

El Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) es un indicador cuya finalidad es estimar la evolución de los precios de los bienes y servicios que consumen las familias en México, por lo que el INPC se considera el mejor referente de las variaciones de los precios de los bienes y servicios comercializados en el país, de ahí su principal importancia para estimar y así conocer el comportamiento de los precios.

INPC

ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL
CONSUMIDOR: PRODUCTOS DEL
CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR
“ENE-JUL 2014”



CANIPEC

**ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR:
PRODUCTOS DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR**

El *ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (INPC): PRODUCTOS DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR*, es un reporte mensual que muestra la evolución en el tiempo del nivel general de precios de los bienes que consume un hogar promedio en el territorio nacional. El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) cuenta con la siguiente clasificación del INPC, *del consumo individual por finalidades*¹.

Este reporte muestra la información de manera agregada para cada categoría del INPC y de manera desagregada de los diferentes productos del cuidado personal y del hogar como lo muestra la siguiente tabla, con la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades y su ponderación:

INPC, Clasificación del Consumo Individual por Finalidades		Ponderación
Concepto		100.0
1	Alimentos y bebidas no alcohólicas	18.7
2	Bebidas alcohólicas y tabaco	2.6
3	Prendas de vestir y calzado	5.5
4	Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	23.5
5	Muebles, artículos para el hogar y para su conservación	5.2
5.6	Bienes y servicios para la conservación ordinaria del hogar	3.6
5.6.1	Bienes no duraderos para el hogar	2.2
	Blanqueadores	0.2
	Desodorantes ambientales	0.1
	Detergentes	0.8
	Escobas, fibras y estropajos	0.1
	Jabón para lavar	0.1
	Suavizantes y limpiadores	0.5
	Plaguicidas	0.1
6	Salud	2.2
7	Transporte	12.7
8	Comunicaciones	4.0
9	Recreación y cultura	4.4
10	Educación	5.1
11	Restaurantes y hoteles	9.6
12	Bienes y servicios diversos	6.5
12.1.2	Aparatos eléctricos para el cuidado personal	0.2

¹ Esta clasificación está siendo adoptada crecientemente por las agencias estadísticas internacionales y de diversos países, destacando entre otros, el Índice Armonizado de Precios al Consumidor (HIPC, por sus siglas en inglés) utilizado por la Unión Europea. Adicionalmente, la Organización Internacional del Trabajo (organismo responsable de generalizar las mejores prácticas en lo referente a índices de precios) recomienda que *“para comparaciones internacionales... la clasificación del índice de precios al consumidor debe ser comparable con la versión más reciente de la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF) al menos a nivel de división”*.

**ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR:
PRODUCTOS DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR**

	Navajas y máquinas de afeitar	0.2
12.1.3	Otros aparatos, artículos y productos para el cuidado personal	4.2
	Artículos de maquillaje	0.2
	Cremas para la piel	0.3
	Desodorantes personales	0.4
	Jabón de tocador	0.3
	Lociones y perfumes	0.7
	Otros artículos de tocador	0.1
	Pasta dental	0.4
	Productos para el cabello	0.7
Fuente: Elaborada por CANIPEC con datos del INEGI.		

La interpretación del cuadro anterior es la siguiente: por cada 100 pesos que un mexicano gasta, destina 2 centavos para la compra de blanqueadores, 1 centavo para la compra de desodorantes ambientales, 2 centavos para la compra de artículos de maquillaje, 3 centavos para la compra en cremas para la piel y 7 centavos para la compra de lociones y perfumes, por mencionar algunos ejemplos.

Podemos concluir, según el ponderador de la Encuesta Nacional de Ingreso Gasto de los Hogares del INEGI, que por cada 100 pesos que gasta un mexicano:

- 2 pesos los destina para la compra en productos del cuidado del hogar y
- 3.2 pesos los destina para la compra en productos del cuidado personal.

Con este reporte, CANIPEC refrenda su compromiso con brindar información relevante para su membresía, a fin de conocer mensualmente el comportamiento de los precios de los productos del cuidado personal y del hogar, por lo que esperamos que este reporte sea de utilidad.

Elaboró:

Lic. José Manuel Martínez Montaña
Coordinador Económico

ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR: PRODUCTOS DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR

PERFIL DEL CONSUMIDOR ACTUAL

Para entender el comportamiento del consumo, es imperante conocer cómo está estructurada la población de nuestro país, conocer cuántas personas son las que habitan en México, así como su estructura por edades y sobre todo, conocer los diversos estratos sociales que comprende nuestra sociedad. En este apartado, encontraremos la pirámide poblacional actual de México y los perfiles de la población, de acuerdo a sus roles socioeconómicos.

La Secretaría de Economía en el “Programa Nacional de Protección a los Derechos del Consumidor 2013-2018”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el jueves 8 de mayo de 2014, menciona el perfil del consumidor actual, haciendo mención que: la población mexicana se estratifica en diversas clases sociales determinadas con base en sus funciones, costumbres, situación económica y de poder. Estas clases se describen en seis perfiles que engloban a un determinado tipo de persona de acuerdo con la ocupación o actividad que desempeña dentro de la sociedad mexicana, sus ingresos económicos, su nivel cultural y, finalmente, sus pautas de comportamiento; estas clases son 6:

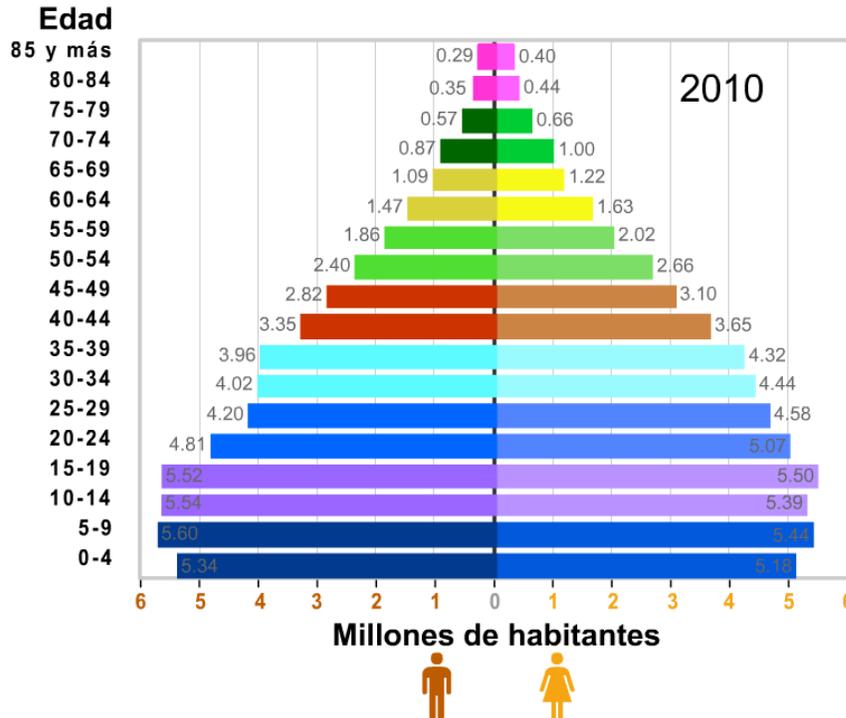
1. Baja – Baja: Se estima que representa el 35% de la población [39.3 millones], y está constituida por trabajadores temporales e inmigrantes, comerciantes informales, desempleados, y gente que vive de la asistencia social [Sus ingresos pueden ser de 0 pesos a 2,699 pesos].
2. Baja – Alta: Se estima que sea aproximadamente 25% de la población nacional [28.1 millones] y está conformada principalmente por obreros y campesinos (agricultores). Es la fuerza física de la sociedad, ya que realiza arduos trabajos a cambio de un ingreso ligeramente superior al sueldo mínimo [Sus ingresos pueden ser de 2,700 pesos hasta 6,799 pesos].
3. Media – Baja: Formada por oficinistas, técnicos, supervisores y artesanos calificados. Sus ingresos son estables, se estima que sea el 20% de la población nacional [22.4 millones. Sus ingresos pueden ser de 6,800 pesos hasta 11,599 pesos].
4. Media – Alta: Se estima que sea aproximadamente 14% de la población nacional [15.7 millones. Sus ingresos oscilan entre 11,600 pesos hasta 34,999 pesos].
5. Alta – Baja: Sus ingresos económicos son cuantiosos y muy estables. Se estima que sea aproximadamente el 5% de la población nacional [5.6 millones. Sus ingresos pueden ser 35,000 pesos hasta 84,999 pesos].
6. Alta – Alta: Se estima que sea aproximadamente 1% de la población nacional [1.1 millones. Sus ingresos son mayores a los 85,000 pesos].

Por otro lado, en el “Censo de Población y Vivienda 2010” del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), se contaron 112 millones 336 mil 538 habitantes en México. Al dividir el total de la población de acuerdo con su edad y sexo, obtenemos la siguiente pirámide poblacional:

ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR: PRODUCTOS DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR

PIRÁMIDE POBLACIONAL: MÉXICO

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.



México está entre los once países más poblados del mundo, después de China, India, EE.UU, Indonesia, Brasil, Pakistán, Bangladesh, Rusia, Nigeria y Japón. En nuestro país, las entidades con mayor número de habitantes son: Estado de México (15,175,862 persona), Distrito Federal (8,851,080 personas) y Veracruz de Ignacio de la Llave (7,643,194 personas). Los menos poblados son Baja California Sur (637,026 persona), Colima (650,555) y Campeche (822,441).

PIB TRIMESTRAL MÉXICO (variación %)

Finalmente, incorporamos la evolución de la variación porcentual del Producto Interno Bruto (PIB) Nacional, debido a que el PIB mide la cantidad de bienes y servicios producidos por una economía, en un determinado periodo de tiempo, en este caso, mostraremos la evolución del PIB trimestral. El PIB es el principal indicador para conocer el comportamiento de la economía, al conocerlo: da seguridad a los inversionistas nacionales y extranjeros para realizar inversiones en el país, y a los consumidores permite planear sus gastos o ahorros en el corto, mediano y largo plazo.



ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR: PRODUCTOS DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR

El Producto Interno Bruto trimestral ofrece, en el corto plazo, una visión oportuna, completa y coherente de la evolución de las actividades económicas del país, proporcionando información oportuna y actualizada, para apoyar la toma de decisiones. Fuente: INEGI

En el siguiente cuadro, podemos observar la evolución de los precios los 12 grupos que integra el INPC con la *Clasificación del consumo individual por finalidades* de los últimos 6 meses del 2014, haciendo énfasis en los productos del cuidado personal y del hogar, en comparación con la segunda quincena de diciembre de 2010, año base².

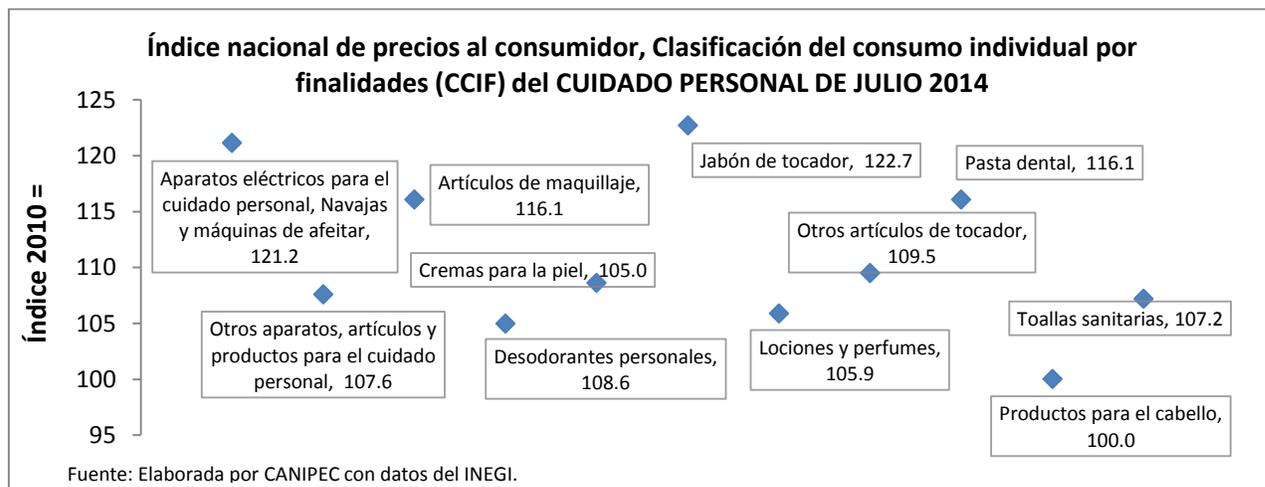
Índice nacional de precios al consumidor, Clasificación del consumo individual por finalidades Segunda quincena de diciembre 2010 = 100	2014							Evolución mensual
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	
	112.5	112.8	113.1	112.9	112.5	112.7	113.0	
01 Alimentos y bebidas no alcohólicas	118.5	118.2	118.6	118.2	118.9	118.8	119.3	
02 Bebidas alcohólicas y tabaco	120.2	121.0	121.2	121.1	122.0	123.1	123.6	
03 Prendas de vestir y calzado	107.1	108.3	108.5	108.8	109.0	109.0	108.4	
04 Vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles	108.9	109.3	109.4	107.8	105.5	105.7	105.9	
05 Muebles, artículos para el hogar y para su conservación	111.3	111.6	112.0	112.4	112.5	112.3	112.3	
<i>Blanqueadores</i>	115.8	115.7	116.5	118.4	117.6	117.8	118.6	
<i>Desodorantes ambientales</i>	115.5	114.9	116.6	117.4	117.6	116.0	115.8	
<i>Detergentes</i>	109.5	108.8	109.7	110.9	112.0	111.8	112.0	
<i>Jabón para lavar</i>	131.4	130.5	132.0	131.0	130.3	129.8	129.4	
<i>Suavizantes y limpiadores</i>	116.9	116.3	115.2	116.4	117.3	117.7	117.4	
<i>Plaguicidas</i>	119.6	119.2	119.4	119.0	117.7	116.1	116.9	
06 Salud	112.8	113.4	113.8	114.2	114.5	114.8	115.2	
07 Transporte	120.6	121.1	121.6	122.2	122.5	122.9	123.5	
08 Comunicaciones	84.0	84.7	84.7	83.9	82.7	82.7	82.8	
09 Recreación y cultura	105.4	105.9	105.9	107.1	106.1	106.4	107.8	
10 Educación	114.1	114.5	114.5	114.5	114.6	114.8	114.9	
11 Restaurantes y hoteles	116.2	117.0	117.5	118.2	118.9	119.2	119.6	
12 Bienes y servicios diversos	106.7	105.7	106.1	106.5	106.7	107.1	107.1	
<i>Aparatos eléctricos para el cuidado personal, Navajas y máquinas de afeitar</i>	117.7	118.7	118.6	119.2	120.7	121.2	121.2	
<i>Otros aparatos, artículos y productos para el cuidado personal</i>	108.0	106.1	106.7	107.0	107.2	107.7	107.6	
<i>Artículos de maquillaje</i>	113.8	114.2	115.4	115.1	116.0	116.5	116.1	
<i>Cremas para la piel</i>	104.2	104.1	106.2	107.5	108.8	107.9	105.0	
<i>Desodorantes personales</i>	110.0	104.7	103.5	104.0	106.2	108.3	108.6	
<i>Jabón de tocador</i>	123.9	120.5	120.1	121.0	120.9	122.5	122.7	
<i>Lociones y perfumes</i>	105.5	102.3	104.1	105.9	104.8	105.6	105.9	
<i>Otros artículos de tocador</i>	108.6	107.5	107.0	108.3	107.9	108.7	109.5	
<i>Pasta dental</i>	116.5	115.7	116.2	114.7	116.1	117.3	116.1	
<i>Productos para el cabello</i>	103.0	99.4	99.6	100.5	99.1	100.0	100.0	
<i>Toallas sanitarias</i>	106.8	106.6	107.7	107.3	108.1	107.9	107.2	

Fuente: Elaborada por CANIPEC con datos del INEGI.

² El INPC contempla a 283 conceptos genéricos (agrupan productos específicos con características similares), 18 de los cuales se desagregan en 48 variedades para alcanzar 313 conceptos. Se cotizan mensualmente alrededor de 235 mil precios.

ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR: PRODUCTOS DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR

Del cuadro anterior, podemos observar la siguiente distribución de los productos del Cuidado Personal:



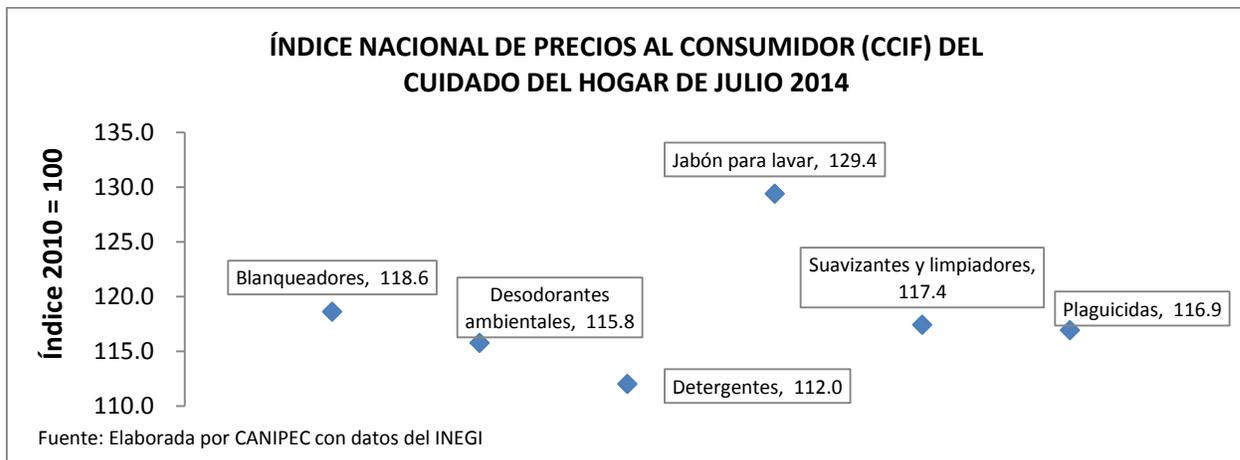
El mayor incremento de precios, corresponde a los Jabones de Tocador (22.7%) que continua en incremento a partir de Mayo de este año, Navajas y máquinas de afeitar (21.2%), Pasta dental (16.1%) quien presentó una baja en su precio de 1.2% con respecto a Junio. Artículos de maquillaje (16.1%), Otros artículos de tocador (9.5%), Desodorantes personales (8.6%), Cremas para la piel y Toallas sanitarias (7.2%), Otros aparatos, artículos y productos para el cuidado personal (7.6%), Lociones y perfumes (5.9%). Productos para el cabello, ya que, dada la ponderación nos encontramos con que su precio es exactamente el mismo que el precio del año 2010.

Cabe aclarar que los productos mostrados en la gráfica contemplan a otros productos según, la clasificación de la Encuesta Nacional de Ingreso Gasto 2010 del NEGI, por ejemplo:

- *Aparatos eléctrico para el cuidado personal, Navajas y máquinas de afeitar* contempla también las cremas para afeitar y rastrillos.
- *Artículos de maquillaje* contempla: cosméticos, polvo y maquillaje, lápiz labial, delineador de ojos entre otros.
- *Pasta dental* contempla también a los hilos dentales y a los enjuagues bucales.
- *Otros artículos de tocados* contempla artículos de tocador para bebé, cepillos y peines, esmalte para uñas, y otros artículos como donas y mariposas para el cabellos, limas de uñas y pasadores.
- *Desodorantes personales* contempla también los a los talcos.
- *Productos para el cabello* contempla a champús, enjuagues, tratamiento para el cabello, gel, spray, mouse para el cabello, tintes y líquidos para permanente.
- *Cremas para la piel* contempla bronceadores y bloqueadores, además de cremas para el cuerpo para la cara y tratamiento facial.

Así mismo, de acuerdo a los resultados recopilados del sector del Cuidado del Hogar se interpreta lo siguiente:

ÍNDICE NACIONAL DE PRECIOS AL CONSUMIDOR: PRODUCTOS DEL CUIDADO PERSONAL Y DEL HOGAR



En base a los resultados estadísticos de los artículos pertenecientes al Cuidado del Hogar, la distribución de los mismos se encuentra de la forma siguiente:

En Julio de 2014, en comparación al año base (segunda quincena de 2010) nos arroja que los jabones para lavar sus precios han crecido en un 29.4% (respecto al 2010). Los precios de más categorías se han incrementado en las siguientes proporciones, Blanqueadores (18.6%), cabe mencionar que es la única división que presentó incrementos al mes de Julio (0.8%), Suavizantes y Limpiadores (17.4%), Desodorantes ambientales (15.8%), los Plaguicidas (16.9%) y Detergentes (12.0%), todos con respecto al año 2010 (año base).

Cabe aclarar que los productos mostrados en la gráfica anterior contemplan a otros productos, según la clasificación de la Encuesta Nacional de Ingreso Gasto 2010 del NEGI, por ejemplo:

- *Detergentes* contemplan a los de polvo, líquido en pasta y en gel.
- *Desodorantes ambientales* contempla también a los desodorantes para sanitarios.
- *Jabón para lavar* se refieren a los jabones de barra.
- *Suavizantes y limpiadores* contempla a los suavizantes de telas, limpiadores (en polvo o líquido) y a las ceras y limpias muebles.
- *Plaguicidas* contempla a los insecticidas en líquido, en polvo, en pastillas y raid eléctrico.

BIBLIOGRAFÍA:

- Banco Central de Chile, *Estudios Económicos Estadísticos*, Banco Central de Chile, Chile, 2009.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), *Documento Metodológico Índice Nacional de Precios al Consumidor*, INEGI, México, 2013.
- www.inegi.org.mx