

Catálogo del Archivo Nacional de Datos (ANDA)

Estado Plurinacional de Bolivia - INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR (BASE 2016), Cambio de año base 2016

Instituto Nacional de Estadística

Documentos generados en: December 20, 2024

Visite el catalogo ANDA en la pagina : <https://anda.ine.gob.bo/index.php>

Información general

Identificación

NÚMERO DE ID
BOL-INE-IPM-2023

Información general

RESUMEN

El Índice de Precios al por Mayor (IPM) es un indicador económico que muestra la variación en los precios de un conjunto de bienes que se transan en el canal de comercialización mayorista. Incluye en su composición bienes de demanda intermedia, bienes de consumo final y bienes de capital, clasificados por su origen en nacionales e importados y de acuerdo a tres sectores productivos: agropecuario, manufactura e importados.

El IPM no incluye a los bienes de exportación ya que el criterio es tomar precios de bienes que se transan internamente. Asimismo, no incluye a los bienes del gasto público, debido a que en su mayoría corresponden a sectores productores de servicios y éstos son de muy difícil medición.

Objetivos

Objetivo General

Proporcionar una medición de la variación mensual promedio de los precios de una canasta de bienes representativa de la oferta interna nacional en la etapa de comercialización al por mayor. Esto incluye bienes comercializados tanto nacionales como importados.

Objetivos Específicos

- Suministrar información que permita el análisis de coyuntura orientada a la toma de decisiones para el diseño de política económica en el país.
- Suministrar información al campo jurídico para la actualización de beneficios sociales y en el campo social para la negociación de niveles salariales
- Proporcionar un indicador de la variación de precios de los bienes ofrecidos al interior del país.
- Servir como instrumento de indexación (Sistema utilizado para compensar las pérdidas de valor de las obligaciones a largo plazo "empréstitos, deudas, obligaciones, salarios, etc.", producidos por las desvalorizaciones monetarias o la inflación).
- Servir de insumo y como referencia para los deflatores según producto o actividad económica de las Cuentas Nacionales.
- Suministrar información estadística que permita realizar procesos de indexación y actualización de flujos monetarios en términos nominales del período corriente.
- Suministrar información que permita realizar procesos de deflatación de valores nominales, encontrando la evolución real de un rubro económico, convirtiendo los valores nominales o corrientes de una serie a valores monetarios de igual poder adquisitivo o valor real.

La construcción del IPM, se realizó en las siguientes etapas:

A. Primera Etapa: Selección de productos para la canasta

B. Segunda Etapa: Encuesta de Especificaciones

C. Tercera Etapa: Recolección de Información (Precios)

D. Cuarta Etapa: Construcción de los Ponderadores

E. Quinta Etapa: Cálculo del Índice

Para mayor información sobre la metodología empleada del IPM, revisar el documento de la "Normativa Técnica del IPM", que se encuentra disponible dentro de los materiales de referencia.

TIPO DE DATO

Encuesta por muestreo (ssd)

UNIDAD DE ANÁLISIS

Las unidades de observación son las comercializadoras al por mayor donde el mayorista adquiere los productos agrícolas y manufacturados.

Ámbito

NOTAS

La Clasificación que utilizamos para la construcción del IPM fue el Clasificador de Productos de las Cuentas Nacionales De Bolivia PCAB-2007, tomando como base a nivel producto y creando la clasificación a nivel de variedad. Los productos se agruparon en: 20 divisiones, 60 Grupos, 207 Subgrupo, 301 Productos y 493 Variedades aproximadamente.

Se utilizan seis niveles de desagregación con ponderación, según la siguiente estructura:

Sección

División

Producto

Subgrupo

Producto

Variedad

TOPICS

Topic	Vocabulary	URI
Precios	Estadísticas Económicas	

KEYWORDS

Conjunto representativo de bienes y servicios a los cuales el Instituto Nacional de Estadística le hace seguimiento de precios., Evidencia la importancia o aporte de la variación en cualquiera de los agregados (producto, grupo, división y sección) sobre la variación del IPM total, Este índice mide la variación mensual promedio de los precios de una canasta de bienes representativa de la oferta interna nacional en el canal de comercialización al por mayor., Un número de índice es "una cantidad que muestra los cambios de una magnitud en el tiempo o en el espacio. Las características importantes en la construcción de un número de índice son su cobertura, período de base, sistema de ponderación y el método de promedio de observaciones.", Es el porcentaje de explicación de la contribución de cada nivel jerárquico (sección, división, grupo, clase o subclase) en la variación mensual, año corrido y doce meses del índice total., Las variaciones muestran el cambio que presentó el índice en un periodo de tiempo con respecto a otro. Estas son: variación mensual, variación año corrido y variación doce meses.

Cobertura

COBERTURA GEOGRÁFICA

- El área geográfica que cubre el IPM en las ciudades capitales son:

Sucre, La Paz, Cochabamba, Oruro, Potosí, Tarija, Santa Cruz, Trinidad y Cobija

- El área geográfica que cubre el IPM en las ciudades intermedias son:

El Alto, Quillacollo, Colcapirhua y Sacaba, Montero

En el caso de Quillacollo, Colcapirhua y Sacaba, Montero solo se recolecta la información de la parte agrícola.

GEOGRAPHIC UNIT

Las unidades de observación son las comercializadoras al por mayor donde el mayorista adquiere los productos agrícolas y manufacturados.

Que han sido seleccionadas bajo los siguientes criterios:

- Que exista uno o más mercados o ferias visible y significativamente concurridos por demandantes y oferentes.
- Que la población que forma parte de un área comercial tenga comportamiento y hábitos homogéneos.
- Que realice el mayor volumen de ventas por cuantía mayor.

Esta clasificación se hace cumpliendo el objetivo de representatividad. Y permite determinar el número de establecimientos o fuentes de información, en los que se cotizan los productos.

UNIVERSO

El universo de estudio del IPM corresponde a todas las comercializadoras al por mayor tanto de productos agrícolas y manufacturados, ubicados dentro del territorio nacional.

El propósito de este sistema de información es analizar el comportamiento de los precios y los mercados identificando los factores y hechos económicos que determinan y afectan los precios a lo largo de la cadena de comercialización al por mayor.

Productores y Patrocinadores

INVESTIGADOR(ES) PRIMARIO(S)

Nombre	Affiliation
Instituto Nacional de Estadística	Ministerio de Planificación del Desarrollo

FINANCIAMIENTO

Nombre	Abbreviation	Role
Tesoro General de la Nación	TGN	Pago mensual al personal y gastos durante el operativo de campo

Producción de metadato

METADATO PRODUCIDO POR

Nombre	Abbreviation	Affiliation	Role
Instituto Nacional de Estadística	INE	Ministerio de Planificación del Desarrollo	Difusión de Producción Estadística Oficial
Dirección de Informática, cartografía a Infraestructura Espacial	DICIE	Instituto Nacional de Estadística	Publicación de Archivos en el Catalogo ANDA
Dirección de Estadísticas e Indicadores Económicos y Sociales	DEIES	Instituto Nacional de Estadística	Validación Técnica
Responsable de Validación del Catalogo ANDA		Instituto Nacional de Estadística	Validación de difusión bajo estándares internacionales

Unidad de Estadísticas e Indicadores Económicos	UEIE	Dirección de Estadísticas e Indicadores Económicos y Sociales	Documentación
---	------	---	---------------

FECHA DE PRODUCCIÓN DEL METADATO

2024-12-06

ID DEL DOCUMENTO IDD

BOL-INE-IPM-2023-V2

Muestreo

Procedimiento de muestreo

La construcción del IPM se realizó en las siguientes etapas:

- A. Primera Etapa: Selección de productos para la canasta
- B. Segunda Etapa: Encuesta de Especificaciones
- C. Tercera Etapa: Recolección de Información (Precios)
- D. Cuarta Etapa: Construcción de los Ponderadores
- E. Quinta Etapa: Cálculo del Índice

Donde detallaremos la B. Segunda Etapa: Encuesta de Especificaciones

La Encuesta de Especificaciones tuvo el propósito de seleccionar los productos específicos de las canastas de cada ciudad. Esta encuesta fue dirigida a diferentes establecimientos económicos a fin de establecer los productos más representativos de cada uno de los productos genéricos. El número de encuestas fue definido por el producto y el tamaño de la ciudad. Esta encuesta permitió determinar los productos específicos de las canastas de cada una de las diez ciudades y establecer los productos con mayor representatividad de cada uno de los productos genéricos.

Para determinar las características de los productos agrícolas, manufacturados e importados, los establecimientos seleccionados fueron objeto de una investigación denominada Encuesta de especificación de productos que se realizó con el principal objetivo de obtener información básica acerca de su ubicación geográfica como: razón social, nombre comercial, dirección, zona, datos del entrevistado, etc.

Así como también la especificación de los productos: nombre del producto, principales materiales insumidos, unidad, tamaño, peso, código interno del producto, marca, modelo, calidad, unidad de venta al por mayor, tipo de envase de la unidad de venta al por mayor, grado o concentración de los principales insumos utilizados, nomenclatura arancelaria para el caso de los productos importados.

La boleta se diseñó en relación a la información del establecimiento que originó la entrevista, pero tuvo la flexibilidad como para captar información de otros establecimientos de la empresa. De esta manera si una empresa fue seleccionada por la producción de azúcar, pero además producía alcohol en otro establecimiento, pudo contestar por ambas líneas de producción ya que no se solicitaron a priori productos específicos.

Una vez finalizado la encuesta de especificaciones, se procedió a la determinación de las comercializadoras al por mayor de los productos que fueron seleccionados.

Formularios

Información general

La boleta de cotización de precios es un instrumento de recojo de información sobre los precios de los productos de la canasta de consumo a través de dispositivos móviles que es el instrumento que moderniza la cotización de precios, bajo la aplicación del sistema informático (ANDROID-WEB), que se puede realizar de forma directa o indirecta: Es directa cuando el cotizador se presenta en el establecimiento como funcionario del INE, portando su credencial y procede a la cotización en dispositivo. Es indirecta, cuando el cotizador se apersona al establecimiento como cliente con la intención de comprar el o los productos especificados, sin identificarse como funcionario del INE. Permite conocer y analizar la situación de mercado en un determinado período de tiempo y actualizar la información sobre la comercializadora informante.

Los precios de los productos líderes que se tranzan en el canal de comercialización mayorista se capturan a través de los dispositivos móviles en el momento de captura de información georefencia el lugar de cotización.

- Código IPM/ID Producto
- Código del Producto según Cuentas Nacionales
- Informante
- Nombre genérico o producto
- Especificación del producto
- Unidad, Tamaño, Talla, Peso, etc. Equivalencia
- Marca
- Modelo
- Cantidad a Cotizar
- Envase
- Origen
- Procedencia
- Precio al por Mayor
- Situación del producto

Recolección de datos

Fecha de recolección de datos

Start	End	Cycle
2014-08	2023-12	Productos agrícolas- semanal, Productos manufacturados - mensual

Time Periods

Start	End	Cycle
2014-08		Semanal- Productos Manufacturados y Mensual Productos Agrícolas

Modo de recolección de datos

Other [oth]

Formularios

La boleta de cotización de precios es un instrumento de recojo de información sobre los precios de los productos de la canasta de consumo a través de dispositivos móviles que es el instrumento que moderniza la cotización de precios, bajo la aplicación del sistema informático (ANDROID-WEB), que se puede realizar de forma directa o indirecta: Es directa cuando el cotizador se presenta en el establecimiento como funcionario del INE, portando su credencial y procede a la cotización en dispositivo. Es indirecta, cuando el cotizador se apersona al establecimiento como cliente con la intención de comprar el o los productos especificados, sin identificarse como funcionario del INE. Permite conocer y analizar la situación de mercado en un determinado período de tiempo y actualizar la información sobre la comercializadora informante.

Los precios de los productos líderes que se tranzan en el canal de comercialización mayorista se capturan a través de los dispositivos móviles en el momento de captura de información georeferencia el lugar de cotización.

- Código IPM/ID Producto
- Código del Producto según Cuentas Nacionales
- Informante
- Nombre genérico o producto
- Especificación del producto
- Unidad, Tamaño, Talla, Peso, etc. Equivalencia
- Marca
- Modelo
- Cantidad a Cotizar
- Envase
- Origen
- Procedencia
- Precio al por Mayor
- Situación del producto

Data Collectors

Nombre	Abbreviation	Affiliation
Instituto Nacional de Estadística	INE	Ministerio de Planificación del Desarrollo

Supervisión

Para el procesamiento de datos, el responsable departamental es el encargado de administrar los mismos en cada departamento, sin embargo cualquier cambio debe ser aprobado en La Paz para que sea efectivo.

Procesamiento de datos

Edición de datos

PROCESAMIENTO DE DATOS

Para el procesamiento de datos se desarrollaron los sistemas utilizando las siguientes herramientas:

- Sistema Web
 - o Sistema operativo, Linux - Debian 7.0
 - o Servicio Web, Apache 2
 - o Lenguaje de programación servidor PHP
 - o Framework, Codeigniter
 - o Lenguaje de programación cliente JavaScript
 - o Librerías, JQuery, Bootstrap
 - o Librerías para reportes, PHPExcel y TCPdf
 - o Base de datos, PostgreSQL 9.3

- Sistema Móvil
 - o Sistema operativo, Android
 - o Lenguaje de programación, Java
 - o Base de datos, SQLite
- Y los sistemas desarrollados son los siguientes:

Sistema de Entrada de Datos

Para la captura de datos se desarrolló un sistema web y móvil, de manera que la información recolectada en campo se disponga de manera oportuna y centralizada en el sistema web, mientras que los cotizadores pueden desplazarse fácilmente hacia los informantes y utilizar el sistema móvil para recolectar la información sin problemas de conexión.

El sistema de entrada de datos se subdivide en los siguientes módulos:

- Administración de productos e informantes
- Cartografía
- Asignación de cargas de trabajo
- Captura
- Consolidación
- Módulo de administración de productos e informantes.- Debido a que el operativo se realiza a determinados productos, es importante contar con un módulo que permita la gestión de este directorio que sirve de base para el levantamiento de información. Este módulo se encuentra implementado en el sistema web y permite en caso de ser necesario realizar modificaciones en los informantes, mover productos de un informante a otro y en casos concretos el cambio de especificación del producto.

Así mismo este módulo permite mantener actualizado el catálogo de productos con sus descripciones e imágenes de referencia. A continuación se muestra una imagen con el módulo de administración de informantes y productos.

Validación en base de datos post operativo de campo

Se valida la información estadística de los datos mediante listados y cuadros de salida que se generan del Sistema de Información de Censos y Encuestas SICE (IPM). En función al levantamiento de precios, en gabinete se cotejan precios y se verifican si los datos fueron introducidos correctamente, en caso de errores de taípeo se corrigen en el sistema donde existe la opción de código de activación, en el dispositivo existe un icono de seguridad con el cual se puede acceder a los precios de productos para poder realizar las medidas correctivas, también las variaciones atípicas confirmándolas o rechazándolas en la Base de Datos.

También se realiza en función a la tendencia que se manifiesta en la mayoría de establecimientos que conforman la canasta.

En el caso de la información proveniente de las oficinas departamentales, ante cualquier duda u error, se consulta con el encargado del operativo de campo para validar la información proporcionada.

Otros procesamientos

Para proceder a la recolección de precios se tiene definidos 291 productos, 491 variedades y se cuenta con un Directorio consolidado de 3.378 fuentes o comercializadoras informantes a nivel nacional. Las variedades del producto están definidas, pero las especificaciones de las variedades dependen de las características de las mismas.

A. PRIMERA ETAPA: SELECCIÓN DE PRODUCTOS PARA LA CANASTA

Criterios de selección del Índice de Precios al por Mayor (IPM)

a) Información básica para la construcción de la canasta

La canasta de productos a los que se les realiza seguimiento de precios en el mercado nacional se obtiene a partir de las siguientes fuentes:

- Márgenes de Comercialización 2010
- Encuesta Anual a la Industria Manufacturera (EAIM) 2012
- Valor CIF de 2013 para el sector de la Importación.
- Los productos de la canasta del Índice de Precios al Consumidor

La selección de productos agrícolas se hizo en función al Valor de los Márgenes de Comercialización del año 2010, alcanzando una cobertura del 96% del valor total de los Productos Agrícolas no Industriales, eligiendo 83 productos con representatividad nacional en función a la participación del producto con respecto al grupo de productos que lo componen y también su importancia relativa en el agregado nacional. Asimismo se excluyeron de la muestra algunos productos que no cumplen con el requisito del volumen de comercialización.

En relación a productos manufacturados, la cobertura alcanzó el 90% según clase de actividad económica. Se estableció el criterio de seleccionar clases de actividad que fueron representativas para el 2010. Al interior de las clases de actividad, se seleccionaron a aquellos productos que representan en conjunto una participación mayor al 90%.

Una vez efectuada esta selección, se procedió a imputar el peso de los bienes no seleccionados a los seleccionados en función a los siguientes criterios:

- El valor del producto no seleccionado, se adicionó al producto o productos seleccionados ya sea porque son sustitutos perfectos (ej.: Queso duro y queso blando).
- El valor de los productos no seleccionados se distribuyó proporcionalmente entre los seleccionados.

Para los productos importados utilizamos los mismos criterios de selección que los productos manufacturados y tomando en cuenta que el índice tiene por objeto medir la evolución promedio de los precios a los que el importador directo vende sus productos en el mercado doméstico, se seleccionaron los productos importados, que tienen estrecha relación con los productos manufacturados.

Por otro lado para la selección de productos también se aplicó criterios tanto generales como particulares, según las siguientes características:

Los criterios generales a considerar, son los siguientes:

- Que los productos presenten características específicas que permitan identificarlos a lo largo del tiempo de manera clara.
- Que tengan garantía suficiente de permanencia como un producto nacional o dentro del marco de las importaciones.
- Que sean producidos o comercializados dentro del territorio nacional y de ubicación constante.

Los criterios particulares corresponden a las características de comercialización por sector y producto entregada por las investigaciones de Industria, SCN e Importaciones. Estos pueden ser:

- Según la frecuencia de producción o comercialización

- Según la participación en la producción nacional o comercio exterior.
- Según las expectativas de crecimiento en la producción o comercialización.
- Según la participación en el Índice de Precios al Consumidor.

b) Selección de Comercializadoras

La selección de establecimientos para los productos seleccionados de origen agrícola se hizo mediante investigación directa con el objetivo de determinar los lugares dedicados al acopio y posterior transacción al por mayor y de carácter continuo. Resultado de esta investigación se conformó un listado de Directorio a los que se solicita información de precios de estos productos.

En el caso de la selección de productos Manufacturados se preparó un Directorio bastante amplio de establecimientos industriales que proporcionaron información sobre el Valor Bruto de Producción a nivel de producto de la Encuesta Anual a la Industria Manufacturera 2012, en primera instancia para la determinación del producto mediante la aplicación de la encuesta de especificaciones. Para luego buscar las comercializadoras al por mayor de los productos seleccionados en la primera instancia

La selección de establecimientos de productos importados se realizó en función a aquellos bienes que son comercializados habitualmente en el mercado interno, es decir que el establecimiento importador presente una frecuencia bastante alta. No se incluyen por lo tanto:

- Los bienes importados directamente por los usuarios (personas naturales),
- Los productos importados que se venden en el mercado interno esporádicamente
- Bienes importados por las Industrias Manufactureras que sirven de insumo en su cadena productiva.

B. SEGUNDA ETAPA: ENCUESTA DE ESPECIFICACIONES

La Encuesta de Especificaciones tuvo el propósito de seleccionar los productos específicos de las canastas de cada ciudad. Esta encuesta fue dirigida a diferentes establecimientos económicos a fin de establecer los productos más representativos de cada uno de los productos genéricos. El número de encuestas fue definido por el producto y el tamaño de la ciudad.

Conformar el Directorio de establecimientos informantes del IPM en cada una de las ciudades capitales del país y la ciudad de El Alto. Esta encuesta permitió determinar los productos específicos de las canastas de cada una de las diez ciudades y establecer los productos con mayor representatividad de cada uno de los productos genéricos.

Para determinar las características de los productos agrícolas, manufacturados e importados, los establecimientos seleccionados fueron objeto de una investigación denominada Encuesta de especificación de productos que se realizó con el principal objetivo de obtener información básica acerca de su ubicación geográfica como: razón social, nombre comercial, dirección, zona, datos del entrevistado, etc.

Así como también la especificación de los productos: nombre del producto, principales materiales insumidos, unidad, tamaño, peso, código interno del producto, marca, modelo, calidad, unidad de venta al por mayor, tipo de envase de la unidad de venta al por mayor, grado o concentración de los principales insumos utilizados, nomenclatura arancelaria para el caso de los productos importados.

La boleta se diseñó en relación a la información del establecimiento que originó la entrevista, pero tuvo la flexibilidad como para captar información de otros establecimientos de la empresa. De esta manera si una empresa fue seleccionada por la producción de azúcar, pero además producía alcohol en otro establecimiento, pudo contestar por ambas líneas de producción ya que no se solicitaron a priori productos específicos.

Una vez finalizado la encuesta de especificaciones, se procedió a la determinación de las comercializadoras al por mayor de los productos que fueron seleccionados.

Criterios de flexibilidad

En el mercado suelen aparecer productos nuevos que han de sustituir a otros existentes, por cambios en el sistema productivo, contenido de los envases, preferencias del comprador, o bien en la creación de nuevas formas de satisfacer las necesidades.

Para incorporar estos cambios y mantener actualizada la estructura del índice y su muestra fue preciso adoptar ciertos criterios que permitan la incorporación o eliminación de especificaciones, alterando lo menos posible la evolución de los precios relativos y por ende los indicadores.

C. TERCERA ETAPA: RECOLECCIÓN DE PRECIOS

La recolección de Precios tuvo dos etapas:

- a) La recolección de precios del período base que se realizó entre agosto 2014 a julio 2015
- b) Recolección continua de precios para la construcción del índice.

Para proceder a la recolección de precios se tiene definidos 291 productos, 491 variedades y se cuenta con un Directorio consolidado de 3.378 fuentes o comercializadoras informantes a nivel nacional. Las variedades del producto están definidas, pero las especificaciones de las variedades dependen de las características de las mismas.

Instrumentos de Recolección

Respecto a la recolección de cotizaciones en el operativo de campo el IPM tuvo avances tecnológicos, debido a la incorporación del dispositivo móvil, cuya ventaja incide principalmente en la oportunidad de la información cuyos procesos serán explicados en detalle a continuación.

Se recogen o cotizan los precios a través de entrevistas, en forma directa o indirecta: Es directa cuando el cotizador se presenta en el establecimiento como funcionario del INE, portando su credencial y procede a llenar cotización mediante el dispositivo móvil. Es indirecta, cuando el cotizador se apersona a la comercializadora como cliente con la intención de comprar el o los productos especificados en el dispositivo móvil, sin identificarse como funcionario del INE.

El Dispositivo móvil

La boleta de cotización de precios es un instrumento de recojo de información sobre los precios de los productos de la canasta de consumo. Permite conocer y analizar la situación de mercado en un determinado período de tiempo y actualizar la información sobre la comercializadora informante.

C. TERCERA ETAPA: RECOLECCIÓN DE PRECIOS

La recolección de Precios tuvo dos etapas:

- a) La recolección de precios del período base que se realizó entre agosto 2014 a julio 2015
- b) Recolección continua de precios para la construcción del índice.

Para proceder a la recolección de precios se tiene definidos 291 productos, 491 variedades y se cuenta con un Directorio consolidado de 3.378 fuentes o comercializadoras informantes a nivel nacional. Las variedades del producto están definidas, pero las especificaciones de las variedades dependen de las características de las mismas.

Instrumentos de Recolección

Respecto a la recolección de cotizaciones en el operativo de campo el IPM tuvo avances tecnológicos, debido a la incorporación del dispositivo móvil, cuya ventaja incide principalmente en la oportunidad de la información cuyos procesos serán explicados en detalle a continuación.

Se recogen o cotizan los precios a través de entrevistas, en forma directa o indirecta: Es directa cuando el cotizador se presenta en el establecimiento como funcionario del INE, portando su credencial y procede a llenar cotización mediante el dispositivo móvil. Es indirecta, cuando el cotizador se apersona a la comercializadora como cliente con la intención de comprar el o los productos especificados en el dispositivo móvil, sin identificarse como funcionario del INE.

El Dispositivo móvil

La boleta de cotización de precios es un instrumento de recojo de información sobre los precios de los productos de la canasta de consumo. Permite conocer y analizar la situación de mercado en un determinado período de tiempo y actualizar la información sobre la comercializadora informante.

D. CUARTA ETAPA: CONSTRUCCIÓN DE LOS PONDERADORES

El diseño de cálculo implementado por el INE en el IPM se circunscribe sobre la base de la información de los márgenes de comercialización de las Cuentas Nacionales. Este desarrollo consistió en estructurar en el cálculo del índice encadenado.

E. QUINTA ETAPA: CÁLCULO DEL ÍNDICE

Índices de los agregados elementales

Primeramente procedemos a la obtención de los precios relativos, y luego los índices por variedad, producto, grupos, división. Se obtiene el Índice General para cada uno de los tres sectores a nivel nacional. La fórmula de cálculo es la de Laspeyres, que corresponde al cálculo del índice comparando los precios de cada artículo con los precios de ese mismo artículo del mes anterior. La estimación del índice es por medio de los relativos de precios, los cuales se calculan comparando los precios del mes de estudio con los precios del mes inmediato anterior.

Para la estimación del índice, el período base establecido es aquel durante el cual se recolectaron los precios base. Estos precios se comparan con los precios corrientes. Este período es el (julio 2014 a agosto 2015), porque la media aritmética de los índices mensuales de dicho año es igual a 100. El período de las ponderaciones, es el período de los Márgenes de Comercialización 2010, a partir del cual se obtiene la estructura de ponderaciones para el cálculo del IPM.

Promedio de Relativos

Por recomendación internacional, se adoptó el uso del promedio geométrico para los índices de precios.

El índice de precios al por mayor se calcula básicamente a través de la fórmula de Laspeyres, esto significa que para medir el cambio de un conjunto de precios en un lapso de tiempo, se compara el valor de una canasta de productos al comienzo y al final de ese periodo, suponiendo que las cantidades físicas no varían. Por lo tanto la formula asume que todo el cambio que ocurra en el valor de la canasta se explicara por las variaciones experimentadas de los precios.

El uso de la media geométrica asegura una formula robusta y estable, en la que se asigna menos ponderación a las variaciones extremas, ya sean positivas o negativas. Como resultado de este cálculo se obtiene el índice de variedad. Para obtener las variaciones de los productos se calcula el promedio geométrico ponderado de los índices de las variedades.

El siguiente paso es la agregación de los índices de producto para obtener índices a niveles superiores, utilizando las ponderaciones asignadas a cada producto de la canasta del IPM. Para calcular el promedio de los relativos de precios o la media de las razones de precios, se debe obtener en primera instancia los relativos de precios de cada uno de los informantes que proporcionan los precios de la variedad "i". Una vez obtenido los relativos de precios se debe obtener la media geométrica, el uso de la misma asegura una fórmula robusta y estable, esta asigna menos ponderación a las variaciones extremas, ya sean positivas o negativas.

Índice Encadenado

El cálculo del IPM se desenvuelve en un marco muy dinámico que obliga a realizar permanentes cambios de comercializadoras informantes y de productos específicos. Un índice contra base no permite hacer con facilidad las sustituciones, debido a que para cada una de estas operaciones se debe estimar un precio base para la comercializadora o producto nuevo en el momento de la sustitución.

El Índice Encadenado permite realizar estas operaciones con mayor facilidad, debido a que se efectúa en cada período de cálculo, una comparación del precio del producto en la comercializadora con referencia al período inmediatamente anterior. Para la sustitución de la comercializadora o del producto genérico, se requiere tomar previsiones para que durante un período, se obtengan precios para los productos a reemplazar y de reemplazo.

Proceso de agregaciones de los índices

Para cada nivel de agregación la ponderación considerada es la suma de las ponderaciones de sus respectivos componentes. Las ponderaciones deben permanecer fijas para que el índice refleje fielmente la evolución únicamente causada por el efecto de la variación de los precios. Una vez estimados los índices para los productos del IPM, los índices de

niveles superiores de la CCN
se obtienen como promedios ponderados de índices elementales.

Cálculo de las Variaciones Porcentuales

Mensual

La variación mensual de un índice es la variación promedio de los precios de un mes a otro, se calcula como el cociente entre el índice en el mes corriente t y el índice en el mes anterior $t-1$.

Acumulada

Es la variación promedio de los precios en el año y se calcula como cociente entre el índice en el mes t y el índice de diciembre del año anterior

Doce meses

Es la variación promedio de los precios entre el mes de referencia y el mismo mes del año inmediatamente anterior.

Incidencia

La incidencia de la variación porcentual mensual del Índice de un producto o cualquier agregación del PM general, se define como la parte de la variación del índice general que corresponde a dicho producto o agregación. Por tanto la suma de las incidencias de todos los productos de la canasta familiar es igual a la variación del índice general.

La incidencia mensual, es la variación que éste hubiera experimentado si todos los precios del resto de los productos no hubieran variado en ese mes.

Imputación de precios

El hecho de que el artículo no esté disponible en el mercado, impide el seguimiento del precio que se venía recogiendo para el cálculo del IPM, por este motivo es necesario aplicar métodos de estimación que permitan dar continuidad a la serie de precios y calcular los índices en el periodo de tiempo en el que no exista el producto.

La metodología se basa en la imputación del precio en los meses en los que el producto no se encuentra en el mercado y se realizará a partir de la evolución de los precios de aquellos productos de la misma categoría que sí se encuentran en el mercado, los procedimientos de imputación adoptados para los productos agrícolas son:

- Se aplica la variación de precios del producto disponible en otras ciudades.
- En caso que todas las ciudades en un determinado mes no reporten precios para un producto o productos, entonces se aplica la variación de precios del grupo de productos al cual pertenece en su ciudad.
- Cuando no existan precios para todos los productos pertenecientes a un grupo, entonces la imputación se realizará aplicando la variación promedio del resto de productos que conforman su ciudad

Por lo tanto la Imputación de media de clases definida como las respuestas de cada variable, son agrupadas en clases disjuntas con diferentes medias, y a cada registro faltante se le imputará con la media respectiva de su grupo.

Estimación de datos

Estimación de error de la muestra

Sistema de Validación y Consistencia

La validación y consistencia se realiza en dos fases, por un lado el módulo de captura realiza el cálculo de la variación con el periodo anterior alertando al cotizador en caso de ser un valor atípico para que este indague la causa de la variación o de haberse cometido un error en la digitación se corrija el mismo.

En una segunda fase los responsables de cada departamental, así como el nacional realizan la revisión de los reportes de la información consolidada, para verificar que las variaciones se encuentren debidamente justificadas y en caso de ser necesario se verifica en campo la variación.

Descripción del archivo

Lista de variables

Materiales relacionados

Documentación técnica

Normativa Técnica - Índice de precios al por mayor (IPM)

Titulo	Normativa Técnica - Índice de precios al por mayor (IPM)
Autor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Fecha	2015-01-01
País	Bolivia
Idioma	Spanish
Editor(es)	Instituto Nacional de Estadística
	Este documento es una guía práctica que recopila la información necesaria para presentar las bases y estructura metodológica del Índice de Precios al por Mayor (IPM). Constituyéndose este como indicador
Descripción	económico que presenta la variación promedio de precios de una canasta representativa de bienes ofrecidos al interior del país en el canal de comercialización al por mayor dentro de la estructura productiva del país.

	1. INTRODUCCIÓN
	2. ANTECEDENTES
	3. DEFINICIONES
	3.1. INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR (IPM)
	3.2. PRECIO MAYORISTA
	3.3. CANASTA DEL INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR
	4. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
	4.1. BIENES
	4.2. PRECIOS
	5. DISEÑO DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA
	5.1. Marco Conceptual
	5.1.1. Objetivos
	Objetivo General
	Objetivos Específicos
	5.1.2. Marco de Referencia
	Base Conceptual
	Marco Conceptual
	5.1.3. Marco Legal
	Necesidades de información
	6. DISEÑO ESTADÍSTICO
	Tipo de Operación Estadística
	Universo
	Población Objetivo
	Unidad Estadísticas de Observación
	Nomenclaturas y Clasificaciones
	Estadísticas Utilizadas
	- Clasificación Central de Productos, CPC Versión 1.0 A.C.
	- Clasificador de Productos de las Cuentas Nacionales de Bolivia PCAB-2007
	6.1. BASES ESTADÍSTICAS DEL INDICE
	A. PRIMERA ETAPA: SELECCIÓN DE PRODUCTOS PARA LA CANASTA
	Criterios de selección del Índice de Precios al por Mayor (IPM)
	a) Información básica para la construcción de la canasta
	b) Selección de Comercializadoras
	B. SEGUNDA ETAPA: ENCUESTA DE ESPECIFICACIONES
	Criterios de flexibilidad
	SELECCIÓN DE COMERCIALIZADORAS
	Selección de ciudades
	Selección de Áreas comerciales
	Establecimientos Representativos
	Tipología de las Comercializadoras
	Sustitución de comercializadoras
	Informantes
	Resultado del trabajo anteriormente indicado se obtuvo los siguientes resultados
	Estructura de la canasta
	C. TERCERA ETAPA: RECOLECCIÓN DE PRECIOS
	Instrumentos de Recolección
	El Dispositivo móvil
	Procedimiento de recolección de precios
	Periodicidad de la recolección de la información
	Tratamiento de los Precios
	CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTOS
	D. CUARTA ETAPA: CONSTRUCCIÓN DE LOS PONDERADORES
	E. QUINTA ETAPA: CÁLCULO DEL INDICE
	Índices de los agregados elementales
	Promedio de Relativos
	Índice Encadenado
	Índice por producto
	Índice General
	Proceso de agregaciones de los índices
	Cálculo de las Variaciones Porcentuales
	Mensual
	Acumulada
	Doce meses
	Incidencia
	Imputación de precios
	7. PRODUCCIÓN ESTADÍSTICA
	Organigrama Operativo
	Método y Procedimiento para la recolección de datos
	Flujo de recopilación de precios
	FLUJOS DE TRANSMISIÓN Y PROCESAMIENTO DE DATOS
	Transmisión de Datos a Oficina Central
	PROCESAMIENTO DE DATOS
	Sistema de Entrada de Datos
	Sistema de Codificación
	Sistema de Validación y Consistencia
	Diseño de registro y Estructura de la Base de Datos
	Generación de cuadros de salida
	Localización de la Base de Datos
	Validación en base de datos post operativo de campo
	8. ANÁLISIS
	Análisis Estadístico
	Análisis de calidad de resultados
	Indicadores de calidad
	Índice de tasa de respuesta o cobertura por fuentes (ITRF)
	Índice de no imputación o estimación ciudad capital (INICC)
	Índice de no imputación o estimación nacional (ININ)
	Índice de confiabilidad (ICFA)
	9. DIFUSIÓN
	Diseño de reportes
	10. RESULTADOS
	BIBLIOGRAFÍA

Tabla de contenidos

Catálogos de productos agrícolas - Índice de precios al por mayor - IPM

Título	Catálogos de productos agrícolas - Índice de precios al por mayor - IPM
Autor(es)	Instituto Nacional de Estadística
País	Bolivia
Idioma	Spanish
Editor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Descripción	El catálogo de Productos Agrícolas, es una descripción de todos los productos que se cotizan al por mayor, donde se detalla el departamento, código, el nombre del producto, las especificaciones del producto, unidad talla o peso, marca, modelo, cantidad a cotizar, equivalencia, tipo de envase, origen, procedencia, informante (nombre del mercado o establecimiento donde se cotiza), donde está acompañado de la foto cada producto.
Nombre del archivo	IPM_CATALOGOS_PRODUCTOS_AGRICOLAS.zip

Catálogo de productos manufacturados - Índice de precios al por mayor - IPM

Título	Catálogo de productos manufacturados - Índice de precios al por mayor - IPM
Autor(es)	Instituto Nacional de Estadística
País	Bolivia
Idioma	Spanish
Editor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Descripción	El catálogo de Productos Manufacturados, es una descripción de todos los productos que se cotizan al por mayor, donde se detalla el departamento, código, el nombre del producto, las especificaciones del producto, unidad talla o peso, marca, modelo, cantidad a cotizar, equivalencia, tipo de envase, origen, procedencia, informante (nombre del mercado o establecimiento donde se cotiza), donde está acompañado de la foto del producto
Nombre del archivo	IPM_CATALOGOS_PROD_MANUFACTURADOS.zip

MANUAL COTIZADOR INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR IPM

Título	MANUAL COTIZADOR INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR IPM
Autor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Fecha	2024-01-01
País	Bolivia
Idioma	Spanish
Editor(es)	Instituto Nacional de Estadística

INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR

El INE en su política de fortalecimiento y actualización de las estadísticas sectoriales y en particular de los índices de precios, ha rediseñado y reformulado una nueva base para el Índice de Precios al por Mayor (IPM), se inscribe dentro de su política, orientada a mantener actualizadas las bases de datos de todos los indicadores que se encuentran bajo su responsabilidad. Es de conocimiento general la importancia que tienen los indicadores de corto plazo (coyunturales) en la toma de decisiones de política económica, ya que, en ausencia de ellos, normalmente las adopciones de este tipo de políticas traen implícitos una serie de errores e inconsistencias cuyos efectos se traducen en desajustes difíciles de enmendar. El presente manual, dirigido al personal del operativo de campo del IPM, se constituye en una guía que les permitirá conocer los conceptos y los procedimientos a seguir para la recolección de información.

Antecedentes

El Índice de Precios al por Mayor (IPM) fue elaborado por primera vez por el Banco Central de Bolivia en el año 1975, posteriormente se cambió de base al año 1985 y estuvo vigente hasta el año 1993. Dicho indicador se calculaba con información de precios al por mayor de productos de los sectores:

Agropecuario, Manufacturero e Importador. A partir de junio de 2014, el IPM se reorienta en función a recomendaciones del Banco Mundial y la Comisión Económica para América Latina CEPAL para contar con un indicador con criterio internacionalmente comparable, por un lado y por el otro la de identificar los Márgenes y Canales de Comercialización que permitan contar con el instrumento para la toma de decisiones y consiguiente generación de políticas económicas.

Objetivo General

Obtener información completa, homogénea, oportuna y confiable de “precios al por mayor” de los productos líderes que se tranzan en el canal de comercialización mayorista. Incluye en su composición bienes de demanda intermedia, bienes de consumo final y bienes de capital, clasificados por su origen en nacionales e importados y de acuerdo a los sectores productivos: Agrícola y Manufacturero.

Objetivos Específicos

- Recopilar información de precios al por mayor de los productos que son objeto de investigación.
- Conformar una base de datos de precios al por mayor, y
- Constituirse en un insumo de análisis para las Cuentas Nacionales.

Descripción

	CONTENIDO
	1 GENERALIDADES
	1.1. Introducción
	1.2 Antecedentes
	1.3 Objetivo General
	1.4 Objetivos Específicos
	1.5 Disposiciones Legales
	1.5.1 De la Obligación de los Informantes
	1.5.2 Del Secreto Estadístico
	1.5.3 Del Compromiso de Confidencialidad de la Información
	1.5.4 Del Incumplimiento en la Entrega de la Información por los Informantes
	1.5.5 De las Sanciones y Excepciones
	2 DEFINICIONES
	2.1 Número Índice
	2.2 Índice de Precios al por Mayor
	2.3 Precio al por Mayor
	2.4 Canasta del Índice de Precios al por Mayor
	2.5 Comercializadora
	3 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
	3.1 Unidad de Investigación
	3.2 Cobertura Geográfica
	3.3 Áreas Comerciales
	3.4 Tipos de Establecimientos
	3.4.1 Puesto Móvil
	3.4.2 Puesto Fijo
	3.4.3 Tienda de Barrio/Almacén/Tienda de Abarrotes
	3.4.4 Local Especializado
	3.5 Variables Básicas
	4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL - IPM
	4.1 Funciones del(a) Cotizador(a)
	4.2 Obligaciones del(a) Cotizador(a)
	4.3 Prohibiciones del(a) Cotizador(a)
	5 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
	5.1 Periodicidad de la Recolección de la Información
	5.2 Instrumentos de Recolección
	5.3 Criterios de Recolección de Precios
	5.3.1 Para productos AGRÍCOLAS
	5.3.2 Para COMERCIALIZADORAS
	6 ETAPAS DEL OPERATIVO DE CAMPO
	6.1 Antes del Operativo de Campo
	6.1.1 Instalación de la Aplicación Android
	6.1.2 Carga de Trabajo
	6.1.3 Verificación de la Carga de Trabajo Asignada
	Manual del Cotizador - Índice de Precios al Por Mayor
	2
	6.1.4 Verificación de Batería del Dispositivo Móvil
	6.2 Durante el Operativo de Campo
	6.2.1 Habilitar el GPS del Dispositivo
	6.2.2 Ubicación de Informante
	6.2.3 Identificación del Producto
	6.2.4 Variedad
	6.2.5 Producto Específico
	6.2.6 Captura de Información de Precios
	6.2.7 Uso de Códigos de Mercado - IPM AGRICOLAS
	6.2.8 Uso de Códigos de Mercado - IPM COMERCIALIZADORAS
	6.2.9 Cambio de Especificación - IPM COMERCIALIZADORAS
	Procedimiento de Llenado de Información en el Aplicativo
	6.3 Después del Operativo de Campo
	6.3.1 Revisión de la Información en el Dispositivo
	6.3.2 Verificación de la información
	6.3.3 Consolidación de la Información
	6.3.4 Trabajo de Oficina
	6.3.5 Variación de Precios Positivos y Negativos
	7 REPORTES SEMANALES Y MENSUALES IPM
	7.1 Guía de Reportes Semanales y Mensuales IPM
	7.2 Generación de Reportes IPM
Tabla de contenidos	
Nombre del archivo	MANUAL COTIZADOR IPM.pdf

MANUAL DEL ESPECIALISTA NACIONAL DE MONITOREO - INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR IPM

Título	MANUAL DEL ESPECIALISTA NACIONAL DE MONITOREO - INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR IPM
Autor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Fecha	2024-01-01
País	Bolivia
Idioma	Spanish
Editor(es)	Instituto Nacional de Estadística

INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR	
El INE en su política de fortalecimiento y actualización de las estadísticas sectoriales y en particular de los índices de precios, ha rediseñado y reformulado una nueva base para el Índice de Precios al por Mayor (IPM), se inscribe dentro de su política, orientada a mantener actualizadas las bases de datos de todos los indicadores que se encuentran bajo su responsabilidad. Es de conocimiento general la importancia que tienen los indicadores de corto plazo (coyunturales) en la toma de decisiones de política económica, ya que, en ausencia de ellos, normalmente las adopciones de este tipo de políticas traen implícitos una serie de errores e inconsistencias cuyos efectos se traducen en desajustes difíciles de enmendar. El presente manual, dirigido al personal del operativo de campo del IPM, se constituye en una guía que les permitirá conocer los conceptos y los procedimientos a seguir para la recolección de información.	
Antecedentes	
El Índice de Precios al por Mayor (IPM) fue elaborado por primera vez por el Banco Central de Bolivia en el año 1975, posteriormente se cambió de base al año 1985 y estuvo vigente hasta el año 1993. Dicho indicador se calculaba con información de precios al por mayor de productos de los sectores:	
Agropecuario, Manufacturero e Importador. A partir de junio de 2014, el IPM se reorienta en función a recomendaciones del Banco Mundial y la Comisión Económica para América Latina CEPAL para contar con un indicador internacionalmente comparable, por un lado y por el otro la de identificar los Márgenes y Canales de Comercialización que permitan contar con el instrumento para la toma de decisiones y consiguiente generación de políticas económicas.	
Objetivo General	
Obtener información completa, homogénea, oportuna y confiable de "precios al por mayor" de los productos líderes que se tranzan en el canal de comercialización mayorista. Incluye en su composición bienes de demanda intermedia, bienes de consumo final y bienes de capital, clasificados por su origen en nacionales e importados y de acuerdo a los sectores productivos:	
Agrícola y Manufacturero.	
Objetivos	
Específicos	
- Recopilar información de precios al por mayor de los productos que son objeto de investigación.	
- Conformar una base de datos de precios al por mayor, y	
- Constituirse en un insumo de análisis para las Cuentas Nacionales.	

	CONTENIDO
	1 GENERALIDADES
	1.1 Introducción
	1.2 Antecedentes
	1.3 Objetivo
	1.4 Objetivos
	1.4.1 Específicos
	1.5 Disposiciones
	1.5.1 Legales
	1.5.1.1 De la Obligación de los Informantes
	1.5.2 Del Secreto Estadístico
	1.5.3 Del Compromiso de Confidencialidad de la Información
	1.5.4 Del Incumplimiento en la Entrega de la Información por los Informantes
	1.5.5 De las Sanciones y Excepciones
	2 DEFINICIONES
	2.1 Número Índice
	2.2 Índice de Precios al por Mayor
	2.3 Precio al por Mayor
	2.4 Canasta del Índice de Precios al por Mayor
	2.5 Comercializadora
	3 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
	3.1 Unidad de Investigación
	3.2 Cobertura Geográfica
	3.3 Áreas Comerciales
	3.4 Tipos de Establecimientos
	3.4.1 Puesto Móvil
	3.4.2 Puesto Fijo
	3.4.3 Almacén/Tienda de Abarrotes
	3.4.4 Local Especializado
	3.5 Variables Básicas
	4 MARCO CONCEPTUAL
	4.1. Canasta básica
	4.2. Contribución
	4.3. Índice de precios al por Mayor (IPM)
	4.4. Índice de precios Laspeyres
	4.5. Variaciones
	4.6. Factor de Ajuste
	4.7. Precio
	4.8. Canal de comercialización mayorista
	4.9. Productos Manufacturados
	4.10. Importación
	4.11. Producción Agrícola
	5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL - IPM
	5.1 Funciones del Especialista o Técnico Nacional de Monitoreo
	5.2 Obligaciones del Especialista o Técnico Nacional de Monitoreo
	5.3 Prohibiciones del Especialista o Técnico Nacional de Monitoreo
Tabla de contenidos	Manual del Cotizador - Índice de Precios al Por Mayor
	3
	6 MONITOREO DE LA INFORMACIÓN
	6.1 Acceso al Sistema
	6.2 Operativo de Campo
	6.2.1 Asignación de Mercados
	6.2.2 Asignación de Comercializadoras
	6.2.3 Recorridos
	6.2.4 Código de Activación
	6.2.5 Variaciones Positivas
	6.2.6 Variaciones Negativas
	6.2.7 Resumen de Variaciones
	6.2.8 Calendario de Actividades
	6.3 Mapas
	6.4 Reportes
	6.4.1 Variación de Precios
	6.4.2 Pendientes
	6.4.3 Asignación Agrícolas
	6.4.4 Asignación Manufacturados
	6.4.5 Avance Agrícolas
	6.4.6 Avance Manufacturados
	6.4.7 Agrícolas (Reportes)
	6.4.8 Manufacturados (Reporte)
	6.4.9 Monitoreo
	6.4.10 Productos con Mayor incidencia
	6.4.11 Catálogos
	6.4.12 Directorio Mercados y Comercializadoras
	6.4.13 Justificación
	6.5 Documentos
	6.5.1 Directorio
	6.5.2 Ponderadores
	6.5.3 Clasificador
	6.5.4 Manual y Normativa
	6.6 Informante
	6.6.1 Pendientes
	6.6.2 Mercados
	6.6.3 Comercializadoras
	6.6.4 Cambio de Informante o Fusión
	6.6.5 Cambio de Especificación
	6.6.6 Aprobar Agrícolas y Manufacturas
	7 Validación de la información de precios
	7.1 Métodos de Validación
	7.1.1 Variaciones
	7.1.2 Máximos y Mínimos
	7.1.3 Desviación Estándar
	7.1.4 Códigos de Mercado
	7.1.5 Filtros de los reportes generados del sistema

MANUAL SISTEMA INFORMATICO / APLICACION INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR - IPM

Título	MANUAL SISTEMA INFORMATICO / APLICACION INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR - IPM
Autor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Fecha	2024-01-01
País	Bolivia
Idioma	Spanish
Editor(es)	Instituto Nacional de Estadística
	Contenido
	1. Procesamiento de la Información del Sistema IPM
	2. Sistema de Codificación
	2.1. Clasificador de Productos IPM
	2.2. Sistema de Validación y Consistencia
	2.3. Diseño de registro y Estructura de la Base de Datos
	3. Análisis en los sistemas IPM
	3.1. Resumen de variables
	3.2. Módulo de captura. Resumen de variables
	3.2.1. Módulo de consolidación
	3.2.2. Instalación de la Aplicación Android
	3.2.3. Carga de Trabajo
Tabla de contenidos	3.2.4. Verificación de la Carga de Trabajo Asignada
	3.2.5. Verificación de Batería del Dispositivo Móvil
	3.3. Durante el Operativo de Campo
	3.3.1. Habilitar el GPS del Dispositivo
	3.3.2. Ubicación de Informante
	3.3.3. Identificación del Producto
	3.3.4. Variedad
	3.3.5. Producto Específico
	3.3.6. Captura de Información de Precios
	3.3.7. Uso de Códigos de Mercado - IPM AGRICOLAS
	3.3.8. Uso de Códigos de Mercado - IPM COMERCIALIZADORAS (Productos Manufacturados)
	3.3.9. Cambio de Especificación - IPM COMERCIALIZADORAS
	3.4. Procedimiento de Llenado de Información en el Aplicativo
Nombre del archivo	MANUAL SISTEMA INFORMATICO.pdf

MANUAL DE ESPECIALISTA O TECNICO DEPARTAMENTAL - SUPERVISION - INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR IPM 2024

MANUAL DE ESPECIALISTA O TECNICO	
Título	DEPARTAMENTAL - SUPERVISION - INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR IPM 2024
Autor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Fecha	2024-01-01
País	Bolivia
Idioma	Spanish
Editor(es)	Instituto Nacional de Estadística

INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR

El INE en su política de fortalecimiento y actualización de las estadísticas sectoriales y en particular de los índices de precios, ha reformado una nueva base para el Índice de Precios al por Mayor (IPM), se inscribe dentro de su política, orientada a mantener actualizadas las bases de datos de los indicadores que se encuentran bajo su responsabilidad. Es de conocimiento general la importancia que tienen los indicadores de corto plazo (cuantitativos) en la toma de decisiones de política económica, la que en materia de ellos, normalmente las adopciones de este tipo de políticas tienen implicadas una serie de errores e incertidumbres cuyos efectos se traducen en desajustes difíciles de erradicar. El presente manual, dirigido al personal del operador de campo del IPM, se constituye en una guía que les permitirá conocer los conceptos y los procedimientos a seguir para la recolección de información.

Actualmente, el Índice de Precios al por Mayor (IPM) fue elaborado por primera vez por el Banco Central de Bolivia en el año 1975, posteriormente se cambió de base al año 1985 y estuvo vigente hasta el año 1993. Dicho indicador se calculaba con información de precios al por mayor de productos de los sectores:

Agricultario, Manufacturero e Importado. A partir de junio de 2014 el IPM se reanuda en función de recomendaciones del Banco Mundial y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) para contar con un indicador con criterios internacionalmente comparables por un lado y por el otro la de significativos. Magenta y Canales de Comercialización que permitan contar con el instrumento para la toma de decisiones y consiguiente generación de políticas económicas. Objetivo General: Obtener información completa, homogénea, oportuna y confiable de "precios al por mayor" de los productos básicos que se transan en el canal de comercialización mayorista. Incluye en su composición bienes de consumo, alimentos, bebidas, bienes de consumo final y bienes de capital, clasificados por su origen en nacionales e importados y de sectores productivos: Agrícola y Manufacturero. Objetivos Específicos: Recopilar información de precios al por mayor de los productos que son objeto de investigación. Continuar una base de datos de precios al por mayor, y Contribuir en un proceso de análisis para las Cuentas Nacionales.

CONTENIDO
1 GENERALIDADES
1.1 Introducción
1.2 Antecedentes
1.3 Objetivo General
1.4 Objetivos
1.5 Disposiciones
1.6 Legales
1.5.1 De la Obligación de las Informantes
1.5.2 Del Secreto Estadístico
1.5.3 Del Compromiso de Confidencialidad de la Información
1.5.4 Del Incumplimiento en la Entrega de la Información por los Informantes
1.5.5 De las Sanciones y Excepciones
2 DEFINICIONES
2.1 Número Índice
2.2 Índice de Precios al por Mayor
2.3 Precio al por Mayor
2.4 Cálculo del Índice de Precios al por Mayor
2.5 Comercializadora
3 PRINCIPIALES
CARACTERÍSTICAS
3.1 Unidad de Investigación
3.2 Cobertura
3.3 Geografía
3.4 Tipos de Establecimientos
3.4.1 Puesto Móvil
3.4.2 Puesto Fijo
3.4.3 Tienda de Barrio/Quedada/Tienda de Abastos
3.4.4 Local Especialista
3.5 Variables Básicas
3.6 Situaciones de Mercado
4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL - PME
4.1 Funciones del Especialista a Técnico Departamental - Supervisión
4.2 Obligaciones del Especialista a Técnico Departamental - Supervisión
4.3 Prohibiciones del Especialista a Técnico Departamental - Supervisión
5 MONITOREO DE LA INFORMACIÓN
5.1 Acceso al Sistema
5.2 Operativo de Campo
5.2.1 Asignación de Mercados
5.2.2 Recorridos
5.2.3 Código de Actividad
5.2.4 Variaciones Positivas
5.2.5 Variaciones Negativas
5.2.6 Resumen de Variaciones
5.2.7 Cuestionario de Actividades
5.3 Mapas
5.4 Reportes
5.4.1 Manual Especialista o Técnico Departamental
5.4.2 Presidentes
5.4.3 Asencia Agrícola
5.4.4 Asencia Manufacturadas
5.4.5 Reporte Agrícola
5.4.6 Reporte Manufacturadas
5.4.7 Muestreo
5.4.8 Catálogos
5.4.9 Directorio Mercados y Comercializadoras
5.5 Documentos
5.5.1 Directorio
5.5.2 Reordenadores
5.5.3 Clasificador
5.5.4 Manual y Normativa
5.6 Informante
5.6.1 Residentes
5.6.2 Mercados
5.6.3 Comercializadoras
5.6.4 Cambio de Informante a Puesto
5.6.5 Cambio de Especificación
6 VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE PRECIOS
6.1 Métodos de Validación
6.1.1 Variaciones
6.1.2 Máximos y Mínimos
6.1.3 Desviación Estándar
6.1.4 Validación de la información por Reportes Agrícolas y Manufacturadas
6.1.5 Validación de la información por Códigos o Situación de Mercado
Tabla de contenidos
CONTENIDO
1 GENERALIDADES
1.1 Introducción
1.2 Antecedentes
1.3 Objetivo General
1.4 Objetivos
1.5 Disposiciones
1.6 Legales
1.5.1 De la Obligación de las Informantes
1.5.2 Del Secreto Estadístico
1.5.3 Del Compromiso de Confidencialidad de la Información
1.5.4 Del Incumplimiento en la Entrega de la Información por los Informantes
1.5.5 De las Sanciones y Excepciones
2 DEFINICIONES
2.1 Número Índice
2.2 Índice de Precios al por Mayor
2.3 Precio al por Mayor
2.4 Cálculo del Índice de Precios al por Mayor
2.5 Comercializadora
3 PRINCIPIALES
CARACTERÍSTICAS
3.1 Unidad de Investigación
3.2 Cobertura
3.3 Geografía
3.4 Tipos de Establecimientos
3.4.1 Puesto Móvil
3.4.2 Puesto Fijo
3.4.3 Tienda de Barrio/Quedada/Tienda de Abastos
3.4.4 Local Especialista
3.5 Variables Básicas
3.6 Situaciones de Mercado
4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL - PME
4.1 Funciones del Especialista a Técnico Departamental - Supervisión
4.2 Obligaciones del Especialista a Técnico Departamental - Supervisión
4.3 Prohibiciones del Especialista a Técnico Departamental - Supervisión
5 MONITOREO DE LA INFORMACIÓN
5.1 Acceso al Sistema
5.2 Operativo de Campo
5.2.1 Asignación de Mercados
5.2.2 Recorridos
5.2.3 Código de Actividad
5.2.4 Variaciones Positivas
5.2.5 Variaciones Negativas
5.2.6 Resumen de Variaciones
5.2.7 Cuestionario de Actividades
5.3 Mapas
5.4 Reportes
5.4.1 Manual Especialista o Técnico Departamental
5.4.2 Presidentes
5.4.3 Asencia Agrícola
5.4.4 Asencia Manufacturadas
5.4.5 Reporte Agrícola
5.4.6 Reporte Manufacturadas
5.4.7 Muestreo
5.4.8 Catálogos
5.4.9 Directorio Mercados y Comercializadoras
5.5 Documentos
5.5.1 Directorio
5.5.2 Reordenadores
5.5.3 Clasificador
5.5.4 Manual y Normativa
5.6 Informante
5.6.1 Residentes
5.6.2 Mercados
5.6.3 Comercializadoras
5.6.4 Cambio de Informante a Puesto
5.6.5 Cambio de Especificación
6 VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE PRECIOS
6.1 Métodos de Validación
6.1.1 Variaciones
6.1.2 Máximos y Mínimos
6.1.3 Desviación Estándar
6.1.4 Validación de la información por Reportes Agrícolas y Manufacturadas
6.1.5 Validación de la información por Códigos o Situación de Mercado

NORMATIVA TECNICA INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR - IPM

Título	NORMATIVA TECNICA INDICE DE PRECIOS AL POR MAYOR - IPM
Autor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Fecha	2024-01-01
País	Bolivia
Idioma	Spanish
Editor(es)	Instituto Nacional de Estadística

	Contenido
	1. INTRODUCCIÓN
	2. ANTECEDENTES
	3. OBJETIVOS
	3.1. Objetivo Principal
	3.2. Objetivos Secundarios
	4. MARCO
	CONCEPTUAL
	4.1. Canasta básica
	4.2. Contribución
	4.3. Índice de precios al por Mayor (IPM)
	4.4. Índice de precios Laspeyres
	4.5. Variaciones
	4.6. Factor de Ajuste
	4.7. Precio
	4.8. Canal de comercialización mayorista
	4.9. Manufacturados
	4.10. Importación
	4.11. Producción Agrícola
	5. DISEÑO ESTADÍSTICO
	5.1. Tipo de operación estadística
	5.2. Universo
	5.3. Población objetivo
	5.4. Período de referencia
	5.5. Período de recolección
	5.6. Instrumentos de recolección de información
	5.6.1. Directorio
	5.6.2. Catálogos
	5.6.3. Manual del/la Encuestador/a
	5.6.4. Manual del/la Monitor
	5.6.5. Cuestionarios del Índice de precios al por Mayor
	5.7. Principales Características
	5.8. Definiciones operativas
	5.8.1. Cartografía Digital Estadística
	5.8.1.1. Dispositivo Móvil
	5.9. Diseño muestral
	5.9.1. Objetivos del diseño de la muestra
	5.9.2. Universo
	5.9.3. Tipo de Muestreo
	5.9.4. Unidades básicas de investigación
	5.9.5. Unidad de análisis
	5.9.6. Unidad de muestreo
	5.9.7. Tamaño de la muestra
Tabla de contenidos	5.9.7.1. Distribución de la Muestra por Departamento y área geográfica
	6. PRODUCCIÓN ESTADÍSTICA
	6.1. Personal de trabajo - Talento Humano
	6.2. Recursos, Materiales y Equipos
	6.3. Inducción / Capacitación
	6.4. Levantamiento de información
	6.5. Operativo de campo
	6.5.1. Primera fase: Establecimiento de cronogramas y asignación de cargas de trabajo
	6.5.2. Segunda fase: Visita a las comercializadoras / Entrevista / Captura de precios, operativo de campo
	6.5.2.1. Resultado del operativo de campo
	6.5.3. Tercera fase: Justificación de Variaciones
	6.5.3.1. Proceso de Recopilación de datos ante eventualidades como "Emergencias sanitarias", "Conflictos sociales" u otros Similares
	6.5.4. Cuarta fase: Cálculo del Índice
	6.6. Monitoreo
	6.7. Procesamiento de datos
	6.7.1. Sistema de Entrada de Datos
	Índice de precios por mayor IPM - Normativa Técnico
	6.7.2. Generación de cuadros de salida
	6.8. Métodos y Mecanismos de control de calidad
	6.8.1 Operativo de campo
	6.8.1.1. Supervisión del trabajo de campo
	6.8.2. Control de la calidad de la información - Monitoreo
	6.8.3. Procesamiento
	7. ANÁLISIS
	7.1. Resumen de variables
	8. DIFUSIÓN
	9. RESULTADOS
	10. INDICADORES DE EFICACIA

IPM RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA INE DGE Nro 001 2022

Título	IPM RESOLUCIÓN ADMINISTRATIVA INE DGE Nro 001 2022
Autor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Fecha	2022-01-04
País	Bolivia
Idioma	Spanish
Editor(es)	Instituto Nacional de Estadística
Descripción	La resolución administrativa de donde resuelve aprobar la norma técnica de la Operación Estadística de Índice de Precios al por Mayor(IPM).
Nombre del archivo	IPM RES.ADM. INE DGE Nro 001 2022.pdf
