Así Va: Inflación MX. INEGI Afina Medición

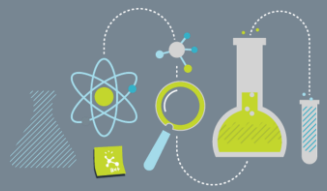
CATEGORÍA: Económica / **OBJETIVO DEL REPORTE:** Dar a conocer con mayor detalle el panorama económico.

"La estadística es la gramática de la ciencia"
K. Pearson

Alejandro J. Saldaña B.
asaldana@vepormas.com
56251500 Ext. 1767

Agosto 15, 2018

@AyEVeporMas



Laboratorio Bursátil / Nuestra Filosofía

Nuevo INPC para Nuevos Patrones de Consumo

La última vez que se actualizó el Índice Nacional de Precios al Consumidor (INPC) fue en 2013. Desde entonces, han cambiado los patrones de consumo de los mexicanos en términos de qué se consume, cuánto se gasta y dónde se adquiere cada bien o servicio, por ello la necesidad de actualizar la canasta básica. Adicionalmente, diversos organismos internacionales, como el FMI, recomiendan realizar este ejercicio periódicamente (ver: **Anuncian Cambios Inflación**). Para ésto, el INEGI utilizó por primera vez encuestas de gasto de los hogares que abarcarán un año completo (ENGASTO vs. ENIGH con periodicidad trimestral).

Tabla 1. Cambio en Ponderadores (%)

	Anterior	Nuevo
General	**100.00**	**100.00**
Subyacente	**77.44**	**75.55**
Mercancías	34.38	↑ 39.21
Alimentos, Beb. y Tab.	14.71	20.06
No Alimenticias	19.67	19.15
Servicios	43.06	↓ 36.34
Vivienda	19.50	15.51
Educación	5.11	3.61
Otros	18.45	17.22
No Subyacente	**22.56**	**24.45**
Agropecuarios	8.43	↑ 10.22
Frutas	3.56	4.58
Pecuarios	4.87	5.64
Energéticos y Tarifas	14.13	↑ 14.23
Energéticos	8.78	9.97
Tarifas Autorizadas	5.35	4.26

Fuente: GFB×+ / INEGI.

Como resultado, se contará con 299 genéricos (283 antes), considerando la desaparición de algunos como la larga distancia nacional (en desuso); además, el peso que cada bien y servicio tiene en la canasta también sufrió cambios, e.g. la gasolina Magna pasó de 3.79% a 5.36% (ver hoja 2).

Cobertura Ampliada

Se tendrá mayor representatividad geográfica, al sumarse nueve ciudades en las que se cotizan los precios, sumando 55 en total y una cobertura en las 32 entidades del país. Por otro lado, también se buscará una mayor amplitud en cuanto al número de establecimientos en los que se levantan los precios: 24.3 mil vs. 21.0 mil antes.

Nueva Base: Julio 2018

Además del cambio en ponderadores, también habrá un nuevo año base. Se seleccionó julio 2018 (diciembre 2010 anteriormente), ya que en dicho mes típicamente existe una menor incidencia de factores estacionales.

Sin Efecto Relevante en Perspectivas de Precios y Política Monetaria

La nueva canasta podría reflejar: i) mayor volatilidad dado el incremento en el peso del índice no subyacente (incorpora energéticos y agropecuarios); y, ii) marginalmente, una menor incidencia del efecto traspaso del tipo de cambio al consumidor final dado una modesta contracción en la ponderación de mercancías no alimenticias (ver tabla 1). Inicialmente, **estimamos un posible incremento en la tasa anual de la inflación general de hasta 14 pbs al cierre de año**. No obstante, esperaremos contar con la información completa (publicación 23 de agosto) en caso de ajustar nuestro pronóstico actual (4.2%). Con lo anterior, seguimos esperando que la inflación mantenga su tendencia a la baja, y prevemos poco probable que la nueva medición altere significativamente las próximas decisiones de política monetaria.

Actualización Necesaria

La actualización obedece a la necesidad de contar con un índice que sea representativo de la forma en la que se consume en un país, en función de qué es lo que se compra, a cuánto ascienden las erogaciones relacionadas y dónde se adquieren o contrata cada bien o servicio. Es por esto que, tanto la práctica internacional como la norma interna del INEGI, recomiendan que el INPC sea actualizado de forma periódica. Incluso, hay países que realizan ejercicios similares de forma anual (ver Anuncian Cambios Inflación).

Para capturar los patrones de consumo, el FMI recomendó al INEGI el utilizar una encuesta que englobe por completo el ciclo del consumo (típicamente un año calendario), para lo cual se creó la ENGASTO, ya que anteriormente se utilizaba la ENIGH (periodos trimestrales). Además, el INEGI atendió la recomendación de considerar poblaciones que tuvieran menos de 15 mil habitantes con la finalidad de evitar una sub-ponderación del ámbito rural. Un resultado adicional es que los ajustes permitirán una mayor adecuación para su comparación internacional.

Aumenta Número de Genéricos a 299, Cambian sus Pesos

Algunos genéricos se fusionaron, otros se agruparon al interior de otros, dos desaparecieron y otro tanto se agregaron. Estas modificaciones tienen la finalidad de que la canasta básica cuente con los bienes y servicios que actualmente son consumidos por los mexicanos. En la Tabla 2 puede observarse la salida y entrada de nuevos genéricos. Destaca el caso de la larga distancia nacional, la cual desapareció como consecuencia de la Reforma en Telecomunicaciones.

Con la nueva canasta, destaca que los tres genéricos que tuvieron mayores aumentos en su ponderación están relacionados a energía y alimentos: gasolina de bajo octanaje (+1.57 pp.), refrescos envasados (0.97 pp.) y loncherías, fondas, torterías y taquerías (+0.70 pp.). Por el contrario, entre los que tuvieron mayor disminución encontramos algunos servicios: vivienda propia (-2.14 pp.), electricidad (-1.32 pp.) y renta de vivienda (-1.21 pp.). En el agregado, esto es consistente con el aumento en el componente no subyacente de la inflación y las mercancías alimenticias, y con la caída en el rubro de servicios (Ver Tabla 1).

Dichos cambios obedecen, por un lado, a la mayor relevancia en el rubro de alimentos con la incorporación del ámbito rural (poblaciones menores a 15 mil habs.), mismo que tiende a consumirse una mayor proporción de alimentos respecto al total del gasto, mientras que la erogación en vivienda tiende a ser menor. Por otro lado, el constante incremento en los hidrocarburos, ya que éste ha generado que la proporción del gasto destinado a éstos sea a precios actuales mayor, respecto a la última actualización.

Tabla 2. Entrada y Salida de Genéricos

Entrantes	Salientes
Leche de soya	Calentadores de agua
Té	Larga distancia nacional
Productos para rep. menor de vivienda	
Lámparas	
Alfombras y otros materiales para pisos	
Herramientas y equipo grande para hogar	
Herramientas pequeñas y acc. diversos	
Transporte escolar	
Paquetería	
Servicios para mascotas	

Tabla 3. Genéricos con Mayor Peso

Genérico	Nuevo Ponderado
Vivienda propia	12.01
Gasolina de bajo octanaje	5.36
Loncherías, fondas, torterías y taquerías	4.58
Restaurantes y similares	2.83
Gas doméstico LP	2.17
Renta de vivienda	2.17
Carne de res	2.16
Refrescos envasados	2.06
Automóviles	1.90
Tortilla de maíz	1.87

Fuente: GFB×+ / INEGI.

REVELACIÓN DE INFORMACIÓN DE REPORTES DE ANÁLISIS DE **CASA DE BOLSA VE POR MÁS, S.A. DE C.V., GRUPO FINANCIERO VE POR MÁS,** destinado a los clientes de CONFORME AL ARTÍCULO 50 DE LAS Disposiciones de carácter general aplicables a las casas de bolsa e instituciones de crédito en materia de servicios de inversión (las "Disposiciones").

Rodrigo Heredia Matarazzo, Rafael Antonio Camacho Peláez, Dianna Paulina Iñiguez Tavera, Carlos Norman Pérez Carrizosa, Raúl Eduardo Uribe Sanchez, Miriam Gómez Romero, Mariana Paola Ramírez Montes, Alejandro Javier Saldaña Brito, Maricela Martínez Álvarez y Gustavo Hernández Ocadiz, analistas responsables de la elaboración de este Reporte están disponibles en, www.vepormas.com**,** el cual refleja exclusivamente el punto de vista de los Analistas quienes únicamente han recibido remuneraciones por parte de BX+ por los servicios prestados en beneficio de la clientela de BX+. La remuneración variable o extraordinaria que han percibido está determinada en función de la rentabilidad de Grupo Financiero BX+ y el desempeño individual de cada Analista.

El presente documento fue preparado para (uso interno/uso personalizado) como parte de los servicios asesorados y de Análisis con los que se da seguimiento a esta Emisora, bajo ningún motivo podrá considerarse como una opinión objetiva sobre la Emisora ni tampoco como una recomendación generalizada, por lo que su reproducción o reenvío a un tercero que no pueda acreditar su recepción directamente por parte de Casa de Bolsa Ve Por Más, S.A. de C.V. libera a ésta de cualquier responsabilidad derivada de su utilización para toma de decisiones de inversión.

Las Empresas de Grupo Financiero Ve por Más no mantienen inversiones arriba del 1% del valor de su portafolio de inversión al cierre de los últimos tres meses, en instrumentos objeto de las recomendaciones. Los analistas que cubren las emisoras recomendadas es posible que mantengan en su portafolio de inversión, la emisora recomendada. Conservando la posición un plazo de por lo menos 3 meses. Ningún Consejero, Director General o Directivo de las Empresas de Grupo Financiero, fungen con algún cargo en las emisoras que son objeto de las recomendaciones.

Casa de Bolsa Ve por Más, S.A. de C.V. y Banco ve por Más, S.A., Institución de Banca Múltiple, brinda servicios de inversión asesorados y no asesorados a sus clientes personas físicas y corporativas en México y en el extranjero. Es posible que a través de su área de Finanzas Corporativas, Cuentas Especiales, Administración de Portafolios u otras le preste o en el futuro le llegue a prestar algún servicio a las sociedades Emisoras que sean objeto de nuestros reportes. En estos supuestos las entidades que conforman Grupo Financiero Ve Por Más reciben contraprestaciones por parte de dichas sociedades por sus servicios antes referidos. La información contenida en el presente reporte ha sido obtenida de fuentes que consideramos fidedignas, aún en el caso de estimaciones, pero no es posible realizar manifestación alguna sobre su precisión o integridad. La información y en su caso las estimaciones formuladas, son vigentes a la fecha de su emisión, están sujetas a modificaciones que en su caso y en cumplimiento a la normatividad vigente señalarán su antecedente inmediato que implique un cambio. Las entidades que conforman Grupo Financiero Ve por Más, no se comprometen, salvo lo dispuesto en las "Disposiciones" en términos de serializar los reportes, a realizar compulsas o versiones actualizadas respecto del contenido de este documento.

Toda vez que este documento se formula como una recomendación generalizada o personalizada para los destinatarios específicamente señalados en el documento, no podrá ser reproducido, citado, divulgado, utilizado, ni reproducido parcial o totalmente aún con fines académicos o de medios de comunicación, sin previa autorización escrita por parte de alguna entidad de las que conforman Grupo Financiero Ve por Más.

Categorías y Criterios de Opinión

Categoría Criterio	Características	Condición En Estrategia	Diferencia Vs. Rendimiento IPyC
FAVORITA	Emisora que cumple nuestros dos requisitos básicos: **1) Ser una empresa extraordinaria; 2) Una valuación atractiva**. Los 6 elementos que analizamos para identificar una empresa extraordinaria son: Crecimiento, Rentabilidad, Sector, Estructura Financiera, Política de Dividendos, y Administración. Una valuación atractiva sucede cuando rendimiento potencial del Precio Objetivo es superior al estimado para el IPyC.	Forma parte de nuestro portafolio de estrategia	Mayor a 5.00 pp
¡ATENCIÓN!	Emisora que está muy cerca de cumplir nuestros dos requisitos básicos: **1) Ser una empresa extraordinaria; 2) Una valuación atractiva**. Los 6 elementos que analizamos para identificar una empresa extraordinaria son: Crecimiento, Rentabilidad, Sector, Estructura Financiera, Política de Dividendos, y Administración. Una valuación atractiva sucede cuando rendimiento potencial del Precio Objetivo es superior al estimado para el IPyC.	Puede o no formar parte de nuestro portafolio de estrategia	En un rango igual o menor a 5.00 pp
NO POR AHORA	Emisora que por ahora No cumple nuestros dos requisitos básicos: **1) Ser una empresa extraordinaria; 2) Una valuación atractiva. Los 6 elementos que analizamos para identificar una empresa extraordinaria son: Crecimiento, Rentabilidad, Sector, Estructura Financiera, Política de Dividendos, y Administración. Una valuación atractiva sucede cuando rendimiento potencial del Precio Objetivo es superior al estimado para el IPyC.**	No forma parte de nuestro portafolio de estrategia	Menor a 5.00 pp

Grupo Financiero Ve por Más, S.A. de C.V.

Dirección			
Alejandro Finkler Kudler	Director General Casa de Bolsa	55 56251500	
Rodrigo Heredia Matarazzo	Director de Análisis y Estrategia Bursátil	55 56251500 x 1515	rheredia@vepormas.com
Gilberto Romero	Director de Mercados	55 56251500	
Javier Torroella de Cima	Director de Tesorería	55 56251500 x 1603	jtorroella@vepormas.com
Manuel Antonio Ardines Pérez	Director de Promoción Bursátil	55 56251500 x 9109	mardines@vepormas.com
Lidia Gonzalez Leal	Director Patrimonial Monterrey	81 83180300 x 7314	ligonzalez@vepormas.com
Ingrid Monserrat Calderón Álvarez	Asistente Dirección de Análisis y Estrategia	55 56251500 x 1541	icalderon@vepormas.com
Análisis Bursátil			
Rafael Antonio Camacho Peláez	Analista Telcos / Industriales / Vivienda	55 56251500 x 1530	racamacho@vepormas.com
Dianna Paulina Iñiguez Tavera	Analista Consumo / Minoristas	55 56251500 x 1508	dIniguez@vepormas.com
Carlos Norman Pérez Carrizosa	Analista Financieras / Automotriz	55 56251500 x 1465	cnperez@vepormas.com
Raúl Eduardo Uribe Sanchez	Analista Internacionales / Aeropuertos / Aerolíneas / Hoteles / Transporte	55 56251500 x 1451	ruribe@vepormas.com
Miriam Gómez Romero	Analista Fibras	55 56251500 x 1453	mgomez@vepormas.com
Gustavo Hernández Ocadiz	Analista Proyectos y Procesos Bursátiles y Mercado	55 56251500 x 1709	ghernandezo@vepormas.com
Maricela Martínez Álvarez	Editor	55 56251500 x 1529	mmartineza@vepormas.com
Estrategia Económica			
Mariana Paola Ramírez Montes	Subdirector Económico	55 56251500 x 1725	mpramirez@vepormas.com
Alejandro J. Saldaña Brito	Analista Económico	55 56251500 x 1767	asaldana@vepormas.com
Administración de Portafolios			
Mario Alberto Sánchez Bravo	Subdirector de Administración de Portafolios	55 56251500 x 1513	masanchez@vepormas.com
Piero Gutiérrez Arienzo	Director de Inversiones	55 56251500 x 1536	pgutierrez@vepormas.com
Juan Carlos Fernández Hernández	Sociedades de Inversión	55 56251500 x 1545	jfernandez@vepormas.com
Belem Isaura Ávila Villagómez	Promoción de Activos	55 56251500 x 1534	bavila@vepormas.com
Comunicación y Relaciones Públicas			
Adolfo Ruiz Guzmán	Comunicación y Relaciones Públicas / DGA Desarrollo Comercial	55 11021800 x 32056	aruiz@vepormas.com