MEDICIÓN COYUNTURAL

La medición coyuntural de Comercio se basa en indicadores de producción, usando el método de indicador único. Para la mayoría de las actividades el indicador utilizado es el nivel de ventas de la declaración mensual de IVA deflactado. Adicionalmente se utilizan los registros de exportación para el comercio mayorista de frutas con el exterior. El deflactor se elabora en base a una canasta de productos vendidos por cada actividad de la agrupación, definida en base a la matriz de conciliación de márgenes de comercio[47]. Para la deflación de los componentes del comercio minorista y automotriz, se utiliza fundamentalmente el IPC por producto; mientras que para el comercio mayorista se utiliza el IPP e índices de precios de importaciones y exportaciones.

Recuadro 2.3

Matriz de conciliación de márgenes de comercio (MCMC)

La matriz de conciliación de márgenes de comercio (MCMC) es una herramienta analítica que permite conciliar la información de márgenes obtenidos como producción principal de Comercio y como producción secundaria del resto de las actividades con aquella proveniente de la estimación de los márgenes por producto.

Los márgenes por producto corresponden a la diferencia entre el precio de productor o importador y el precio de usuario (excluido el IVA) de cada producto. Estos forman parte de la valoración a precios de usuario de los diferentes bienes, quedando incorporados en los distintos componentes de la utilización intermedia o final. Su medición se basa en el método de producto y resulta de multiplicar, para cada producto, su tasa de margen por su coeficiente de comercialización*. Las tasas de márgenes por producto se obtienen del último estudio de márgenes de comercio del INE disponible y del estudio de la actividad agrícola, frutícola y ganadera levantado por el BCCh con ocasión de la última CdeR.

En el marco de la MCMC, los niveles estimados por actividad se registran en las columnas y los estimados a nivel de producto en las filas. Para su elaboración se dispone de información de los totales de márgenes por actividad y por producto (bordes de la tabla), que presentan discrepancias entre sí. Para la distribución por producto de los márgenes medidos desde las actividades, se utiliza exhaustivamente información de documentos tributarios electrónicos y las ventas por tipo de producto del Índice de Actividad de Comercio del INE.

La etapa de conciliación se realiza a través de un proceso iterativo, que asegura la convergencia entre los niveles de márgenes por producto y los de actividad, a través de modificaciones en las tasas de márgenes y/o coeficientes de comercialización.

En el contexto del COU, de la MCMC se deriva la tabla de valorización de márgenes de comercio, que permite valorar la oferta nacional e importada a precios de usuario.

*/ Porcentaje de la oferta que se vende a través de canales comerciales.

[47]/ Ver recuadro 2.3.