</li> <li>▪ MANTECA VEGETAL (ENVASADA)</li> <li>▪ OTRAS TELAS NEP</li> <li>▪ DACRON</li> <li>▪ TORTUGA (CARNE)</li> <li>▪ CONJUNTOS PARA MUJER MAYOR 12 AÑOS</li> <li>▪ AVENA A GRANEL</li> <li>▪ PAICHE SECO O SALADO</li> <li>▪ QUEQUES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LISA</li> <li>▪ CORVINA</li> <li>▪ CAFÉ, SERVIDO</li> <li>▪ BETARRAGA</li> <li>▪ PLÁTANO ASADO (COCINADO)</li> <li>▪ PATA DE RES</li> <li>▪ COLORANTE Y SABORIZANTE (SIBARITA)</li> <li>▪ APIO</li> <li>▪ CHICHA MORADA (VASO)</li> <li>▪ PINTURA (ENVASADA)</li> <li>▪ VINAGRE CORRIENTE</li> <li>▪ ZAPALLO MACRE</li> </ul>
---	--

## 5.21. PUNO

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Puno: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	PUNO		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	55,53	47,32	-8,20
VESTIDO Y CALZADO	7,69	5,79	-1,90
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	11,07	7,10	-3,97
MUEBLES Y ENSERES	3,77	4,59	0,82
CUIDADOS DE LA SALUD	1,40	2,85	1,45
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	9,07	12,46	3,39
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	4,96	12,67	7,70
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,51	7,21	0,70

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 55,53% a 47,32% (8,20 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, porque ahora necesitan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 7,69% en 1994 a 5,79% para el 2009, básicamente por la mayor oferta nacional e importada de sus productos componentes.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 11,07% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,10% (3,97 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un incremento en su ponderación, pasando de 3,77% a 4,59%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 1,40% en 1994 a 2,85% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en la atención de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 9,07% para 1994 a 12,46% en el 2009. Esto se explica porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 4,96% en 1994 a 12,67% para el 2009, es decir un aumento de 7,70 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación manifiesta el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios educativos.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un aumento en su ponderación de 6,51% en 1994 a 7,21% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Puno

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Puno, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- POLLO A LA BRASA
- PAPA COLOR
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS (TELÉFONO MÓVIL)
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- CASA INDEPENDIENTE
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- DESKTOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)
- NOTEBOOK - LAPTOP
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- MOTOCICLETA NUEVA
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR

- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- PAÑALES DESECHABLES
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- SALCHIPAPA
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- MUEBLES DE SALA
- PRODUCTOS NATURAL
- COMIDA PARA MASCOTA
- REFRIGERADORA
- MEMORIA MÓVIL EXTERNA
- FLETES NACIONALES (ENCOMIENDAS)

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Puno

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Puno, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- PASAJE EN COLECTIVO (CAMIONETA, AUTO)
- KEROSENE
- COMIDAS EN RESTAURANTES
- VIVIENDA EN QUINTA
- TOMATE REDONDO
- PEJERREY
- PASAJE EN TREN POR TRABAJO NACIONAL
- ACEITE COMPUESTO (BOTELLA)
- MANZANA CORRIENTE
- LECHE EN POLVO
- CABEZA O PATA DE CARNERO
- EMPANADAS

- MESA
- PAÑO DE LANA
- REVISTA
- DISQUETE
- JUREL CONGELADO
- SALCHICHA (TIPO NATURAL)
- MUEBLES DE COMEDOR DE METAL
- CAMOTE AMARILLO
- REPARACIÓN DE TELEVISIÓN
- COCINA A KEROSENE
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- CARTA DE VALIJA NACIONAL (COURIER, MENSAJERIAS)

## 5.22. TACNA

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### Tacna: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	TACNA		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	58,37	45,81	-12,56
VESTIDO Y CALZADO	6,94	5,92	-1,01
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	9,53	7,19	-2,34
MUEBLES Y ENSERES	4,04	4,78	0,74
CUIDADOS DE LA SALUD	1,06	2,31	1,26
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	10,33	15,06	4,72
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	4,16	11,88	7,72
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,57	7,05	1,48

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 58,37% a 45,81% (12,56 puntos porcentuales), muestra una mejor distribución del presupuesto familiar, porque ahora necesitan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, disminuye de 6,94% en 1994 a 5,92% para el 2009, explicado principalmente por diversidad de la oferta de productos nacionales e importados.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 9,53% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,19% (2,34 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un leve aumento en su ponderación, pasando de 4,04% a 4,78%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 1,06% en 1994 a 2,31% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 10,33% para 1994 a 15,06% en el 2009 (crece 4,72 puntos porcentuales). Se observa que las familias disponen una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil e Internet.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa significativamente su importancia en el gasto, pasando de 4,16% en 1994 a 11,88% para el 2009, es decir un aumento de 7,72 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación se debe al mayor presupuesto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras, televisores, reproductores de imágenes), y en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un aumento en su ponderación de 5,57% en 1994 a 7,05% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Tacna

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Tacna, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- CORTE ÚNICO DE RES
- YOGUR DE LECHE ENTERA
- PAPA COLOR
- AZÚCAR RUBIA
- HELADO DE CREMA PERSONAL
- ARROZ CHAUFA
- CEBICHE
- LAVADORA
- AUTOMÓVILES O CAMIONETAS NUEVAS
- GAS LICUADO DE PETRÓLEO VEHICULAR (GLPV)
- PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)
- FLETES NACIONALES (ENCOMIENDAS)

- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS (TELÉFONO MÓVIL)
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- NOTEBOOK - LAPTOP
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- COMIDA PARA MASCOTA
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- DESODORANTES
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Tacna

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Tacna, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- RES; SANCOCHADO
- ZAPALLO MACRE
- COJINOVA
- LISA
- PAPA OJO AZUL
- CHUÑO REMOJADO
- EMPANADAS
- CEBOLLA REGIONAL (BLANCA)
- CAFÉ, SERVIDO
- CASIMIR
- CHOMPAS
- POLYSTEL

- LANA PARA TEJER
- KEROSENE
- REPARACIÓN DE LICUADORA
- BICICLETAS
- PASAJE EN COLECTIVO (CAMIONETA, AUTO)
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- DISQUETE
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- REPARACIÓN DE TELEVISIÓN
- REVISTA
- MATRÍCULA ENSEÑANZA ESTATAL
- PERMANENTES (ONDULACIÓN PARA MUJER)

## 5.23. TRUJILLO

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Trujillo: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	TRUJILLO		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	51,31	40,48	-10,83
VESTIDO Y CALZADO	6,50	6,90	0,40
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	10,98	7,75	-3,23
MUEBLES Y ENSERES	4,63	5,28	0,65
CUIDADOS DE LA SALUD	2,79	3,84	1,05
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	12,64	16,22	3,58
ESPARCIMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	6,07	12,64	6,58
OTROS BIENES Y SERVICIOS	5,09	6,89	1,80

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 51,31% a 40,48% (10,83 puntos porcentuales), evidencia una mejora en el presupuesto familiar, porque ahora necesitan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades alimenticias.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, aumenta ligeramente de 6,50% en 1994 a 6,90% para el 2009.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 10,98% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,75% (3,23 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un incremento en su ponderación, pasando de 4,63% a 5,28%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 2,79% en 1994 a 3,84% para el 2009, reflejando una mayor orientación de las familias al cuidado de la salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 12,64% para 1994 a 16,22% en el 2009. Esto se explica porque las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en equipo para el transporte y la comunicación (telefonía móvil e Internet).

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 6,07% en 1994 a 12,64% para el 2009, es decir un aumento de 6,58 puntos porcentuales del gasto total familiar. Este incremento evidencia la preferencia del consumo de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras, televisores, reproductores de imágenes), y en los servicios de educación y recreación (televisión de cable).
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un aumento en su ponderación de 5,09% en 1994 a 6,89% en el 2009, destinado una mayor proporción de su gasto a los artículos de cuidado personal y gastos diversos.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Trujillo

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Trujillo, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

- AUTOMÓVILES O CAMIONETAS NUEVAS
- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS TELÉFONO MÓVIL
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- CEBICHE
- DESKTOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- COMIDA PARA MASCOTA
- DESODORANTES
- YOGUR DE LECHE ENTERA

- MANDARINA
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- HELADO DE CREMA PERSONAL
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- NOTEBOOK - LAPTOP
- PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)
- LAVADORA
- TEÑIDO DE CABELLO PARA MUJER
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- GAS LICUADO DE PETRÓLEO VEHICULAR (GLPV)
- PROTECTOR SOLAR Y BRONCEADOR
- PAPA COLOR

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Trujillo

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Trujillo, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- PAN TOLETE (LABRANZA)
- KEROSENE
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- TELEFONÍA LARGA DISTANCIA NACIONAL
- MARGARINA A GRANEL
- AZÚCAR BLANCA
- LECHE EN POLVO
- POLYSTEL
- MADERAS TRIPLAY
- COL CORAZÓN
- VIVIENDA EN QUINTA
- CONFECCIÓN DE VESTIDOS

- CHAMPÁN
- RELOJ PULSERA PARA MUJER
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- FRANQUEO DE CARTA NACIONAL
- LANILLA
- REVISTA
- PAPA SECA
- CAIGUA
- CORTINA DE TELA
- FRAZADAS
- APIO
- DISQUETE

## 5.24. TUMBES

La estructura de consumo de la canasta familiar con que se calculaba el IPC hasta diciembre 2010, ha sufrido modificaciones sustanciales.

### **Tumbes: Estructura porcentual del gasto de consumo en las encuestas, según grandes grupos de consumo**

GRANDES GRUPOS DE CONSUMO	TUMBES		
	ENAPROM	ENAPREF	DIF
	1994	2009	
ÍNDICE GENERAL	100,00	100,00	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	59,10	45,04	-14,06
VESTIDO Y CALZADO	5,92	7,10	1,19
ALQ. VIVIENDA, COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD	13,23	7,51	-5,72
MUEBLES Y ENSERES	3,95	5,62	1,67
CUIDADOS DE LA SALUD	1,22	3,29	2,06
TRANSPORTES Y COMUNICACIONES	7,27	12,57	5,30
ESPARCIAMIENTO, DIVERSIÓN Y SERVICIO DE ENSEÑANZA	2,92	11,17	8,25
OTROS BIENES Y SERVICIOS	6,40	7,71	1,31

Nota: ENAPROM = Encuesta Nacional de Propósitos Múltiples.

ENAPREF = Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Dirección técnica de Indicadores Económicos.

La comparación entre las estructuras del gasto familiar de 1994 y 2009 por grandes grupos de consumo:

- 1) La reducción del gasto familiar en el **Gran Grupo Alimentos y Bebidas** de 59,10% a 45,04% (14,06 puntos porcentuales), evidencia una mejora en la distribución del presupuesto familiar, porque ahora necesitan un menor presupuesto para satisfacer sus necesidades de compra de alimentos.
- 2) La proporción del gasto en el **Gran Grupo Vestido y Calzado**, aumenta de 5,92% en 1994 a 7,10% para el 2009.
- 3) El **Gran Grupo Alquiler de Vivienda, Combustibles y Electricidad**, que en 1994 significó el 13,23% del gasto total, en el 2009 disminuye a 7,51% (5,72 puntos porcentuales). Esta variación observada se debe a la estabilidad y/o reducción de precios en los bienes y servicios de esta agrupación.
- 4) El **Gran Grupo Muebles, Enseres y Mantenimiento de la Vivienda**, registra un aumento en su ponderación, pasando de 3,95% a 5,62%.
- 5) El **Gran Grupo Cuidado y Conservación de la Salud**, incrementa su importancia en el gasto de las familias pasando de 1,22% en 1994 a 3,29% para el 2009, reflejando una mayor preocupación de las familias en el cuidado de su salud.
- 6) El **Gran Grupo Transportes y Comunicaciones**, aumenta su participación en el gasto de las familias al pasar de 7,27% para 1994 a 12,57% en el 2009 (crece en 5,30 puntos porcentuales). Ello evidencia que las familias destinan una mayor proporción de su presupuesto en comunicación, principalmente en la telefonía móvil.

- 7) El **Gran Grupo Esparcimiento, Diversiones y Servicios de Enseñanza**, incrementa su importancia en el gasto, pasando de 2,92% en 1994 a 11,17% para el 2009, es decir un aumento de 8,25 puntos porcentuales del gasto total familiar. Esta variación refleja el aumento del gasto de las familias en la adquisición de productos de mayor tecnología (computadoras) y en los servicios de educación y recreación.
- 8) El **Gran Grupo Otros Bienes y Servicios** registra un aumento en su ponderación de 6,40% en 1994 a 7,71% en el 2009.

### Nuevos productos en la canasta familiar de Tumbes

Algunos de los productos que han sido incluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, de la ciudad de Tumbes, porque son relevantes para representar el consumo actual y habitual de los hogares son:

AUTOMÓVILES O CAMIONETAS NUEVAS

- RECARGAS VIRTUALES Y TARJETAS - TELÉFONO MÓVIL
- CONSUMO DE SERVICIO DE INTERNET
- PENSIÓN ENSEÑANZA TÉCNICO PRODUCTIVA
- CONSUMO TELEFÓNICO MÓVIL LOCAL
- EQUIPO TELEFÓNICO MÓVIL
- SERVICIO TELEVISIÓN DE PAGA
- CEBICHE
- DESKTOP (MICROCOMPUTADORA - PC)
- COMIDA PARA MASCOTA
- DESODORANTES
- LECHE EN POLVO MATERNIZADA

- MANDARINA
- DISCO COMPACTO GRABADO (CD)
- HELADO DE CREMA PERSONAL
- LEÑA
- ALQUILER DEL SERVICIO DE INTERNET POR HORAS
- PASAJE EN MOTO TAXI (CON CABINA)
- AGUA DE MESA (SIN GAS)
- LAVADORA
- FLORES Y PLANTAS (NATURALES)
- GAS LICUADO DE PETRÓLEO VEHICULAR (GLPV)
- PETRÓLEO
- MEMORIA MÓVIL EXTERNA

### Algunos productos excluidos en la nueva canasta familiar de Tumbes

Algunos de los productos que han sido excluidos de la lista de bienes y servicios seleccionados, en la ciudad de Tumbes, por no ser representativos del consumo actual y habitual de los hogares son:

- PAN TOLETE (LABRANZA)
- KEROSENE
- ACEITE COMPUESTO A GRANEL
- TELEFONÍA LARGA DISTANCIA NACIONAL
- AZÚCAR BLANCA
- LECHE EN POLVO
- POLYSTEL
- MADERAS TRIPLAY
- VIVIENDA EN QUINTA
- CONFECCIÓN DE VESTIDOS
- UVA NEGRA (CORRIENTE)
- REPARACIÓN DE TELEVISIÓN

- COCO (PESCADO)
- CHAMPÁN
- CASETE (CINTA FONOGRAFICA)
- FRANQUO DE CARTA NACIONAL
- RADIOGRAFÍAS
- BETARRAGA
- REVISTA
- CHOROS
- PAPA SECA
- APIO
- PLANCHA ELÉCTRICA
- DISQUETE