

METODOLOGÍA ECONÓMICA APLICADA

La tarifa del IRPF

José M. Domínguez Martínez

Índice General de Precios al Consumo

Rafael López del Paso

Tasa de paro

Felisa Becerra Benítez

Índice General de Precios al Consumo

Rafael López del Paso

Resumen: En esta nota se muestra el método de cómputo del Índice General de Precios al Consumo en España.

Palabras clave: Índice General de Precios al Consumo.

Código JEL: J21.

¿Qué es el Índice de Precios al Consumo?

El Índice General de Precios al Consumo (IPC) es una medida estadística de la evolución de los precios de una cesta de consumo representativa de la población residente en viviendas familiares en España, referenciada a un periodo base (2006), que es aquel en el que índice de precios adopta el valor 100.

¿Que bienes y servicios componen la cesta de consumo?

La cesta de consumo representativa se determina atendiendo al peso relativo de cada uno de los grupos de bienes y servicios en el gasto total (columna 1), de acuerdo con la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares correspondientes a los ejercicios 2004 y 2005.

	Columna 1 Peso relativo en la cesta de consumo	Columna 2 Índice Grupo Abril 2011
Alimentos y bebidas no alcohólicas	18,2	109,4
Bebidas alcohólicas y tabaco	2,9	148,7
Vestido y calzado	8,6	104,1
Vivienda	11,7	124,1
Menaje	6,8	108,5
Medicina	3,2	96,3
Transporte	14,7	118,4
Comunicaciones	4,0	98,7
Ocio y cultura	7,6	98,1
Enseñanza	1,4	117,1
Hoteles, cafés y restaurantes	11,5	115,0
Otros bienes y servicios	9,4	115,0
Total	100,0	112,5

Determinados los pesos relativos de cada uno de los grupos, se procede a la toma de los precios correspondientes a 491 artículos en 33.345 establecimientos (hipermercados, supermercados y tiendas especializadas en función del artículo) de 177 localidades (52 capitales de provincia más 125 munici-

pios, cuya población representa al menos el 30% del total de la provincia).

¿Cómo se calcula?

Al tratarse de un índice compuesto, en un periodo concreto, el valor del índice general viene dado por la media ponderada de los índices de cada grupo de bienes y servicios (columna 2), en función de su peso relativo en el gasto familiar total (columna 1). Así, por ejemplo, en el mes de abril de 2011, el IPC alcanzó un valor igual a 112,5, resultado de multiplicar el índice correspondiente a la rúbrica «alimentos y bebidas no alcohólicas» (109,4) por su peso relativo en la cesta de consumo representativa (18,2 por ciento) más el resultado de multiplicar el índice de «bebidas alcohólicas y tabaco» 148,7 por 2,9 por ciento, y así sucesivamente para los 12 grupos de bienes y servicios delimitados.

IPC General Abril 2011: $109,4 \times 18,2\% + 148,7 \times 2,9\% + 104,1 \times 8,6\% + 124,1 \times 11,7\% + 108,5 \times 6,8\% + 96,3 \times 3,2\% + 118,4 \times 14,7\% + 98,7 \times 4,0\% + 98,1 \times 7,6\% + 117,1 \times 1,4\% + 115,0 \times 11,5\% + 115,0 \times 9,4\% = 112,5$.

¿Qué información nos proporciona?

Un valor igual a 112,5 significa que desde finales de 2006 a abril de 2011 la cesta de consumo representativa de las familias españolas se ha incrementado en un 12,5 por ciento. El análisis de los valores correspondientes a los índices específicos permite identificar a qué responde este aumento. Por ejemplo, durante este periodo, las bebidas alcohólicas y el tabaco se han encarecido en términos relativos en un 48,7 por ciento, mientras que el ocio y la cultura se han abaratado un 1,9 por ciento.

Atendiendo a la evolución del valor del Índice, podemos obtener información de cuanto ha variado el coste de la cesta de la compra durante:

— Un año, mediante el cálculo de la tasa de variación interanual, comparando el índice de abril de 2011 (112,5) con respecto al de abril de 2010 (108,4): $100 \times (112,5 - 108,4) / 108,4 = 3,8\%$.

— Lo que va de año, viendo en cuánto ha variado el índice desde diciembre de 2010 (111,3) a abril de 2011: $100 \times (112,5 - 110,3) / 110,3 = 1,4\%$.

— El último mes, confrontado el índice de abril de 2011 con el relativo a marzo de 2011 (111,1): $100 \times (112,5 - 111,1) / 111,1 = 1,2\%$.