

# SEPARATA TÉCNICA

BOLETÍN INFORMATIVO DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS • SEPARATA TÉCNICA, ENERO 31 DE 2017

## CAMBIO METODOLÓGICO CÁLCULO DE PRODUCTO PAQUETE TURÍSTICO

El Instituto Nacional de Estadísticas (INE), como parte de sus procesos de mejora continua, está permanentemente estudiando, actualizando y ajustando las metodologías de cálculo de los indicadores que publica. Es así como, a continuación, se presentará el cambio metodológico para el producto Paquete Turístico, que entra en vigencia a contar de enero de 2017.

El producto Paquete Turístico forma parte de las canastas del Índice de Precios al Consumidor (IPC) desde el cambio de año base diciembre 2008=100<sup>1</sup>, donde presenta una ponderación de gasto de 2,64166%. A su vez, en la base año 2013=100, que está actualmente en vigencia, este producto tiene una ponderación de 0,78711%.

Se debe recordar que metodológicamente el IPC es un índice de base fija, cuya canasta se obtiene con base en la información proveniente de la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF), que se realiza cada cinco años en Chile. Lo anterior implica que la estructura de la canasta (niveles desde productos y sus respectivas ponderaciones) no se modifica entre levantamientos de esta encuesta<sup>2</sup>. Sin embargo, desde el nivel de variedad<sup>3</sup> hacia abajo, se pueden realizar actualizaciones, ya que no existen ponderaciones fijas, permitiendo ir incorporando las variedades (y, por lo tanto, marcas y establecimientos) más representativas del mercado. Ver figura N° 1.

En ese marco, y a partir del cálculo IPC de **enero de 2017** –cuya variación se **publica el 8 de febrero del mismo año**–, comenzará a aplicarse una mejora metodológica al producto Paquete Turístico, de la división Recreación y Cultura de la canasta del IPC<sup>4</sup>, que modifica el algoritmo de cálculo utilizado para la medición de la evolución mensual de los precios asociados.

Este cambio metodológico tiene como objetivo elevar la precisión en la medición del índice, al representar de mejor forma los gustos y preferencias de los consumidores en sus decisiones de compra, así como la estructura de mercado asociada al producto bajo análisis.

En términos prácticos, el cambio metodológico consiste en asignar una ponderación a cada una de las agencias de viaje incluidas en la muestra, con el fin de reflejar de mejor forma el impacto que sus políticas de precios pueden tener en el cálculo del producto, ya que se le asigna a cada una de ellas un peso relativo, según participación de mercado.

---

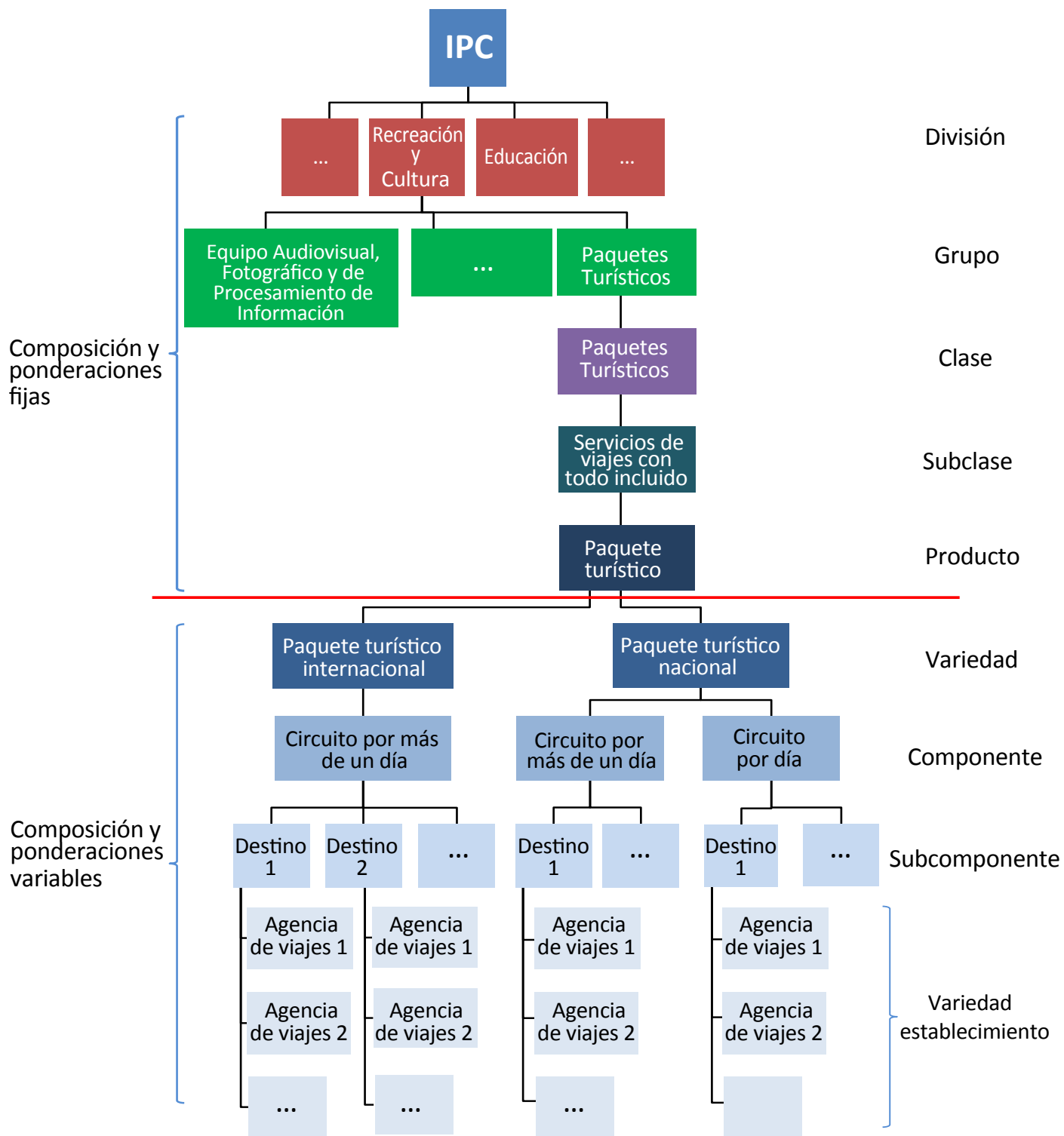
(1) Anteriormente, en la base diciembre 1998=100, existe un producto similar denominado "Viajes Turísticos Completos", con una ponderación de 0,16447%.

(2) En el Manual Metodológico del IPC, base anual 2013=100, disponible en [www.ine.cl](http://www.ine.cl), página 16, se explica qué es una ponderación y la forma en que se actualizan.

(3) Para las definiciones de producto y variedad ver el Manual Metodológico del IPC, base anual 2013=100, páginas 12 y 13 – 15, respectivamente.

(4) Código 95111 (CCIF: Clasificador del Consumo Individual por Finalidades) de la canasta base anual 2013=100. Más detalles sobre el Clasificador están en el Manual Metodológico del IPC, base anual 2013=100, páginas 10 - 11.

**Figura N° 1**  
Estructura del Indicador

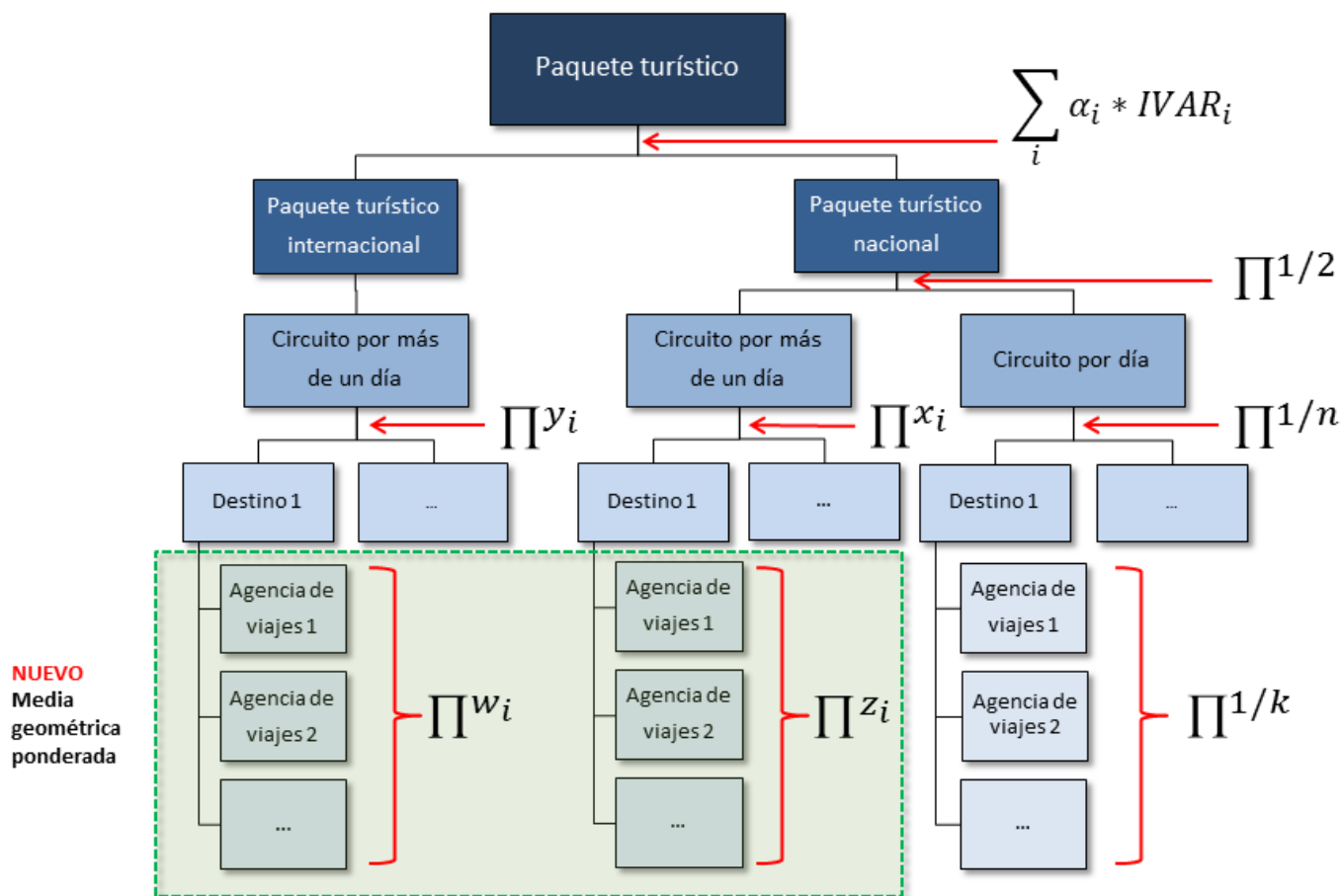


La información que se utilizó para obtener las ponderaciones, se obtuvo a través de una encuesta estructural aplicada a las principales agencias de viajes del país, durante el segundo trimestre del año 2016, lo que permitió actualizar y desagregar las ponderaciones al interior del cálculo del indicador.

Las ponderaciones se utilizan para agregar las variaciones de precios desde el nivel variedad establecimiento y hasta el nivel producto. De esta forma, para obtener el subcomponente (destinos que forman parte de la canasta), se agregan las variaciones de precios de las diferentes agencias de viajes de la muestra que ofrecen el destino seleccionado. Si se trata de los circuitos nacionales por un día, se utiliza una media geométrica autoponderada, pero cuando se trata **de los circuitos por más de un día (destino nacional o internacional), se utiliza una media geométrica ponderada, es decir, cada agencia de viajes tiene un peso relativo particular según su participación de mercado. Este es el cambio metodológico que se realizó a este producto.**

Para el resto de las agregaciones (subcomponentes, componentes, variedad y producto) se sigue el procedimiento general indicado en el Manual Metodológico del IPC base año 2013=100, páginas 10 y 20 (disponible en el sitio web del INE [www.ine.cl](http://www.ine.cl)). En la figura N° 2 se observa la inclusión del nuevo set de ponderadores a utilizar para agregar los diferentes niveles que forman el producto.

**Figura N° 2**  
Métodos de agregación al interior del producto



Donde:

$\alpha_i$ : Ponderación variedades: paquete turístico nacional y paquete turístico internacional. Donde  $\sum \alpha_i = 1$ .

$x_i$ : Ponderación destino turístico nacional circuito por más de un día. Los destinos se identifican con el subíndice desde 1 a p. Donde  $\sum x_i = 1$ .

$y_i$ : Ponderación destino turístico internacional circuito por más de un día. Los destinos se identifican con el subíndice desde 1 a q. Donde  $\sum y_i = 1$ .

$z_i$ : Ponderación agencia de viajes para los destinos nacionales circuito por más de un día. Las agencias de viaje se identifican con el subíndice desde 1 a m. Donde  $\sum z_i = 1$ .

$w_i$ : Ponderación agencia de viajes para los destinos internacionales. Las agencias de viaje se identifican con el subíndice desde 1 a n. Donde  $\sum w_i = 1$ .

Cabe mencionar que, en pos de reflejar correctamente la evolución del posicionamiento de las agencias de viaje incluidas en la muestra, las ponderaciones incorporadas se actualizarán durante el mes de julio de cada año, a partir de 2017.