



Manual de tipologías de establecimientos informantes

:::: Índice de Precios al Consumidor (IPC)
:::: (Base: julio 2025 – junio 2026 = 100)

Agosto - 2026

Nombre de la operación estadística:
Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Temática:
Estadísticas Económicas

Manual de tipologías de establecimientos informantes del Índice de Precios al Consumidor (IPC)
Base: julio 2025 – junio 2026 = 100

Dirección/Departamento:
Dirección de Estadísticas Económicas (DECON)

Unidad:
Gestión de Indicadores Económicos (GIE)

Actualizado por:
Skarleth Albiño – Miembro de equipo del Índice de Precios al Consumidor
Fernando Bonilla – Miembro de equipo del Índice de Precios al Consumidor

Revisado por:
Franklin Tenesaca - Responsable del Índice de Precios al Consumidor
Yadira Orejuela - Responsable de Gestión de Indicadores Económicos

Aprobado por:
Diana Barco - Directora de Estadísticas Económicas

Agosto 2026
Versión 3.0

Contacto:
inec@inec.gob.ec
(593-2) 2232303 - 2232012 – 2232151

Citar como: INEC (2026). Manual de tipologías de establecimientos informantes del Índice de Precios al Consumidor (IPC). Instituto Nacional de Estadística y Censos, Quito - Ecuador.

Información del documento

Resumen:	Este documento establece los lineamientos metodológicos para la clasificación tipológica de los establecimientos informantes de precios conforme las especificaciones correspondientes a las distintas variedades de los bienes y servicios que conforman la canasta del IPC.
-----------------	---

Control e historial de cambios

Versión	Descripción del cambio / Autor(a)	Fecha de actualización
Proyecto CAB-SIPCE		
1.0	Versión original, preliminar / Eduardo Prado	31/Marzo/2025
Operación continua IPC		
2.0	Revisión, ajuste y actualización de contenidos y formatos / Michael Soria	30/Junio/2026
3.0	Actualización de los aspectos metodológicos del IPC y ajustes de contenido / Fernando Bonilla y Skarleth Albiño	14/agosto/2026

Contenido

Introducción	5
1 Objetivos del manual.....	6
1.1 Objetivo general.....	6
1.2 Objetivos específicos	6
2 Marco conceptual y metodológico	6
2.1 Índice de Precios al Consumidor (IPC)	6
2.2 Unidad de observación	7
2.3 Unidad de análisis.....	7
2.4 Cobertura geográfica	7
2.5 Periodo de referencia.....	7
2.6 Precio al Consumidor	7
2.7 Nomenclatura	7
2.8 Canasta de investigación	7
2.9 Establecimientos informantes	8
2.9.1 Directorio de Establecimientos.....	10
3 Clasificación por tipologías.....	10
3.1 Tipologías de establecimientos	10
3.1.1 Tipología 1: Establecimientos grandes.....	12
3.1.2 Tipología 2: Tiendas medianas y pequeñas	13
3.1.3 Tipología 3: Mercados	14
3.1.4 Tipología 4: Puestos callejeros	14
3.1.5 Tipología 5: Tiendas de descuento.....	14
3.1.6 Tipología 6: Tiendas especializadas.....	15
3.1.7 Tipología 7: Establecimientos de servicios individualizados	16
3.1.8 Tipología 8: Establecimientos de servicios básicos o regulados.....	17
3.1.9 Tipología 9: Otras fuentes sin establecimientos	17
4 Sustitución de establecimientos informantes considerando su tipología	17
5 Ejemplos de establecimientos por tipología	19
Recomendaciones generales.....	20
Bibliografía	21

Lista de tablas

Tabla 1 Ejemplo de Códigos de Establecimientos Informantes del IPC.....	9
Tabla 2 Tipologías de establecimientos IPC	11
Tabla 3 Ejemplos de tipologías de establecimientos IPC	19

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Estructura de la canasta del IPC.....	8
Ilustración 2 Información requerida del establecimiento	8
Ilustración 3 Ejemplo de reemplazo de bienes - Caso 1	18
Ilustración 4 Ejemplo de reemplazo de servicios - Caso 1	18
Ilustración 5 Ejemplo 1 de reemplazo - Caso 2.....	18
Ilustración 6 Ejemplo 2 de reemplazo - Caso 2.....	19
Ilustración 7 Ejemplo 3 de reemplazo - Caso 2.....	19

Introducción

Estadística de 1976, es el órgano encargado de operar como centro oficial de información estadística del país¹. Además, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor en el artículo 52 indica que el INEC o el Organismo que haga sus veces elaborará mensualmente, en base de criterios netamente técnicos [...] el Índice de Precios al Consumidor [...]. Asimismo, el Estatuto Orgánico vigente del INEC señala que la Dirección de Estadísticas Económicas (DECON) mediante su Gestión de Indicadores Económicos (GIE) generará las operaciones estadísticas económicas de: precios, producción y construcción.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) es uno de los datos estadísticos más importantes producidos por los institutos nacionales de estadística. Su evolución tiene una incidencia considerable a la hora de determinar las políticas económicas y monetarias de cada país y es seguida muy de cerca por las empresas y las familias, ya que las obligaciones contractuales, las tasas de interés y las remuneraciones suelen regularse en función de las variaciones del IPC. Habida cuenta de la importancia de este índice, no es sorprendente que las cuestiones de medición relacionadas con el IPC hayan atraído tanta atención en el curso de los años.

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) año base julio 2025 - junio 2026 = 100, es un indicador económico que mide los cambios en el tiempo del nivel general de los precios al consumidor para una canasta representativa de bienes y servicios que adquieren los hogares. Es la medida oficial de la inflación del país.

El IPC cumple con las principales recomendaciones internacionales de calidad de la información macroeconómica. Además de reforzar sus bases teóricas en la estadística y en los estándares internacionales de calidad de la información producida, el nuevo IPC halla robustez y consistencia en el cambio de su base de cálculo, a través de la composición de una nueva canasta de artículos (bienes y servicios), con una estructura de canasta fija con ponderadores a nivel de producto, cuya finalidad es recopilar precios, calcular índices y reflejar el comportamiento del nivel general de precios correspondiente a la estructura actual del consumo final de la población ecuatoriana.

El proceso de producción del IPC comprende diversas fases, entre las cuales se encuentra la fase de Recolección, esta fase debe ceñirse a normas y procedimientos que orienten los operativos de investigación estadística, al mismo tiempo debe adecuarse a la realidad del mercado en función de las características de comercialización de las variedades de los artículos de la canasta de bienes y servicios del IPC, con el objetivo de capturar la información de precios necesaria para la generación de este índice macroeconómico.

En este sentido, para identificar con precisión los establecimientos informantes de precios durante la fase de Recolección, estos se clasifican y codifican en "tipologías" según sus características y el tipo de bien o servicio que ofrecen. Esta clasificación permite distribuir las tomas de precios "Artículo-Establecimiento" bajo estrictos parámetros de calidad y confiabilidad estadística, de acuerdo con la frecuencia de compra registrada en la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales (ENIGHUR 2024 - 2025) en los distintos establecimientos

¹ Artículo 10, inciso "d". Ley de Estadística 1976, publicada en el registro oficial No. 82 del 07 de mayo 1976.

informantes; de modo que se convierte en una herramienta clave durante el levantamiento de la información de precios.

Por consiguiente, este documento es una guía esencial para manejar las observaciones y novedades que puedan surgir durante el proceso de recolección, asegurando la integridad y validez de la información recopilada. Expone sus objetivos, el marco conceptual y metodológico, los lineamientos para la clasificación de los establecimientos informantes de precios para el IPC, sustitución de establecimientos, ejemplos y recomendaciones generales.

1 Objetivos del manual

1.1 Objetivo general

- Definir una guía metodológica para la respectiva clasificación de tipologías a los establecimientos informantes de precios, de la canasta de bienes y servicios del IPC.

1.2 Objetivos específicos

- Delimitar el marco conceptual y metodológico aplicable al proceso de clasificación de los establecimientos informantes, asegurando el cumplimiento de los estándares técnicos establecidos para el IPC.
- Establecer directrices para la actualización continua y sistemática del Directorio de Establecimientos Informantes del IPC, garantizando la representatividad y cobertura necesarias para la recolección de precios utilizada en el cálculo del indicador.
- Implementar mecanismos de control que optimicen la calidad y confiabilidad de la información recolectada para el cálculo del IPC, mediante procesos de validación en campo que permitan identificar y corregir inconsistencias y errores derivados de la interacción entre el informante y el investigador de precios.

2 Marco conceptual y metodológico

2.1 Índice de Precios al Consumidor (IPC)

El Índice de Precios al Consumidor (IPC) año base julio 2025 - junio 2026 = 100, es un indicador económico que mide los cambios en el tiempo del nivel general de los precios al consumidor para una canasta representativa de bienes y servicios que adquieren los hogares.

Es un índice de gran importancia para la vida económica del país dado que su objetivo principal es calcular la inflación del país, a través de una recopilación mensual de precios al consumidor final en el área urbana, con base en una canasta de bienes y servicios representativas del gasto monetario de consumo final que realizan los hogares del Ecuador, para satisfacer sus necesidades.

2.2 Unidad de observación

Establecimientos económicos y viviendas alquiladas.

2.3 Unidad de análisis

Precios al consumidor de los bienes y servicios que conforman la canasta del IPC.

2.4 Cobertura geográfica

La cobertura geográfica del IPC es Nacional. Sin embargo, el nivel de desagregación territorial es: Área urbana de nueve ciudades: Quito, Ambato, Cuenca, Loja, Guayaquil, Esmeraldas, Machala, Manta y Santo Domingo de los Colorados.

2.5 Periodo de referencia

El periodo de referencia para el IPC es mensual.

2.6 Precio al Consumidor

Es el valor de los bienes y servicios que permite el cambio de dominio sobre la propiedad de los mismos. Los precios son datos que se toman para el cálculo del IPC y son los valores pagados por los consumidores, incluido cualquier impuesto sobre los artículos por pagar en el momento de la compra. Es una variable monetaria expresada en dólares americanos.

2.7 Nomenclatura

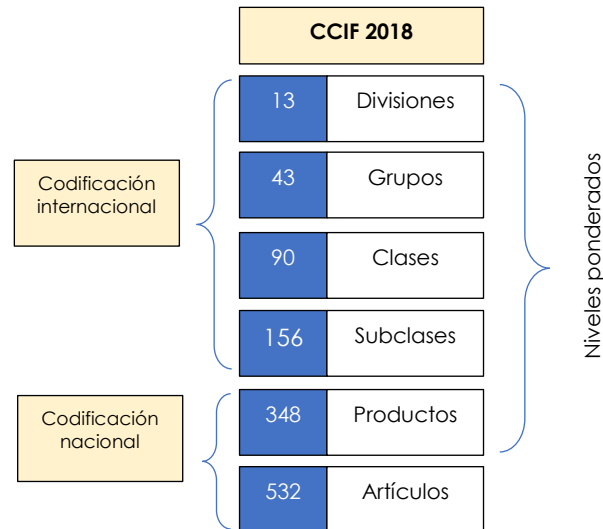
La estructura de la canasta del IPC (Base: julio 2025 - junio 2026 = 100) responde a la última versión de la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades - CCIF (COICOP 2018) para los niveles superiores (División, Grupo, Clase y Subclase) que permiten la comparación internacional; y a una Clasificación Propia o Nacional para los niveles inferiores (Producto y Artículo), siendo esta última construida en función del patrón de consumo de los hogares ecuatorianos.

2.8 Canasta de investigación

Es el conjunto de bienes y servicios seleccionados que representa la estructura fija del gasto de hogares y permiten el cálculo del IPC base julio 2025 - junio 2026 = 100. Esta canasta permite evaluar el impacto de las variaciones de los precios en el consumo y la calidad de vida de los hogares ecuatorianos.

Este conjunto de bienes y servicios fue generado a partir del gasto y frecuencia de consumo de los hogares proporcionado por la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales (ENIGHUR) 2024 – 2025.

Ilustración 1 Estructura de la canasta del IPC



Fuente: Índice de Precios al Consumidor

Los niveles con codificación nacional de la estructura de la canasta del IPC (Base julio 2025 - junio 2026 = 100), tiene 348 productos que poseen ponderación propia, y permiten promediar sus respectivos índices elementales para calcular el IPC y 532 artículos que se definen como un nivel sin ponderaciones.

2.9 Establecimientos informantes

El establecimiento informante es el sitio físico o entidad donde se recolectan los datos sobre los precios de los artículos. Debe poseer las siguientes características: alto volumen de ventas, afluencia continua y recurrente clientela, operar en modalidad de venta al por menor y proporcionar garantías de continuidad en la comercialización de los artículos seleccionados.

Los datos por recopilar del establecimiento informante del IPC son:

Ilustración 2 Información requerida del establecimiento

Identificación	Ubicación	Contacto
•Código del establecimiento •Número de RUC •Nombre del establecimiento •Nombre informante •Tipo de establecimiento •Estado del establecimiento •Fecha visita •Nombre del investigador •Tipo de recolección	•Zonal •Provincia •Cantón •Zona •Sector •Manzana •Dirección •Referencias •Coordenadas •Código PLUS CODE	•Teléfonos •Correo electrónico •Página web empresa

Fuente: Índice de Precios al Consumidor

Con la finalidad de identificar los dominios de investigación de cada ciudad en las que se realiza el levantamiento de información, se ha dispuesto un código único de establecimiento, en el cual los primeros dígitos corresponden al Clasificador

Geográfico Estadístico (CGE)² de la provincia, como se muestra en el siguiente detalle:

Tabla 1 Ejemplo de Códigos de Establecimientos Informantes del IPC

Código provincial	Ciudad	Código Empresa/Establecimiento
01	Cuenca	0100001
07	Machala	0700001
08	Esmeraldas	0800001
09	Guayaquil	0900001
11	Loja	1100001
13	Manta	1300001
17	Quito	1700001
18	Ambato	1800001
23	Santo Domingo de los Colorados	2300001

Fuente: Índice de Precios al Consumidor

Todos los establecimientos que se empadronen en el IPC, automáticamente se les asigna un código de secuencia numérica desde 00001 hasta un "n" número de establecimientos.

Los establecimientos con los que se va a trabajar en el IPC son los siguientes:

- **Establecimientos físicos:** son las fuentes informantes que disponen de instalaciones físicas para la comercialización de los diferentes bienes y servicios, los cuales pueden ser oficinas, locales comerciales, puestos callejeros, quioscos, entre otros. En este tipo de establecimientos siempre existe un informante, quien proporcionara los precios de los diferentes bienes y servicios comercializados.
- **Establecimiento de servicios/especializado dentro de establecimientos grandes:** corresponde a aéreas, módulos o secciones comerciales especializadas, ubicadas dentro de un establecimiento grande, que operan bajo una marca, nombre comercial o línea diferenciada, pero que constituyen un establecimiento independiente con una administración y sistema de facturación diferente y solo comparten infraestructura con el establecimiento principal. Por ejemplo, en el establecimiento Supermercado, la sección cafetería corresponde a una sección especializada interna, destinada a la venta de productos preparados, la cual se considera un establecimiento independiente para efectos de investigación del IPC.
- **Establecimientos virtuales:** por lo general este tipo de establecimientos no cuentan con instalaciones físicas, ya que la comercialización de los distintos bienes y servicios es efectuada mediante plataformas de internet o sitios web de los diferentes establecimientos. En este tipo de establecimientos el usuario escoge que bienes o servicios adquirir sin necesidad de ningún intermediario o informante.

² El INEC realizó un cambio en la denominación de la División Político Administrativa del Ecuador (DPA) por Clasificador Geográfico Estadístico, en función a lo planteado por la Ley de Fijación de Límites Territoriales Internos, publicada en Registro Oficial Nro. 934, el cual hace referencia a las funciones del Comité Nacional de Límites Internos respecto a mantener actualizada la información de la DPA.

2.9.1 Directorio de Establecimientos

El Directorio de Establecimientos se refiere al conjunto de establecimientos informantes que venden al consumidor final los artículos de la canasta de bienes y servicios que se investiga para el IPC y de los cuales se dispone información general de las características del establecimiento informante.

Las características que deben cumplir las empresas informantes que forman parte del Directorio de Establecimientos del IPC, son:

- Que el método de venta sea al por menor.
- Que los establecimientos muestren un suministro habitual de los diferentes bienes y servicios a investigar.
- Que sus dueños, directivos, administradores, e informantes, estén dispuestos a proporcionar información y colaborar con la investigación.
- Que dispongan de los diferentes bienes y servicios de la canasta del IPC, con las respectivas especificaciones previamente establecidas.

Por lo general el listado de los diferentes establecimientos está sujeto a cambios constantes debido a la fluctuación del mercado, la pérdida de representatividad o la interrupción de la venta del artículo, esto puede llevar a que el establecimiento se sustituya por otro, siempre considerando que la nueva fuente cumpla con las características solicitadas.

En este contexto, se describen tres estados situacionales en el Directorio de Establecimientos del IPC:

- **Activo:** son los establecimientos utilizados habitualmente en la investigación de precios, los cuales proporcionan la información sin dificultad mes a mes.
- **Nuevo:** son los establecimientos que por primera vez entran a formar parte del directorio del IPC. Estos pueden incorporarse como reemplazo de otros establecimientos o por creación debido a un incremento de tomas.
- **Inactivo:** son los establecimientos en las que ya no se levanta información de artículos de la canasta del IPC, sea porque han dejado de prestar información (rechazo), cierre definitivo o temporal del establecimiento, o ya no comercializan los artículos antes levantados conforme a la matriz de especificaciones, por ende, se ha realizado el reemplazo de dicho artículo o artículos en otro establecimiento.

3 Clasificación por tipologías

3.1 Tipologías de establecimientos

Es la clasificación de los puntos de venta o establecimientos informantes del IPC, según las características del tipo de artículo que comercializan (bien o servicio), la especialización del punto de venta en la comercialización del artículo (especializada o diversa), la condición económica del establecimiento (estatal o

privada), la ubicación del punto de venta (fijo o móvil) y el número de tomas a captar por establecimiento.

La selección de los puntos de compra (que serán las fuentes de información) se realiza a través de métodos no probabilísticos. Esto se debe a la complejidad y los altos costos asociados a la obtención de marcos de datos actualizados y completos.

Para la selección de los establecimientos informantes se debe considerar, entre otros, los siguientes criterios:

- Ubicación geográfica del establecimiento.
- Listado de artículos a investigar.
- Número de tomas a investigar.
- Periodicidad de investigación de los artículos (mensual, quincenal, semanal).

En el IPC base julio 2025 - junio 2026 = 100 las tipologías de los establecimientos informantes se definen a partir de los siguientes criterios:

- Diferenciar la variedad que se comercializa en el establecimiento informante, es decir, si en el establecimiento prima la oferta de un "bien" o un "servicio".
- Diferenciar la diversidad de artículos que se comercializan, esto es, si comercializan bienes o servicios variados o si se especializan en la comercialización de determinados bienes y/o servicios. Para esto, se debe definir las divisiones de consumo a las cuales pertenecen los artículos que se comercializan en el establecimiento, de acuerdo con la CCIF.
- Definir la naturaleza del servicio, es decir, si es individualizado o regulado. Los servicios básicos: agua, luz, telecomunicaciones, entre otros; no se consideran como servicios individualizados, porque generalmente se ofertan a un conjunto de individuos que componen el hogar y sus precios suelen estar regulados por una entidad estatal.
- Diferenciar si son fijos o móviles debido a que, si el establecimiento es móvil, como, por ejemplo: servicio de limpieza de calzado, transporte escolar y servicio de taxi; el informante es la persona que presta el servicio.
- Finalmente, se considera el número de tomas a captar por establecimiento. Esto permite caracterizar las tiendas "grandes", "medianas y pequeñas".

En el marco de estas consideraciones, las tipologías son las siguientes:

Tabla 2 Tipologías de establecimientos IPC

Código	Denominación
1	Establecimientos grandes
2	Tiendas medianas y pequeñas
3	Mercados
4	Puestos callejeros
5	Tiendas de descuento
6	Tiendas especializadas
7	Establecimientos de servicios individualizados
8	Establecimientos de servicios básicos o regulados
9	Otras fuentes sin establecimientos

Fuente: Índice de Precios al Consumidor

El levantamiento de información en los diferentes tipos de establecimientos permite:

- **Recolección precisa de datos:** al categorizar los puntos de venta, se facilita la obtención de precios representativos.
- **Reflejo del consumo real:** ayuda a entender las preferencias y comportamientos de compra de los hogares.
- **Análisis comparativo:** permite comparar la evolución de precios entre diferentes tipos de establecimientos.

3.1.1 Tipología 1: Establecimientos grandes

Son aquellos establecimientos con gran variedad de artículos comercializados (bienes), entre los que se detallan en términos generales: hipermercados y supermercados. Los establecimientos grandes comercializan artículos que pertenecen a más de cinco divisiones de consumo de la CCIF; y, por lo general, son propiedad de grandes grupos comerciales o de importantes cadenas de distribución. En esta tipología se consideran los siguientes criterios:

- En estos tipos de establecimientos se deberá disponer de mínimo 30 tomas de precios correspondientes a artículos pertenecientes a las siguientes divisiones de la CCIF:
 - Alimentos y bebidas no alcohólicas (división 1);
 - Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes (división 2);
 - Cuidado personal, previsión social y bienes y servicios diversos (división 13);
 - Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (división 5);
 - Recreación, deporte y cultura (división 9);
 - Información y comunicación (división 8).
- Se admitirán en establecimientos grandes la toma de precios de artículos que correspondan a la división Prendas de vestir y calzado (división 3), siempre y cuando estos no puedan ser recolectados en establecimientos especializados en la venta de ropa y no se trate de uniformes escolares, ya que estos deben ser levantados siempre en tiendas especializadas.
- En hipermercados o supermercados se podrán levantar artículos e insumos de cuidado de la salud no farmacéuticos pertenecientes a la división de consumo Salud (división 6); es decir, aquellos destinados al monitoreo, higiene y prevención sanitaria en el hogar, por ejemplo: el algodón, pañales para adulto, el tensiómetro automático, preservativos y mascarillas quirúrgicas. Estos artículos por lo general no requieren de receta médica para su comercialización.
- En establecimientos grandes se permite recolectar, mediante la modalidad de consulta, artículos de la división de consumo Alimentos y bebidas no alcohólicas (división 1) que se investigan bajo la modalidad quincenal de compras que habitualmente se ejecuta en establecimientos de tipología 3 (mercados).

En el caso de los establecimientos de tipología 1 donde se registren menos de 30 tomas de precios, se deberá replantear la investigación de precios con el fin de incrementar el número de observaciones o, en su defecto, referenciar dichas tomas en otros establecimientos que cuenten con un volumen aceptable de precios.

Adicionalmente, en la medida de lo posible, se debe evitar investigar precios de un mismo artículo en más de un local de una misma franquicia o cadena comercial al interior de cada ciudad, a fin de garantizar la diversidad de fuentes y la representatividad de la información recolectada.



Tener en cuenta que:

Es importante mantener un control adecuado sobre la cantidad y distribución de tomas levantadas en establecimientos de tipología 1, con el propósito de evitar la concentración excesiva de tomas en pocos establecimientos de este tipo (siempre que las condiciones locales del mercado en cada ciudad lo permitan).

3.1.2 Tipología 2: Tiendas medianas y pequeñas

Son aquellos establecimientos con una variedad menor de artículos comercializados (bienes) en comparación a los establecimientos de tipología 1, por ejemplo: tienda de barrio, bahías, minimercado, tienda de abarrotes, bazar, bodega, entre otras. Los criterios para esta tipología son:

- Para diferenciar los establecimientos grandes (tipología 1) de las tiendas medianas y pequeñas (tipología 2), se toma en cuenta el tamaño del establecimiento. En las tiendas medianas y pequeñas se pueden tomar precios de artículos que pertenezcan hasta a tres divisiones de consumo de las listadas para la tipología 1, destacando las de:
 - Alimentos y bebidas no alcohólicas (división 1);
 - Bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes (división 2);
 - Cuidado personal, previsión social y bienes y servicios diversos (división 13);
 - Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (división 5);
 - Recreación, deporte y cultura (división 9);
 - Información y comunicación (división 8).
- En este tipo de establecimientos, el número de artículos a investigar debe ser de mínimo 1 y máximo 29, para garantizar la cobertura adecuada y la representatividad de la información recolectada.
- Se consideran tiendas pequeñas aquellas en las que se investiga de 1 a 10 tomas de precios. Mientras que en las tiendas medianas se investigan de 11 a 29 tomas de precios.


Tener en cuenta que:

Existen cadenas de establecimientos de tipología 1 que operan a través de formatos de menor escala, comúnmente identificados como **mini-markets**. Estos establecimientos, pese a formar parte de una cadena comercial, presentan características operativas, de infraestructura y de oferta de artículos similares a las de una tienda tradicional; por lo tanto, para efectos de la investigación de precios, serán clasificados dentro la tipología 2.

3.1.3 Tipología 3: Mercados

Tal como su nombre lo indica, son establecimientos con diversificación de artículos (bienes) alimenticios distribuidos en distintos puestos de venta. Los mercados, se caracterizan por contar con múltiples oferentes y, en general, por ofertar frutas, hortalizas y cárnicos. Cabe mencionar que, en estos establecimientos para el IPC se investiga en mayor medida los artículos de la división 1 (Alimentos y bebidas no alcohólicas), que se investigan con periodicidad quincenal y solo de manera complementaria, en situaciones específicas también se levantan precios de artículos con periodicidad mensual, principalmente de esta misma división de consumo.


Tener en cuenta que:

El establecimiento informante de tipología 3 son todos los puestos de venta que conforman el mercado, de manera que, no existe un código único de establecimiento para cada puesto dentro del mercado.

3.1.4 Tipología 4: Puestos callejeros

Establecimientos de tamaño pequeño, instalados en la vía pública, que comercializan bienes o servicios. Para la investigación del IPC se consideran en esta tipología los quioscos de comida rápida y otros puestos donde se comercialicen artículos como la lotería.

3.1.5 Tipología 5: Tiendas de descuento

En este tipo de tiendas, de manera permanente la mayoría de sus productos se encuentran en descuento y serán consideradas para la investigación del IPC siempre y cuando el descuento aplique para todos los consumidores y no estén sujetos a términos y condiciones particulares. En la tipología se incluyen las tiendas que, por ejemplo, comercializan artículos de la división Información y comunicación (división 8), como televisores o teléfonos celulares.

De igual manera, las tiendas tipo "Outlets", que son establecimientos comerciales especializados en prendas de vestir y cuidado personal a precios reducidos, generalmente provenientes de excedentes de inventario, temporadas anteriores o saldos de producción; serán consideradas dentro de la investigación de precios en aquellas ciudades donde la disponibilidad de tiendas especializadas de tipología 6

sea limitada y siempre y cuando los bienes no se encuentren en mal estado o dañados.

3.1.6 Tipología 6: Tiendas especializadas

Son establecimientos que ofertan bienes específicos de:

Una división de consumo:

- Tiendas de ropa: prendas de vestir, accesorios y calzado;
- Tiendas automotrices: vehículos y repuestos;
- Tiendas de muebles y electrodomésticos;
- Ópticas: lentes;
- Islas en centros comerciales: puntos de la suerte, venta de relojes, accesorios o teléfonos celulares;
- Tercenas: carne de cerdo, res y pollo;
- Panaderías;
- Gasolineras;
- Tiendas de tecnología: computadoras y celulares;
- Tiendas de cosméticos.

Dos divisiones de consumo:

En las tiendas especializadas se investigarán precios de artículos que pertenezcan hasta a dos divisiones de consumo que se relacionen entre sí, por ejemplo:

- Salud (división 6) y Cuidado personal, previsión social y bienes y servicios diversos (división 13): Farmacias.
- Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (división 5) e Información y comunicación (división 8): Tiendas de artefactos para el hogar.
- Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (división 5) y Recreación, deporte y cultura (división 9): Tiendas de artefactos para el hogar.
- Información y comunicación (división 8) y Recreación, deporte y cultura (división 9): Tiendas de artefactos eléctricos de entretenimiento.
- Prendas de vestir y calzado (división 3) y Cuidado personal, previsión social y bienes y servicios diversos (división 13): Tiendas de ropa y artículos de cuidado personal.

Más de dos divisiones:

Se admitirá como caso especial, el registro de artículos en tiendas especializadas que oferten bienes pertenecientes a más de dos divisiones, siempre que dichas divisiones formen parte de su actividad comercial habitual, exista una oferta representativa y permanente, y que, por condiciones particulares en cada ciudad, no puedan ser investigados en otro establecimiento especializado con código independiente.



Tener en cuenta que:

Cuando la actividad principal de un establecimiento de tipología 6 corresponde a la oferta de bienes y, de manera secundaria, presta determinados servicios, estos podrán ser investigados en ese establecimiento, únicamente en el caso de que no existan establecimientos especializados que oferten dichos servicios y que pertenezcan a la tipología 7.

Cuando la oferta de bienes es secundaria, no se deberán investigar los precios de los bienes en dicho establecimiento con la tipología 6.

3.1.7 Tipología 7: Establecimientos de servicios individualizados

Los establecimientos de servicios individualizados ofrecen servicios destinados a la atención directa de personas (hogares o individuos), y no a empresas o industrias. Su característica principal es que el servicio prestado está personalizado o dirigido al consumidor final, ya sea en forma presencial o no presencial. En establecimientos de servicios individualizados, tipología 7, se registrarán todos los establecimientos que presten servicios a las personas de manera individualizada, por ejemplo: consultas a médicos generales y especialistas, servicios dentales, servicios veterinarios, transporte, educación (primaria, secundaria, tecnológica y terciaria), restaurantes, hoteles, peluquerías, mantenimiento de vehículos, servicios funerarios, entre otros.

En caso de no existir una regulación o definición de una tarifa por alguna autoridad del gobierno, cada prestador del servicio puede tener un precio o valoración distinta y, por ende, seguirá considerándose un establecimiento de tipología 7.

Casos que se presentan en la investigación:

- Para los artículos "salchipapa" y "combo de presas de pollo", no se debe levantar precios en establecimientos proveedores de bienes como las tiendas de barrio o los minimarkets de las gasolineras; sino en establecimientos proveedores de servicios, como cafeterías y restaurantes con tipología de establecimiento de servicios individualizados (tipología 7).



Tener en cuenta que:

Cuando la actividad principal de un establecimiento de tipología 7 corresponde a la prestación de servicios y, de manera secundaria, oferta determinados bienes, estos podrán ser investigados en ese establecimiento, únicamente en el caso de que no existan establecimientos especializados que oferten dichos bienes y que pertenezcan a la tipología 6.

Cuando la oferta de servicios es secundaria, no se deberán investigar los precios de los servicios en dicho establecimiento con la tipología 7.

3.1.8 Tipología 8: Establecimientos de servicios básicos o regulados

En esta tipología se ubican aquellos establecimientos informantes que brindan servicios (públicos y privados) para el hogar, que por su naturaleza no pueden individualizarse; es decir, es el gasto efectuado para contratar un servicio que sirve a toda la familia; y, que tienen participación del Estado o una entidad pública para la regulación de sus precios, por ejemplo:

- Suministro de agua;
- Servicio de consumo eléctrico;
- Servicios domésticos (salario básico);
- Servicios bancarios;
- Transporte público;
- Gas doméstico;
- Planes de internet;
- Plan celular;
- Servicios notariales.

3.1.9 Tipología 9: Otras fuentes sin establecimientos

Se consideran aquí los puestos móviles; es decir, a las personas que prestan sus servicios sin necesidad de un establecimiento fijo o físico, por ejemplo: las plataformas digitales de taxis, suscripciones de música y TV en streaming, compra digital de videojuegos, venta de perfume por catálogo, trabajadores independientes que dan servicio de mantenimiento de la vivienda como, por ejemplo: albañil.



Tener en cuenta que:

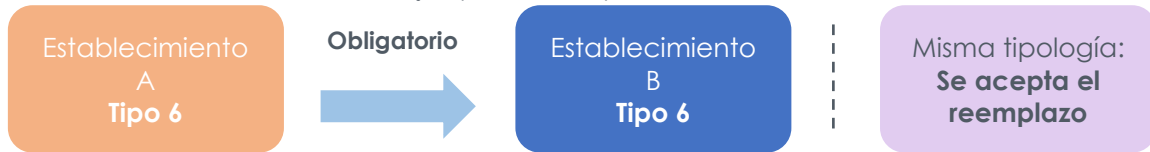
- Se debe registrar el nombre del informante como nombre del establecimiento, cédula o RUC.
- Para el caso de aquellos establecimientos que no tienen coordenadas, se registrará las coordenadas de las oficinas técnicas de cada ciudad donde se investiga el IPC.

4 Sustitución de establecimientos informantes considerando su tipología

La sustitución de establecimientos informantes del IPC deberá realizarse entre establecimientos de la misma tipología. Al respecto, se presentan los siguientes casos:

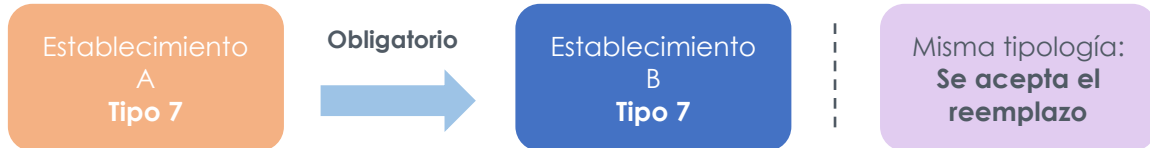
Caso 1: Se aplica en bienes y servicios que generalmente se investigan en una sola tipología, es decir, en establecimientos especializados públicos o privados (tipologías 6, 7, 8); en estos casos, obligatoriamente solo se podrán realizar reemplazos entre establecimientos de la misma tipología.

Ilustración 3 Ejemplo de reemplazo de bienes - Caso 1



Fuente: Índice de Precios al Consumidor

Ilustración 4 Ejemplo de reemplazo de servicios - Caso 1

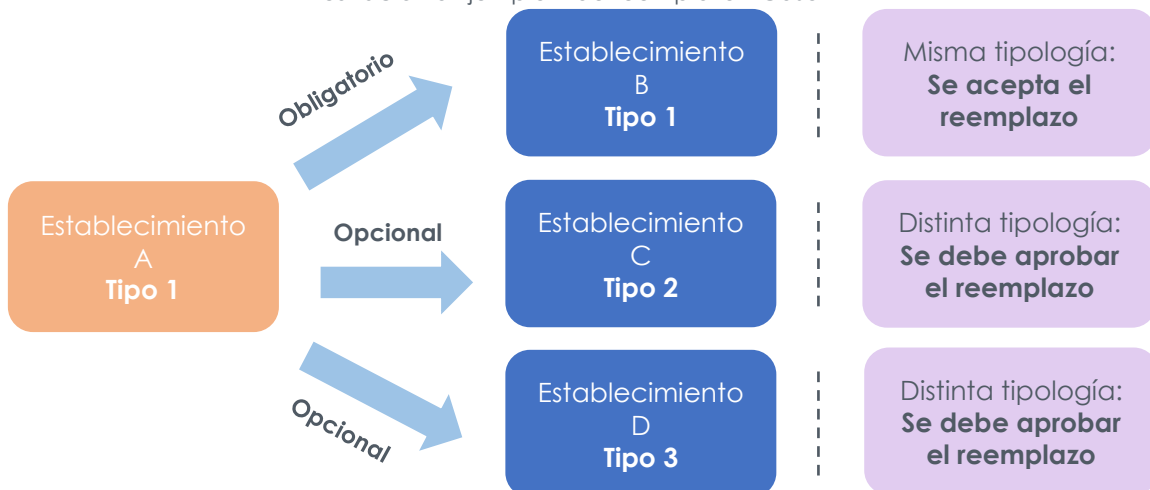


Fuente: Índice de Precios al Consumidor

Caso 2: Se presenta en bienes que pueden investigarse en varias tipologías; para las cuales se debe realizar el reemplazo entre establecimientos de la misma tipología o similar, siempre y cuando se cumplan las siguientes condiciones:

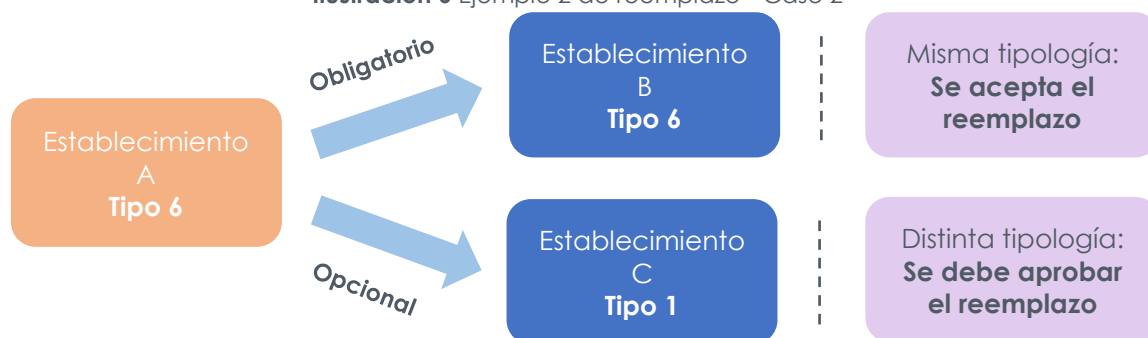
- Existe un número limitado de establecimientos informantes de la tipología original en la ciudad.
- No se encuentra la especificación investigada de los bienes en establecimientos de la tipología original.
- Las características de comercialización son similares al establecimiento original.

Ilustración 5 Ejemplo 1 de reemplazo - Caso 2



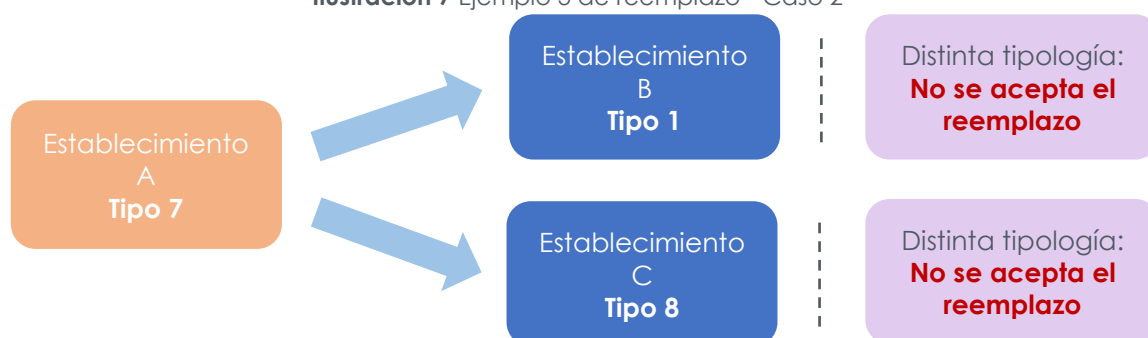
Fuente: Índice de Precios al Consumidor

Ilustración 6 Ejemplo 2 de reemplazo - Caso 2



Fuente: Índice de Precios al Consumidor

Ilustración 7 Ejemplo 3 de reemplazo - Caso 2



Fuente: Índice de Precios al Consumidor



Tener en cuenta que:

- Las sustituciones de establecimientos informantes deberán ser informadas al analista de validación IPC de Administración Central, para su respectivo análisis y aprobación.
- Las sustituciones de establecimientos del caso 1 y 2 se aplican a bienes. Mientras que, para los servicios solo aplica el caso 1.

5 Ejemplos de establecimientos por tipología

A continuación, se dan algunos ejemplos de establecimientos según la tipología correspondiente:

Tabla 3 Ejemplos de tipologías de establecimientos IPC

Cód.	Tipología	Ejemplos
1	Establecimientos grandes	Hipermercados, supermercados, entre otros.
2	Tiendas medianas y pequeñas	Tienda de barrio, bahías, mini mercado, tienda de abarrotes, bazar, bodega, entre otros.
3	Mercados	Puestos de mercados.
4	Puesto callejeros	Quioscos para la venta de comida rápida. Puestos de venta de lotería.

Cód.	Tipología	Ejemplos
5	Tiendas de descuento	Tiendas con descuentos permanentes.
6	Tiendas especializadas	Farmacias, tiendas de línea blanca, gasolineras, tiendas de muebles, tercenas, tiendas de moda, entre otros.
7	Establecimientos de servicios individualizados	Peluquerías, consultorios médicos, cooperativas de transporte, taller de mantenimiento vehicular, agencias de viaje, entre otros.
8	Establecimientos de servicios básicos o regulados	Empresas de suministro de agua potable y energía eléctrica, entidades bancarias, cooperativas de transporte público, empresas de telecomunicaciones, entre otras.
9	Otras fuentes sin establecimientos	Taxistas, albañiles, transportistas escolares, plataformas digitales de streaming, plataformas digitales de taxi, venta de perfume por catálogo, plataformas digitales de entretenimiento, entre otras.

Fuente: Índice de Precios al Consumidor

Recomendaciones generales

- Solo para los casos especiales en que se requiera levantar tomas de bienes y servicios en un mismo establecimiento, se procederá de la siguiente manera: se debe asignar la tipología 6 a establecimientos que comercializan bienes como actividad principal y presten servicios como secundaria. Por otro lado, se debe asignar la tipología 7 u 8 a establecimientos que presten servicios como actividad principal y comercialicen bienes como secundaria. Previo a la ejecución de estos casos puntuales, el supervisor de la ciudad deberá verificar la necesidad de realización del caso especial y será elevado para aprobación de los analistas de validación en Administración Central para proceder con los cambios según fuera el caso.
- Para todo establecimiento que se encuentre dentro del espacio físico de otro establecimiento y que mantenga diferentes cajas de cobro y/o generen facturas con diferente razón social; deberá tener registrado un código de establecimiento distinto para llevar a cabo la investigación de precios. Ejemplos de esta situación son las cafeterías o minimarkets dentro de una gasolinera.
- En la medida de lo posible, se debe evitar investigar precios de un mismo artículo en más de un local de una misma franquicia o cadena comercial al interior de cada ciudad, a fin de garantizar la diversidad de fuentes y la representatividad de la información recolectada.
- Mantener un control adecuado sobre la cantidad y distribución de tomas levantadas en establecimientos de tipología 1, con la finalidad de evitar la concentración excesiva de tomas de precios en pocos establecimientos de esta tipología, o a su vez, que estos establecimientos no cumplan con el mínimo requerido de tomas (30 tomas de precios) para ser considerados dentro de la tipología 1 y, por ende, se deba incrementar la cantidad de tomas o modificar y asignar la tipología 2 considerando sus respectivos criterios.

Bibliografía

Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización Internacional del Trabajo (OIT), Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (EUROSTAT), Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (UNECE), Banco Mundial (BM). (2020). Consumer price index manual: Concepts and methods. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@stat/documents/publication/wcms_761444.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2024). Modelo de Producción Estadística V2.0 Estándar. Quito-Ecuador.

Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC]. (2026). Metodología del Índice de Precios al Consumidor base julio 2025 – junio 2026 = 100. Quito.

Instituto Nacional de Estadística y Censos [INEC] (2026). Manual de Recolección del Índice de Precios al Consumidor (IPC). Quito – Ecuador.

Quito, 14 de agosto de 2026

Actualizado por:	Revisado por:	Aprobado por:
Fernando Bonilla Miembro de equipo IPC Skarleth Albiño Miembro de equipo IPC	Franklin Tenesaca Responsable del IPC Yadira Orejuela Responsable de Gestión de Indicadores Económicos	Diana Barco Directora de Estadísticas Económicas

...INEC

Buenas cifras,
mejores vidas

50 Medio siglo
contando
historias



@InecEcuador



@ecuadorencifras



@ecuadorencifras



INECEcuador