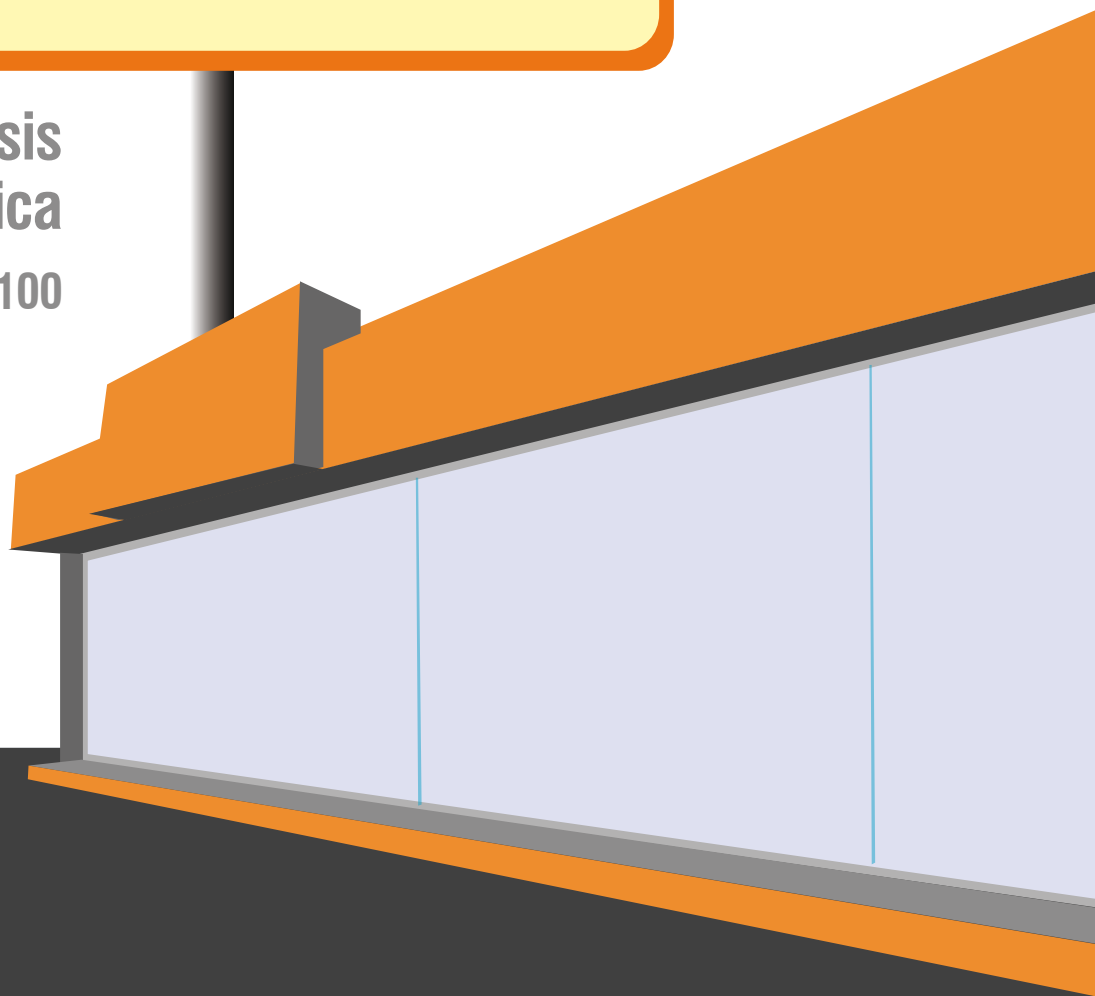
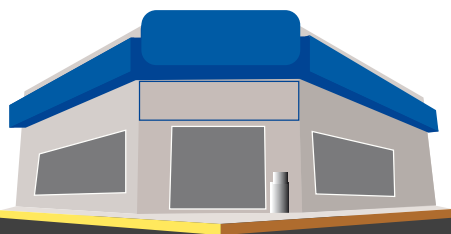


Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

Síntesis
metodológica

Serie 2008=100



Obras complementarias publicadas por el INEGI sobre el tema:

Síntesis Metodológica de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales; Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica; Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México, SCIAN 2007.

Catalogación en la fuente INEGI:

338.7690972021 Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México).

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales : síntesis metodológica : serie 2008=100 / Instituto Nacional de Estadística y Geografía.-- México : INEGI, c2014.

36 p.

1. Construcción - México - Estadísticas. I. Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales.

Conociendo México

01 800 111 4634

www.inegi.org.mx

atencion.usuarios@inegi.org.mx

 **INEGI Informa**  **@INEGI_INFORMA**

DR © 2014, **Instituto Nacional de Estadística y Geografía**

Edificio Sede

Avenida Héroe de Nacozari Sur 2301

Fraccionamiento Jardines del Parque, 20276 Aguascalientes,

Aguascalientes, Aguascalientes, entre la calle INEGI,

Avenida del Lago y Avenida Paseo de las Garzas.

Presentación

El **Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)**, presenta la **Síntesis Metodológica de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC)**, documento a través del cual se pone a disposición del público en general las principales características metodológicas, conceptuales, técnicas y operativas de la encuesta, a fin de facilitar a los usuarios de la información, el conocimiento del proceso seguido en la generación de los resultados.

Cabe señalar que el **INEGI**, en un esfuerzo por proporcionar información sobre el comportamiento del personal ocupado, remuneraciones, gastos e ingresos de empresas de los Sectores de actividad comercial, creó desde 1983 la EMEC, proyecto que ha operado bajo diversos formatos, cobertura geográfica y diseño conceptual, retomando en la actualidad la generación de resultados en números índice base 2008=100, con la metodología que se da a conocer a través de este documento.

Este documento forma parte de una serie que bajo el enunciado común “Síntesis Metodológica...” cubre los principales proyectos y programas de generación de estadística en que participa el **Instituto**, con lo cual se contribuye a reforzar la transparencia sobre los procedimientos y esquemas adoptados en la generación de información de estadística básica.

Índice

Introducción	V
1. ¿Qué es la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC)?	1
1.1 Objetivo	1
1.2 Antecedentes	1
1.3 Unidad de observación	2
1.4 Caracterización de la EMEC	3
2. Diagrama general del proceso de la EMEC	7
2.1 ¿Cómo se realiza la captación de datos?	7
2.2 Tratamiento de la información	8
2.3 Procesamiento de datos	8
2.4 Generación de resultados	8
3. ¿Cuáles son los productos y usuarios de la EMEC?	9
3.1 Productos de la EMEC	9
3.2 Usuarios	9
Anexo	10
A. Documentos técnicos y metodológicos relacionados	11
B. Diagrama de tratamiento de la información y generación de resultados	12
C. Cuestionario Mensual para Empresas Comerciales	13
D. Cuadernillo de Conceptos y Precisiones	18
E. Guía de deflactación de ingresos	30
F. Guía de deflactación de gastos	32
G. Guía de deflactación de remuneraciones	34

Introducción

La Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC), es un proyecto de generación de estadística básica que el INEGI viene realizando desde 1983, con el objetivo de proporcionar información del comportamiento de los Sectores comerciales a los usuarios del sistema de información.

Con la revolución que han propiciado las nuevas tecnologías en el campo de la información y de las telecomunicaciones, así como otros Sectores de punta, los servicios de distribución de mercancías se han transformado de muy diversas formas. El comercio se ha distinguido a lo largo de la historia, como elemento de cambio en las sociedades y es a la vez un termómetro de la actividad económica en general. La economía mexicana es una economía de servicios, esta característica no es nueva, sino que se presenta desde hace casi un siglo, cuando los servicios y el comercio contribuían con más de la mitad de la producción del país. A partir de entonces, esa contribución se ha ido incrementando. Dada su creciente participación tanto en la generación del Producto Interno Bruto (PIB), como del empleo, los Sectores de actividad comercial resultan claves para comprender la economía nacional.

La información que genera la EMEC, refleja el comportamiento y evolución del comercio, contribuyendo así a la tarea institucional de proporcionar el servicio público de información estadística de interés nacional.

1. ¿Qué es la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC)?

1.1 Objetivo

El objetivo general de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales es generar información estadística de manera oportuna y permanente

Como objetivos particulares están definidos:

- Brindar información por rama de actividad comercial a nivel nacional y por Entidad federativa y Sector de actividad comercial, que permita conocer y analizar su comportamiento mensual y anual.
- Servir como indicador del comportamiento económico de los servicios de distribución de mercancías, así como insumo (estadística básica) para los cálculos del Sistema de Cuentas Nacionales de México.
- Proporcionar información que sirva de insumo para los cálculos de la Contabilidad Nacional del país, tanto para lo referente al Producto Interno Bruto trimestral, como para las cuentas de producción del Sector servicios.
- Servir como una referencia para el análisis de la información censal del Sector comercio.

1.2 Antecedentes

En México, durante el tercer trimestre de 2013 la participación del Sector terciario (comercio y servicios) en el Producto Interno Bruto (PIB), en valores nominales o corrientes, fue de 65 %. En ese mismo periodo, la industria manufacturera y la de la construcción contribuyeron con 31%; en tanto que el Sector primario sólo con 4 por ciento.¹

Durante los primeros años del siglo XX se realizaron algunos esfuerzos aislados para la obtención de estadísticas relativas a la economía nacional, entre los que destacan las cifras que en la segunda década obtuvo entonces la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo. No obstante, la falta de estadísticas que indicaran el nivel de desarrollo económico del país, originó que en la Ley de Estadística del 30 de diciembre de 1922 se ordenara por primera vez un Censo Industrial, el

cual se llevó a cabo hasta 1930. En ese entonces, se detectaron 48 mil 500 establecimientos manufactureros en todo el territorio nacional.

La periodicidad del Censo Industrial, se hizo indispensable ante la ausencia de estadísticas continuas. Paulatinamente fue surgiendo la necesidad de censar no sólo a las industrias de la transformación, sino también a las extractivas, al comercio, a los servicios, a los transportes, a la pesca y en general a todas las actividades económicas. Por tal motivo, cada cinco años, desde 1930, han continuado levantándose los Censos Económicos Nacionales, a los que se han ido incorporando las diversas actividades económicas que se realizan en el país.

Los censos más recientes son los Censos Económicos 2009, los cuales reportaron más de 5 millones de unidades económicas dedicadas a todas las actividades; particularmente son 117 885 establecimientos dedicados al comercio al por mayor y 1 751 235 dedicados al comercio al por menor y, dentro de este segmento, el comercio al por menor de abarrotes y alimentos, las tradicionales “tienditas de la esquina” suman en dicho año 852 019 establecimientos, que emplean a 1 832 354 personas, de las cuales el 82% no reciben una remuneración fija o periódica, es decir, se trata de los mismos dueños o familiares de los dueños de dichas tiendas.²

Estas cifras muestran la importancia de los Sectores comerciales en el país, por lo que se ha hecho indispensable contar con datos que muestren la estructura y evolución en el corto plazo del comercio al por mayor, porque refiere la demanda de otros sectores productivos, quienes usan las mercaderías para producir nuevos bienes o brindar servicios; en el caso del comercio al por menor, hablamos de un indicador de la demanda final, mide el nivel del consumo de la población general del país.

Pues bien, para dar seguimiento a las mediciones efectuadas por los censos económicos cada cinco años, las encuestas realizan estimaciones periódicas

² Fuente: Censos Económicos 2009

Ante la necesidad de contar con estadísticas que muestren su evolución y modo de operar, se pone en marcha en México, el proyecto Encuestas de Servicios, que inicia con la Encuesta Mensual de Servicios en 1993.

¹ Fuente: INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Producto Interno Bruto tercer trimestre 2013.

para que los actores económicos y políticos tengan una base sólida en la toma de decisiones y orienten los esfuerzos de los sectores productivos. De esta manera y ante la necesidad de contar con estadísticas que muestren su evolución y modo de operar, se pone en marcha en México el proyecto que inicia con la Encuesta Mensual sobre Establecimientos Comerciales en 1983.

Tradicionalmente la EMEC ha conducido el estudio de los Sectores comerciales con mediciones basadas en categorías de agrupación definidas por los clasificadores económicos, como ha sido el caso de la Clasificación Mexicana de Actividades Económicas, utilizada en los años 80's; la Clasificación Mexicana de Actividades y Productos, que fue el referente en los años 90's y, más recientemente, por el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, SCIAN. Más adelante se mencionan detalles de este tema que es medular en la generación de información estadística.

Así mismo, siendo el comercio un servicio de distribución de mercancías, resultaba prudente presentar resultados con un adecuado desglose geográfico, no obstante por su gran dispersión, el estudio primeramente se enfocó a las grandes áreas metropolitanas del país: en el centro, la Ciudad de México, al norte la Ciudad de Monterrey, Nuevo León y, al occidente la Ciudad de Guadalajara, Jalisco; en la década de los ochentas dichos territorios concentraban más del 60% del comercio nacional. Posteriormente hacia 1993 y 1994 se incrementó el número de ciudades objeto de estudio, pasando a 15 y luego a 33, respectivamente, y para 1998 ya se contaba con una cobertura de 37 ciudades.

A partir de 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.

A pesar de que el cambio de cobertura geográfica es de suma relevancia, la reforma sustancial en la EMEC es al diseño estadístico: se abandona el tradicional muestreo determinístico, para generar resultados mediante el muestreo probabilístico. Con el fin de probar los beneficios del cambio se ensayó con la Encuesta Anual del Comercio, que ya presenta desde 2011 información del año 2010 en números absolutos para 20 dominios de estudio probabilísticos de un total de 40 dominios objeto de estudio, que son en sí ramas de actividad comercial, códigos de cuatro dígitos del SCIAN.

1.3 Unidad de observación

De acuerdo con las recomendaciones internacionales que emite la ONU (Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas del comercio de Distribución, 2008. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. División de Estadística. Organización de las Naciones Unidas, páginas 23 a 28), la unidad de observación de la EMEC es la **empresa comercial**.

“Empresa. Una entidad económica, en calidad de productora de bienes y servicios, se considera una empresa si es capaz, por cuenta propia, de ser propietaria de activos, contraer obligaciones y participar en actividades económicas y en transacciones con otras entidades económicas. Una empresa es un agente económico con autonomía en materia de adopción de decisiones financieras y de inversión, y con la autoridad y responsabilidad pertinentes para asignar recursos para la producción de bienes y servicios. Puede participar en una o varias actividades productivas y hacerlo en una o varias ubicaciones.”

Así, la empresa es una unidad económica y jurídica que puede estar constituida por uno o más establecimientos que comparten una misma razón social y operan bajo una sola entidad propietaria o controladora, que se conjuntan para desarrollar su actividad principal.

Algunas empresas, por su forma de organización o por problemas de espacio, cuentan con una o más unidades con ubicación física diferente, en las cuales desarrollan actividades de apoyo necesarias para la prestación del servicio. Estas unidades, denominadas **unidades auxiliares**, consumen recursos y generan servicios para uso exclusivo de la empresa de la cual dependen, representando así una extensión de sus propias actividades. En estos casos, su información estará incluida dentro de los datos reportados en el cuestionario.

Para distinguir un establecimiento productor comercial de una unidad auxiliar, es necesario saber diferenciar la actividad principal de las actividades que sirven de apoyo.

Las actividades principales y secundarias generan productos o servicios que se dirigen al exterior del establecimiento, en tanto que las auxiliares son servicios que funcionan como un apoyo necesario para las primeras, permitiendo agilizar su desarrollo.

Las actividades auxiliares, de acuerdo a las recomendaciones internacionales son:

“Actividades auxiliares. Una actividad productiva realizada con el único objetivo de producir uno o varios tipos comunes de servicios para el consumo intermedio dentro de la misma empresa se define como una actividad auxiliar. Algunos ejemplos de actividades auxiliares son la teneduría de libros, el transporte, el almacenamiento, la adquisición, la promoción de ventas, la limpieza, la reparación y mantenimiento, la seguridad, etcétera. Al menos algunas de estas actividades se llevan a cabo en todas las unidades. Así pues, las actividades auxiliares son las que tienen por objeto apoyar la actividad principal y las secundarias de una unidad prestando servicios íntegra o principalmente para uso de la propia unidad.”

Considerando lo anterior, las unidades auxiliares se definen como *“aquellas que en una ubicación física independiente realizan de manera exclusiva actividades auxiliares dedicadas a apoyar las actividades del establecimiento prestador de servicios con el que comparten la misma razón social, y no realizan operaciones con terceros por cuenta propia, es decir, no por su propia iniciativa ni para su propio beneficio”*.³

1.4 Caracterización de la EMEC

Todo proyecto, sin excepción de los estadísticos, arrancan con una etapa de planeación a través de la cual se definen elementos como la justificación de la investigación, que considera la importancia del fenómeno de estudio; la temática que habrá de estudiarse, si es cualitativa o cuantitativa, así como los criterios de clasificación de los sujetos de estudio; el diseño conceptual; el diseño estadístico, etcétera; además de considerar las cuestiones legales, administrativas y presupuestales.

En el caso de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales, con amplios antecedentes, el proyecto asume una ruta de rediseño.

Diseño conceptual

El diseño conceptual incluye tareas relacionadas con la revisión de conceptos, criterios y objetivos de la encuesta, el diseño de los cuestionarios y la definición de algunos de los procesos. Las actividades de planeación quedan plasmadas en productos como cuestionarios, manuales, directorios, programas de captura para el análisis y generación de resultados.

³ Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de todas las actividades económicas, en su tercera revisión, 1990.

Es relevante anotar, que en la medida en que las características específicas de las actividades comerciales lo permiten, los conceptos se han homologado con los del resto de las Encuestas Económicas Nacionales y Censos Económicos del INEGI, a fin de que los usuarios de la información puedan interpretar fácilmente los resultados, potencializando la utilidad de los mismos.

El diseño conceptual de la EMEC se basa en las Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas de Comercio de Distribución, de la Oficina de Estadística de la Organización de las Naciones Unidas (ONU). Atendiendo dichas recomendaciones se tiene como referencia el marco conceptual, metodológico y de clasificación utilizado en los Censos Económicos. Para agrupar a los establecimientos por actividad económica, se utiliza el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN 2007), con base en un solo concepto, el de función de producción; las unidades económicas que tienen un proceso de producción similar están clasificadas en la misma clase de actividad, y las clases se delimitan, hasta donde es posible, de acuerdo con las diferencias en los procesos de producción. El Sector constituye el nivel más agregado de clasificación de actividades económicas (el SCIAN presenta 20 Sectores, códigos de dos dígitos); cada Sector comprende Subsectores, los cuales están divididos en Ramas; éstas, a su vez, agrupan dentro de sí clases de actividad como máximo nivel de desagregación.

Diseño estadístico

Se realiza el diseño de la muestra, el cual resume los procedimientos de selección y estimación, asociadas a márgenes de error con probabilidades conocidas. Ya que los resultados calculados por la muestra son sólo una aproximación a la realidad, de inicio sabemos que entre los datos de la muestra y el total del universo que pretendemos medir habrá diferencias. Estas diferencias se denominan “error de muestreo”, el cual puede ser seleccionado estadísticamente del tamaño que se desee, hasta donde los recursos lo permitan.

El diseño estadístico de la EMEC está a cargo de la Dirección de Marcos y Muestreos. El marco muestral está integrado por las empresas comerciales captadas por los Censos Económicos 2009, agrupadas en un directorio con la finalidad de identificarlas y también, para actualizar y dar seguimiento a los cambios que se pudieran presentar en datos tales como: identificación, ubicación física y clasificación económica de acuerdo con la actividad principal que realiza cada unidad y domicilio de la fuente informativa.

La EMEC cambia su investigación tradicional, de tener un diseño completamente no probabilístico a uno que combina dicha técnica, más el diseño estadístico basado en la teoría de la probabilidad (cuyo enunciado más simple establece, que todos los elementos de una población tienen una probabilidad diferente de cero para ser seleccionados en muestra).

Población objetivo

La integran las unidades económicas del país que en los términos del SCIAN, su modo de producción está orientado a la compra, venta o compra-venta de bienes que se distribuyen en el mismo estado en que se adquirieron (salvo actividades de preparación como pueden ser: medición, embalaje, transporte, empaquetado, ensamble, limpieza, etcétera), ya sea al por mayor o al por menor.

Cobertura sectorial

El marco muestral está conformado por 142 clases, que se resumen en 40 Ramas, 16 Subsectores y 2 Sectores de actividad comercial, de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN 2007). Dadas las características muy particulares existentes en cada Rama de actividad, se tomaron diferentes criterios para la definición del esquema de muestreo, de acuerdo con los resultados de los Censos Económicos 2009⁴, y se formaron tres grupos: los dos primeros de manera determinística y el tercero de forma probabilística.

Diseño no probabilístico

Este tipo de diseño se aborda por diversos factores, entre los que sobresalen: la gran concentración de las variables de interés en pocas unidades; abundante población en áreas geográficas pequeñas; costos elevados diferenciados para la captación de información entre cierto tipo de unidades.

Para la EMEC el procedimiento consistió en seleccionar a las unidades económicas con mayor cantidad de ingresos totales para cada rama de actividad hasta alcanzar la cobertura establecida por el diseño estadístico. Se definieron dos tipos de cobertura:

Grupo 1. Cobertura alta

Corresponde a las actividades cuya cobertura en ingresos fue mayor o igual al 80 por ciento.

⁴ De acuerdo con el Diseño Estadístico y Cobertura con respecto a los Censos Económicos 2009.

Rama de actividad económica	
4312	Comercio al por mayor de bebidas, hielo y tabaco.
4331	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos.
4332	Comercio al por mayor de artículos de perfumería, cosméticos y joyería.
4333	Comercio al por mayor de discos, juguetes y artículos deportivos.
4335	Comercio al por mayor de electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca.
4361	Comercio al por mayor de camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones
4371	Intermediación de comercio al por mayor, excepto a través de Internet y de otros medios electrónicos
4372	Intermediación de comercio al por mayor exclusivamente a través de Internet y otros medios electrónicos
4621	Comercio al por menor en tiendas de autoservicio
4622	Comercio al por menor en tiendas departamentales
4683	Comercio al por menor de motocicletas y otros vehículos de motor
4691	Comercio al por menor exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares

Grupo 2. Cobertura media

Corresponde a las actividades cuya cobertura en ingresos fue mayor al 65 por ciento pero menor al 80 por ciento.

Rama de actividad económica	
4311	Comercio al por mayor de abarrotes y alimentos
4321	Comercio al por mayor de productos textiles y calzado
4334	Comercio al por mayor de artículos de papelería, libros, revistas y periódicos
4342	Comercio al por mayor de materias primas para la industria
4343	Comercio al por mayor de materiales de desecho
4351	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo agropecuario, forestal y para la pesca
4352	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para la industria
4354	Comercio al por mayor de mobiliario y equipo de cómputo y de oficina, y de otra maquinaria y equipo de uso general

Diseño probabilístico

Para cada rama probabilística, el número e intervalo de estratos se obtuvo aplicando la estratificación óptima Dalenius y Hodges, la selección de este método de estratificación fue de dos tipos, una en términos de la variable de ingresos totales y otro con respecto al personal ocupado. El esquema de muestreo empleado fue probabilístico y estratificado para cada rama de estudio.

Grupo 3. Esquema de diseño probabilístico

Rama de actividad económica	
4341	Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias y forestales
4353	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales
4611	Comercio al por menor de abarrotes y alimentos
4612	Comercio al por menor de bebidas, hielo y tabaco
4631	Comercio al por menor de productos textiles, excepto ropa
4632	Comercio al por menor de ropa, bisutería y accesorios de vestir
4633	Comercio al por menor de calzado
4641	Comercio al por menor de artículos para el cuidado de la salud
4651	Comercio al por menor de artículos de perfumería y joyería
4652	Comercio al por menor de artículos para el esparcimiento
4653	Comercio al por menor de artículos de papelería, libros, revistas y periódicos
4659	Comercio al por menor de mascotas, regalos, artículos religiosos, desechables y otros artículos de uso personal
4661	Comercio al por menor de muebles para el hogar y otros enseres domésticos
4662	Comercio al por menor de mobiliario, equipo y accesorios de cómputo, teléfonos y otros aparatos de comunicación
4663	Comercio al por menor de artículos para la decoración de interiores
4664	Comercio al por menor de artículos usados
4671	Comercio al por menor de artículos de ferretería, tlapalería y vidrios
4681	Comercio al por menor de automóviles y camionetas
4682	Comercio al por menor de partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones
4684	Comercio al por menor de combustibles, aceites y grasas lubricantes

Ponderación de las actividades comerciales

Los resultados de la EMEC muestran la evolución en el tiempo de las principales variables a través de números índice. Dado que el diseño estadístico es por Rama de actividad comercial, dichos dominios cumplen con el objetivo y, para lograr que los índices de Subsector y Sector de actividad comercial reflejen dicho cambio, a los índices de las Ramas de actividad comercial se les “pondera” según el peso específico de cada Rama dentro del Sector o Subsector al que pertenecen, de acuerdo con la estructura de los Censos Económicos 2009.

Debido a que la información del mencionado censo se refiere a 2008 y a que el Sistema de Cuentas Nacionales de México tiene como base 2008, la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales también asume dicho periodo como año base.

Cobertura temporal

La Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales cubre el año a través de levantamientos mensuales y los datos son solicitados a las fuentes por mes calendario.

Cobertura geográfica

Según el diseño de la muestra la encuesta proporciona información con representatividad a nivel Nacional y, por Entidad federativa para cada uno de los Sectores de actividad comercial.

Cobertura temática

Una de las etapas más importantes es el diseño conceptual de la encuesta, incluye tareas relacionadas con la revisión de conceptos y criterios de la encuesta, así como el diseño de los cuestionarios. Los temas que cubre la EMEC son diferenciados para la Empresa:

- Número de establecimientos.
- Tiempo efectivo de trabajo.
- Personal dependiente de la razón social.
- Personal no dependiente de la razón social.
- Remuneraciones.
- Gasto por consumo de bienes y servicios.
- Ingresos por suministro de bienes y servicios.

Al interior de los cuestionarios se solicita información desglosada sobre los temas anteriores, que permite el estudio y análisis de cada variable.

Así mismo, se le requiere a las empresas su colaboración para proporcionar información menos detallada de las Entidades federativas; los temas son:

- Número de establecimientos.
- Personal.
- Remuneraciones.
- Mercancías compradas para su venta.
- Ingresos.

Definiciones conceptuales

En el Anexo C este documento se incluye el Cuadernillo de Conceptos y Precisiones Metodológicas de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales,

material que se encuentra disponible en la página de Internet del INEGI, así como en la mascarilla de captura de datos de infonautas y de entrevistadores, además de ser entregado físicamente al responsable de cada fuente informante, de manera que haya conocimiento y claridad al momento de introducir la información.

Instrumento de captación

Para la EMEC la captación es a través de un cuestionario, en dos versiones: impreso (Anexo C) y electrónico. El primero es utilizado en campo por parte de los entrevistadores, y el electrónico es requisitado por los infonautas, que son los informantes vía Internet.

2. Diagrama general del proceso de la EMEC

Para la EMEC las etapas de trabajo son: planeación, capacitación, captación de información, tratamiento y emisión de resultados. La planeación comprende el diseño conceptual, estadístico y de logística de campo.

2.1 ¿Cómo se realiza la captación de datos?

Para que haya uniformidad en todas las etapas de la encuesta, la capacitación es primordial, ésta comprende la preparación técnica del personal, la cual es permanente y sistemática de acuerdo con los preceptos del Servicio Público Profesional de Carrera (SPPC) que prevalece en el INEGI, conforme a lo establecido por la LSNIEG y su Reglamento.

La Subdirección de Operaciones de Campo y Capacitación es el área encargada de cubrir la capacitación del personal de las áreas descentralizadas, además del levantamiento, tratamiento preliminar de la información, actualización del marco y captura de datos.

Estructura operativa

La estructura operativa en este proyecto está dividida entre personal de área central y descentralizado, como todos los proyectos de estadísticas económicas generadas a través de encuestas. El área central tiene a cargo la labor normativa, metodológica y administrativa, mientras que las áreas descentralizadas (diez oficinas regionales, 35 coordinaciones estatales y algunas oficinas auxiliares) se encargan de la parte operativa, consistente en visitas a informantes, aplicación y captura de cuestionarios.

Procedimiento de captación

La captación de la información se da en dos vertientes:

- Entrevista diferida. Captura de la información por parte del entrevistador, en el Sistema de captura vía Intranet.
- Captación por Internet. Captura directa de la fuente informante, por el Sistema de captación vía Internet.

Mensualmente, la Subdirección de Operaciones de Campo y Capacitación realiza la etapa de levanta-

tamiento de información, que en términos generales, contempla las actividades de organización del trabajo de campo para cada uno de los que intervienen en el levantamiento de la encuesta, como la asignación de cargas de trabajo, rutas y estrategias que se deben seguir para entregar y recuperar cuestionarios, así como la crítica preliminar de los recuperados.

Además de contar con información de calidad, es indispensable que ésta se obtenga dentro de los tiempos que marca el calendario de levantamiento. La importancia de respetar fechas de entrega y recuperación, está basada en el hecho de que el INEGI tiene un compromiso con la transparencia, publicando anticipadamente las fechas y hora de rendición de resultados a la sociedad, por lo que el retraso en la recuperación impacta en la emisión de resultados.

La entrega de los datos con la información solicitada se lleva a cabo ya sea a través de la visita del personal de INEGI (entrevista directa o diferida), o bien a través del cuestionario electrónico en Internet.

Controles de la captación

Cada cuestionario recibido con información procedente de las empresas comerciales, es registrado una vez que se han verificado los datos de control, con el propósito de mantener actualizado el directorio y dar seguimiento a los reportes de avance del levantamiento.

En el caso de los cuestionarios captados tradicionalmente en papel, el entrevistador está entrenado para aplicar las preguntas consistentemente y, antes de dar por concluida la entrevista, se asegura de cubrir un mínimo de requisitos de validación de información, relacionados todos en una tarjeta plastificada.

Posteriormente, los cuestionarios son capturados y validados de forma automatizada por el sistema. Una vez que se recibe la base de datos en oficinas centrales se somete a una revisión minuciosa por parte de los departamentos de tratamiento de la información, dentro de la Subdirección de Encuestas del Sector Comercio, esta actividad permite detectar datos erróneos así como faltantes de información, lo que da lugar a la verificación de datos con los informantes mediante consultas vía telefónica o correo electrónico.

El análisis de la información permite garantizar la calidad, congruencia y confiabilidad de la misma, para ello se lleva a cabo un análisis comparativo y transversal.

Comparativo: Se confronta cada variable del cuestionario con información del mes anterior y con la del mismo mes del año previo para obtener variaciones mensuales y anuales.

Transversal: Se lleva a cabo para cada variable y se refiere a la revisión de su tendencia y de las variaciones en estructura, esto permite detectar:

- Variaciones fuera de intervalos establecidos.
- Fluctuaciones en la estructura al interior de cada variable.
- Omisiones de información.

2.2 Tratamiento de la información

Las actividades de tratamiento de información están a cargo de la Dirección de Estadísticas del Sector Tercario, específicamente en Subdirección de Encuestas del Sector Comercio (Anexo B). En esta etapa se deben cumplir dos objetivos primordiales: revisar que la información incorporada a la base de datos esté actualizada y cumpla con la cobertura determinada y, que la información sea congruente de acuerdo con los criterios de validación establecidos.

Previo al procesamiento de datos, como se ha mencionado antes, la captura de la información vía Internet cuenta con un sistema de validación automatizado, lo que permite al usuario justificar o en su defecto, corregir datos incongruentes o inconsistentes; luego de lo señalado, la información captada se somete a una gran cantidad de validaciones en área central.

Información	Número de validaciones			
	Relaciones analíticas	Congruencia	Tendencia	Sumas
Empresa	3	31	7	9
Entidad	2	14	5	
Total	5	45	12	9

El sistema de tratamiento utilizado somete cada registro al conjunto de validaciones arriba mencionadas para la emisión de reportes de errores; durante esta etapa el sistema lleva un control pormenorizado del estatus de cada registro: liberado, en verificación o incorrecto; al finalizar el tiempo establecido para la actividad, todos los registros han de encontrarse liberados. Posteriormente, la base de datos se completa

con la información extemporánea y se depura con la corrección de errores y eliminación de duplicados, así como los ajustes a directorios empresariales que impacten la muestra inicial, para poder hacer comparaciones válidas en el tiempo.

2.3 Procesamiento de datos

El procesamiento de datos arranca con la solicitud al área de Marcos y Muestreo de factores de expansión de los registros por dominio de estudio (Ramas de actividad comercial SCIAN 2007) probabilísticos, necesarios para la inferencia de totales, luego, se realiza la sumas de variables para los dominios de estudio no probabilísticos; a continuación se procede a hacer comparables las variables monetarias en el tiempo, eliminando el efecto inflacionario; este procedimiento se realiza con el deflactor más cercano en término de sus componentes: las variables de ingresos y remuneraciones se deflactan con el Índice de Precios al Consumidor (Anexo E y G), mientras que las de gastos con los índices de Precios al Productor (Anexo F), según actividad económica y área geográfica disponibles; dichos índices son emitidos por el INEGI.

Por último, se generan gran diversidad de cuadros comparativos para su análisis y justificación, y posterior envío a usuarios; esta etapa se denomina macrovalidación. Igualmente se utiliza, siempre que haya disponibilidad de información, la comparación de resultados con estadísticas afines o relacionadas, a fin de detectar cambios relevantes en tendencias o ciclos económicos, o bien para confirmar o justificar valores atípicos.

Controles para el procesamiento

Los reportes de avance representan uno de los principales controles de procesamiento: uno es el reporte de recepción de cuestionarios por oficina regional y coordinación estatal, que permite realizar un arqueo entre lo capturado y los cuestionarios físicos recibidos en el periodo; un control más es para conocer los registros recuperados para la muestra a procesar por área geográfica, pues, en el caso de las empresas, sus fuentes informantes no reportan únicamente para la entidad donde se asientan, sino incluso para las 32 entidades federativas; así mismo, se lleva un control de cobertura de las variables de proceso.

2.4 Generación de resultados

En esta fase los microdatos toman forma agregada en los archivos de tabulados y cuadros que serán enviados a la Dirección de Cuentas Nacionales, principal usuario interno de la encuesta.

3. ¿Cuáles son los productos y usuarios de la EMEC?

La encuesta genera información estadística básica presentando valores absolutos e índices base 2008=100, de forma desagregada para 40 Ramas de actividad comercial SCIAN 2007 y sus correspondientes agregaciones por Subsector y sector, 16 y dos categorías, respectivamente.

3.1 Productos de la EMEC

Los datos estadísticos se presentan en cuadros que de forma mensual adicionan el nuevo periodo del año en curso, para las variables adicionan de personal ocupado total, remuneraciones totales, remuneraciones medias por persona ocupada, gastos por consumo de bienes y servicios e, ingresos por el suministro de bienes y servicios, a partir del periodo enero 2008.

Variable a publicar por Sector, subsector y Rama, Nacional	Unidad de medida	
	Índices Base 2008=100	Variaciones
Personal ocupado total	✓	✓
Remuneraciones totales	✓	✓
Remuneraciones medias por persona ocupada	✓	✓
Gastos por consumo de bienes y servicios	✓	✓
Ingresos por suministro de bienes y servicios	✓	✓

Por la parte de los resultados por Entidad federativa y Sector de actividad comercial, también se ofrecen números índice base 2008=100 para las variables

agregadas de personal ocupado total, remuneraciones totales, remuneraciones medias por persona ocupada, mercancías compradas para su reventa e, ingresos por el suministro de bienes y servicios, también a partir de enero 2008.

Variable a publicar por Entidad federativa y Sector de actividad comercial	Unidad de medida	
	Índices Base 2008=100	Variaciones
Personal ocupado total	✓	✓
Remuneraciones totales	✓	✓
Remuneraciones medias por persona ocupada	✓	✓
Mercancías compradas para su reventa	✓	✓
Ingresos	✓	✓

3.2 Usuarios

Uno de los usuarios básicos de la EMEC lo constituye la Dirección General Adjunta de Contabilidad Nacional; dado que uno de los objetivos del proyecto es generar información estadística mensual sobre las actividades comerciales en el ámbito nacional, que sirva de insumo para los cálculos del Sistema de Cuentas Nacionales de México, en particular para el Producto Interno Bruto Trimestral; también, la información por Entidad federativa es insumo relevante para los cálculos del Producto Interno Bruto Estatal. Así mismo, los indicadores de la EMEC están a disposición de la población en general a través del sitio oficial del Instituto en Internet.

Anexo

A. Documentos técnicos y metodológicos relacionados

En el presente anexo se relacionan todos los materiales de apoyo para la realización de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales, los cuales se encuentran disponibles en las oficinas del INEGI.

Referencias legales y técnicas

Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica. Diario Oficial de la Federación, 16-IV-2008. Señala los objetivos y prerrogativas que la Ley confiere al Estado. Además de las normas y modos de promover el funcionamiento de los Servicios Nacionales Estadístico y de Información Geográfica, así como el carácter público de la información.

Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas del Comercio de distribución, 2008. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. División de Estadística. Organización de las Naciones Unidas (ONU). Nueva York. EEUU. ST/ESA/STAT/SER.M/89 Número de venta: S.08.XVII.26.

Organización y realización de encuestas sobre el comercio de distribución, 1978. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales. División de Estadística. Organización de las Naciones Unidas (ONU). Nueva York. EEUU. ST/ESA/STAT/SER.F/19. Indices of Distributive Trade: Handbook on Good Practices. United Nations, 2010.

Análisis Estadístico. Chou, Ya-Lun, Ed. McGraw Hill. México, 1990. Pp. 808.

Análisis Estadístico de Series de Tiempo Económicas. Gutiérrez, Víctor Manuel. Ed. Thompson. México, 2003. Pp. 395.

Elementos de Muestreo. Scheaffer, Mendenhall y Ott. Ed. Grupo Editorial Iberoamericana. México, 1986. Pp.321.

Probabilidad y Aplicaciones Estadísticas. Meyer, Paul L. y otros. Ed. Addison- Wesley Iberoamericana. México, 1992. Pp. 480.

Economía. Samuelson y Nordhaus. Ed McGraw Hill. México, 2006. Pp. 755.

Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU). Elaborado por la Organización de las Naciones Unidas, proporciona recomendaciones para la clasificación de las actividades económicas.

Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN)

Es un clasificador de actividades económicas que contiene todo un sistema de codificación para agrupar datos económicos según categorías de actividad con características análogas, y sirve de base para la aplicación de los Censos Económicos y de encuestas en nuestro país.

El SCIAN es único entre las clasificaciones de actividades económicas porque fue construido con base en el concepto de función de producción.

Documentos de uso interno

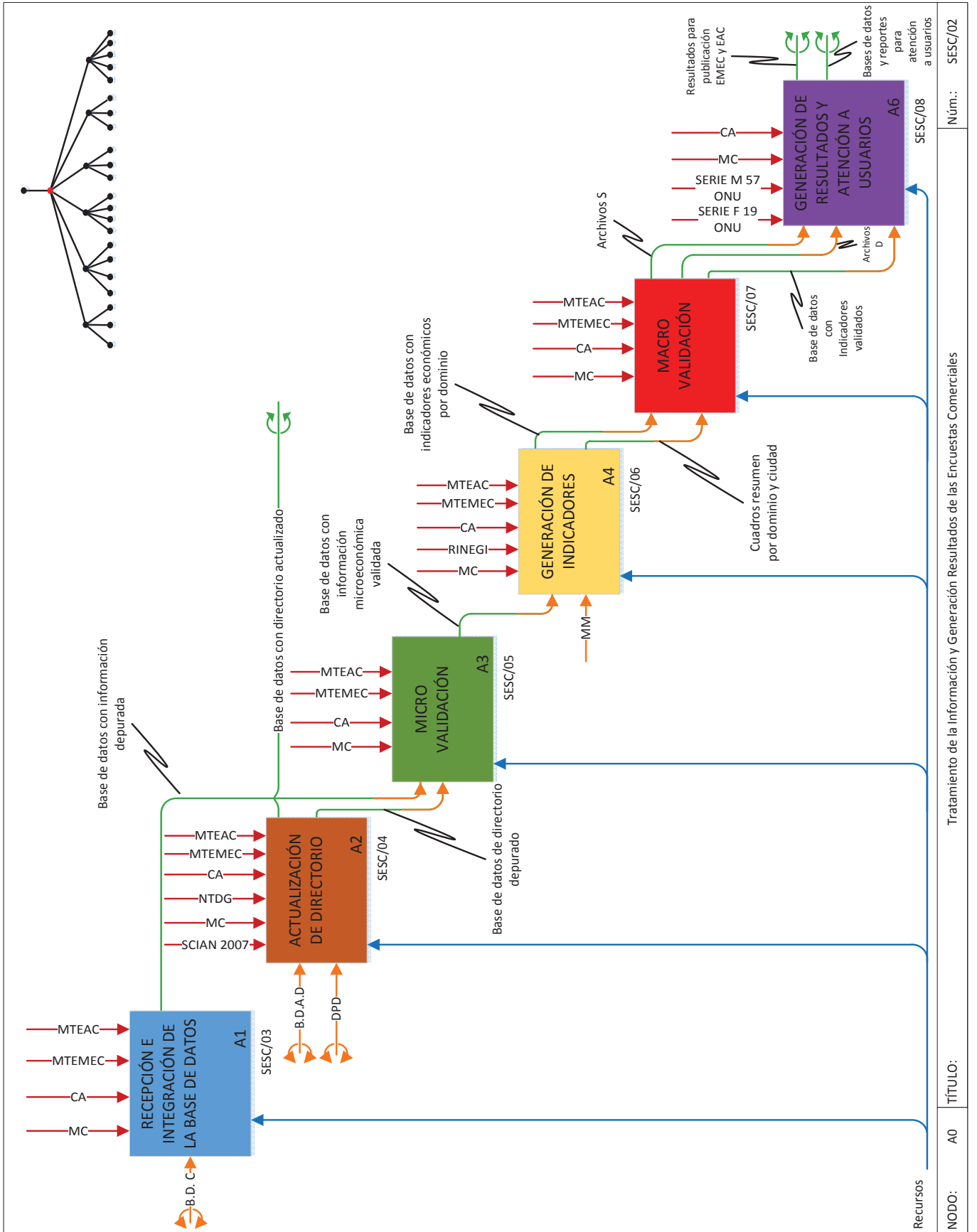
Documentos técnicos y metodológicos relacionados. Describen de forma breve temas relacionados con el diseño de la muestra y el esquema de muestreo.

Manual de Tratamiento de la Información y Actualización del Marco Muestral de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales. Dirección General de Estadística. Contiene los lineamientos y técnicas que deben aplicarse para llevar a cabo el tratamiento, análisis y actualización de la información estadística. Permite homogeneizar el sistema de trabajo en el área.

Directorio de la EMEC. Dirección General de Estadística. Contiene los datos de identificación y ubicación de los establecimientos en muestra por clase de actividad y permite el control y seguimiento de los mismos.

Manual de Procedimientos de la EMEC. Dirección General de Estadística. Proporciona una visión del conjunto de actividades y procesos que se desarrollan, desde la planeación hasta la entrega de resultados.

B. Diagrama de tratamiento de la información y generación de resultados



C. Cuestionario Mensual para Empresas Comerciales



INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

ENCUESTAS ECONÓMICAS NACIONALES Cuestionario Mensual para Empresas Comerciales

Este cuestionario deberá ser devuelto a más tardar el día _____ de _____ 20____.

Información sobre la actividad económica del periodo
Mes Año

Número de establecimientos que conforman la Empresa Comercial A_{129} Auxiliares o de apoyo A_{130} Productores comerciales

CLAVE ÚNICA	CLAVE DEL INFORMANTE	NÚM. CONTROL (NC)	FOLIO	CÓDIGO DE ACTIVIDAD	CLAVE DE LA SE
TIPO DE UNIDAD ECONÓMICA	NOMBRE DE LA UNIDAD ECONÓMICA		NOMBRE DEL PROPIETARIO O RAZÓN SOCIAL		RFC
TIPO DE VIALIDAD (AVENIDA, CALLE, ANDADOR O CARRETERA)	NOMBRE DE VIALIDAD		NÚM. EXTERIOR		
NÚM. EXTERIOR (ANTERIOR)	NÚM. INTERIOR		EDIFICIO, PISO O NIVEL		NÚM. DE LOCAL
TIPO DE ASENTAMIENTO HUMANO (COLONIA, FRACCIONAMIENTO, BARRIO, EJIDO, SECTOR)	CORREDOR INDUSTRIAL, CENTRO COMERCIAL O MERCADO PÚBLICO				
NOMBRE DEL ASENTAMIENTO HUMANO (SAN MARCOS, CENTRO, VILLA MORELOS)	CÓDIGO POSTAL		NOMBRE Y CLAVE DE LA LOCALIDAD		
NOMBRE Y CLAVE DEL MUNICIPIO O DELEGACIÓN			NOMBRE Y CLAVE DEL ESTADO O DEL DISTRITO FEDERAL		
ENTRE VIALIDADES: TIPO Y NOMBRE		VIALIDAD POSTERIOR: TIPO Y NOMBRE		DESCRIPCIÓN DE UBICACIÓN	
AGEB	NÚM. DE MANZANA	NÚM. TELEFÓNICO 1	NÚM. TELEFÓNICO 2	NÚM. FAX	
PÁGINA EN INTERNET		CORREO ELECTRÓNICO 1		CORREO ELECTRÓNICO 2	
CONTROL DEL OPERATIVO					
JEFE DE GRUPO		SUPERVISOR		ENTREVISTADOR	

TODOS LOS SERVICIOS RELACIONADOS CON ESTE CUESTIONARIO SON GRATUITOS

FUNDAMENTOS LEGALES

Conforme a las disposiciones de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica:

Artículo 37. "Los datos que proporcionen para fines estadísticos los Informantes del Sistema a las Unidades en términos de la presente Ley, serán estrictamente confidenciales y bajo ninguna circunstancia podrán utilizarse para otro fin que no sea el estadístico".

Artículo 38. "Los datos e informes que los Informantes del Sistema proporcionen para fines estadísticos y que provengan de registros administrativos, serán manejados observando los principios de confidencialidad y reserva, por lo que no podrán divulgarse en ningún caso en forma nominativa o individualizada, ni harán prueba ante autoridad judicial o administrativa, incluyendo la fiscal, en juicio o fuera de él".

Artículo 45. "Los Informantes del Sistema estarán obligados a proporcionar, con veracidad y oportunidad, los datos e informes que les soliciten las autoridades competentes para fines estadísticos, censales y geográficos, y prestarán apoyo a las mismas".

Artículo 47. "La información no queda sujeta a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental".

OBJETIVO DE LAS ENCUESTAS ECONÓMICAS NACIONALES

Generar información oportuna y útil del aparato productivo, que permita conocer y analizar la composición, dinámica y tendencias de diversos temas económicos con el fin de tomar mejores decisiones.

Para cualquier duda o sugerencia, contáctenos por los siguientes medios: 01 800 463 44 33 o en el correo electrónico: encuestas.economicas@inegi.org.mx

I. TIEMPO EFECTIVO DE TRABAJO	DÍAS TRABAJADOS Y JORNADA LABORAL
G_{210} Anote el promedio de días trabajados durante el mes de referencia Excluya: los días que permaneció cerrada por descanso, festividades, huelgas y vacaciones.	A
G_{411} Duración promedio de la jornada laboral diaria por persona	
II. PERSONAL DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL Anote el número promedio de personas que dependieron de esta razón social durante el mes de referencia.	PROMEDIO MENSUAL DE PERSONAS
H_{010} Personal remunerado Si tuvo personal remunerado, no olvide anotar en la variable J_{122} el monto de los salarios y sueldos pagados al personal remunerado.	A
H_{300} Propietarios, familiares y otros trabajadores no remunerados	
H_{000} TOTAL de personal dependiente de la razón social (suma de H_{010} más H_{300})	

www.inegi.org.mx

B₀₀₁ M C 1

III. PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL	PROMEDIO MENSUAL DE PERSONAS
Anote el número promedio de personas que no dependieron de esta razón social. No incluya al personal de las empresas contratadas para proporcionar a esta empresa un servicio, como: limpieza, jardinería, vigilancia, entre otros.	A
I₁₀₀ Personal suministrado por otra razón social Si tuvo personal suministrado por otra razón social; no olvide anotar en la variable K ₆₁₀ el monto del pago por suministro de personal.	
I₂₁₀ Personal por comisiones sin sueldo base Si tuvo personal por comisiones sin sueldo base; no olvide anotar en la variable K ₆₂₀ los pagos por honorarios o comisiones.	
I₂₉₀ Personal por honorarios Si tuvo personal por honorarios; no olvide anotar en la variable K ₆₂₀ los pagos por honorarios o comisiones.	
I₀₀₀ TOTAL de personal no dependiente de la razón social (suma de I₁₀₀ a I₂₉₀)	

IV. REMUNERACIONES	REMUNERACIONES (Miles de pesos)
Anote el monto de las remuneraciones pagadas por esta empresa comercial en el mes de referencia. Excluya: el pago por el suministro de personal, los honorarios y comisiones que no complementan un sueldo base.	A
J₁₂₂ Sueldos pagados al personal remunerado Si tuvo sueldos pagados al personal remunerado; no olvide anotar en la variable H ₀₁₀ el promedio de personas remuneradas.	
J₃₀₀ Contribuciones patronales a regímenes de seguridad social	
J₄₀₀ Otras prestaciones sociales	
J₅₀₀ Utilidades repartidas a los trabajadores	
J₀₀₀ TOTAL de remuneraciones (suma de J₁₂₂ a J₅₀₀)	
J₆₀₀ Pagos por indemnización o liquidación del personal	

V. CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS	GASTOS (Miles de pesos)
Anote el valor de los bienes y servicios consumidos por esta empresa comercial en el mes de referencia, considerando todas las erogaciones relacionadas con estos bienes, como los fletes y seguros; deduciendo los descuentos, rebajas y concesiones recibidas. Incluya: el valor de los bienes y servicios que recibió en transferencia para su consumo o transformación. (NO INCLUYA EL IVA)	A
K₁₀₀ Mercancías compradas para su reventa Si consumió mercancías compradas para su reventa; no olvide anotar en la variable M ₁₀₀ los ingresos por ventas netas de mercancías adquiridas para su reventa.	
K₆₁₀ Pagos por suministro de personal Si realizó pagos por suministro de personal; no olvide anotar en la variable I ₁₀₀ el promedio de personas suministradas por otra razón social.	
K₆₂₀ Honorarios o comisiones Si realizó pagos por honorarios o comisiones; no olvide anotar en la variable I ₂₁₀ el promedio de personas por comisiones sin sueldo base o I ₂₉₀ el promedio de personas que cobran por honorarios.	
K₉₉₉ Otros gastos por consumo de bienes y servicios Incluya: los gastos por combustibles; la contratación de servicios de vigilancia, intendencia, limpieza, jardinería, entre otras. Excluya: los intereses que pagó por créditos o préstamos; los impuestos; las licencias de operación; los gastos de tipo financiero (pérdidas cambiarias, pagos de dividendos, etcétera).	
K₀₀₀ TOTAL de gastos por consumo de bienes y servicios (suma de K₁₀₀ a K₉₉₉)	

<p>VI. INGRESOS</p> <p>INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS</p> <p>Anote el monto de ingresos que obtuvo esta empresa comercial por el suministro de bienes y servicios en el mes de referencia; valorados a precio de facturación, es decir, deben deducirse todas las concesiones otorgadas a los clientes como los descuentos y las bonificaciones, considerando todos los cargos e impuestos cobrados al comprador, excepto el IVA.</p> <p>Incluya: el valor de los bienes y servicios transferidos a otras unidades económicas. (NO INCLUYA EL IVA)</p>	<p>INGRESOS (Miles de pesos)</p> <p style="text-align: right;">A</p>
<p>M₁₀₀ Ventas netas de mercancías adquiridas para su reventa</p> <p>Si obtuvo ingresos por ventas netas de mercancías adquiridas para su reventa; no olvide anotar en la variable K₁₀₀ los gastos por las mercancías compradas para su reventa.</p>	
<p>M₉₇₁ Ingresos por consignación y comisión</p>	
<p>M₉₉₉ Ingresos por otras actividades económicas</p> <p>Incluya: los ingresos que obtuvo la empresa comercial por conceptos no especificados en los renglones anteriores, como la venta de publicidad o la prestación de servicios.</p> <p>Excluya: el financiamiento recibido, las cuotas y aportaciones, dividendos, donaciones, subsidios; ingresos por operaciones financieras y la venta de activos fijos.</p>	
<p>M₀₀₀ TOTAL de ingresos por suministro de bienes y servicios (suma de M₁₀₀ a M₉₉₉)</p>	
<p>INGRESOS NO DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD (NO INCLUYA EL IVA)</p>	<p>INGRESOS (Miles de pesos)</p> <p style="text-align: right;">A</p>
<p>N₀₀₀ TOTAL de ingresos no derivados de la actividad de esta empresa</p> <p>Anote el valor de los ingresos financieros, subsidios, cuotas, aportaciones y otros ingresos no derivados de la actividad que efectuó esta empresa en el mes de referencia.</p>	
<p>FINANCIAMIENTO Y EXPECTATIVAS</p>	<p>PORCENTAJE</p> <p style="text-align: right;">A</p>
<p>W₁₁₁ ¿Qué porcentaje de sus ventas realiza con tarjeta de crédito u otro tipo de financiamiento bancario?</p>	<p>_____ %</p>
<p>W₁₁₂ ¿El valor de sus ventas tendrá el próximo mes una variación de?</p> <p>Si tuvo un incremento, señale en el paréntesis un signo positivo (+); y si fue decremento márkuelo con signo negativo (-).</p>	<p>Indique</p> <p>() _____ %</p>

VII. FIRMA COMERCIAL ENTIDAD

FIRMA COMERCIAL ENTIDAD Para la Encuesta Comercial, Firma Comercial Entidad (FCE) es la suma de establecimientos que se encuentran ubicados en la misma entidad federativa, que realizan principalmente actividades comerciales con sus respectivos establecimientos auxiliares y que tengan la misma rama de actividad SCIAN 2007.	NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS		PERSONAL		REMUNERACIONES (Miles de pesos)
	AUXILIARES	COMERCIALES	DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL	NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL	
Entidad _____	_____	_____	_____	_____	_____
Entidad _____	_____	_____	_____	_____	_____
Entidad _____	_____	_____	_____	_____	_____
Entidad _____	_____	_____	_____	_____	_____
Entidad _____	_____	_____	_____	_____	_____
Entidad _____	_____	_____	_____	_____	_____
Entidad _____	_____	_____	_____	_____	_____
Entidad _____	_____	_____	_____	_____	_____
Entidad _____	_____	_____	_____	_____	_____

VII. FIRMA COMERCIAL ENTIDAD

Segunda parte y última

FIRMA COMERCIAL ENTIDAD	INGRESOS			
	MERCANCIAS COMPRADAS PARA LA REVENTA (Miles de pesos)	POR VENTAS NETAS DE MERCANCIAS ADQUIRIDAS (Miles de pesos)	POR CONSIGNACIÓN Y COMISIÓN (Miles de pesos)	POR OTRAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS (Miles de pesos)
<p>Para la Encuesta Comercial, Firma Comercial Entidad (FCE) es la suma de establecimientos que se encuentran ubicados en la misma entidad federativa, que realizan principalmente actividades comerciales con sus respectivos establecimientos auxiliares y que tengan la misma rama de actividad SCIAN 2007.</p> <p>■ Entidad _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>
<p>■ Entidad _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>
<p>■ Entidad _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>
<p>■ Entidad _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>
<p>■ Entidad _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>
<p>■ Entidad _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>
<p>■ Entidad _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>
<p>■ Entidad _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>	<p>■ _____</p>

ENCUESTAS ECONÓMICAS NACIONALES

Conceptos y Precisiones
Metodológicas para el
Llenado del Cuestionario Mensual
para Empresas Comerciales



Es la suma de establecimientos comerciales pertenecientes a una sola entidad propietaria o controladora que se dedican principalmente a realizar transacciones orientadas a la compra-venta de bienes con el objeto de venderlos en el mismo estado en que fueron adquiridos. Los establecimientos auxiliares deben considerarse como parte de la Empresa Comercial.

PRECISIONES A LA UNIDAD DE OBSERVACIÓN

Para realizar un correcto llenado del cuestionario, es necesario atender las siguientes precisiones para identificar la unidad de observación comercial y comprender las diferentes formas en las que puede ser localizada en campo; en cuanto a su operación organizacional se refiere:

- La Empresa Comercial puede estar constituida por uno o varios establecimientos comerciales.
- Para las empresas que combinan la producción de mercancías, su comercialización y prestación de servicios en ubicaciones físicas diferentes, la empresa comercial se acota tan sólo a aquellas unidades dedicadas exclusiva o principalmente a la venta sin transformación de artículos.
- La Empresa Comercial considera dentro de su estudio, a los establecimientos que exhiben la mercancía, promueven las ventas, levantan pedidos y coordinan la entrega de los mismos; por lo que reciben el pago o promesa de pago que implica un trato con terceros por cuenta propia.
- Los establecimientos pueden adoptar diferentes formas:
 - 1) Operan desde una bodega u oficina de ventas en la que tienen poca o nula exhibición de mercancías, atrayendo clientes por vía telefónica, mercadeo personalizado o por medio de publicidad especializada a través de medios electrónicos, ferias y exposiciones.
 - 2) Tiendas en las que atraen clientes por ubicación y diseño del establecimiento, tienen extensa exhibición de mercancías para facilitar a los clientes la selección de las mismas y hacen publicidad masiva por medio de volantes, prensa, radio, televisión, etcétera.
 - 3) Distribuidores en los cuales los establecimientos de la empresa comercial pueden también proporcionar servicios integrados a la venta de los bienes, como empaquetado, envasado, entrega a domicilio, etiquetado, embalaje, etcétera.

-
-
- 4) Comercios sin establecimiento comercial. El sector comercio comprende también a los comerciantes sin establecimiento que realizan su labor mediante alguno de los siguientes métodos:
- El telemercadeo con ventas vía telefónica.
 - La venta exclusivamente por catálogo.
 - La venta por medios electrónicos (Internet, correo electrónico y banca móvil).
 - La venta en forma especializada (agentes y corredores).
 - La venta puerta por puerta (cambaceo).
 - La venta con demostración de productos en hogares (multinivel).
 - La venta a través de puestos semifijos o máquinas expendedoras.
- Los establecimientos comerciales pueden tener uno o varios establecimientos auxiliares.
 - El establecimiento auxiliar es la unidad económica que en una sola ubicación física, asentada en un lugar de manera permanente y delimitada por construcciones e instalaciones fijas, combina acciones y recursos bajo el control de una sola entidad propietaria o controladora, para realizar actividades de apoyo destinadas a otro u otros establecimientos con los que comparte la misma razón social.
 - Los establecimientos auxiliares pueden ser:
 - Bodegas de productos terminados.
 - Estacionamientos exclusivos para clientes y empleados, pero sin recibir ningún tipo de ingreso por este servicio.
 - Talleres de mantenimiento.
 - Establecimientos que no compran ni venden mercancías, sino que las recibe de otros establecimientos de la misma empresa y las distribuye a otros, también de la misma empresa.
 - Establecimiento que coordina y supervisa el desempeño de los establecimientos que constituyen la empresa.
 - Oficina que lleva el registro de los ingresos y egresos de la empresa (contabilidad).
 - Oficina central o matriz, lleva la dirección de los establecimientos de la empresa y su control administrativo.
 - Oficina de relaciones públicas, cuida la buena imagen de la empresa a través de una buena atención y comunicación con los clientes y proveedores de la misma.

- Oficina ejecutiva, forja la estrategia general de trabajo de la empresa.
- Oficina financiera.
- Oficina de representación legal.
- Oficina de estudios de mercado.
- Oficina de archivo.
- Centro de cómputo.
- Establecimiento de transporte (cuando la unidad de observación no es transporte).
- Sala de exhibición.
- Centro de capacitación.
- Centro deportivo y recreativo para los trabajadores o familiares.
- Comedor para los trabajadores.
- Consultorio médico para los trabajadores, etcétera.

NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES Y AUXILIARES

Se refiere al número de establecimientos con actividad comercial y sus auxiliares que conforman la Empresa Comercial.



I. TIEMPO EFECTIVO DE TRABAJO

DÍAS TRABAJADOS

Es el total de días trabajados por los establecimientos comerciales y auxiliares que conforman la empresa comercial, considerando los días que permanecieron abiertos realizando actividades durante el mes de referencia. Se obtiene de restar a los días naturales, los días que permanecieron cerradas por descanso, festividades, huelgas, vacaciones, etcétera.

DURACIÓN PROMEDIO DE LA JORNADA LABORAL DIARIA POR PERSONA

Es el número de horas normales y extraordinarias trabajadas en promedio durante el día por persona ocupada.

II. PERSONAL DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL

Comprende al personal contratado directamente por esta razón social; de planta, eventual y no remunerado que trabajó para la empresa comercial sujeto a su **dirección y control**, cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma.

Incluye: al personal asimilable a salarios; al personal que trabajó fuera de la empresa comercial bajo su control laboral y legal; trabajadores en huelga; personas con licencia por enfermedad, vacaciones o permiso temporal; propietarios, socios, familiares y trabajadores a destajo.

Excluye: pensionados y jubilados.

PERSONAL REMUNERADO

Son todas las personas remuneradas que trabajaron en esta empresa comercial desempeñando labores administrativas o bien directamente vinculadas con las ventas y en general con la actividad comercial.

Incluye: a todas las personas que desempeñaron labores de oficina, administración, contabilidad, actividades auxiliares y complementarias; así como labores ejecutivas, de planeación, organización, dirección y control, almacenistas, técnicos, ingenieros, secretarías, telefonistas, etcétera y todas aquellas personas que desempeñaron actividades de apoyo.

PROPIETARIOS, FAMILIARES Y OTROS TRABAJADORES NO REMUNERADOS

Son las personas que trabajaron para la empresa comercial, cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma sin recibir un sueldo o salario. Se consideran aquí a los propietarios, familiares de estos, socios activos, prestadores de servicio social, personas de programas de empleo, etcétera.

Excluye: a quienes prestaron sus servicios profesionales o técnicos y cobraron honorarios por ello; pensionados o jubilados y al personal suministrado por otra razón social.

Para el **cálculo del promedio del personal ocupado**, se sumará el personal de cada semana y se dividirá entre el número de semanas que laboró la empresa.

Semana	Personal ocupado
1	40
2	45
3	+ 42
4	<u>41</u>
	Suma 168

$$\frac{168 \text{ personas ocupadas}}{4 \text{ semanas}} = 42 \text{ personas ocupadas promedio}$$

III. PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL

Son todas las personas que trabajaron para la empresa comercial, pero que son ajenas a la razón social y realizaron labores sustantivas en la comercialización de bienes, administración y contabilidad, entre otras, cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma.

PERSONAL SUMINISTRADO POR OTRA RAZÓN SOCIAL

Son las personas que trabajaron para la empresa comercial, pero dependen contractualmente de otra razón social.

Excluye: al personal que trabajó como parte de un servicio contratado: vigilancia, mantenimiento, limpieza, entre otros.

PERSONAL POR COMISIONES SIN SUELDO BASE

Es el personal de ventas que recibe un pago por unidad colocada en el mercado y cuyo ingreso no se complementa con un sueldo base.

PERSONAL POR HONORARIOS

Personal que laboró por cuenta propia para la empresa comercial, realizando actividades sustantivas y recibiendo por esto un pago cobrado a través de un recibo de honorarios en el cual se desglosa el IVA.

Excluye: profesionistas que cobraron honorarios por la prestación de servicios profesionales, sin laborar de manera regular o exclusiva para el establecimiento.

IV. REMUNERACIONES

Son todos los pagos y aportaciones en dinero y especie antes de cualquier deducción, para retribuir el trabajo del personal dependiente de la razón social, en forma de sueldos, salarios y prestaciones sociales, ya sea que este pago se calcule sobre la base de una jornada de trabajo o por la cantidad de trabajo desarrollado (destajo).

Incluye: el pago realizado al personal con licencia y permiso temporal.

SUELDOS PAGADOS AL PERSONAL REMUNERADO

Son los pagos que realizó la empresa comercial para retribuir el trabajo ordinario y extraordinario del personal dependiente de la razón social, antes de cualquier deducción retenida por los empleadores, como son: impuesto sobre la renta o sobre el producto del trabajo, las aportaciones de los trabajadores a los regímenes de seguridad social (IMSS, ISSSTE, INFONAVIT) y las cuotas sindicales.

Incluye: aguinaldos; comisiones sobre ventas que complementan el sueldo base; primas vacacionales; bonificaciones; incentivos; bonos de productividad y los ingresos de las personas asimiladas al salario.

Excluye: los gastos en pasajes y viáticos, alimentación y en general los gastos reembolsables al trabajador; los pagos al personal que no depende de la empresa comercial y que cobra exclusivamente con base en honorarios, comisiones o iguales; y los pagos que la empresa comercial realiza a otra razón social por concepto de suministro de personal.

CONTRIBUCIONES PATRONALES A REGÍMENES DE SEGURIDAD SOCIAL

Son los pagos realizados en el mes de referencia por la empresa comercial en favor de su personal, a las instituciones de seguridad social (IMSS, ISSSTE, INFONAVIT, etcétera), así como las aportaciones a fondos de ahorro para el retiro.

OTRAS PRESTACIONES SOCIALES

Son los pagos tanto contractuales como extracontractuales que proporcionó la empresa comercial a los trabajadores, como una remuneración adicional a los sueldos y salarios, ya sea en dinero o en especie, tales como: servicio

médico privado, despensas, primas de seguros al personal, servicios educativos, ayudas para estudio y guarderías.

Excluye: las contribuciones patronales a regímenes de seguridad social, compra de equipo, uniformes y ropa de trabajo; costos de capacitación; primas vacacionales; erogaciones para actividades deportivas y recreativas; gastos por concepto de pasajes, viáticos y alimentación; además de todos aquellos gastos reembolsables al trabajador.

UTILIDADES REPARTIDAS A LOS TRABAJADORES

Son los pagos en efectivo que la empresa comercial distribuyó entre el personal antes de cualquier deducción por concepto de utilidades conforme a la legislación laboral o las cláusulas de los contratos colectivos de trabajo o convenios entre patrones y trabajadores, cualquiera que sea el ejercicio al que correspondan.

PAGOS POR INDEMNIZACIÓN O LIQUIDACIÓN DEL PERSONAL

Se refiere a la compensación monetaria otorgada a los trabajadores por concepto de despido, retiro o terminación de contrato laboral con la empresa comercial.



V. GASTOS POR CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS

Es el importe que destinó la empresa comercial al consumo de bienes y servicios para realizar su actividad económica.

Excluye: los gastos fiscales, financieros y de inversión.

VALORACIÓN

La valoración de los bienes y servicios consumidos para realizar la actividad económica de la empresa comercial, deberá realizarse a costo de adquisición, es decir, al costo de compra más todas las erogaciones que se realizaron para llevar los bienes a la empresa, tales como: fletes, seguros, entre otros, deduciendo rebajas y concesiones recibidas; así como los impuestos, **sin incluir el IVA.**

MERCANCÍAS COMPRADAS PARA SU REVENTA

Es el valor de las mercancías que compró la empresa comercial para venderlas en las mismas condiciones en que las adquirió.

Incluye: las mercancías para reventa que recibió de otros establecimientos de la misma empresa.

Excluye: las mercancías recibidas en consignación.

PAGOS POR SUMINISTRO DE PERSONAL

Son los pagos que realizó la empresa comercial a otra razón social que le suministró personal para el desempeño de las actividades comerciales y de apoyo.

Excluye: los pagos por la prestación de servicios de vigilancia, intendencia, limpieza, jardinería, entre otros.

HONORARIOS O COMISIONES

Incluye los pagos que corresponden al personal no dependiente plasmado en los conceptos personal por comisiones y personal por honorarios, que es el personal que participa en las actividades sustantivas de la unidad económica.

Incluye: el pago por concepto de iguales por la prestación de servicios profesionales.

Excluye: las comisiones pagadas en adición a un salario base; también, excluye los honorarios de servicios profesionales como abogados y auditores, que se reportan en Otros gastos por consumo de bienes y servicios.

OTROS GASTOS POR CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS

Son los gastos de operación normal de la empresa comercial por los bienes y servicios que consumió y que no fueron considerados de manera específica en los renglones anteriores, pero están relacionados con la actividad.

Incluye: la contratación de los servicios de vigilancia, intendencia, limpieza y jardinería, entre otros; los gastos por servicios profesionales; equipo, uniformes y ropa de trabajo; costos de capacitación; actividades deportivas y recreativas; el agua (cuando no es utilizada como materia prima o material principal para la prestación de servicios); los gastos por fletes para la entrega de productos; los materiales de oficina, y otro tipo de materiales y servicios.

Excluye: los intereses que pagó por créditos o préstamos; los impuestos; las licencias de operación; los gastos de tipo financiero (pérdidas cambiarias, pagos de dividendos, etcétera); las deudas incobrables; las multas; las donaciones; la compra y depreciación de los activos fijos.



VI. INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS

Es el monto que obtuvo la empresa por todas aquellas actividades de producción, comercialización o prestación de servicios que realizó durante el mes de referencia.

Excluye: los ingresos financieros, subsidios y cuotas.

VALORACIÓN

La valoración de los ingresos por bienes y servicios debe realizarse de acuerdo con el valor de facturación, considerando todos los impuestos cargados al comprador, excepto el IVA, y deben deducirse todas las concesiones otorgadas a los clientes, tales como: descuentos, bonificaciones y devoluciones; así como los fletes, seguros y almacenamiento de los productos suministrados por esta empresa cuando se facturen de manera independiente.

VENTAS NETAS DE MERCANCÍAS ADQUIRIDAS PARA SU REVENTA

Es el importe que obtuvo la empresa comercial por concepto de las ventas de mercancías que vende en el mismo estado en que las recibió.

Incluye: las mercancías para su reventa que envió en consignación y fueron vendidas; las mercancías recibidas en transferencia.

Excluye: las mercancías para su reventa que recibió en consignación y fueron vendidas por esta empresa comercial.

INGRESOS POR CONSIGNACIÓN Y COMISIÓN

Son los ingresos que tuvo la empresa comercial por las ventas de bienes que se encontraban en sus instalaciones, siendo propiedad de terceros, que fueron vendidos a solicitud de estos mismos.

Incluye: la venta por comisión.

INGRESOS POR OTRAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

Son los que obtuvo la empresa comercial por conceptos no especificados en los renglones anteriores, como son: ingresos por la prestación de servicios, ventas netas de productos elaborados, alquiler de bienes muebles e inmuebles, ingresos por regalías, venta de publicidad, fletes, etcétera.

Excluye: el financiamiento recibido; las cuotas y aportaciones; dividendos; donaciones; subsidios; ingresos por operaciones financieras, y la venta de activos fijos.

INGRESOS NO DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD

Es el importe en dinero o en especie que obtuvo la empresa comercial durante el mes de referencia, por conceptos que no tienen una relación directa con su giro de actividad, tales como: los ingresos financieros; ganancias por cambios de valor de la moneda en transacciones realizadas; revaloración de activos bursátiles; subsidios a la producción y a los productos; cuotas y aportaciones, y otros ingresos no derivados de la actividad.

PORCENTAJE DE VENTAS QUE SE REALIZAN CON TARJETA DE CRÉDITO U OTRO TIPO DE FINANCIAMIENTO

Se refiere al porcentaje que obtuvo la empresa comercial por las ventas realizadas con tarjeta de crédito o con algún otro tipo de financiamiento bancario.



VII. FIRMA COMERCIAL ENTIDAD

FIRMA COMERCIAL ENTIDAD

Para la Encuesta Comercial, Firma Comercial Entidad (FCE) es la suma de establecimientos que se encuentran ubicados en la misma entidad federativa, que realizan principalmente actividades comerciales con sus respectivos establecimientos auxiliares y que tengan la misma rama de actividad SCIAN 2007.

Se hace la precisión, si en alguna entidad federativa se encuentran exclusivamente establecimientos auxiliares, no crearan una firma comercial.

NOTA: La definición de los conceptos a los que se refiere el cuadro de Firma Comercial Entidad, se explica en capítulos anteriores. Como precisión, las remuneraciones se conforman por los mismos conceptos de empresa comercial.



¡México cuenta con el **INEGI**!

El INEGI agradece la participación de la población en general, de las autoridades gubernamentales, así como de todos los gerentes, propietarios y encargados de las unidades económicas, que con sus respuestas contribuyeron a que el país pueda contar con una amplia base de datos de gran alcance y utilidad, derivada de las Encuestas Económicas Nacionales.

E. Guía de deflatación de ingresos

Guía de deflatación de ingresos		
Rama SCIAN 2007	Descripción	Índice de Precios al Consumidor
4311	CMA de alimentos	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) Rama 3119. Otras industrias alimentarias
4312	CMA de bebidas y tabaco	Por origen de los bienes (clasificación CMAE) 2. Alimentos, bebidas y tabaco
4321	CMA de productos textiles y calzado	Por origen de los bienes (clasificación CMAE) 3. Textiles, prendas de vestir e industria del cuero
4331	CMA de productos farmacéuticos	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) Rama 3254. Fabricación de productos farmacéuticos
4332	CMA de artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	Por origen de los bienes (clasificación CMAE) 6. Sustancias químicas, derivados del petróleo, caucho, plástico y productos farmacéuticos
4333	CMA de discos juguetes y artículos deportivos	Por origen de los bienes (clasificación CMAE) 6. Sustancias químicas, derivados del petróleo, caucho, plástico y productos farmacéuticos
4334	CMA de artículos de papelería libros, revistas y periódicos	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) Rama 3222. Fabricación de productos de cartón y papel
4335	CMA de electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	Por origen de los bienes (clasificación CMAE) Rama 53. Aparatos electrodomésticos
4341	CMA de materias primas agropecuarias	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) Rama 3253. Fabricación de fertilizantes, pesticidas y otros agroquímicos
4342	CMA de materias primas para la industria	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) 31-33. Industrias manufactureras
4343	CMA de materiales de desecho	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) Rama 3399. Otras industrias manufactureras
4351	CMA de maquinaria y equipo agropecuario, forestal y para la pesca	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) 31-33. Industrias manufactureras
4352	CMA de maquinaria y equipo para la industria	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) 31-33. Industrias manufactureras
4353	CMA de maquinaria y equipo para los servicios y para las actividades comerciales	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) Rama 3333. Fabricación de maquinaria y equipo para el comercio y los servicios
4354	CMA de maquinaria mobiliario y equipo de uso general	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) 31-33. Industrias manufactureras
4361	CMA de camiones	Por origen de los bienes (clasificación SCIAN 2007) Rama 3361. Fabricación de automóviles y camiones
4371	Intermediación de comercio al por mayor, excepto a través de internet y otros medios electrónicos	General
4372	Intermediación de comercio al por mayor exclusivamente a través de internet y de otros medios electrónicos	General
4611	CME al por menor de alimentos	1.1. Alimentos
4612	CME de bebidas y tabaco	1.2. Bebidas alcohólicas y tabaco
4621	CME en tiendas de autoservicio	General
4622	CME en tiendas departamentales	General
4631	CME de productos textiles, excepto ropa	Rama 26. Otras industrias textiles

Continúa

Guía de deflatación de ingresos		Índice de Precios al Consumidor	
Rama SCIAN 2007	Descripción		
4632	CME de ropa y accesorios de vestir	Por objeto del gasto	2.1. Ropa
4633	CME de calzado	Por objeto del gasto	2.2. Calzado
4641	CME de artículos para el cuidado de la salud	Por objeto del gasto	5. Salud y cuidado personal
4651	CME de artículos de perfumería y joyería		General
4652	CME de artículos para el esparcimiento		General
4653	CME de artículos de papelería, libros y periódicos		General
4659	CME de mascotas, regalos, arts. religiosos, artesanías, arts. en tiendas importadoras y otros arts. de uso personal		General
4661	CME de muebles para el hogar y otros enseres domésticos	Por objeto del gasto	4.1. Muebles y aparatos domésticos
4662	CME de computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	Por objeto del gasto	4.1. Muebles y aparatos domésticos
4663	CME de artículos para la decoración de interiores	Por objeto del gasto	4.1. Muebles y aparatos domésticos
4664	CME de artículos usados		General
4671	CME de artículos de ferretería, tiapalería y vidrios		General
4681	CME de automóviles y camionetas	Por origen de los bienes (clasificación CMAE)	General
4682	CME de partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones	Por origen de los bienes (clasificación CMAE)	Rama 3361. Fabricación de automóviles y camiones
4683	CME de motocicletas y otros vehículos de motor	Por origen de los bienes (clasificación CMAE)	Rama 3363. Fabricación de partes para vehículos automotores
4684	CME de combustibles, aceites y grasas lubricantes	Por objeto del gasto	64 Gasolinas y aceites lubricantes
4691	CME exclusivamente a través de Internet y catálogos impresos, televisión y similares		General

F. Guía de deflatación de gastos

Guía de deflatación de gastos		
Rama SCIAN 2007	Descripción	Índice Naciona de Precios al Productor
4311	CMA de alimentos	3.01 Alimentos, bebidas y tabaco 311 Industria alimentaria
4312	CMA de bebidas y tabaco	3.01 Alimentos, bebidas y tabaco 312 Industria de las bebidas y del tabaco
4321	CMA de productos textiles y calzado	3.02 Textiles, prendas de vestir e industria del cuero 315 Fabricación de prendas de vestir
4331	CMA de productos farmacéuticos	11. Sector económico secundario 325 Industria química
4332	CMA de artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	11. Sector económico secundario 31-33 Industria manufacturera
4333	CMA de discos juguetes y artículos deportivos	11. Sector económico secundario 31-33 Industria manufacturera
4334	CMA de artículos de papelería libros, revistas y periódicos	11. Sector económico secundario 322 Industria del papel
4335	CMA de electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	11. Sector económico secundario 31-33 Industria manufacturera
4341	CMA de materias primas agropecuarias	1. Sector primario 11 Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza
4342	CMA de materias primas para la industria	3. Industria manufacturera 31-33 Industria manufacturera
4343	CMA de materiales de desecho	3.09 Otras industrias manufactureras 56 Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación
4351	CMA de maquinaria y equipo agropecuario, forestal y para la pesca	3.08 Productos metálicos, maquinaria y equipo 333 Fabricación de maquinaria y equipo
4352	CMA de maquinaria y equipo para la industria	3.08 Productos metálicos, maquinaria y equipo 333 Fabricación de maquinaria y equipo
4353	CMA de maquinaria y equipo para los servicios y para las actividades comerciales	3.08 Productos metálicos, maquinaria y equipo 333 Fabricación de maquinaria y equipo
4354	CMA de maquinaria mobiliario y equipo de uso general	3.08 Productos metálicos, maquinaria y equipo 333 Fabricación de maquinaria y equipo
4361	CMA de camiones	Rama 56. Automóviles 336 Fabricación de equipo de transporte
4371	Intermediación de comercio al por mayor, excepto a través de internet y otros medios electrónicos	111. Sector económico terciario 51 Información en medios masivos
4372	Intermediación de comercio al por mayor exclusivamente a través de internet y de otros medios electrónicos	111. Sector económico terciario 51 Información en medios masivos
4611	CME al por menor de alimentos	3.01 Alimentos, bebidas y tabaco 311 Industria alimentaria
4612	CME de bebidas y tabaco	3.01 Alimentos, bebidas y tabaco 312 Industria de las bebidas y del tabaco
4621	CME en tiendas de autoservicio	Índice general Índice general
4622	CME en tiendas departamentales	Índice general Índice general
4631	CME de productos textiles, excepto ropa	3.02 Textiles, prendas de vestir e industria del cuero 314 Fabricación de productos textiles, excepto prendas de vestir
4632	CME de ropa y accesorios de vestir	3.02 Textiles, prendas de vestir e industria del cuero 315 Fabricación de prendas de vestir

Continúa

Guía de deflatación de gastos		Índice Nacional de Precios al Productor	
Rama SCIAN 2007	Descripción		
4633	CME de calzado	3.02 Textiles, prendas de vestir e industria del cuero	316 Fabricación de productos de cuero, piel y materiales sucedáneos, excepto prendas de vestir
4641	CME de artículos para el cuidado de la salud	Índice general	Índice general
4651	CME de artículos de perfumería y joyería	11. Sector económico secundario	31-33 Industria manufacturera
4652	CME de artículos para el esparcimiento	11. Sector económico secundario	31-33 Industria manufacturera
4653	CME de artículos de papelería, libros y periódicos	3.04 Papel y sus productos, imprentas y editoriales	323 Impresión e industrias conexas
4659	CME de mascotas, regalos, arts. religiosos, artesanías, arts. en tiendas importadoras y otros arts. de uso personal	11. Sector económico secundario	Mercancías y servicios finales, excluyendo petróleo
4661	CME de muebles para el hogar y otros enseres domésticos	3. Industria manufacturera	337 Fabricación de muebles y productos relacionados
4662	CME de computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	3. Industria manufacturera	334 Fabricación de equipo de computación, comunicación, medición y de otros equipos
4663	CME de artículos para la decoración de interiores	3. Industria manufacturera	Mercancías y servicios finales, excluyendo petróleo
4664	CME de artículos usados	3. Industria manufacturera	Mercancías y servicios finales, excluyendo petróleo
4671	CME de artículos de ferretería, tiplalería y vidrios	3. Industria manufacturera	31-33 Industria manufacturera
4681	CME de automóviles y camionetas	3. Industria manufacturera	336 Fabricación de equipo de transporte
4682	CME de partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones	3. Industria manufacturera	31-33 Industria manufacturera
4683	CME de motocicletas y otros vehículos de motor	3. Industria manufacturera	336 Fabricación de equipo de transporte
4684	CME de combustibles, aceites y grasas lubricantes	65. Gasolinas, aceites y lubricantes (índice nacional)	64 Gasolinas y aceites lubricantes
4691	CME exclusivamente a través de Internet y catálogos impresos, televisión y similares	111. Sector económico terciario	51 Información en medios masivos

G. Guía de deflatación de remuneraciones

Entidad	Índice General por Región
Aguascalientes	4. Centro Norte
Baja California	1. Frontera Norte
Baja California Sur	1. Frontera Norte
Campeche	6. Sur
Chiapas	6. Sur
Chihuahua	1. Frontera Norte
Coahuila de Zaragoza	1. Frontera Norte
Colima	4. Centro Norte
Distrito Federal	7. Área metropolitana de la Ciudad de México
Durango	3. Noreste
Guanajuato	4. Centro Norte
Guerrero	5. Centro Sur
Hidalgo	5. Centro Sur
Jalisco	4. Centro Norte
México	5. Centro Sur
Michoacán de Ocampo	4. Centro Norte
Morelos	5. Centro Sur
Nayarit	2. Noroeste
Nuevo León	3. Noreste
Oaxaca	6. Sur
Puebla	5. Centro Sur
Querétaro	4. Centro Norte
Quintana Roo	6. Sur
San Luis Potosí	4. Centro Norte
Sinaloa	2. Noroeste
Sonora	2. Noroeste
Tabasco	6. Sur
Tamaulipas	1. Frontera Norte
Tlaxcala	5. Centro Sur
Veracruz-Llave	5. Centro Sur
Yucatán	6. Sur
Zacatecas	3. Noreste