

Número de Variedades de Productos Disponibles en Sitios Web de Supermercado en el Contexto de la Pandemia de COVID-19

Extracto del Informe Trimestral Enero - Marzo 2020, Recuadro 5, pp. 69-71, mayo 2020.

Introducción

La pandemia de COVID-19 y las medidas implementadas para su contención parecerían haber ocasionado cambios en la demanda relativa por diversos bienes y servicios por parte de los consumidores, al menos en el corto plazo. Así, los consumidores parecerían haber adquirido de manera repentina distintos bienes en cantidades mayores a las usuales, tales como alimentos, bebidas alcohólicas y algunos bienes para el hogar, en el contexto del confinamiento que se ha requerido para enfrentar la crisis sanitaria. En contraste, los consumidores también han reducido su demanda por otras mercancías y servicios, como ha sido el caso de los turísticos, servicios de alimentación y esparcimiento. Estos cambios en la demanda relativa por bienes y servicios parecerían estar influyendo en el comportamiento de los precios, como se describió en la Sección 3 de este Informe.

En este contexto, en este Recuadro se presenta evidencia sobre este incremento en la demanda de muy corto plazo por algunos bienes por parte de los consumidores utilizando información de la disponibilidad de variedades de productos en los sitios web de tres supermercados con presencia nacional. Las distintas variedades que presenta un producto se refieren a las distintas marcas, sabores, tamaños o presentaciones. Así, se documenta que el número de variedades disponibles de los bienes analizados en este Recuadro en su conjunto se fue reduciendo paulatinamente durante la tercera semana de marzo, luego de la declaratoria de pandemia por parte de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y que posteriormente al inicio de la Fase 2 en México, el día 25 de marzo, se aprecia una abrupta caída en la disponibilidad de variedades para ciertos grupos bienes. Se observó una importante reducción en la disponibilidad de variedades en el caso de bebidas alcohólicas y productos para la conservación del hogar (que incluyen distintos productos de limpieza y desinfectantes), así como, en menor medida, en bienes de cuidado personal y de alimentos procesados y bebidas no alcohólicas. Estos resultados sugieren que el incremento en la demanda pudiera haber influido en el hecho de que dichos tipos de bienes hayan registrado en la información del Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) incrementos en sus precios en abril por encima de los observados en promedio de 2010 a 2019 para ese mismo mes.

Si bien estos resultados sobre la reducción en la disponibilidad de variedades, por la temporalidad en que tuvieron lugar, podrían reflejar un choque de demanda dada la oferta que tenían los supermercados, no se puede descartar que se pudieran comenzar a apreciar los efectos de choques de oferta. Por ejemplo, si existen disrupciones en las cadenas de distribución o paros en la actividad productiva de algunos sectores debido a las medidas sanitarias, que no permitieran que los supermercados restablecieran sus niveles de disponibilidad de variedades. Ello, junto con los efectos de la depreciación del tipo de cambio, podrían presionar los precios al alza, si bien dichas presiones podrían verse contrarrestadas por la mayor holgura en la economía.

Datos

Los datos utilizados en este Recuadro son recabados mediante consultas a los sitios web de tres supermercados con presencia nacional de manera diaria desde principios de 2020 y hasta el 20 de abril. Se consulta la descripción de cada producto disponible en los sitios web, los cuales ascienden, entre los tres supermercados, a cerca de 20 mil. Una vez completada la consulta, los productos se clasifican en alguna de 95 categorías que fue posible

analizar para este Recuadro; y de no corresponder a alguna de ellas, se descartan de la muestra. Ejemplos de categorías incluyen refrescos, agua embotellada, cervezas, blanqueadores, arroz o frijoles.¹ Para cada categoría se define la disponibilidad de variedades de productos como el número de artículos distintos por presentación, marca, sabor o tamaño disponibles para los consumidores en cada uno de los tres sitios web cada día. A su vez, las categorías se agruparon en los siguientes agregados: Alimentos Procesados y Bebidas No Alcohólicas, Alimentos No Procesados, Bebidas Alcohólicas, Bienes para la conservación del hogar, Cuidado personal, y Resto de Productos.² Así, a continuación, en primer lugar se analizará el cambio en la disponibilidad de variedades a nivel de agregados y, posteriormente, a nivel de categoría.

Cambio en el número de variedades de productos en los sitios web de supermercados

En la Gráfica 1, se presenta el total diario del número de variedades de todas las categorías consideradas en el Recuadro para los tres supermercados considerados.³ Se observa que, luego de la declaratoria de pandemia mundial por la Organización Mundial de la Salud (el 11 de marzo) el número de variedades disponibles comenzó a decrecer moderadamente respecto a lo observado previamente. Asimismo, destaca la repentina caída en el número de variedades de productos disponibles en los sitios web el día posterior al inicio de la Fase 2, es decir, el 25 de marzo.



^{1/} Para el primer bimestre de 2020 se promedian las observaciones diarias. Las líneas verticales rojas indican la declaratoria de pandemia mundial por la Organización Mundial de la Salud (11 de marzo) y el inicio de la Fase 2 en México (24 de marzo).

Fuente: Banco de México.

¹ Las categorías en el Recuadro se inspiraron en los conceptos genéricos utilizados en el INPC. Se incluyeron solo categorías para las que hubiera productos disponibles en el primer bimestre de 2020 en al menos dos de los tres supermercados.

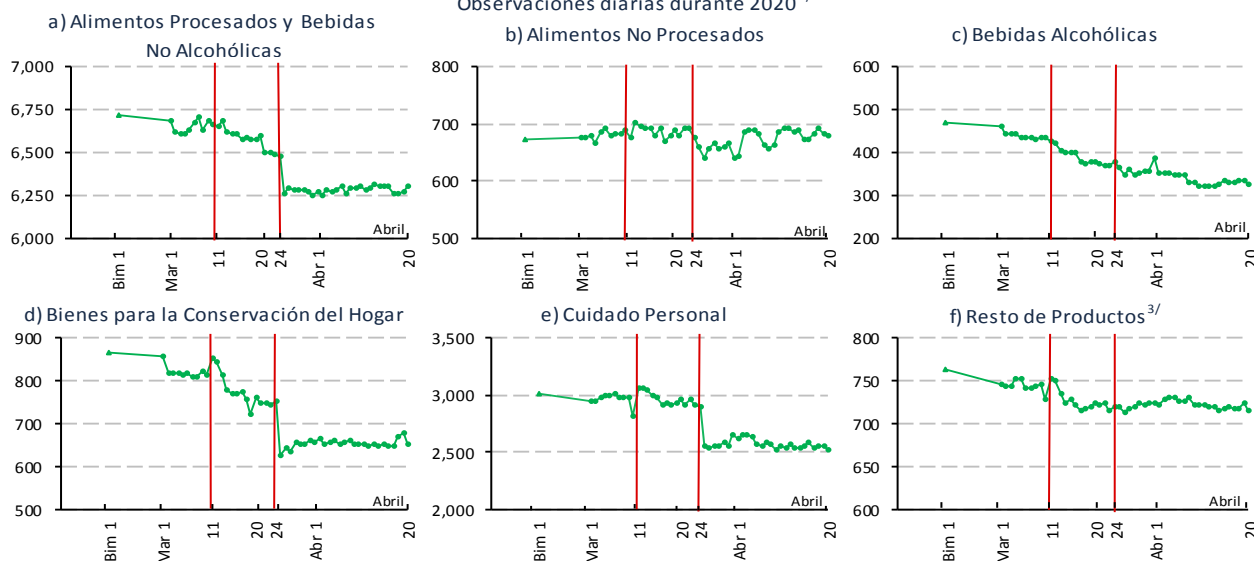
² Los agregados y categorías que los conforman son los siguientes: **Alimentos Procesados y Bebidas No Alcohólicas** (Arroz; Botanas elaboradas con cereales; Galletas; Tortilla de maíz; Tortillas de harina de trigo; Tostadas; Chorizo; Jamón; Tocino; Atún y sardina en lata; Leche en polvo; Leche evaporada y maternizada; Leche pasteurizada y fresca; Otros quesos; Queso amarillo; Queso fresco; Queso manchego y Chihuahua; Yogurt; Aceites y grasas vegetales comestibles; Mantequilla; Otras conservas de frutas; Verduras envasadas; Azúcar; Chocolate y productos de confitería; Gelatina, miel y mermeladas; Helados, nieves y paletas de hielo; Concentrados de pollo y sal; Mayonesa y mostaza; Otros condimentos; Té; Agua embotellada, y Refrescos envasados); **Alimentos No Procesados** (Carne de cerdo; Pollo; Camarón; Pescado; Huevo; Aguacate; Durazno; Guayaba; Manzana; Melón; Naranja; Otras frutas; Papaya; Pera; Piña; Uva; Calabacita; Cebolla; Chayote; Frijol; Jitomate; Lechuga y col; Nopales; Otras verduras y legumbres; Otros chiles frescos; Papa y otros tubérculos; Pepino; Tomate verde, y Zanahoria); **Bebidas Alcohólicas** (Brandy; Ron; Tequila, y Cerveza); **Bienes para la Conservación del Hogar** (Artículos desechables y no duraderos; Blanqueadores; Cerillos; Desodorantes ambientales; Detergentes; Plaguicidas; Servilletas de papel; Suavizantes y limpiadores, y Velas y veladoras); **Cuidado Personal** (Navajas y máquinas de afeitar; Crema y productos para higiene dental; Desodorantes personales; Jabón de tocador; Otros artículos de tocador; Pañales; Papel higiénico y pañuelos desechables; Productos para el cabello; y Toallas sanitarias); y **Resto de Productos** (Colchones; Lámparas; Cafeteras, tostadoras, ventiladores y otros electrodomésticos pequeños; Baterías de cocina; Focos; Herramientas pequeñas y accesorios diversos; Pilas; Antigripales; Dermatológicos; Material de curación; Televisores, y Juguetes y juegos de mesa).

³ Los datos agregados de los tres supermercados se obtienen al sumar las variedades disponibles de cada sitio web considerando que, aun cuando algún producto específico pudiera observarse en más de un sitio web, se contabiliza en ambas fuentes de información con el objetivo de capturar que el sitio web también puede ser una de las características que define la variedad.

La Gráfica 2 presenta la información para cada uno de los seis agregados analizados. Es posible apreciar las disminuciones relativamente paulatinas entre el 11 de marzo y el 24 de marzo; luego se observan escalones a la baja a partir del día 25 en ciertos agregados. En particular, destaca la caída en la última semana de marzo en alimentos procesados y bebidas no alcohólicas. Las variedades disponibles diarias disminuyeron en promedio 6% entre el promedio del primer bimestre de 2020 y la información de abril. Se aprecia más estabilidad en el caso de los alimentos no procesados, que contrasta con las mucho más marcadas reducciones que se han observado para el caso de bebidas alcohólicas. Para este último agregado, en conjunto entre los tres supermercados se observó una contracción en el número de variedades disponibles de 28% entre el promedio del primer bimestre del año y el promedio de la información de abril. También llama la atención la caída en escalón en los bienes para conservación del hogar (que incluyen los productos de limpieza y para desinfectar). La contracción promedio para este agregado es de 24% en el mismo periodo. Finalmente, también destacan las caídas en el agregado de cuidado personal, alcanzando en este caso la reducción promedio en el periodo referido de 15%.

A nivel de categoría, se encontró que 56 de las 95 analizadas presentaron una contracción en el número promedio de variedades ofrecidas entre el primer bimestre de 2020 y abril; en 32 casos la reducción fue de más de 10%. El Cuadro 1 reporta aquellas categorías cuyo número de variedades disminuyó más de 10% ya sea entre el primer bimestre de 2020 y la cuarta semana de marzo, o entre el primer bimestre de 2020 y abril. Entre los alimentos (procesados y no procesados) destacan algunos de primera necesidad como el arroz y el frijol, así como algunas golosinas como botanas elaboradas con cereales o chocolates y productos de confitería. En el caso de bebidas alcohólicas, todas las incluidas en el análisis presentaron reducciones notorias. Para los artículos de conservación del hogar también destaca que las reducciones en las variedades son pronunciadas y se relacionan, en buena medida, a productos orientados a la limpieza. Entre las categorías de cuidado personal presentaron caídas importantes los productos para tocador, cuidado de cabello y, en menor medida, el papel higiénico y pañuelos desechables. Finalmente, dentro del resto de las categorías sobresalen las pilas, los juegos de mesa y las baterías para cocina.

Gráfica 2
Número de Variedades de Productos Disponibles por Grupos de Categorías^{1/}
 Observaciones diarias durante 2020^{2/}



^{1/} El número de variedades de productos disponibles se refiere al total de productos distintos por presentación, marca, sabor, variedad, capacidad o sitio web que están disponibles para los consumidores cada día.

^{2/} Para el primer bimestre de 2020 se promedian las observaciones diarias. Las líneas verticales rojas indican la declaratoria de pandemia mundial por la Organización Mundial de la Salud (11 de marzo) y el inicio de la Fase 2 en México (24 de marzo).

^{3/} Ver nota al pie 2.

Fuente: Banco de México.

Cuadro 1
Categorías cuyo número de variedades disminuyó más de 10 por ciento entre el primer bimestre y la cuarta semana de marzo o abril de 2020

Categoría	Marzo S4 / Bimestre 1	Abril / Bimestre1
Alimentos Procesados y Bebidas No Alcohólicas		
Botanas elaboradas con cereales	-35	-42
Chocolate y productos de confitería	-26	-28
Leche evaporada y maternizada	-30	-21
Tocino	-11	-17
Helados, nieves y paletas de hielo	10	-15
Leche en polvo	-4	-15
Mantequilla	-12	-14
Galletas	-7	-13
Arroz	-11	-12
Otras conservas de frutas	-23	-10
Alimentos No Procesados		
Camarón	-18	-24
Pescado	-26	-23
Tomate verde	-24	-20
Pollo	-6	-20
Frijol	-12	-15
Durazno	-15	-4
Pera	-12	4
Bebidas Alcohólicas		
Cerveza	-26	-25
Ron	-24	-23
Tequila	-15	-18
Brandy	-20	-17
Bienes para la Conservación del Hogar		
Desodorantes ambientales	-16	-88
Cerillos	-19	-50
Plaguicidas	-25	-35
Suavizantes y limpiadores	3	-30
Blanqueadores	-21	-25
Detergentes	-14	-25
Servilletas de papel	-19	-17
Cuidado Personal		
Productos para el cabello	-28	-35
Otros artículos de tocador	-25	-18
Papel higiénico y pañuelos desechables	-10	-7
Resto de Productos		
Pilas	-49	-43
Dermatológicos	-13	-33
Juguetes y juegos de mesa	-21	-22
Baterías de cocina	-16	-21

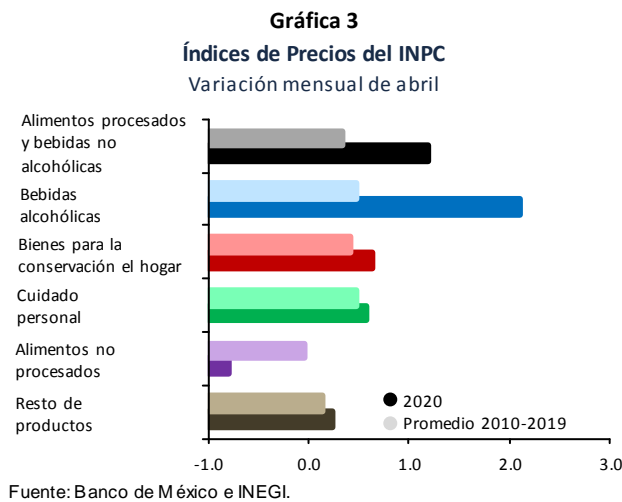
Fuente: Banco de México.

Incremento en precios en el INPC

Si bien no se cuenta con información sobre incrementos en las cantidades vendidas o de cambios en los inventarios totales de los supermercados, la caída en las variedades disponibles en sus sitios web en tan corto plazo sugiere que estaban enfrentando un aumento repentino en la demanda por parte de los consumidores en el contexto de la pandemia de COVID-19 que no era posible emparejar con mayor oferta. Este aumento en la demanda podría haber sido más generalizado entre otras tiendas y la presión de la mayor demanda relativa parecería haber dado lugar a presiones sobre los precios.

En efecto, con información de los datos del INPC es posible apreciar que los grupos de mercancías analizados en este recuadro presentaron incrementos en sus precios en abril mayores a los que habían registrado en promedio en los últimos diez años. Es importante aclarar que no es posible establecer una correspondencia directa entre las categorías que se analizaron en este recuadro y los genéricos del INPC porque si bien son productos del mismo tipo (por ejemplo, refrescos), sus características particulares (marca, tamaño, sabor o tienda) son distintas.

Así, la Gráfica 3 compara la variación porcentual de los precios por grupo en abril de 2020 con el promedio de 2010 a 2019.⁴ Se puede apreciar que particularmente en el caso de las bebidas alcohólicas se observó un incremento en precios inusual. También fue el caso en alimentos procesados y bebidas no alcohólicas y, en menor medida, en bienes para la conservación del hogar y en bienes para el cuidado personal.



Conclusiones

La pandemia de COVID-19 y las medidas implementadas para su contención han tenido efectos en la demanda relativa por varios bienes y servicios, lo que parecería haber influido en el comportamiento de sus precios. En este Recuadro se documentó que, para algunos tipos de bienes, el número de variedades de productos disponibles en el sitio web de tres supermercados con presencia nacional se redujo durante la cuarta semana de marzo y abril respecto al primer bimestre de 2020. Esta evidencia sugiere que efectivamente parecería haberse incrementado la demanda por algunos bienes en el contexto del confinamiento.

Si bien este Recuadro se enfoca en cambios de muy corto plazo en la demanda relativa por distintos productos por parte de los consumidores, es posible que la pandemia de COVID-19 implique, por un lado, cambios de mayor plazo en la canasta de consumo de los hogares, y por otro lado, choques de oferta, por ejemplo, debido a posibles disrupciones en las cadenas de producción y distribución o incrementos en los costos de producción. Será relevante analizar en qué direcciones podrían darse las modificaciones, tanto para entender cómo los cambios en precios relativos pudieran afectar el bienestar de los hogares, como por los efectos sobre los precios al consumidor en el mediano plazo.

⁴ La Gráfica 3 reporta las tasas de variación de cada grupo incluyendo todos los genéricos que lo componen en la clasificación del INPC. De incluirse solo los genéricos que se pueden asociar a las categorías que se analizan en el recuadro, el mensaje se mantiene, excepto para el agregado de resto de productos donde ambas tasas son muy similares.