

Propuesta de la Encuesta Mensual de Empresas Comerciales (EMEC) como Información de Interés Nacional



INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

2016

Objetivo de la Encuesta Mensual de Empresas Comerciales (EMEC)

Proporcionar información que muestre el comportamiento económico de coyuntura de las principales variables del comercio interior del país, y servir de insumo para la generación del producto interno bruto y de indicadores económicos sobre el empleo, el consumo y la productividad laboral.

Antecedentes de la EMEC

La Encuesta Mensual sobre Establecimientos Comerciales surge en 1983, con el propósito de ofrecer información estadística básica de coyuntura en las áreas metropolitanas del país: la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara.

Posteriormente hacia 1993 y 1994 se incrementó el número de ciudades objeto de estudio, pasando a 15 y luego a 33, respectivamente. Para 1998 ya se contaba con una cobertura de 37 ciudades.

En el año 2011 se iniciaron los trabajos para modificar el detalle geográfico de la EMEC y así poder mostrar a los usuarios información por Entidad federativa y Sector de actividad comercial.

Importancia de la Información

Dar seguimiento a un sector relevante para conocer la evolución económica del país.

En el ámbito del Sistema de Cuentas Nacionales, la información de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales sirve de insumo para diversos indicadores económicos, tales como:

- Producto Interno Bruto (PIB)
- Producto Interno Bruto por Entidad Federativa
- Cuentas de producción
- Indicador Global de la Actividad Económica (IGAE)
- Consumo Privado en el Mercado Interior, entre otros.

Importancia de la Información

Retroalimenta a diferentes instituciones públicas y privadas tales como:

- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)
- Banco de México (BANXICO)
- Asociación de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)
- Confederación de Cámaras de Comercio y Servicios Turísticos (CONCANACO-SERVYTUR)

La encuesta provee información básica a nivel nacional y por entidad federativa para contribuir al análisis del comercio y de su participación en los agregados económicos.

Criterios de Información de Interés Nacional

Las Reglas para la determinación de Información de Interés Nacional, basadas en el Artículo 78 de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica determina los siguientes criterios:

I.

- Se trate de los temas, grupo de datos o indicadores estipulados en la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (LSNIEG)

II.

- Resulte necesaria para sustentar el diseño y evaluación de políticas públicas de alcance nacional

III.

- Sea generada en forma regular y periódica

IV.

- Se elabore con base en una metodología científicamente sustentada

I. Temas, grupos de datos o indicadores

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

LSNIEG



Sistema de Cuentas Nacionales

La información de la EMEC de acuerdo con el desglose al que hace referencia de la LSNIEG en el artículo 78, apartado I, contribuye de manera determinante a los cálculos del SNCN; el comercio explica alrededor de 15.7% del PIB.



Trabajo

Contribuye a los cálculos de productividad laboral y costo unitario de la mano de obra de la STPS.

II. Diseño y evaluación de políticas públicas

La información propuesta contribuye a la **elaboración de políticas públicas enfocadas al crecimiento y desarrollo económico**, brindando información económica integral sobre el comercio, cuya información es utilizada:

Banco de México (Banxico)

- Con los datos de la encuesta se elaboran diversos análisis para identificar cambios mensuales y tendencias a fin de proporcionar información a la Junta de Gobierno para la toma de decisiones

Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STyPS)

- Evaluación de la Política Pública en materia de Productividad

II. Diseño y evaluación de políticas públicas

- **Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018**, específicamente en la Meta IV: *México Próspero*
- **Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018**, emitido por la Secretaría de Economía
- Políticas públicas y seguimiento del comportamiento del:
 - **Fomento Económico**
 - **Empleo**
 - **Productividad**
 - **Crecimiento económico**

III. Generación de información en forma regular y periódica

La Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales es uno de los proyectos considerados en el Calendario de Difusión de Información de Coyuntura del INEGI.



Cifras para el SCNM, a partir de 42 días después del mes de referencia

Cifras preliminares para su divulgación al público 52 días después del mes de referencia

Difusión con base en el calendario de Difusión de Información de Coyuntura

Boletín de prensa

Micrositio
(turista, granjero y minero)

Banco de Información Económica

Redes sociales

IV. Metodología científicamente sustentada

Los indicadores se generan con base en estándares nacionales e internacionales, así como las mejores prácticas en la materia y atendiendo al Artículo 88 de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (LSNIEG), sus principales características son:

Diseño Conceptual:

- Atendiendo las Recomendaciones Internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, ONU, 2008.
- Manual de Buenas prácticas sobre el Comercio de Distribución. UN. 2010
- Marco conceptual, metodológico y de clasificación de los Censos Económicos.
- Utiliza el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN 2007), con base en la función de producción.

IV. Metodología científicamente sustentada

Comparativo entre el Diseño 2003=100 y 2008=100

Características de diseño	Base 2003=100	Base 2008=100
Cobertura de ingresos	Comercio al por Mayor 42.5% Comercio al por Menor 49.1% <i>Respecto al CE 2004</i>	Comercio al por Mayor 87.9% Comercio al por Menor 99.4% <i>Respecto al CE 2009</i>
Esquema de muestreo	41 ramas de actividad No probabilísticas	20 ramas No probabilísticas 81.74% Ingresos 20 ramas probabilísticas 100% de los Ingresos
Tamaño de la muestra	*Empresas 8,764 Establecimientos 38,956	*Empresas 7,820 Establecimientos 77,000

IV. Metodología científicamente sustentada

Tamaño de muestra

El tamaño de la muestra total fue de 7,820 empresas comerciales. Los dominios con diseño no probabilístico recogen información de 2,853 empresas y 4,967 empresas para los dominios con diseño probabilístico, considerando para este último un nivel de confianza del 95%, error relativo de 10% y una tasa de no respuesta esperada del 15%

Evaluación estadística de la calidad de los datos

Para cada dominio de estudio con [diseño probabilístico](#) (20 ramas) se calcula el [coeficiente de variación](#) como una medida de la calidad de los datos, el cual indica que tan cerca se ubica la estimación del valor verdadero.

Nota: Para los dominios con diseño No probabilístico se presenta el cuadro de [cobertura sectorial](#) en función de ingresos)

IV. Metodología científicamente sustentada

Índices

- Tipo Laspeyres ponderado de base fija

Base del índice

- Promedio de 2008=100

Ponderadores

- Relativos censales a nivel de rama de actividad (Censos Económicos 2009)
- Según variables de diseño y rama de actividad

Variables monetarias expresadas en términos reales

- Remuneraciones, deflactadas con el INPC según rama de actividad y área geográfica
- Ingresos, deflactados con el INPC según rama de actividad y área geográfica
- Gastos, deflactados con el INPP según rama de actividad y área geográfica

Propuesta de Información de Interés Nacional

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

SCIAN 2007	Descripción de sectores	Total	Subsector	Rama de Actividad
43	Comercio al por Mayor	1	7	18
46	Comercio al por menor	1	9	22
	Total	2	16	40

Propuesta de Información de Interés Nacional

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

Dominios de la variable	Cobertura Geográfica	
	Rama-Nacional	Sector –Entidad
Índice de Personal Ocupado (2008=100)	↩	↩
Índice de Remuneraciones totales (2008=100)	↩	↩
Índice de Remuneraciones por persona (2008=100)	↩	↩
Índice de Ingresos por suministro de bienes y servicios (2008=100)	↩	↩
Índice de Gastos por consumo de bienes y servicios (2008=100)	↩	
Índice de Mercancías compradas para su venta (2008=100)		↩

Conociendo México

01 800 111 46 34

www.inegi.org.mx

atencion.usuarios@inegi.org.mx



[@inegi_informa](https://twitter.com/inegi_informa)



[INEGI Informa](https://www.facebook.com/INEGIInforma)



INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA