

Flash Chile

Cambios de la Nueva Canasta del IPC

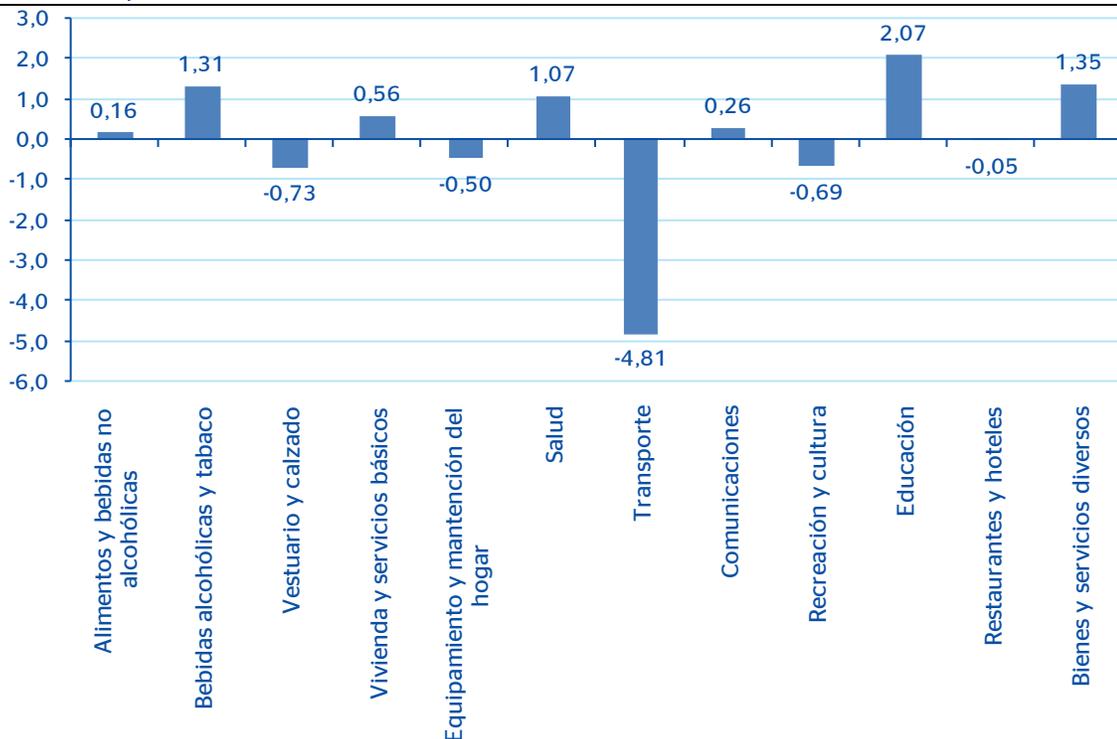
- Los cambios anunciados esta semana por el INE incluyen tanto mejoras metodológicas, como la incorporación de los resultados de la VII Encuesta de Presupuesto Familiar (EPF). BBVA Research ya había anticipado los nuevos ponderadores y las implicancias de estos en Recuadro 2 del Situación 4T13.
- Aumenta la ponderación de las divisiones Educación, Salud y Bebidas alcohólicas y Tabaco. Cae la ponderación de Vestuario y Calzado, pero en menor proporción a la caída que han tenido los precios de esta división. Esto último reflejaría estimamos tanto eventuales problemas en la captura de precios de aquellos productos, como un relevante aumento en la cantidad consumida de prendas de vestir y calzado por parte de los chilenos. Disminuye la ponderación de Transporte como consecuencia de la fuerte reducción de los ponderadores de autos nuevos y usados. Como es habitual, se incorporan nuevos productos a la canasta —16 en este caso— y salen otros que han perdido representatividad en los hábitos de consumo de las familias.
- A partir del cálculo de la inflación IPC de enero 2014 todos los índices de precio se pivotan a la nueva base 2013=100, situación que es inocua para productos donde su variación de precios ha sido bien medida, pero que tiene implicancias para productos donde existieron errores de medición. Un *shock* inflacionario (deflacionario) en aquellos productos/divisiones deficientemente medidos tendrá incidencias inflacionarias (deflacionarias) mayores el 2014 que si se hubieran observado previamente. El ponderador no termina compensando el efecto del repivoteo a 100 en los índices de esos productos. Particular atención a bienes transables que fueron deficientemente medidos (electrónica y prendas de vestir/calzado).
- Estimamos contrafactualmente una subestimación de 0,3% en la inflación IPC anual a noviembre 2013 (en vez de 2,4% sería 2,7%) sólo por efecto “nuevos ponderadores”. Mayores subestimaciones se habrían observado durante la primera mitad del año pasado (casi de 0,5% anual), a las que se adicionan las originadas por problemas de captura de precios en las divisiones/productos cuestionados.
- Pese a lo anterior, no es claro el sesgo de la inflación IPC 2014 ante los ajustes en ponderadores y nuevos productos. La economía enfrenta un escenario de desaceleración, focalizada en inversión pero que esperamos impacte empleo y consumo privado, con consecuencias de primer orden en inflación. Mantenemos inflación IPC 2014 en 2,6%.

- **Aumento significativo de participación de servicios (no transables) en la canasta en desmedro de bienes transables, junto a cambios metodológicos anunciados podrían disminuir volatilidad del indicador con cierto sesgo alcista de mediano plazo, pero que no debe ser utilizada para proyectar inflación IPC sobre nuestro target por ahora.**

Cambio de Ponderadores de la Canasta 2013

- A nivel de divisiones (Gráfico 1) se observa que los mayores incrementos se dan en Educación, Bienes y Servicios diversos, Bebidas alcohólicas y Tabaco y en Salud.
- Descensos en las divisiones Transporte, Vestuario y Calzado, Recreación y Cultura y Equipamiento del hogar.
- 90% de la menor participación de la división Transporte se explica por la baja en la participación de los productos Auto nuevo y Auto usado.
- Caída de la participación de Vestuario y calzado, muy por debajo de la caída del precio de esta división, confirmando errores de medición de precios. En efecto, validar la caída que han tenido estos precios desde el año 2009 —del orden de 50%— habría implicado reducir la participación de esta división a la mitad desde 5,2% a 2,6%, lo cual vemos que no ocurrió.

Gráfico 1
Cambio en la ponderación de las Divisiones del IPC (2013-2009)



- A nivel de productos (Tabla 1) se observa que Arriendo desplaza a Auto nuevo como el producto con mayor ponderación; Servicio de Enseñanza Universitaria pasa del lugar 7 al 3 y Gastos Financieros sube del lugar 14 al 7.
- Entra cigarrillos al Top-15, con una participación que subió desde 0,95 a 1,51. Esto estaría vinculado al aumento de precio de este producto, en parte ligado al incremento del impuesto específico.
- Salen Auto usado del Top-15 y Servicio de mantenimiento de la vivienda. Notable caída de la participación de Auto usado desde 2,83% a 0,23%.

Tabla 1
Ranking principales productos canastas IPC 2013-2009

R13 R09	Glosa	Ponderación (%)
1 2	Arriendo	4,17
2 1	Automóvil nuevo	4,05
3 7	Servicio de enseñanza universitaria	4,05
4 3	Gasolina	3,50
5 5	Electricidad	2,69
6 8	Servicio doméstico	2,65
7 14	Gastos financieros	2,42
8 -	Servicio de pack de telecomunicaciones	2,39
9 9	Pan	2,09
10 6	Almuerzo y cenas consumido fuera del hogar	2,06
11 13	Agua potable	1,86
12 12	Carne de vacuno	1,71
13 10	Servicio de telefonía móvil	1,69
14 -	Cigarrillos	1,51
15 11	Servicio de transporte multimodal	1,29

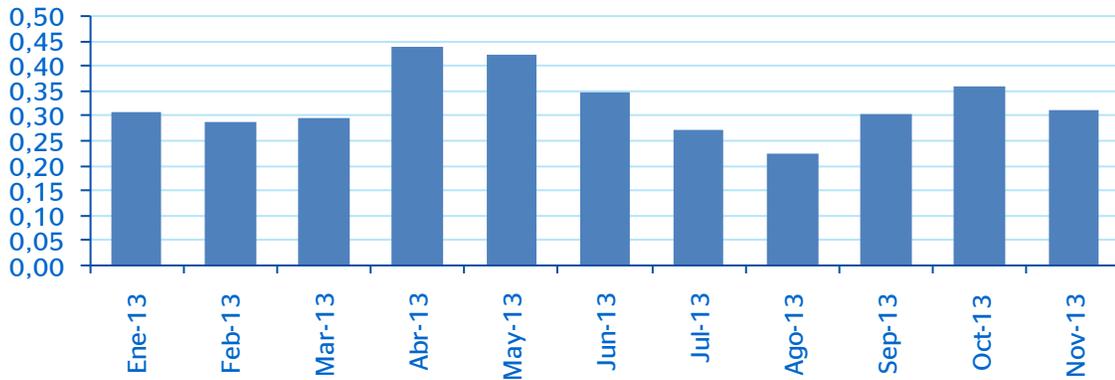
Fuente: INE, BBVA Research

Ejercicio contra factual: ¿cuánto hubiese sido la inflación de los últimos años con estos nuevos ponderadores?

Estimamos de manera contrafactual cuál hubiese sido la inflación del año 2013 si se hubiesen considerado los nuevos ponderadores del IPC, encontrando que la inflación estaría subestimada en 0,3% en 12 meses a noviembre del año pasado (Gráfico 2). Es decir, solo por el efecto de cambio de ponderadores —sin cambiar los índices—, la inflación de noviembre hubiese sido 2,7% a/a, en lugar de 2,4% a/a.

Gráfico 2

Diferencia inflación 12 meses Canasta IPC 2013 respecto a Canasta IPC 2009 (porcentaje)



Fuente: INE, BBVA Research

El efecto inflacionario (deflacionario) mayor en productos deficientemente medidos

Cuando un producto ha caído de precio de manera tan significativa como es el caso de prendas de vestir y calzado o electrónica según el INE, es esperable encontrar una menor participación en el gasto familiar. Aquello es efectivo en la medida que la cantidad consumida no haya experimentado aumentos totalmente compensatorios. Los ponderadores de la nueva canasta disminuyen para estos productos, pero aquello no es prueba irrefutable de errores de medición, dado que al mismo tiempo sabemos que la cantidad consumida de dichos bienes ha aumentado. Sin embargo, debemos adicionar el hecho de que el INE mismo han admitido problemas para capturar dichos precios con un sesgo deflacionario claro. ¿Qué pasa entonces con esos productos en términos inflacionarios?

Específicamente para prendas de vestir y electrónica, un shock inflacionario (deflacionario) en dichos productos tendrá mayor incidencia inflacionaria (deflacionaria) el 2014 que si aquel shock se hubiera observado el 2013. Recordemos que la incidencia inflacionaria se estima considerando la variación de precios y la ponderación de producto, pero también el nivel de precios (índice) del producto. Es esperable que en productos bien capturados, los sesgos sean de segundo orden. Sin embargo, en productos deficientemente capturados, estos sesgos se magnifican. **A última línea, no debería extrañarnos que prendas de vestir y electrónica jueguen un rol inyectando volatilidad en los IPC de los meses venideros.**

Nuevos Productos de la Canasta 2013

La canasta base 2013=100 incluye 16 productos nuevos, en los cuales se pueden identificar dos situaciones: a) productos que no estaban en la canasta previa y b) productos que en la canasta previa eran una variedad. En el cuadro siguiente se presenta el detalle.

Tabla 2

Productos nuevos de la canasta base 2013=100

Productos	Productos que no estaban en la canasta previa	Productos que estaban en la canasta previa
Snack	X	
Endulzante		X
Bebida isotónica y energizante		X
Vodka	X	
Gasto común	X	
Insecticidas y similares		X
Repuestos y accesorios para el funcionamiento mecánico del automóvil		X
Servicio de transfer	X	
Servicio de banda ancha móvil		X
Tierra y fertilizante	X	
Gimnasios		X
Servicio de enseñanza de post grado y postítulo	X	
Helados y postres consumidos fuera del hogar	X	
Cuotas en centros de padres y apoderados (*)		X
Servicio de residencias para adultos mayores		X
Servicio de sala cuna	X	

*Nota: En la canasta base 2009=100 corresponde a uno de los cobros asociados al servicio de educación pre básica, básica y media.

Fuente: INE, BBVA Research

Otros Cambios Metodológicos

1. Ajustes a los gastos de la EPF para obtener los ponderadores:

La nueva canasta de IPC no toma los resultados de la VII EPF al pie de la letra, sino que realiza ajustes. Por ejemplo, en el caso de Bebidas alcohólicas y Tabaco, donde se estima que los gastos fueron subdeclarados, se utiliza información de Cuentas Nacionales. Por otra parte, se utilizó información de registros administrativos en Automóvil usado, Juegos de azar y Seguros.

2. Cambios de nombre de divisiones: Tres divisiones cambiaron de nombre, pero sin efectos en la medición del IPC. Solo se busca homologar la terminología internacional.

3. Niveles de agregación:

A nivel de Grupo: Desaparece “Servicios postales”.

A nivel de Clase: Desaparece “Reparación de calzado”, “Transporte de pasajeros por vía férrea” y “Servicios postales”.

A nivel de Productos: La nueva canasta tiene 321, comparado con 368 la canasta anterior.

En el grupo de los productos que se mantienen de la canasta anterior, se encuentran: a) productos

que no modifican su glosa respecto de la canasta anterior, b) productos que modifican su glosa, c) productos que se fusionan con otros productos y d) productos que se unen a otros nuevos y definen un nuevo producto.

Son ejemplos de productos se fusionan con otros y forman un nuevo producto: “Auto de juguete”, “Figura de acción”, “Juegos de salón”, “Juegos didácticos”, “Muñecas y muñecos” y “Rodados para niño y niña” que en la nueva canasta forman el producto “Juguetes”.

4. Cambios de calidad:

IPC base 2013 incluye ecuación hedónica para precios de equipos de telefonía móvil, televisores, cámaras fotográficas y computadores. Esta es una innovación respecto del IPC base 2009. La evidencia internacional indica que no generaría cambios de primer orden en la medición de los precios de estos productos.

5. Cambios en toma de precios:

No perecibles: Se pasa de 2 a 1 toma de precios al mes.

Perecibles: Se pasa de 3 a 4 tomas de precios en el mes.

Bebidas alcohólicas: Se pasa de 1 a 2 tomas de precios al mes.

En el caso de las Entradas para espectáculos deportivos (específicamente la entrada al estadio), la toma de precios durante el mes dependerá del número de fechas definidas en el campeonato oficial de fútbol, en contraste con la canasta 2009 donde esto se hacía 4 ó 5 veces al mes.

Tabla 3

Diferencias en la frecuencia en el levantamiento mensual de la información (número de veces)

Productos	Canasta IPC 2013	Canasta IPC 2009
Perecibles	4	3
Frutas y Verduras	4	4
No perecibles	1	2
Combustibles	4 ó 5	4 ó 5
Bebidas alcohólicas	2	1

Fuente: INE, BBVA Research

6. Productos estacionales y temporales:

Las variedades estacionales de la División 3 (Vestuario y Calzado) tienen un calendario de temporadas definido ex ante para ingresar al cálculo del índice: otoño-invierno: febrero a julio; primavera-verano: agosto a enero.

Esta temporalidad se determinó con la información histórica de la representatividad de los precios levantados, así los precios de las variedades otoño-invierno entran al cálculo del índice entre febrero y julio de cada año y las variedades de primavera-verano entre agosto y enero. Adicionalmente, se levantan los precios dos meses previos y posteriores a la temporada definida ex ante y estos

precios entran a cálculo, si representan más del 50% del total de precios a levantar en el mes, esta regla se utiliza sólo en el año 2013 (**este cambio metodológico comenzó a operar desde julio de 2013**), ya que a partir del año 2014 se determinará el nivel de representatividad mínimo de precios con información del año anterior.

En la metodología del IPC base 2009=100, los precios entran al cálculo del índice cuando se cumplía con el criterio de representatividad del 35% de precios levantados.

El método de imputación que se utiliza para los precios en los periodos fuera de temporada es el arrastre, así por ejemplo para los meses diferentes a los que se indica en cuadro anterior octubre-noviembre (temporada otoño-invierno) y abril-mayo (temporada primavera-verano). El método de arrastre consiste en repetir el último precio levantado hasta que nuevamente se vuelve a levantar el precio de la variedad (meses en que la variedad está disponible en el mercado).

7. Cambios en tarifas eléctricas:

A diferencia de la metodología de la canasta base 2009=100, **no se incluyen las reliquidaciones de las tarifas eléctricas**, ya que éstas son un cambio en el nivel de los ingresos de los hogares y no un cambio en el precio del servicio.

Las reliquidaciones son un ajuste del precio final de la energía que ya fue cobrada a los clientes, donde se calculan las diferencias originadas para que sean abonadas o cargadas en forma retroactiva en las cuentas mensuales que reciben a través de su cuenta de la empresa de distribución. La forma de reajustar y aplicar las reliquidaciones está definida por la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC).

8. Cambios en Educación:

En el cálculo del IPC se sigue la valoración del servicio sólo en los meses en que éste se ofrece (marzo a diciembre de cada año) con los precios vigentes en diciembre (matrícula y cuota de incorporación) y los de marzo (arancel) cuando la unidad monetaria es diferente de pesos. Este procedimiento es distinto al utilizado en la base 2009, ya que en ella se llevaban a pesos las unidades monetarias según la equivalencia en cada mes.

Se sigue la práctica habitual de levantar los precios sólo en los meses en que comienza el ciclo educativo (diciembre y/o marzo) y se utilizan esos mismos precios (se arrastran) en los meses intermedios.

Más acerca de Chile, [Click aquí](#).

Jorge Selaive
jselaive@bbva.com
+56 02 2939 10 21

Hermann González
hermannesteban.gonzalez@bbva.com
+56 02 2939 13 54

Fernando Soto
fsotol@bbva.com
+56 02 2939 14 95

Aníbal Alarcón
aalarcona@bbva.com
+56 02 2939 10 52

Raúl Cáceres
rcaceres@grupobbva.cl
+56 02 2939 11 60

BBVA | RESEARCH



| Pedro de Valdivia 100, Santiago de Chile | Tel.: +56 02 939 00 00 | www.bbva.com

Antes de imprimir este mensaje, por favor, compruebe que es necesario hacerlo.

La presente comunicación y sus anexos quedan sujetos a confidencialidad en los términos establecidos en la normativa aplicable, dirigiéndose exclusivamente al destinatario mencionado en el encabezamiento. Son de exclusivo uso interno y queda prohibida su divulgación, copia, cesión, entrega, remisión o envío a terceros ajenos al Grupo BBVA sin consentimiento previo y escrito del remitente. Si ha recibido este mensaje por error, debe saber que su lectura, uso o copia están prohibidos y le rogamos que lo comunique inmediatamente mediante reenvío a la dirección electrónica del remitente, eliminándolo a continuación.