Tomemos distancia

Adaptaciones técnicas y metodológicas del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires en el marco del COVID-19

Informe de resultados | 1467

Junio de 2020

Medalla de oro a la calidad en la Gestión Pública 2017

Dirección General de ESTADÍSTICA Y CENSOS
Ministerio de Hacienda y Finanzas

IRAM GESTION DE LA CALIDAD
R.I. 9000-2482
IRAM-ISO 9001:2015

Buenos Aires Ciudad

Adaptaciones técnicas y metodológicas del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires en el marco del COVID-19

Como es de público conocimiento, las medidas preventivas para evitar la propagación de COVID-19, afectaron, a partir del día 20 de marzo pasado, a todos los relevamientos de información estadística presenciales.

Es por ello que, con el objeto de mantener intacta la producción, se adaptaron todos los esquemas de trabajo y se implementaron medios y canales alternativos para la obtención de información de los hogares y empresas de la Ciudad de Buenos Aires.

En lo que respecta a este informe, los precios necesarios para el cálculo del Índice de Precios al Consumidor de la Ciudad de Buenos Aires (IPCBA) se siguieron relevando en los informantes habituales a partir de llamadas telefónicas, correos electrónicos y datos publicados en páginas web, entre otros mecanismos.

Desde mediados de 2019 los precios que se relevan para el cálculo del IPCBA se captan con dispositivos móviles. Este elemento, más la posibilidad de disponer de un sistema informático integrado fueron claves, ya que la información que los encuestadores iban captando desde sus hogares, en función de la nueva modalidad de tele trabajo podían ser volcados inmediatamente al dispositivo móvil y ser tomados en línea por el programa de cálculo.

Asimismo, se procedió al desarrollo de la aplicación "*Cargá tu compra*" para que los consumidores de la Ciudad pudiesen colaborar con la captación ingresando los precios que pagaban de una selección de productos en la página web institucional de la Dirección General. Esta información, aportada por los vecinos de la Ciudad, fue muy útil para la validación de los datos que se iban obteniendo por las otras vías.

En línea con las recomendaciones de organismos internacionales y con el objetivo de abarcar a todos los informantes habituales, desde el inicio se establecieron y respetaron los siguientes criterios para el relevamiento de precios en forma no presencial:

- Se relevaron los precios de los informantes autorizados por los Decretos a estar abiertos y que contaban con canales alternativos de contacto y ofrecían productos disponibles para la venta.
- Si el informante no atendía al público, pero tenía presencia en la web y ofrecía productos disponibles para la venta, se relevaron los precios en línea.
- Si el informante no contaba con canales alternativos de contacto o teniendo presencia en la web no contaba con stock disponible para la venta, los precios se consideraron como temporalmente faltantes y se imputaron mediante el procedimiento habitual.

Los productos y servicios ofrecidos a cambio de una tarifa se relevaron con normalidad según la última normativa vigente.

En el caso específico de los productos comprendidos en la división Prendas de vestir y Calzado, desde un primer momento se siguieron las recomendaciones internacionales (FMI) y si el informante tenía presencia en línea y ofrecía productos para la venta los precios se relevaron. A partir de junio, con la apertura de los negocios de estos rubros se introdujo el relevamiento telefónico.

Con esta estrategia, desde abril se logró captar y reflejar oportunamente la estacionalidad habitual de esta división (producto del cambio de temporada) y evitar la imputación de la división por la variación del Nivel General.

En la división Restaurantes y Hoteles, también se siguieron las recomendaciones internacionales y se relevaron desde el inicio en forma telefónica los informantes del rubro comida para llevar (pizzerías, casas de empanadas, rotiserías, entre otros) y también los restaurantes y confiterías que, a pesar de mantener cerrado su servicio de comedor, ofrecieron desde el inicio el servicio de entrega y luego el servicio de "*take away*". Los precios de los productos que se relevaron se utilizaron para la imputación del resto de los componentes y de esta manera se evitó

descartar todos los precios válidos e imputar toda la división por el Nivel General.

Cabe aclarar, que la imputación es un proceso habitual en el cálculo de los índices de precios de consumo. Cuando durante un período se detectan precios faltantes, éstos deben imputarse para el cálculo del índice. El método general para imputar un precio faltante es extrapolar el precio del período anterior por el movimiento de los precios del grupo más cercano que corresponda, obviamente respetando la clasificación de bienes y servicios que se utilice, en este caso la clasificación internacional 12 divisiones (COICOP).

En primer lugar, se realizará la imputación por el movimiento de los precios del mismo producto en el mismo tipo de negocio. Luego, se imputará con el movimiento de los precios del mismo producto, pero en otro tipo de negocio (se relevan por separado grandes superficies y comercios de cercanía); si los criterios de imputación anteriores no son aplicables, se procederá a imputar por la variación del conjunto más amplio que abarca dichos productos, la subclase, la clase, el grupo o la división (niveles superiores). Por ejemplo, en el caso puntual de los pasajes aéreos se siguieron las recomendaciones internacionales y los criterios expuestos anteriormente: los mismos se imputaron por el agrupamiento inmediato superior "Transporte público".

La imputación por nivel de agregación superior se utilizó en servicios como turismo, peluquería, manicura, discoteca, salón de fiesta, entre otros.

En el IPCBA se priorizó y garantizó la imputación por el mismo tipo de negocio. Esto último, minimizó el riesgo de sobre ponderar a los supermercados (más fáciles de medir mediante relevamientos web), a costa de subestimar a los comercios tradicionales o de barrio (más difíciles de medir). Desde un primer momento, se intensificaron los esfuerzos y recursos para poder lograr la máxima cobertura posible en los negocios tradicionales, ya sea por vía telefónica, web, mails, presencial y/o operativos especiales.

La experiencia de captar precios en la Ciudad desde el año 2012 indica que los precios de los supermercados y los negocios tradicionales (de barrio) presentan comportamientos diferentes, especialmente en los rubros de carnicerías, granjas, pescaderías, fábricas de pastas, verdulerías y autoservicios. En consecuencia y luego de implementar diferentes estrategias, se logró captar y reflejar la evolución de los precios de cada tipo de negocio y evitar que los negocios tradicionales imputen por la evolución de los precios en supermercados.

Cabe destacar que, en algunos rubros particulares como fábricas de pastas, panaderías, entre otros, la tasa de respuesta y la cantidad de precios que se logró relevar superó todas las expectativas y fue superior a los meses habituales.

En otros rubros particulares, como por ejemplo los autoservicios o verdulerías, fue necesario ir a "rescatar" un contacto alternativo y realizar un operativo específico y personalizado para poder adaptarnos a las necesidades particulares de cada informante con el único fin de poder relevar los precios. Es importante destacar que se obtuvo, en la mayoría de los informantes, una excelente predisposición y respuesta.

En los informes de resultado de abril y de mayo, se brindó información sobre la **cobertura de precios** y el ajuste de umbrales, para fomentar la transparencia del indicador. Bajo este contexto se priorizó optar por un indicador transparente, sencillo de captar por parte del usuario y clave para el IPC como el porcentaje de precios relevados. Si bien, se evaluó la incorporación de otros indicadores como, por ejemplo, el porcentaje de informantes totales con respuesta positiva o el porcentaje de informantes consultados y abiertos (independientemente del resultado final), se consideró que estos podían ser ambiguos, confusos y no reflejaban la verdadera cobertura del relevamiento, ya que la variable principal en todo IPC son los precios.

Todos los procedimientos que se implementaron están totalmente en línea con las recomendaciones del Manual de Índice de Precios al Consumidor del Fondo Monetario Internacional[1] y con lo establecido en el *documento metodológico del IPCBA*.

El contexto actual plantea desafíos únicos para el relevamiento y el cálculo de los índices de precios al consumidor.

A pesar de las dificultades del contexto, dos escenarios son posibles:

1 OIT, FMI, OCDE, OECE, ONU y BM (2006 y 2020) "Manual de Índice de Precios al Consumidor. Teoría y práctica", FMI.

1) redoblar el esfuerzo buscando la adaptación e incluso la mejora del proceso con respecto a la situación previa o

2) simplemente excusarse bajo dichas dificultades.

En el caso puntual del IPCBA el dinamismo, la adaptación inmediata al nuevo contexto, la flexibilidad y las innumerables mejoras permitieron garantizar una amplia cobertura, solidez metodológica y una difusión oportuna del indicador oficial de la Ciudad de Buenos Aires.