



**INEGE**

Instituto Nacional de Estadística de Guinea Ecuatorial

---

# TASA DE INFLACIÓN

## PRIMER TRIMESTRE 2019

### Índice de Precios de Consumo (IPC)

---



## EVOLUCIÓN DE LA INFLACIÓN EN EL PRIMER TRIMESTRE DE 2019.

La tasa media de Inflación se sitúa en un **1,8%** durante el primer trimestre del 2019.

*Tabla 1: Variaciones del Índice General (%)*

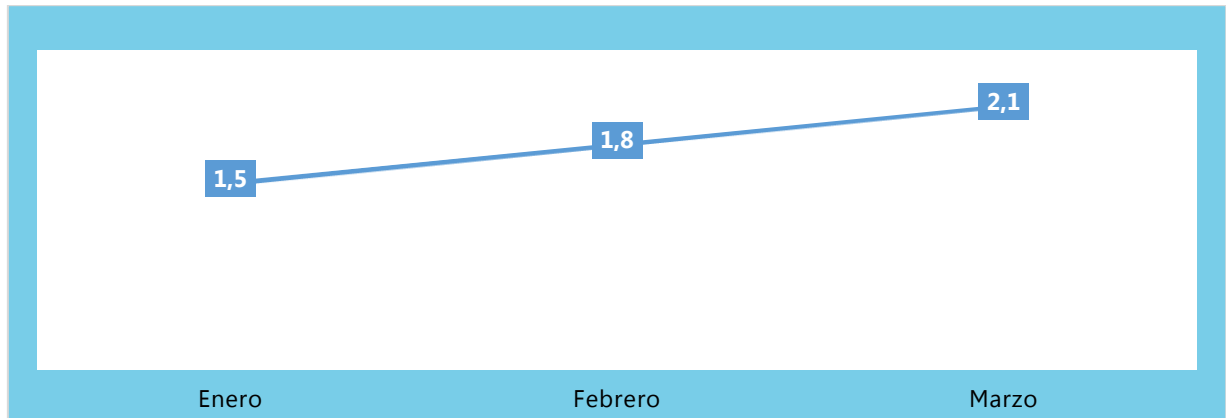
	Variación mensual	Variación acumulada	Tasa de inflación
<b>Enero</b>	-0,4	-0,4	1,5
<b>Febrero</b>	0,2	-0,2	1,8
<b>Marzo</b>	-0,1	-0,3	2,1

### Resultados destacados

- La tasa de **variación media anual del primer trimestre** del 2019 se sitúa en un **1,8%**, superior a la registrada en el mismo periodo del año anterior (**0,6%**).
- La variación media trimestral del índice general es del **-0,1%**.
- La variación acumulada sobre el primer trimestre es del **-0,3%**.
- Las ciudades con mayor variación media anual, durante el primer trimestre del año 2019 son, Ebibeyin, Mongomo y Malabo con un **3,6%; 2,5%** y **2,2%** respectivamente.

**Variación media anual de los precios de consumo:** la tasa de variación media anual registrada en el primer trimestre (1,8%) se debe principalmente a la contribución positiva de los grupos "Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas" (0,8%); "Transportes" (0,3%); "Salud" y "Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar" (0,2%); "Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes" con (0,1%). Variación que fue amortiguada por el grupo de producto "Viviendas, agua, electricidad, gas y otros combustibles" con una contribución negativa (-0,2%).

*Gráfica 1: Evolución de la tasa de inflación general en el primer trimestre 2019 (%).*



Como se refleja en el gráfico, la mayor tasa de inflación durante el primer trimestre se ha registrado en el mes de marzo (2,1%), superior a la registrada en el mismo periodo del año anterior (0,4%). Este aumento se debe principalmente a la contribución positiva de los grupos "Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas" con (0,6%) y "Transportes" con (0,3%).

### **Resultados por ciudades**

*Tabla 2: Variaciones mensuales del Índice por ciudades(%)*

	Malabo	Bata	Ebibeyin	Evinayong	Mongomo
<b>Enero</b>	0,2	-1,0	-1,2	-0,4	0,2
<b>Febrero</b>	0,1	0,3	0,2	0,2	0,7
<b>Marzo</b>	-0,1	-0,5	0,6	0,2	-0,3
<b>Media</b>	<b>0,1</b>	<b>-0,4</b>	<b>-0,1</b>	<b>0,0</b>	<b>0,2</b>

La mayor variación media del índice general durante este trimestre se ha registrado en la ciudad de Mongomo (0,2%), seguido de Malabo (0,1%); mientras que en el resto de ciudades registraron tasas de variación medias inferiores a 0,1%.

*Tabla 3: Tasa de inflación por ciudad (%)*

	Malabo	Bata	Ebibeyin	Evinayong	Mongomo
<b>Enero</b>	1,8	0,6	3,6	1,5	2,1
<b>Febrero</b>	2,1	1,1	3,6	1,9	2,5
<b>Marzo</b>	2,6	1,6	3,6	2,2	2,8
<b>Media</b>	<b>2,2</b>	<b>1,1</b>	<b>3,6</b>	<b>1,9</b>	<b>2,5</b>

**Tasa media de inflación por ciudad:** La ciudad con la mayor tasa media de inflación durante el primer trimestre es Ebibeyin (3,6%); este resultado se debe principalmente a la contribución positiva de los grupos "Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas" (3,5%); "Bebidas alcohólicas, tabacos y estuperficientes" y "Ropas y calzados" (0,1%). En segundo lugar se encuentra la ciudad de Mongomo con una tasa media de inflación de 2,5%, resultado que se debe principalmente a la contribución positiva de los grupos "Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas" (1,2%); "Bebidas alcohólicas, tabacos y estuperficientes" (0,5%); "Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar" (0,3%); "Salud" (0,2%); "Ropas y calzados" (0,1%).

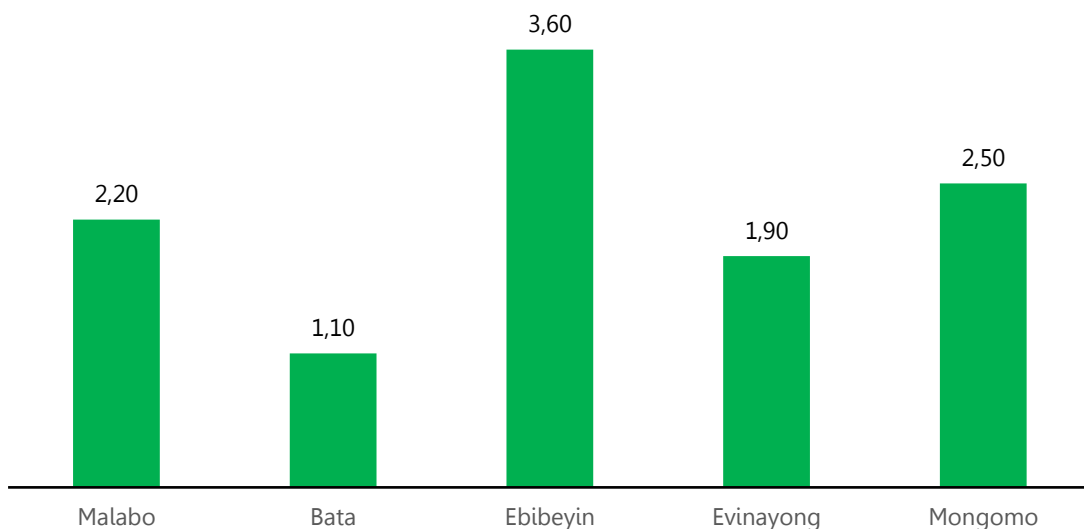
En tercer lugar se encuentra la ciudad de Malabo con una tasa media de inflación de 2,2%; este resultado se debe principalmente a la contribución positiva de los grupos "Transportes" (0,8%); "Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas" (0,6%); "Salud" (0,5%); "Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar" (0,3%); "Restaurantes y hoteles" (0,1%). Evolución que fue amortiguada por el grupo "Bebidas alcohólicas, tabacos y estuperficientes" con una contribución negativa de -0,2%.

En el cuarto lugar se encuentra la ciudad de Evinayong con una tasa media de intlación de 1,9%, resultado que se debe principalmente a la contribución positiva de los grupos

“Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas” (1,0%); “Ropas y calzados”; “Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar” y “Restaurantes y hoteles” con 0,2% respectivamente.

En la última posición se encuentra la ciudad de Bata con una tasa media de inflación de 1,1%, ésta misma se debe principalmente de la contribución positiva de los grupos “Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas” y “Bebidas alcohólicas, tabacos y estuperfacientes” (0,4%) y “Transportes” (0,3%). Evolución que fue amortiguada por el grupo “Restaurantes y hoteles” con una contribución de -0,2%.

**Gráfica 2: Evolución de la tasa de media inflación por ciudad durante el primer trimestre (%)**



Índices medios del primer trimestre de las ciudades por grupo de productos

		Malabo	Bata	Ebibeyin	Mongomo	Evinayong	Nacional
1	Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas	153,7	140,7	134,8	142,5	124,6	144,0
2	Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes	121,0	118,7	116,8	120,7	127,3	120,0
3	Ropas y calzados	131,7	109,1	122,2	130,1	124,2	121,3
4	Viviendas, agua, electricidad, gas y otros combustibles	144,5	171,0	127,9	102,5	144,8	149,3
5	Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar	146,2	134,4	145,6	145,6	123,6	140,1
6	Salud	173,2	146,1	136,9	105,8	118,5	149,6
7	Transportes	134,0	128,6	105,5	139,2	106,2	127,8
8	Comunicación	123,5	110,9	144,4	124,7	122,9	120,7
9	Espaciamiento, espectáculos y cultura	167,5	123,7	148,2	163,1	120,8	145,3
10	Educación	177,7	138,5	146,0	135,8	155,7	154,1
11	Restaurantes y hoteles	133,6	135,1	148,8	172,8	152,8	140,4
12	Bienes y servicios diversos	152,5	120,5	119,1	133,9	115,8	132,8
	<b>IPC GENERAL</b>	146,2	134,2	131,6	134,9	125,9	137,8

Grupo	MALABO	Ponderación	Enero	Febrero	Marzo
1	Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas	50,4%	153,5	153,9	153,7
2	Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes	12,6%	121,1	121,0	120,9
3	Ropas y calzados	1,7%	131,7	131,7	131,7
4	Viviendas, agua, electricidad, gas y otros combustibles	2,0%	144,5	144,4	144,5
5	Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar	5,4%	146,3	146,2	146,2
6	Salud	5,6%	173,2	173,2	173,2
7	Transportes	10,5%	134,0	134,0	134,0
8	Comunicación	1,1%	123,5	123,5	123,5
9	Espaciamiento, espectáculos y cultura	1,1%	167,5	167,5	167,5
10	Educación	1,4%	177,7	177,7	177,7
11	Restaurantes y hoteles	7,6%	133,9	132,9	133,9
12	Bienes y servicios diversos	0,5%	152,5	152,5	152,5
	<b>IPC DE MALABO</b>	<b>100,0%</b>	<b>146,2</b>	<b>146,3</b>	<b>146,2</b>

Grupo	Bata	Ponderación	Enero	Febrero	Marzo
1	Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas	45,2%	140,0	142,3	139,9
2	Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes	19,4%	120,1	116,6	119,5
3	Ropas y calzados	1,7%	109,1	109,1	109,1
4	Viviendas, agua, electricidad, gas y otros combustibles	2,7%	173,1	173,3	166,5
5	Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar	6,8%	134,3	134,6	134,3
6	Salud	0,9%	146,0	146,0	146,3
7	Transportes	6,7%	128,6	128,7	128,7
8	Comunicación	1,1%	110,9	110,9	110,9
9	Espaciamento, espectáculos y cultura	1,1%	123,5	123,8	123,8
10	Educación	4,2%	138,5	138,5	138,5
11	Restaurantes y hoteles	9,4%	135,1	135,1	135,1
12	Bienes y servicios diversos	0,9%	119,2	119,2	123,1
	<b>IPC DE BATA</b>	<b>100,0%</b>	<b>134,2</b>	<b>134,6</b>	<b>133,9</b>



Grupo	Ebibeyin	Ponderación	Enero	Febrero	Marzo
1	Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas	49,0%	133,7	135,1	135,5
2	Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes	16,3%	116,2	115,9	118,1
3	Ropas y calzados	3,6%	122,2	122,2	122,2
4	Viviendas, agua, electricidad, gas y otros combustibles	2,6%	133,4	125,7	124,6
5	Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar	7,7%	146,6	143,7	146,6
6	Salud	7,8%	136,7	136,9	137,0
7	Transportes	4,7%	105,5	105,5	105,5
8	Comunicación	0,6%	144,4	144,4	144,4
9	Espaciamento, espectáculos y cultura	0,6%	145,8	145,8	152,9
10	Educación	3,6%	146,0	146,0	146,0
11	Restaurantes y hoteles	2,7%	148,8	148,8	148,8
12	Bienes y servicios diversos	0,7%	119,1	119,1	119,1
	<b>IPC DE EBIBEYIN</b>	<b>100,0%</b>	<b>131,2</b>	<b>131,4</b>	<b>132,2</b>

Grupo	Mongomo	Ponderación	Enero	Febrero	Marzo
1	Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas	49,0%	141,7	143,4	142,5
2	Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes	16,3%	120,5	120,4	121,1
3	Ropas y calzados	3,6%	130,2	130,1	130,1
4	Viviendas, agua, electricidad, gas y otros combustibles	2,6%	102,9	102,9	101,7
5	Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar	7,7%	145,6	145,6	145,6
6	Salud	7,8%	105,8	105,8	105,8
7	Transportes	4,7%	139,2	139,2	139,2
8	Comunicación	0,6%	124,7	124,7	124,7
9	Espaciamento, espectáculos y cultura	0,6%	163,1	163,1	163,1
10	Educación	3,6%	135,8	135,8	135,8
11	Restaurantes y hoteles	2,7%	172,8	172,8	172,8
12	Bienes y servicios diversos	0,7%	133,9	133,9	133,9
	<b>IPC DE MONGOMO</b>	<b>100,0%</b>	<b>134,4</b>	<b>135,3</b>	<b>134,9</b>

Grupo	Evinayong	Ponderación	Enero	Febrero	Marzo
1	Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas	49,0%	124,1	124,7	125,0
2	Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes	16,3%	127,2	127,2	127,3
3	Ropas y calzados	3,6%	124,2	124,2	124,2
4	Viviendas, agua, electricidad, gas y otros combustibles	2,6%	144,9	144,7	144,7
5	Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar	7,7%	123,6	123,6	123,6
6	Salud	7,8%	118,5	118,5	118,5
7	Transportes	4,7%	106,2	106,2	106,2
8	Comunicación	0,6%	122,9	122,9	122,9
9	Espaciamento, espectáculos y cultura	0,6%	120,8	120,8	120,8
10	Educación	3,6%	155,7	155,7	155,7
11	Restaurantes y hoteles	2,7%	152,8	152,8	152,8
12	Bienes y servicios diversos	0,7%	115,8	115,8	115,8
	<b>IPC DE EVINAYONG</b>	<b>100,0%</b>	<b>125,7</b>	<b>125,9</b>	<b>126,1</b>

Grupo	Total GE	Ponderación	Enero	Febrero	Marzo
1	Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas	48,0%	143,4	144,8	143,8
2	Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes	16,2%	120,5	119,1	120,5
3	Ropas y calzados	2,2%	121,3	121,3	121,3
4	Viviendas, agua, electricidad, gas y otros combustibles	2,4%	150,6	150,1	147,3
5	Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar	6,6%	140,2	140,0	140,2
6	Salud	4,3%	149,6	149,6	149,7
7	Transportes	7,6%	127,8	127,8	127,8
8	Comunicación	1,0%	120,7	120,7	120,7
9	Espaciamento, espectáculos y cultura	1,0%	145,0	145,1	145,8
10	Educación	3,1%	154,1	154,1	154,1
11	Restaurantes y hoteles	7,1%	140,5	140,1	140,5
12	Bienes y servicios diversos	0,7%	132,3	132,3	133,8
	<b>IPC GENERAL DE GE</b>	<b>100,0%</b>	<b>137,7</b>	<b>138,0</b>	<b>137,8</b>

## Ficha metodológica Índice de Precios de Consumo

El **Índice de Precios de Consumo (IPC)** es una medida estadística de la evolución de los precios de bienes y servicios que consume la población residente en viviendas familiares.

El conjunto de bienes y servicios, que componen la cesta de la compra, se obtiene básicamente del consumo realizado por las familias y la importancia de cada uno de ellos en el cálculo del IPC está determinado por dicho consumo.

Desde enero del 2009, la metodología del IPC se innovó completamente con la introducción de cambios estructurales y coyunturales de la situación actual del mercado y de cara al futuro, que han hecho de este nuevo IPC un indicador más dinámico y representativo a nivel nacional, adaptable a la evolución del mercado y a las características específicas de cada región. Se observan las variaciones de precios en cinco principales ciudades (Malabo, Bata, Ebibeyin, Mongomo y Evinayong) del país cuyos habitantes representaban el 58,4% de la población nacional. El IPC nacional es el resultado de la media ponderada de los IPC mensuales de las cinco ciudades, cuyas ponderaciones son las siguientes: 39,0% para Bata; 36,0% para Malabo; 10,0% para Ebibeyin; 9,0% para Mongomo y 6,0% para Evinayong.

- Tipo de encuesta: continua de periodicidad mensual
- Período base: 2008
- Período de referencia de las ponderaciones: diciembre 2006
- Muestra de provincias: 5
- Número de artículos: 500
- Número de observaciones: aproximadamente 5.796 precios mensuales
- Clasificación funcional: 12 grupos, 38 subgrupos, 88 clases y 120 subclases
- Método general de cálculo: Laspeyres no encadenado
- Método de recogida: agentes entrevistadores en establecimientos y recogida centralizada para artículos especiales.

El Índice de Precios de Consumo de Guinea Ecuatorial es un índice de tipo Laspeyres, abarca todos los hogares definidos en el Sistema de Cuentas Nacionales (SCN93). La población de referencia es el conjunto de hogares residentes en las ciudades de Malabo, Bata, Ebebiyin, Mongomo y Evinayong. El periodo de base es el año 2008, durante el cual, aproximadamente 70.000 precios fueron observados en las aglomeraciones definidas para el campo del IPC nacional el cual representaba algo más del 58 por ciento de la población nacional y, distribuida en ambas regiones del país. Los Agentes entrevistadores realizan la colecta de precios en los establecimientos comerciales y de servicios así como en las dependencias administrativas locales y del gobierno quienes responden conforme las disposiciones de la Ley Nº 3/2001 de fecha 17 de mayo, reguladora de la actividad estadística en la República de Guinea Ecuatorial. Una de las características fundamentales de calidad es que los productos vendidos en unidades locales se compran para pesar y convertirlos en unidades internacionales.

Para la colecta de precios se utiliza dos categorías de cuestionarios: Los cuestionarios de tipo H, son para la colecta de variedades llamadas heterogéneas; los cuestionarios de tipo O, se utilizan para efectuar las compras de productos llamados homogéneas. Las tarifas de servicios y tasas aplicadas a ciertos precios se observan en las facturas o documentos administrativos que lo indiquen; se puede consultar los servicios concernientes mediante entrevistas directas o por medio de teléfonos en caso de necesidad. Las viviendas forman un subconjunto de treinta, clasificadas en cuatro estratos, previos estudios minuciosos realizados durante el periodo de base. Los productos considerados estacionales son tratados conforme la metodología armonizada en momentos de escasez. El reemplazamiento de productos o / y puntos de ventas se hace también conforme a la metodología armonizada.

Cabe señalar que desde enero del 2017, el índice de precios de consumo se calcula con el programa PHOENIX. PHOENIX es el firmware de producción del índice armonizado de precios de consumo, según la recomendación del Observatorio Económico y Estadístico de África Subsahariana (AFRISTAT).

La canasta o cesta de compra y ponderaciones de productos elementales provienen de la Encuesta Ecuatoguineana de Hogares (EEH-2006) realizada en todo el ámbito nacional en diciembre del 2006. Para la estructuración de la canasta se utiliza la nomenclatura de consumo africano (NCAC) adoptada para la construcción de los índices de precios de CEMAC en el año 2000, deriva de la nomenclatura internacional COICOP (Clasificación Of Individual Consumption by Purpose) de 12 divisiones o funciones que se citan a continuación:

1. Productos alimenticios y bebidas no alcohólicas
2. Bebidas alcohólicas, tabacos y estupefacientes
3. Ropa y calzados
4. Viviendas, agua, electricidad, gas y otros combustibles
5. Muebles, equipos de hogar y mantenimiento corriente del hogar
6. Salud
7. Transportes
8. Comunicaciones
9. Espaciamiento, espectáculos y cultura
10. Educación
11. Restaurantes y hoteles
12. Bienes y servicios diversos

### GLOSARIO DE TERMINOS

- **Variación mensual**, se obtiene por la variación entre el índice del mes corriente respecto al índice del mes anterior.
- **Variación acumulada**, es la variación entre el índice del mes corriente y del mes de diciembre del año anterior.
- **Tasa de inflación trimestral**, se obtiene como el promedio mensual de los índices del trimestre corriente; correspondiente a los índices que resultan del promedio de los índices mensuales de los últimos doce meses.
- **Tasa de inflación anual**, se calcula como la variación entre el promedio de los índices de los doce (12) meses del año corriente, respecto al promedio de los índices de los doce (12) meses del año anterior.