



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

BOLETÍN DE PRENSA NÚM. 408/14

23 DE SEPTIEMBRE DE 2014

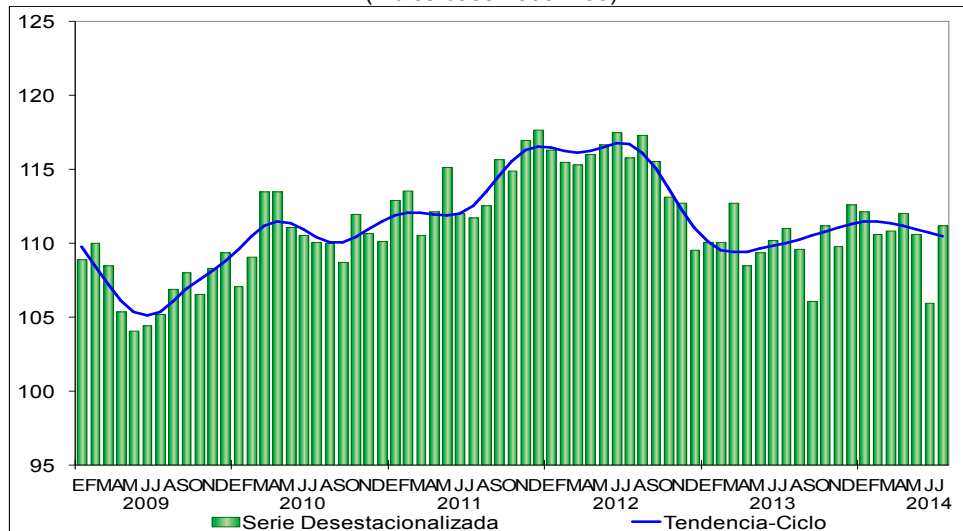
AGUASCALIENTES, AGS.

PÁGINA 1/3

ENCUESTA MENSUAL SOBRE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES CIFRAS DURANTE JULIO DE 2014

El INEGI informa que, con cifras desestacionalizadas, las ventas en los establecimientos comerciales al por mayor registraron un aumento de 4.93% y al por menor de 0.40% durante julio de este año frente al mes inmediato anterior.

Gráfica 1
**CIFRAS DESESTACIONALIZADAS Y TENDENCIA-CICLO
COMERCIO INTERIOR AL POR MAYOR A JULIO DE 2014**
(Índice base 2003=100)



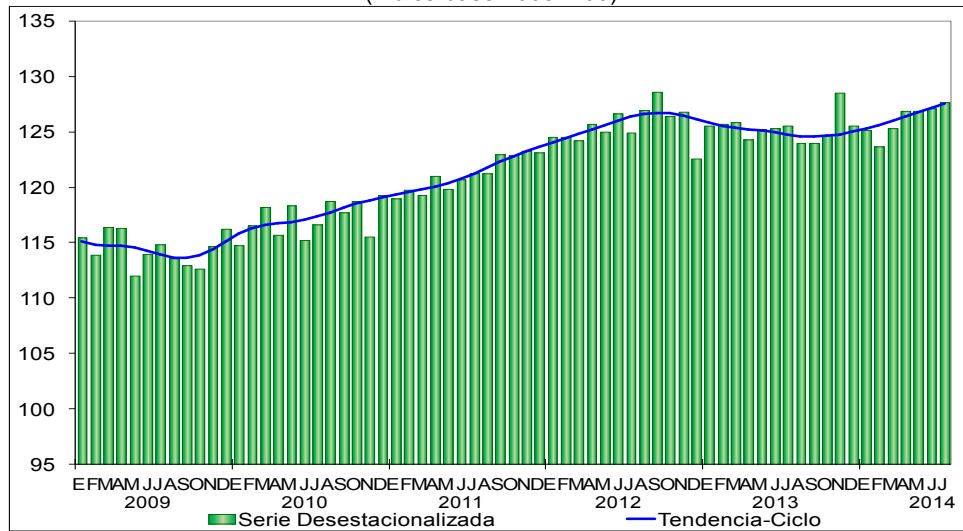
Fuente: INEGI.



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

**BOLETÍN DE PRENSA NÚM. 408/14
23 DE SEPTIEMBRE DE 2014
AGUASCALIENTES, AGS.
PÁGINA 2/3**

**Gráfica 2
CIFRAS DESESTACIONALIZADAS Y TENDENCIA-CICLO
COMERCIO INTERIOR AL POR MENOR A JULIO DE 2014**
(Índice base 2003=100)



Fuente: INEGI.

En su comparación anual, las ventas en el comercio al por mayor del conjunto de las 37 ciudades consideradas se incrementaron 0.4% en términos reales en julio de 2014, como resultado de alzas en los subsectores de Maquinaria, mobiliario y equipo para actividades agropecuarias, industriales y de servicios; Productos textiles y calzado, y en el de Materias primas agropecuarias, para la industria y materiales de desecho.



Las ventas al por menor crecieron 2% a tasa anual en el séptimo mes del año en curso, derivado de los avances en los subsectores de Alimentos, bebidas y tabaco; Productos textiles, accesorios de vestir y calzado; Vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes; Enseres domésticos, computadoras y artículos para la decoración de interiores, y en el de Tiendas de autoservicio y departamentales.

**COMERCIO INTERIOR AL POR MAYOR Y AL POR MENOR
A JULIO DE 2014**

(Variación porcentual real respecto a igual periodo del año anterior)

Concepto	Julio ^{p/}	Ene-Jul ^{p/}
Al por Mayor		
Ventas	0.4	0.1
Empleo	(-) 0.3	0.1
Remuneraciones medias reales	3.5	2.4
Al por Menor		
Ventas	2.0	0.6
Empleo	4.6	4.0
Remuneraciones medias reales	1.9	(-) 0.8

^{p/} Cifras preliminares.

Fuente: INEGI.

El personal ocupado en los establecimientos al por menor fue superior en 4.6%, mientras que en los relativos al por mayor disminuyó (-)0.3% en julio pasado respecto a igual mes de un año antes.

Se anexa Nota Técnica



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

NOTA TÉCNICA ENCUESTA MENSUAL SOBRE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES CIFRAS DURANTE JULIO DE 2014

- El INEGI informa que, con cifras desestacionalizadas, las ventas en los establecimientos comerciales al por mayor registraron un aumento de 4.93% y al por menor de 0.40% durante julio de este año frente al mes inmediato anterior.
- En su comparación anual, las ventas en el comercio al por mayor del conjunto de las 37 ciudades consideradas se incrementaron 0.4% en términos reales en julio de 2014, como resultado de alzas en los subsectores de Maquinaria, mobiliario y equipo para actividades agropecuarias, industriales y de servicios; Productos textiles y calzado, y en el de Materias primas agropecuarias, para la industria y materiales de desecho.
- Las ventas al por menor crecieron 2% a tasa anual en el séptimo mes del año en curso, derivado de los avances en los subsectores de Alimentos, bebidas y tabaco; Productos textiles, accesorios de vestir y calzado; Vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes; Enseres domésticos, computadoras y artículos para la decoración de interiores, y en el de Tiendas de autoservicio y departamentales.
- El personal ocupado en los establecimientos al por menor fue superior en 4.6%, mientras que en los relativos al por mayor disminuyó (-)0.3% en julio pasado respecto a igual mes de un año antes.

Ventas Comerciales al por Mayor y por Subsector

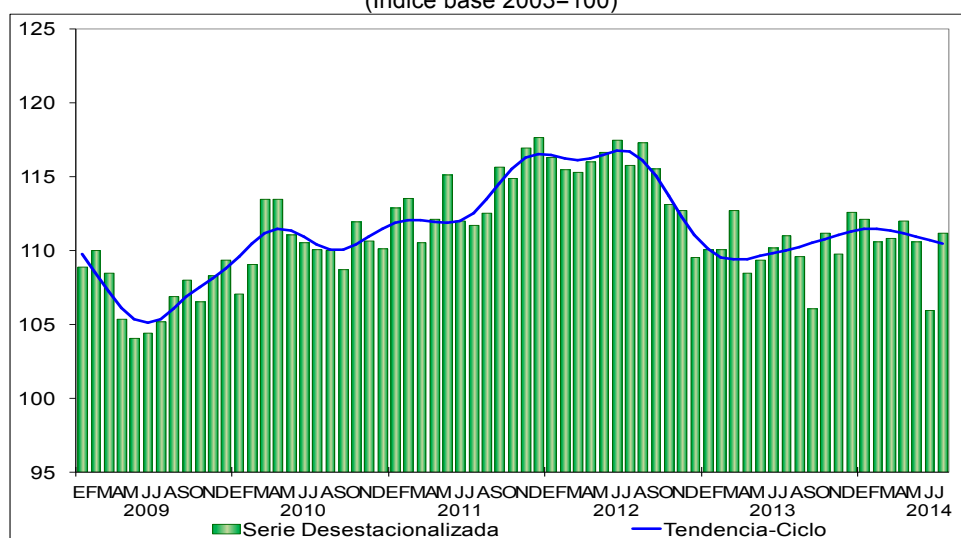
Los resultados de la Encuesta Mensual sobre Establecimientos Comerciales (EMEC) que lleva a cabo el INEGI en 37 áreas urbanas del país señalan que en el séptimo mes de este año las ventas al por mayor aumentaron 0.4% a tasa anual y en términos reales. Este comportamiento se derivó de los avances que se presentaron en los subsectores de Maquinaria, mobiliario y equipo para actividades agropecuarias, industriales y de servicios; Productos textiles y calzado, y en el de Materias primas agropecuarias, para la industria y materiales de desecho. En contraste, mostraron caídas las relacionadas con Productos farmacéuticos, de perfumería, accesorios de vestir, artículos para el esparcimiento y electrodomésticos; Camiones, y en el de Alimentos, bebidas y tabaco.



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

En su comparación mensual, datos desestacionalizados indican que las ventas al por mayor se incrementaron 4.93% en julio pasado frente al mes inmediato anterior.

Gráfica 1
**CIFRAS DESESTACIONALIZADAS Y TENDENCIA-CICLO
COMERCIO INTERIOR AL POR MAYOR A JULIO DE 2014**
(Índice base 2003=100)



Fuente: INEGI.

Ventas Comerciales al por Mayor por Ciudad

La información regional de la EMEC muestra que en julio de 2014 las ventas al por mayor se acrecentaron a tasa anual en 12 áreas urbanas de las 37 consideradas en la EMEC, siendo éstas: Culiacán, Villahermosa, Monterrey, Cancún, Matamoros, Campeche, Ciudad de México, Querétaro, Reynosa, Tijuana, Guadalajara y Acapulco. Por su parte, se redujeron en Zacatecas, Mérida, Ciudad Victoria, Nuevo Laredo, Colima, Oaxaca, Durango, Tuxtla Gutiérrez, San Luis Potosí, Veracruz, Ciudad Juárez, Hermosillo, Aguascalientes, Mexicali, La Paz, León, Tampico, Morelia, Saltillo, Puebla, Chihuahua, Torreón, Cuernavaca, Toluca y en Coatzacoalcos.

Ventas Comerciales al por Menor y por Subsector

Para el conjunto de las áreas urbanas, las ventas al por menor registraron un crecimiento de 2% en términos reales durante el séptimo mes del año en curso respecto a igual mes de 2013. A nivel de subsector, se presentaron avances en el

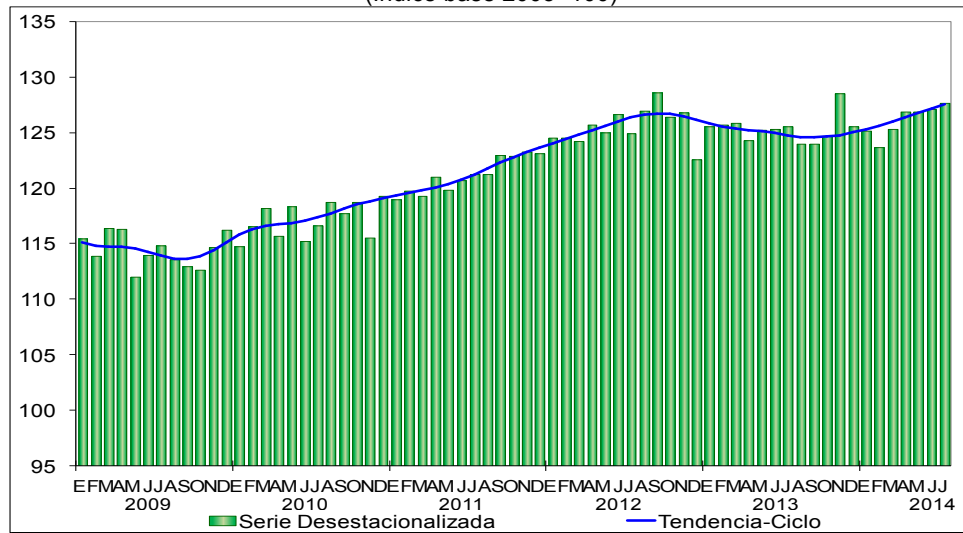


**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

de Alimentos, bebidas y tabaco; Productos textiles, accesorios de vestir y calzado; Vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes; Enseres domésticos, computadoras y artículos para la decoración de interiores, y en el de Tiendas de autoservicio y departamentales; en tanto que decrecieron en el de Artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal; Artículos para el cuidado de la salud, y en el de Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios.

Desde una perspectiva mensual, cifras desestacionalizadas indican que las ventas al menudeo se incrementaron 0.40% en julio de 2014 respecto al mes precedente.

Gráfica 2
**CIFRAS DESESTACIONALIZADAS Y TENDENCIA-CICLO
COMERCIO INTERIOR AL POR MENOR A JULIO DE 2014**
(Índice base 2003=100)



Fuente: INEGI.

Ventas Comerciales al por Menor por Ciudad

En el séptimo mes de este año, las ventas al por menor aumentaron a tasa anual en las ciudades de Morelia, Acapulco, Cuernavaca, Veracruz, Toluca, Oaxaca, Ciudad Victoria, León, Aguascalientes, Durango, Matamoros, La Paz, Ciudad de México, Torreón, Monterrey, Hermosillo, Guadalajara, Reynosa, Tampico, Zacatecas, Ciudad Juárez, Cancún, Saltillo, Puebla y Coahuila. En cambio, las ventas retrocedieron en Nuevo Laredo, Querétaro, Colima, Chihuahua, Tuxtla Gutiérrez, Campeche, Villahermosa, Mexicali, San Luis Potosí, Tijuana, Mérida y en Culiacán.



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

Personal Ocupado y Remuneraciones Medias Reales Pagadas

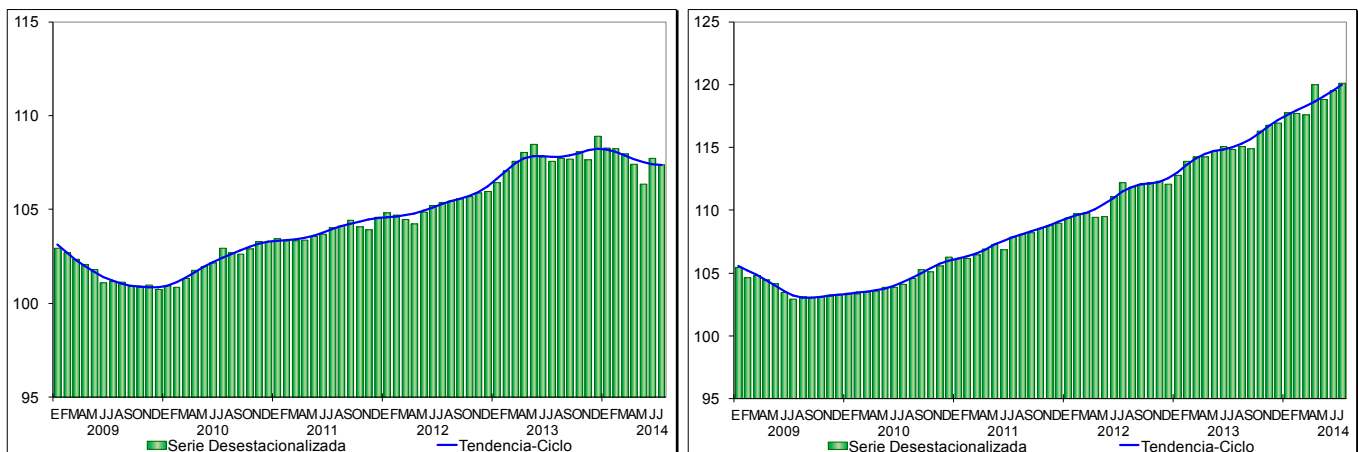
El personal ocupado en el comercio al por mayor cayó (-)0.3% en el mes en cuestión frente a julio del año anterior, mientras que en los establecimientos al por menor observó una alza de 4.6 por ciento.

Cifras desestacionalizadas indican que el personal ocupado en los establecimientos mayoristas disminuyó (-)0.34%; por su parte en los minoristas se incrementó 0.48%, en julio pasado con relación al mes inmediato anterior.

Gráfica 3
**CIFRAS DESESTACIONALIZADAS Y TENDENCIAS-CICLO
DEL PERSONAL OCUPADO A JULIO DE 2014**
(Índice base 2003=100)

En establecimientos al por mayor

En establecimientos al por menor



Fuente: INEGI.

Las remuneraciones medias reales pagadas en el comercio al por mayor reportaron un aumento de 3.5% y en el comercio al por menor de 1.9% durante el séptimo mes de 2014 con relación a las de igual mes de 2013.

En su comparación mensual, datos desestacionalizados muestran que las remuneraciones medias reales pagadas en los establecimientos al por mayor avanzaron 0.45% y en los establecimientos al por menor descendieron (-)0.07% en julio respecto a junio del presente año.



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

Resultados durante enero-julio de 2014

Las ventas en los establecimientos mayoristas, en los primeros siete meses de 2014, mostraron una variación de 0.1% frente a igual periodo de un año antes y en los minoristas de 0.6 por ciento. El personal ocupado en el comercio al por mayor creció 0.1% y al por menor 4 por ciento. Por lo que se refiere a las remuneraciones medias reales pagadas, en los establecimientos al por mayor se incrementaron 2.4% y al por menor registraron una reducción de (-)0.8% a tasa anual, durante el periodo en cuestión.

**COMERCIO INTERIOR AL POR MAYOR Y AL POR MENOR
A JULIO DE 2014**

(Variación porcentual real respecto a igual periodo del año anterior)

Concepto	Julio ^{p/}	Ene-Jul ^{p/}
Al por Mayor		
Ventas	0.4	0.1
Empleo	(-) 0.3	0.1
Remuneraciones medias reales	3.5	2.4
Al por Menor		
Ventas	2.0	0.6
Empleo	4.6	4.0
Remuneraciones medias reales	1.9	(-) 0.8

^{p/} Cifras preliminares.

Fuente: INEGI.

Nota metodológica

El esquema de muestreo es determinista e incluye a los establecimientos comerciales grandes y medianos que en conjunto agrupan, por sector de actividad (es decir comercio al por mayor o al por menor), entre el 50% y 85% del total de los ingresos por ventas en cada una de las ciudades incluidas en la muestra.

Las variables captadas por la encuesta (ventas netas de mercancías, compras netas de mercancías, personal ocupado y remuneraciones al personal ocupado), se presentan en el caso del índice agregado según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), por: sector comercio al por mayor y al por menor, por subsector (7 al por mayor y 9 al por menor) y por rama de actividad comercial (18 al por mayor y 23 al por menor). En el caso de las 37 ciudades o áreas urbanas objeto de estudio, sólo se reportan resultados por sector SCIAN.



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

Al por Mayor	Al por Menor
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alimentos, bebidas y tabaco. 2. Productos textiles y calzado. 3. Productos farmacéuticos, de perfumería, accesorios de vestir, artículos para el esparcimiento y electrodomésticos. 4. Materias primas agropecuarias, para la industria y materiales de desecho. 5. Maquinaria, mobiliario y equipo para actividades agropecuarias, industriales y de servicios. 6. Camiones. 7. Intermediación y comercio al por mayor por medios masivos de comunicación y otros medios*./ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alimentos, bebidas y tabaco. 2. Tiendas de autoservicio y departamentales. 3. Productos textiles, accesorios de vestir y calzado. 4. Artículos para el cuidado de la salud. 5. Artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal. 6. Enseres domésticos, computadoras y artículos para la decoración de interiores. 7. Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios. 8. Vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes. 9. Intermediación y comercio al por menor por medios masivos de comunicación y otros medios*./

*/ La información correspondiente a estos subsectores no está disponible por efectos del principio de confidencialidad. No obstante, participan en el cálculo de los sectores que las agrupan.

La construcción de los índices agregados base 2003=100 de cada sector, subsector y rama, se realiza a partir de las ponderaciones de los índices que los constituyen y de acuerdo a los pesos relativos de las estructuras de las clases de actividad, ramas y subsectores, según corresponda, generados con la información obtenida por el Censo Económico del Sector Comercio en 2004.

Es importante destacar, que como consecuencia del cambio de cobertura geográfica (a 37 áreas urbanas), el año base para la generación de cada uno de los índices que presenta la EMEC es 2003=100; la elección de este periodo se apoya asimismo en que dicho año es el referente de la información de los Censos Económicos 2004, al igual que el del Sistema de Cuentas Nacionales de México.

Para deflactar las ventas, compras y remuneraciones, la EMEC utiliza los índices de precios publicados por el INEGI, de acuerdo con las características de cada una de las variables y utilizando los deflatores disponibles según el área geográfica correspondiente.

Destaca así mismo, que la gran mayoría de las series económicas se ven afectadas por factores estacionales. Éstos son efectos periódicos que se repiten cada año y cuyas causas pueden considerarse ajenas a la naturaleza económica de las series, como son las festividades, el hecho de que algunos meses tienen más días que otros, los periodos de vacaciones escolares, el efecto del clima en las diferentes estaciones del año, y otras fluctuaciones estacionales como, por ejemplo, la elevada producción de juguetes en los meses previos a la Navidad provocada por la expectativa de mayores ventas en diciembre.



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

En este sentido, la desestacionalización o ajuste estacional de series económicas consiste en remover estas influencias intra-anales periódicas, debido a que su presencia dificulta diagnosticar o describir el comportamiento de una serie económica al no poder comparar adecuadamente un determinado mes con el inmediato anterior. Analizar la serie desestacionalizada ayuda a realizar un mejor diagnóstico y pronóstico de la evolución de la misma, ya que facilita la identificación de la posible dirección de los movimientos que pudiera tener la variable en cuestión, en el corto plazo. Las cifras desestacionalizadas también incluyen el ajuste por los efectos calendario (frecuencia de los días de la semana y, en su caso, la semana santa). Las series desestacionalizadas de las principales variables que capta la encuesta se calculan de manera independiente a la de sus componentes.

Cabe señalar que al irse agregando la información de noviembre de los últimos 3 años, el efecto del “Buen fin” se ha ido incorporando gradualmente en el ajuste estacional de las ventas al por menor, ya que es un efecto que modifica la estacionalidad de la serie de tiempo. Esto se ve reflejado en que el factor estacional del mes de noviembre, que se utiliza para ajustar los datos de ese mes, se ha ido incrementando paulatinamente e irá cambiando en la medida en que se cuente con más información para el mes de noviembre

La información contenida en este boletín es generada por el INEGI a través de la Encuesta Mensual sobre Establecimientos Comerciales, y se da a conocer en la fecha establecida en el Calendario de Difusión de Información de Coyuntura.

Las cifras aquí mencionadas, incluyendo las desestacionalizadas podrán ser consultadas en la página del INEGI en Internet: <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>

* * * * *