



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICAS  
SAN JUAN

# Índice de Precios al Consumidor de la provincia de San Juan

FEBRERO 2021

Informe Técnico N°18

San Juan, marzo de 2021

## Índice de Precios al Consumidor de San Juan

### Febrero 2021

El Nivel general del Índice de Precios al Consumidor de San Juan (IPCSJ), representativo del total de hogares de la provincia, registró en el mes de Febrero una variación de 3,3% con relación al mes anterior, acumulando en el primer bimestre del año una suba de 8,0%. La trayectoria interanual de este indicador se ubicó en 41,3% (1,4 puntos porcentuales por encima del mes anterior).

#### Cuadro N°1. IPCSJ según divisiones de la canasta. Nivel general, variación porcentual mensual, acumulada anual e interanual. Febrero 2021

Nivel general y divisiones	Ponderación por división	Índice <sup>(1)</sup>		Variación Porcentual		
		Febrero <sup>(2)</sup>	Enero	Respecto del mes anterior	Acumulada anual	Interanual
<b>Nivel general</b>		<b>278,37</b>	<b>269,41</b>	<b>3,3</b>	<b>8,0</b>	<b>41,3</b>
1 Alimentos y bebidas no alcohólicas	30,94%	309,02	299,82	3,1	9,3	48,2
2 Bebidas alcohólicas y tabaco	2,50%	273,71	267,34	2,4	9,9	47,3
3 Prendas de vestir y calzado	12,32%	272,41	262,91	3,6	6,0	56,8
4 Vivienda, agua, electricidad y otros combustibles	11,38%	215,51	209,38	2,9	4,8	18,5
5 Equipamiento y mantenimiento del hogar	8,56%	286,74	274,72	4,4	8,4	43,4
6 Salud	7,99%	289,47	280,10	3,3	6,5	43,3
7 Transporte	7,93%	253,41	240,54	5,4	10,2	39,4
8 Comunicaciones	2,10%	285,34	278,52	2,4	13,4	5,6
9 Recreación y cultura	5,85%	287,26	280,64	2,4	4,9	43,0
10 Educación	1,58%	186,70	185,23	0,8	0,8	16,5
11 Restaurantes y hoteles	3,95%	281,06	272,90	3,0	14,0	46,8
12 Bienes y servicios varios	4,91%	269,68	261,27	3,2	5,6	24,7

Notas:

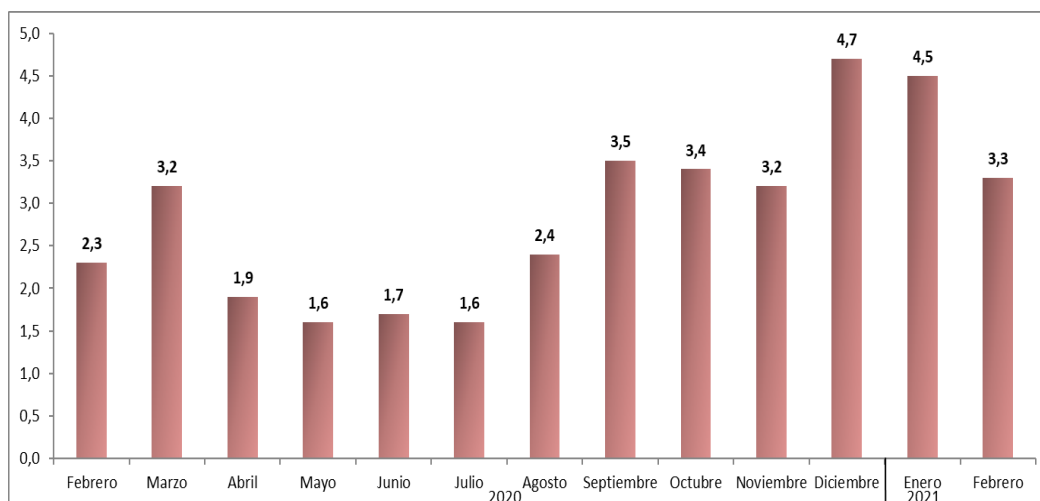
(1) Período Base: Enero - diciembre 2018 = 100

(2) Datos provisorios

Fuente: Instituto de Investigaciones Económicas y Estadísticas

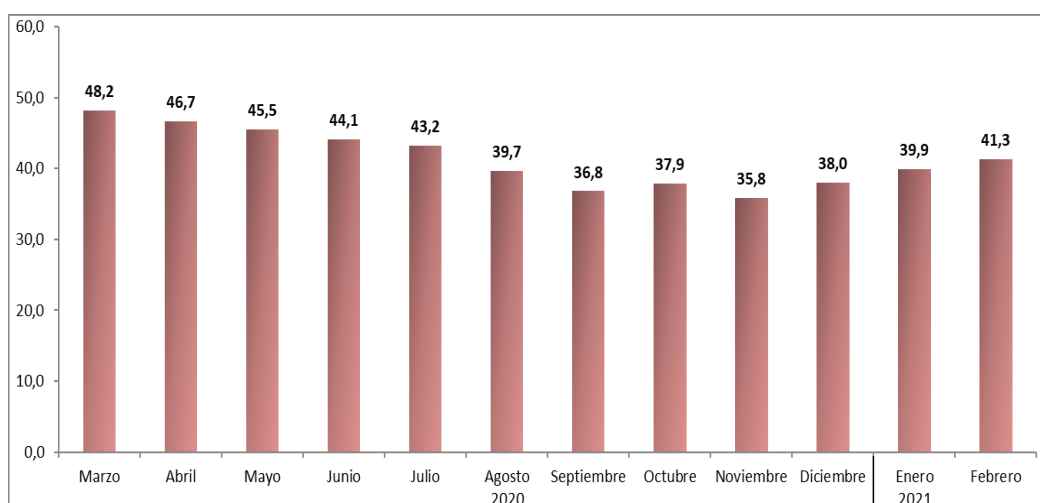
Se observa que los mayores aumentos se dieron en las divisiones Transporte (5,4%) y Equipamiento y mantenimiento del hogar (4,4%), mientras que Bebidas alcohólicas y tabaco (2,4%), Comunicaciones (2,4%), Recreación y cultura (2,4%) y Educación (0,8%) registraron las menores subas.

**Gráfico N°1. IPCSJ - Variación porcentual mensual. Nivel general.  
Febrero 2021**



Fuente: Instituto de Investigaciones Económicas y Estadísticas

**Gráfico N°2. IPCSJ - Variación porcentual interanual. Nivel general.  
Febrero 2021**



Fuente: Instituto de Investigaciones Económicas y Estadísticas

En el Cuadro N°2 se presentan los resultados del IPCSJ durante el mes de febrero, utilizando la agrupación por bienes y servicios. En el mismo se observa que los bienes registraron un incremento de 3,5% respecto al mes anterior, por encima de los servicios que aumentaron 2,8%. Así, en el primer bimestre del año del año los bienes acumularon un alza de 8,5% y los servicios de 6,3%. En términos interanuales, ambas agrupaciones se aceleraron hasta 47,8% en el caso de los Bienes (1,5 puntos porcentuales por encima del mes anterior), y 22,7% en el caso de los Servicios (1,0 puntos porcentuales por encima del mes anterior).

## Cuadro Nº 2. IPCSJ según bienes y servicios. Nivel general, variación porcentual mensual, acumulada anual e interanual. Febrero 2021

Nivel general y divisiones	Índice <sup>(1)</sup>		Variación Porcentual		
	Febrero <sup>(2)</sup>	Enero	Respecto del mes anterior	Acumulada anual	Interanual
<b>Nivel general</b>	<b>278,37</b>	<b>269,41</b>	<b>3,3</b>	<b>8,0</b>	<b>41,3</b>
Bienes	295,71	285,75	3,5	8,5	47,8
Servicios	232,16	225,84	2,8	6,3	22,7

Notas:

(1) Período Base: Enero - diciembre 2018 = 100

(2) Datos provisorios

Fuente: Instituto de Investigaciones Económicas y Estadísticas

### Notas aclaratorias

#### Nota 1

##### Relevamiento en campo

La flexibilización de las restricciones para la circulación de las personas en la provincia, permitió continuar con el relevamiento presencial de precios. Además, se continuó con los medios y canales alternativos adoptados en los meses previos para los casos de relevamiento de precios no presencial: llamadas telefónicas, correo electrónico, páginas web, entre otros.

#### Nota 2

##### Criterios para el relevamiento de precios no presencial

- En aquellos negocios que permanecieron abiertos al público, contaban con canales alternativos de contacto y ofrecían productos disponibles para la venta, los precios fueron relevados de forma presencial, y a través de métodos no presenciales (consulta telefónica, por correo electrónico, online, entre otros).
- En aquellos negocios que permanecieron cerrados al público, pero que ofertaron sus productos por canales digitales: los precios fueron relevados en forma online o telefónica.
- En el caso de aquellos negocios que permanecieron cerrados al público y no ofertaron sus productos a través de canales digitales, no se relevaron precios y, cuando correspondió, se imputaron mediante el procedimiento habitual.
- Para el caso de las tarifas y otros ítems regulados por el Estado, se consideraron normalmente, según las resoluciones vigentes.

### **Nota 3**

#### **Cobertura del relevamiento**

Las distintas formas de relevamiento permitieron cubrir un 93% aproximadamente de la muestra original de informantes.



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES  
ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICAS  
SAN JUAN

# Índice de Precios al Consumidor de la provincia de San Juan

FEBRERO 2021

INFORME TÉCNICO N°18