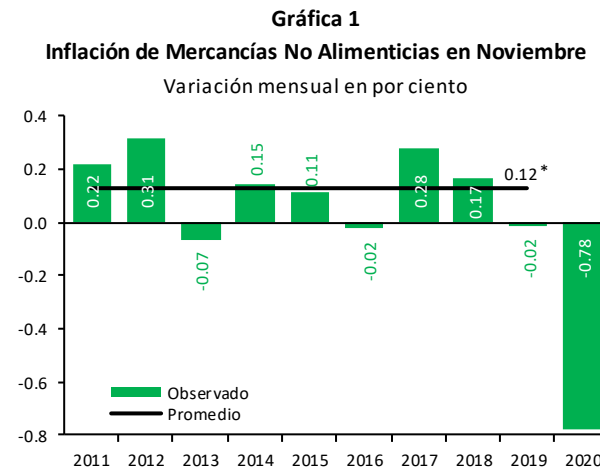


Margen Intensivo y Extensivo en los Efectos de “El Buen Fin” de 2020 sobre la Inflación de Mercancías No Alimenticias

Extracto del Informe Trimestral Octubre - Diciembre 2020, Recuadro 5, pp. 79-82, documento publicado el 3 marzo de 2021.

1. Introducción

La variación mensual de las mercancías no alimenticias en noviembre de 2020 se vio fuertemente influida por la mayor duración e intensidad de la edición de “El Buen Fin” de ese año respecto de años anteriores. En particular, si se compara la variación mensual de noviembre de 2020 de este subíndice con la variación correspondiente a ese mismo periodo en los años entre 2011 y 2019, se observa que dicha variación promedió 0.12%, mientras que en 2020 esta fue negativa, registrando un nivel de -0.78% (Gráfica 1). La ropa, los muebles y aparatos domésticos, así como artículos de entretenimiento, fueron el tipo de productos que más contribuyeron a esta variación negativa.



*/ Promedio de 2011 a 2019.
Fuente: Banco de México e INEGI.

Este recuadro muestra evidencia que sugiere que en 2020 “El Buen Fin” tuvo más ofertas y que además estas fueron más intensas, en comparación con años anteriores. En particular, se estima el efecto del margen intensivo (mayor proporción de ofertas) y extensivo (descuentos más grandes) de este periodo de promociones. Los resultados indican que el margen extensivo influyó en mayor medida, lo cual es natural dado que en 2020 este periodo de ofertas fue de mayor duración que en años anteriores.¹ Sin embargo, el margen intensivo también tuvo una contribución sustantiva. Así, la pandemia de COVID-19 parece haber influido de manera importante en las decisiones de promoción de los establecimientos de venta, no solo en la decisión de implementar un periodo de ofertas más prolongado, sino también en que los descuentos hayan sido mayores.

¹ En 2020, “El Buen Fin” tuvo una duración mayor, abarcando 12 días, del 9 al 20 de noviembre, mientras que en ediciones anteriores su duración era de 4 días. Así, en la edición de este año, parte de “El Buen Fin” ocurrió en la primera quincena de noviembre, en tanto que en años pasados solo incluía días de la segunda quincena.

2. Porcentaje de mercancías no alimenticias en oferta y magnitud de ofertas

En la Gráfica 2a se muestra el porcentaje ponderado de mercancías no alimenticias en oferta para la primera quincena de noviembre desde 2011 hasta 2020. Como se puede apreciar, este porcentaje es mayor en 2020 comparado con el de años previos, lo cual se debe naturalmente a que en este año “El Buen Fin” inició desde la primera quincena de noviembre, a diferencia de otros años cuando había tenido únicamente lugar en la segunda quincena de noviembre.² En la Gráfica 2b se presenta el porcentaje de ofertas para las segundas quincenas de noviembre, el cual también fue mayor en 2020 en relación a los años anteriores, lo que ilustra la mayor cantidad de ofertas en “El Buen Fin” de ese año. Posteriormente, el porcentaje de ofertas disminuyó a partir de la primera quincena de diciembre, tal y como se observa en la Gráfica 2c, debido a la terminación del periodo de ofertas.

En relación a la magnitud de las promociones, en la Gráfica 3a se muestra la variación quincenal de los precios de las mercancías no alimenticias que estaban en oferta para primeras quincenas de noviembre para los años de 2011 hasta 2020.³ Se observa que la intensidad de las ofertas fue mayor en 2020 en comparación con otros años. Este mismo patrón se ve en la Gráfica 3b, pues los descuentos en la segunda quincena de 2020 también fueron mayores que en años anteriores. En suma, esta edición de “El Buen Fin” impactó a la inflación por su efecto en el margen intensivo y extensivo, los cuales a continuación se cuantifican.

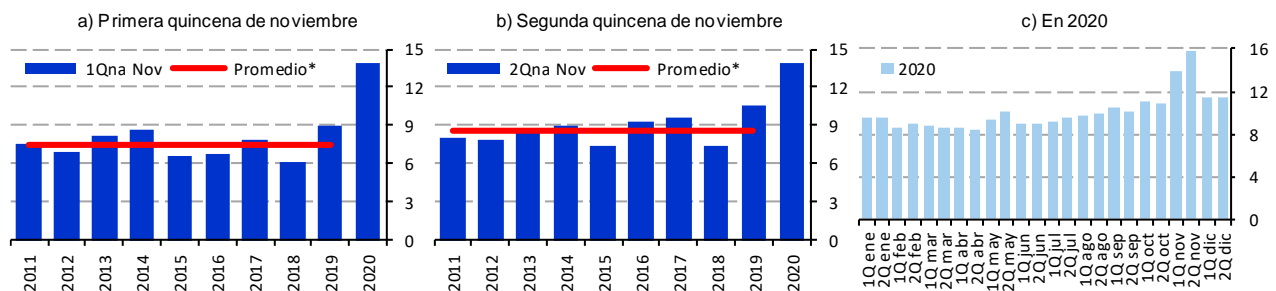
3. Contribución de las ofertas a la inflación de las mercancías no alimenticias

El mayor efecto de “El Buen Fin” sobre la inflación quincenal de las mercancías no alimenticias en 2020 respecto a 2019 ($\Delta BF_{2020-2019}$) se calcula al restar la contribución a la inflación quincenal de las mercancías no alimenticias en oferta durante “El Buen Fin” de 2020 menos la contribución correspondiente a “El Buen Fin” de 2019, según se muestra en la siguiente ecuación:

$$\Delta BF_{2020-2019} = BF_{2020} - BF_{2019} \quad (1)$$

donde BF_t es la incidencia a la inflación quincenal de las mercancías no alimenticias en oferta durante “El Buen Fin” en el año t .

Gráfica 2
Porcentaje de Mercancías No Alimenticias en Oferta^{1/}
 Cifras en por ciento



^{1/} Este porcentaje es ponderado según el peso de cada específico en la canasta de mercancías no alimenticias.

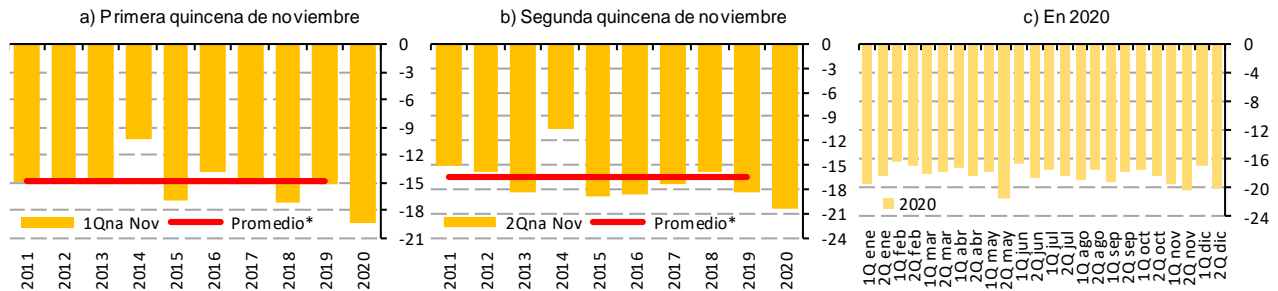
^{*/} Promedio de 2011 a 2019.

Fuente: Banco de México e INEGI.

² Incluso, el porcentaje de ofertas durante la primera quincena de noviembre de 2020 es mayor comparado con las segundas quincenas de noviembre de años anteriores, en las cuales ocurría “El Buen Fin”.

³ Estrictamente no se cuenta con información de las magnitudes de las ofertas, por lo que se aproximan con el cambio quincenal en precios de los bienes que se identifican en oferta.

Gráfica 3
Inflación Quincenal de Mercancías No Alimenticias en Oferta ^{1/}
 Cifras en por ciento



^{1/} Se calcula la variación quincenal ponderada de los bienes en oferta.

*/ Promedio de 2011 a 2019.

Fuente: Banco de México e INEGI.

Por su parte, BF_t , se puede definir como la suma de la incidencia a la inflación quincenal de dos grupos de productos específicos: los que estuvieron en oferta ambos años y los que estuvieron en oferta en el año t pero no en el otro año. En forma algebraica se tiene:

$$\Delta BF_{2020-2019} = \{X_{O en 2020}^{O en 2019} + X_{O en 2020}^{NO en 2019}\} - \{Y_{O en 2019}^{O en 2020} + Y_{O en 2019}^{NO en 2020}\} \quad (2)$$

donde

$X_{O en 2020}^{O en 2019}$ es la incidencia a la inflación quincenal de 2020 de productos en descuento en 2020 y 2019;

$X_{O en 2020}^{NO en 2019}$ es la incidencia a la inflación quincenal de 2020 de productos en descuento en 2020 y no en 2019;

$Y_{O en 2019}^{O en 2020}$ es la incidencia a la inflación quincenal de 2019 de productos en descuento en 2019 y 2020;

$Y_{O en 2019}^{NO en 2020}$ es la incidencia a la inflación quincenal de 2019 de productos en descuento en 2019 y no en 2020.

Ahora bien, el término $X_{O en 2020}^{NO en 2019}$ se puede reescribir como sigue:

$$X_{O en 2020}^{NO en 2019} = \hat{X}_{O en 2020, M de 2019}^{NO en 2019} + Resto \quad (3)$$

donde $\hat{X}_{O en 2020, M de 2019}^{NO en 2019}$ es la incidencia a la inflación quincenal de 2020 de productos específicos en oferta en 2020 y no en 2019, pero donde para calcular su incidencia en lugar de usar la magnitud de la oferta efectivamente observada en 2020, se imputa la magnitud de las ofertas observadas en la segunda quincena de noviembre de 2019.⁴ Este paso permite tomar en cuenta que estos bienes, de haber estado en oferta en 2019, habrían tenido una oferta de menor magnitud de la que efectivamente se observó en 2020 y dicho término permite inferir cuál habría sido su incidencia en ese caso. Esta estimación será útil para poder separar el margen intensivo y el extensivo, pues no sería apropiado atribuir toda la incidencia de estos bienes al margen extensivo, pues parte de su mayor incidencia está influida precisamente por el hecho de que la magnitud de sus ofertas en 2020 fue mayor que en 2019.

Sustituyendo la ecuación (3) en la ecuación (2) y reordenando los términos, se tiene lo siguiente:

$$\Delta BF_{2020-2019} = \{\hat{X}_{O en 2020, M de 2019}^{NO en 2019} - Y_{O en 2019}^{NO en 2020}\} + \{X_{O en 2020}^{O en 2019} - Y_{O en 2019}^{O en 2020} + Resto\}. \quad (4)$$

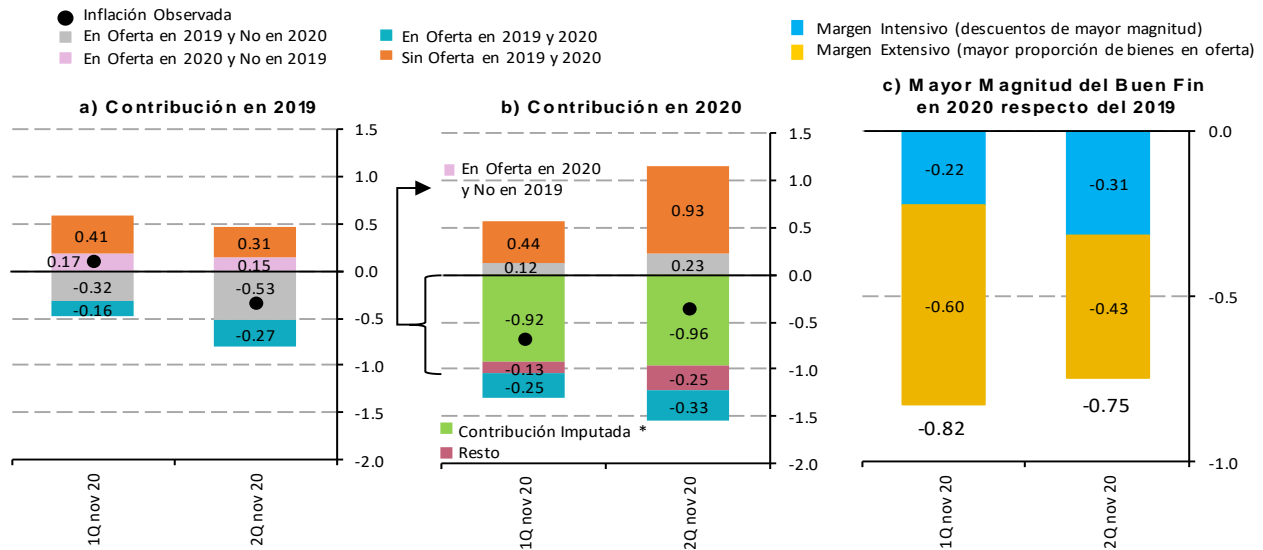
⁴ En particular, a cada específico se le imputa la magnitud de la oferta promedio a nivel de genérico correspondiente de la segunda quincena de noviembre de 2019.

El primer término corresponde al margen extensivo que, en otras palabras, es la diferencia en la incidencia a la inflación de la cantidad de ofertas en 2020 respecto de 2019 cuidando que las magnitudes de las ofertas fueran comparables y así aislar completamente el margen extensivo del intensivo (área verde de Gráfica 4b menos área gris de Gráfica 4a). El segundo término corresponde al margen intensivo, que se estima con la diferencia en la incidencia entre 2020 y 2019 de los bienes que estuvieron en oferta en ambos años (diferencia entre 2020 y 2019 de áreas azul turquesa de Gráfica 4, a) y b), respectivamente), adicionando la parte de la incidencia a la inflación en 2020 (*Resto*, color rojo claro en Gráfica 4b) de los bienes en oferta en ese año y no en 2019 que se puede atribuir a que sus ofertas en 2020 fueron de mayor magnitud que las que hubieran tenido de haber estado en oferta en 2019.

En la Gráfica 4 se puede observar la incidencia de los distintos grupos de bienes a las inflaciones de ambas quincenas de noviembre en 2019 y en 2020. También se reportan los resultados de la estimación, los cuales indican que de los 82 puntos base (pb) de mayor incidencia de las ofertas de “El Buen Fin” en 2020 respecto a 2019, 60 pb se pueden atribuir al margen extensivo (73%) y el resto al intensivo (27%) en la primera quincena de noviembre. Para la segunda quincena, de los 75 pb de mayor incidencia de las ofertas de “El Buen Fin” en 2020 respecto a 2019, 43 pb se pueden atribuir al margen extensivo (58%) y el resto al intensivo (42%). Estos resultados indican que el margen extensivo tuvo una mayor relevancia en la primera quincena de noviembre, lo que concuerda con el hecho de que en años anteriores en esta quincena no había estado vigente “El Buen Fin”. Para la segunda quincena, el margen intensivo se torna más relevante, lo cual podría reflejar que el periodo de ofertas de 2020 fue atípico también en esa dimensión, posiblemente influido por las complejas condiciones que han enfrentado los establecimientos de venta en el contexto de la crisis sanitaria.

Este episodio particular de “El Buen Fin” generó volatilidad en el comportamiento de la inflación de las mercancías no alimenticias. En particular, en la Gráfica 5 se observa que durante la primera quincena de noviembre de 2020, la entrada de ofertas contribuyó notablemente a la inflación quincenal (-1.1 puntos porcentuales (pp)). Para la segunda quincena de noviembre de 2020, se registraron salidas de ofertas y con una contribución a la inflación quincenal de magnitud similar a las entradas registradas una quincena antes, con signo contrario (0.9 pp). Asimismo, la entrada de ofertas reportadas en la segunda quincena de noviembre fue nuevamente importante con una contribución a la inflación quincenal de -1.3 pp. Destacan también las salidas de ofertas en la primera quincena de diciembre, con una contribución a la inflación quincenal de magnitud similar, con signo opuesto, a las entradas de oferta de la segunda quincena de noviembre (1.4 pp). Así, “El Buen Fin” parecería haber tenido un efecto temporal sobre la inflación anual de las mercancías no alimenticias. En particular, luego de disminuir de 3.85 a 3.06% entre octubre y noviembre, se situó en 4.14% en diciembre.

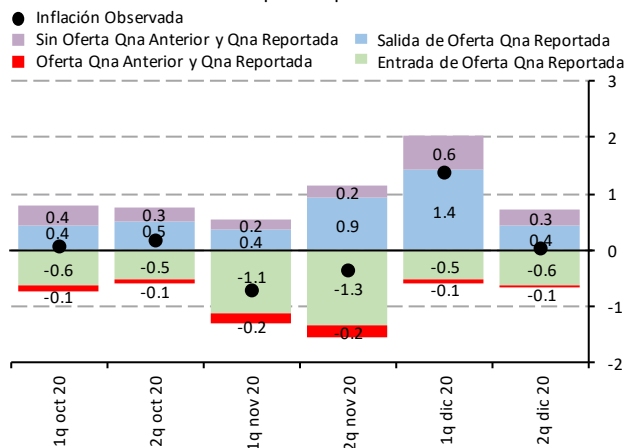
Gráfica 4
Contribución a la Inflación Quincenal de Específicos de Mercancías No Alimenticias
 Cifras en puntos porcentuales



*/ Esta área corresponde al término $\hat{X}_{Q en 2020, M de 2019}^{NO en 2019}$ de la ecuación (3), es decir, es la incidencia a la inflación quincenal de 2020 de productos específicos en oferta en 2020 y no en 2019, donde el tamaño de los descuentos se imputa según la magnitud de las ofertas observadas en “El Buen Fin” de 2019 (segunda quincena de noviembre de 2019). Esta imputación es útil para calcular la incidencia del margen extensivo (mayor proporción de bienes en oferta) entre 2020 y 2019 manteniendo comparable la magnitud de dichas ofertas, tal y como se muestra en el primer término de la ecuación (4).

Fuente: Banco de México e INEGI.

Gráfica 5
Contribución a la Inflación Quincenal de
Mercancías No Alimenticias
 Cifras en puntos porcentuales



Fuente: Banco de México e INEGI.

4. Consideraciones finales

En 2020, el periodo de “El Buen Fin” influyó en mayor medida que en años anteriores en el comportamiento de la inflación de las mercancías no alimenticias. En particular, la contribución de las ofertas a la reducción de la inflación de las mercancías no alimenticias en noviembre fue mayor que en 2019, lo cual fue resultado tanto de un mayor número de ofertas con relación al año previo como de una mayor magnitud en las mismas. Se estima que el margen extensivo presentó una mayor incidencia sobre la inflación quincenal del grupo analizado que el margen intensivo durante ambas quincenas de noviembre, aunque el impacto del margen intensivo también fue importante. Naturalmente, se esperaba un efecto considerable del margen extensivo de “El Buen Fin” sobre la

inflación quincenal, dada la mayor duración de este periodo de ofertas durante 2020, aunque también el margen intensivo fue relevante. Así, la crisis sanitaria parece haber influido de manera significativa en las decisiones de promoción de los establecimientos de venta, pues se implementó un periodo de ofertas más prolongado y con descuentos más altos. Hacia delante, los efectos sobre la inflación de “El Buen Fin” dependerán de si su duración e intensidad es como la que se presentó en 2020 o si regresa a las características observadas en ediciones anteriores a la pandemia. En este último caso, en 2021 se tendría un efecto base de comparación que implicaría cierto aumento de la inflación anual de las mercancías no alimenticias en noviembre de este año.