

ENCUESTA ANUAL DEL COMERCIO (EAC) 2020, CIFRAS PRELIMINARES

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) da a conocer los resultados preliminares de la Encuesta Anual del Comercio (EAC) 2020, que permiten conocer las tendencias, factores y dinámica sobre el comportamiento de la actividad comercial en México.

La EAC capta información económica básica de todas las actividades comerciales que se efectúan en el país que se encuentran agrupadas en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) 2013 en dos sectores de actividad: 43 comercio al por mayor y 46 comercio al por menor.

Principales resultados

En el comercio al por mayor, 36.6% del personal ocupado dependiente de la razón y 33.3% de personal ocupado no dependiente corresponden al sexo masculino.

En el caso del comercio al por menor, la distribución del personal que depende de la razón social se mantiene ligeramente inclinada hacia las mujeres con 43.6%, mientras los hombres participan con 39.7 por ciento.

Del total del personal dependiente de la razón en el comercio al por mayor, 99.7% recibió una remuneración fija y periódica por su trabajo. En el comercio al por menor esa proporción fue menor al 50 por ciento.

El 37.6 % de los ingresos del comercio al por mayor se obtiene de la rama de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco. En el comercio al por menor, 32.5%; de los ingresos provienen de la distribución de vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes.

Las empresas invierten en mayor proporción en los bienes inmuebles: 31.0% dentro del comercio al por mayor y 52.0% aplicable al comercio al por menor. El rubro de menor inversión para el comercio al por mayor y comercio al por menor, es el de equipo de cómputo, con participaciones de 7.4% y 6.9%, respectivamente.

De las formas de comercializar destacan: oficina de ventas en el sector al por mayor participa con 22.4% y en el comercio al por menor con 5.8%; tiendas con atención personal del vendedor en el mostrador con 23.8% y 33.1% respectivamente; en tanto las ventas de bodega, almacén o depósito en el comercio al por mayor representan 25.6% y dentro del comercio al por menor 4.2 por ciento.

La venta directa en el establecimiento es el método preponderante en el sector del comercio al por menor (77.9%) y al por mayor (47.8%). La forma de comercializar menos popular es la venta por catálogo o correo postal, que en el comercio al por mayor aporta solo 4.4% y en el comercio al por menor es de 2.2 por ciento.

Únicamente 4.3% de las empresas del comercio al por mayor obtuvieron ingresos mediante contratos con empresas de otros países. La participación del comercio al por menor en este renglón fue nula.

En el comercio al por mayor, 82.1% de las entidades económicas recurrieron a algún banco, en tanto que 44.3 % de las empresas minoristas recurrieron a este tipo de financiamiento.

Nota al usuario:

Es importante precisar que 2020 fue un año atípico, ya que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud declaró oficialmente una pandemia, con motivo de la propagación del Coronavirus COVID-19 y se adoptaron medidas emergentes. Esta situación se ha prolongado hasta este año, lo cual se refleja en los resultados generados.

La Tasa de no respuesta de la Encuesta Anual del Comercio (EAC), correspondiente a 2020 registró porcentajes apropiados conforme al diseño estadístico de la encuesta, lo que permitió la generación de estadísticas con niveles altos de precisión. De los 40 dominios de estudio de la encuesta, solo para tres dominios que representan el 12.9%, en relación con la variable de ingresos del total del comercio, se recomienda el uso con reserva de las estimaciones:

- Comercio al por mayor de abarrotes y alimentos
- Intermediación de comercio al por mayor, excepto a través de Internet y de otros medios electrónicos
- Intermediación de comercio al por mayor exclusivamente a través de Internet y otros medios electrónicos

La información preliminar de la Encuesta Anual del Comercio (EAC) 2020 puede ser consultada en la página del INEGI en internet: <https://www.inegi.org.mx/programas/eac/2013/>

Se anexa nota técnica

Para consultas de medios y periodistas, contactar a: comunicacionsocial@inegi.org.mx
o llamar al teléfono (55) 52-78-10-00, exts. 1134, 1260 y 1241.

Dirección de Atención a Medios / Dirección General Adjunta de Comunicación





NOTA TÉCNICA

INDICADORES DEL COMERCIO ENCUESTA ANUAL DE COMERCIO. CIFRAS 2020 (Serie 2013)

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) da a conocer los resultados de la Encuesta Anual del Comercio (EAC) Serie 2013 con información referida al año 2020 con cifras preliminares.

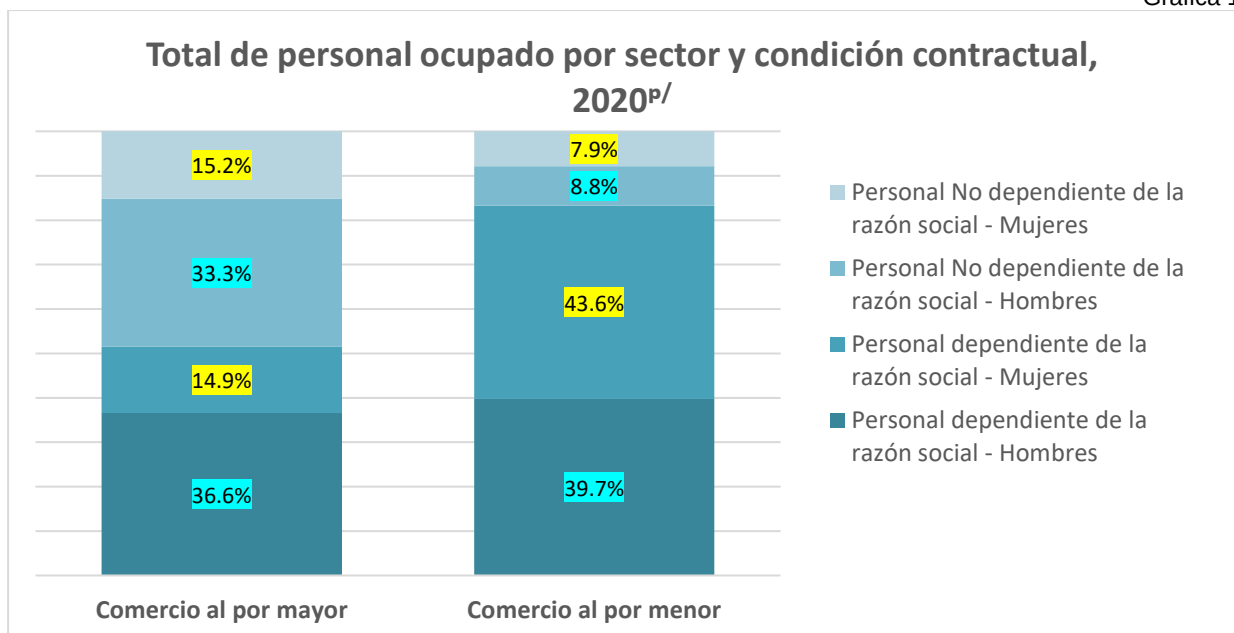
Cabe mencionar que la serie 2013, adopta del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) 2013 la instrumentación de los nuevos diseños a partir de un marco estadístico actualizado y se aplica la Norma Técnica del Proceso de Producción de Información Estadística y Geográfica para el INEGI que proporciona un marco normativo regulatorio de la producción de información estadística en México.

La EAC también retoma principios conceptuales y metodológicos de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, la Norma Técnica para la Generación de Estadística Básica, el Proceso Estándar para Encuestas por Muestreo, y la Norma para el Aseguramiento de la Calidad de la Información Estadística y Geográfica.

Principales resultados

Para el comercio al por mayor la mayor proporción del personal ocupado corresponde al que depende de la razón social con sexo masculino con 36.6%, seguido por 33.3% de personal ocupado no dependiente, también del sexo masculino. En el caso del comercio al por menor, esta distribución del personal que depende de la razón social se mantiene ligeramente inclinada hacia las mujeres, con 43.6%, mientras los hombres participan con 39.7 por ciento.

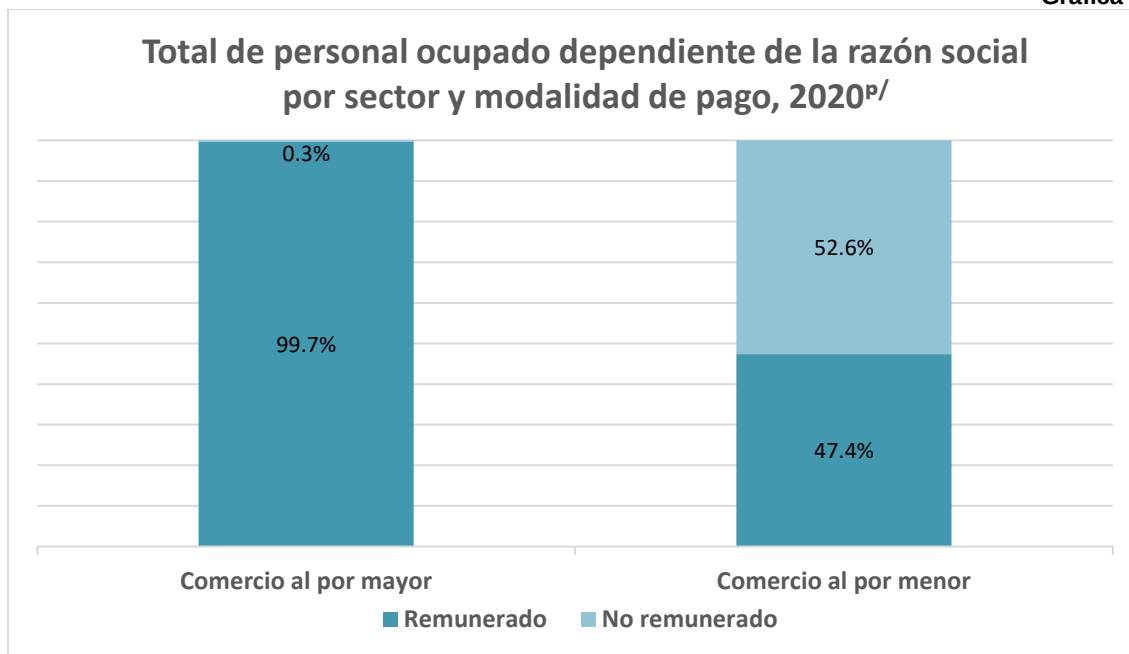
Gráfica 1



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

En cuanto a la condición de pago bajo la que opera el personal dependiente de la razón, 99.7% del total del personal del comercio al por mayor recibió una remuneración fija y periódica por su trabajo, mientras que en el comercio al por menor esa proporción fue menor al 50 por ciento.

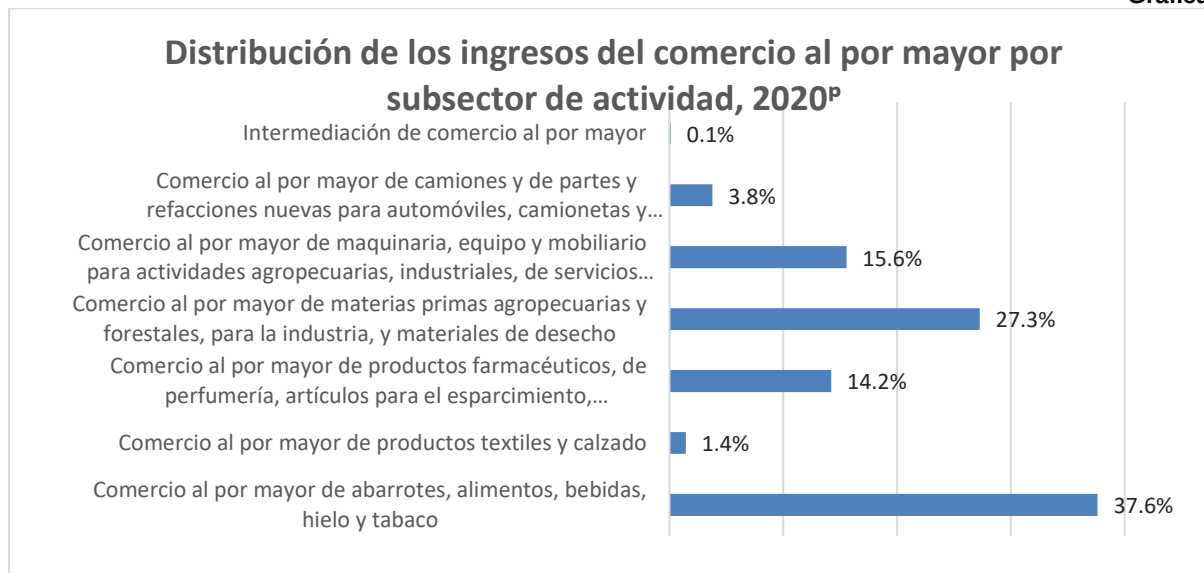
Gráfica 2



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Los ingresos del comercio al por mayor denotan una distribución focalizada en la rama de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco en 37.6% durante 2020, seguido del comercio al por mayor de materias primas agropecuarias y forestales, para la industria, y materiales de desecho en torno a 27.3%, y con una mínima participación la rama que comercializa a través de la intermediación con 0.1 por ciento.

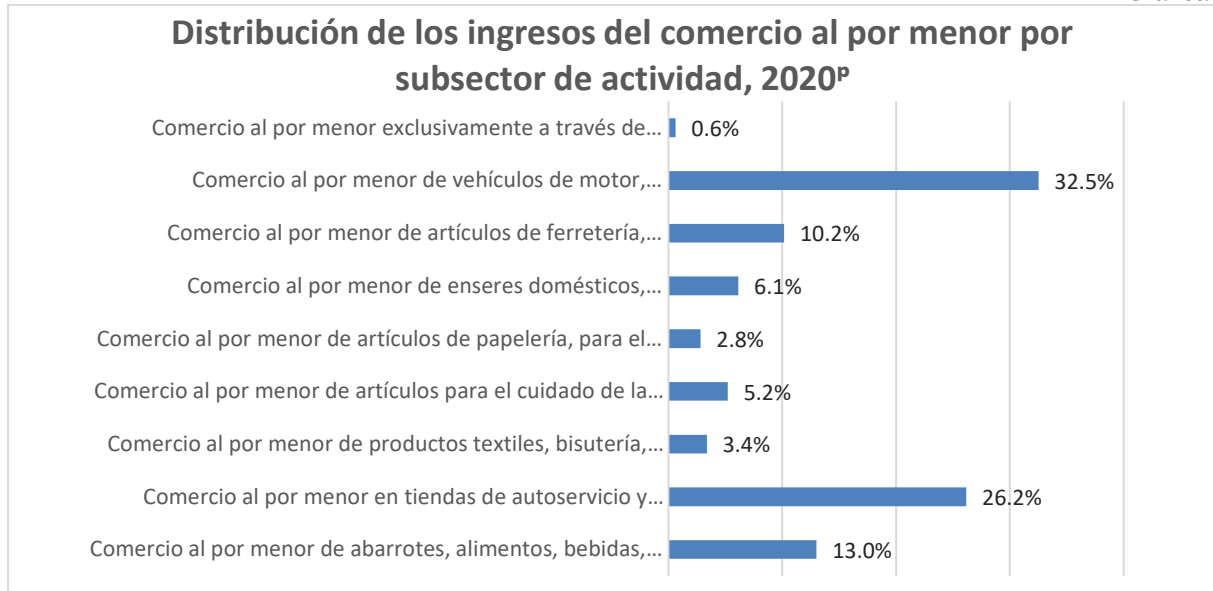
Gráfica 3



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Dentro del comercio al por menor, la mayor contribución a los ingresos del sector en general la aporta la distribución de vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes con 32.5%, seguido del subsector del comercio al por menor en tiendas de autoservicio y departamentales con una aportación a los ingresos del sector de 26.2 por ciento.

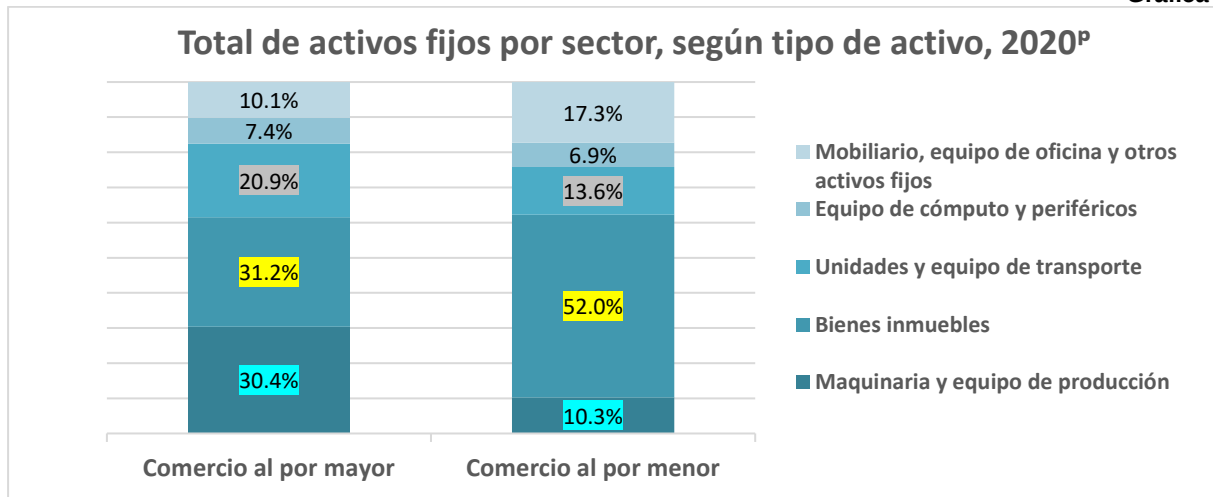
Gráfica 4



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

En el análisis de los datos estadísticos sobre la variable de los activos fijos se observa que las empresas invierten en mayor proporción en los bienes inmuebles, en este caso 31% dentro del comercio al por mayor y 52.0% aplicable al comercio al por menor, en donde se encuentran las tiendas departamentales y de autoservicio, con un gran dinamismo. El rubro de menor inversión para el comercio al por mayor y comercio al por menor es el de equipo de cómputo, con participaciones de 7.4% y 6.9%, respectivamente.

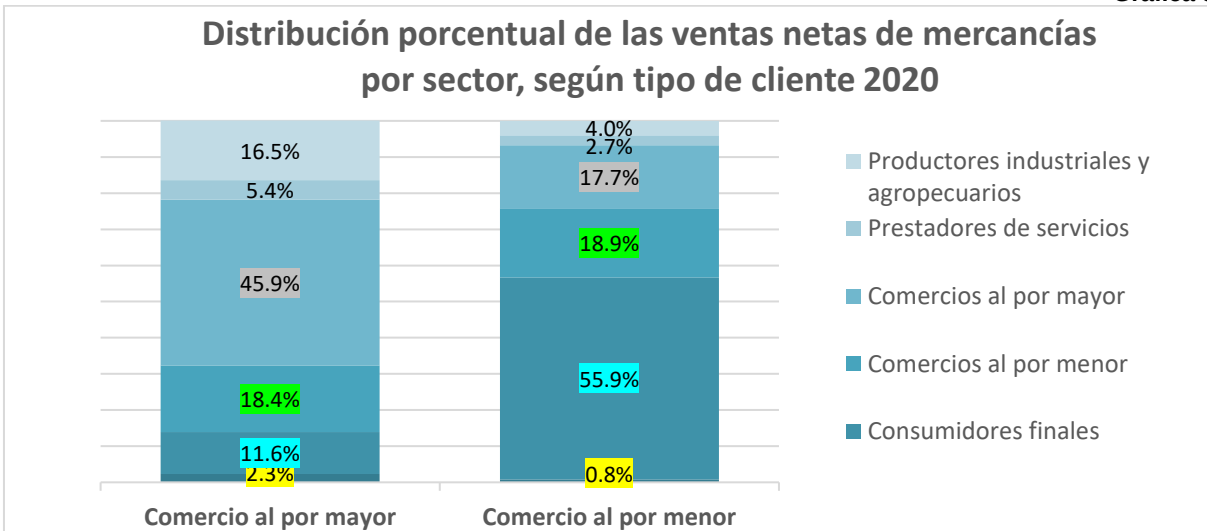
Gráfica 5



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Es de destacar que el flujo y tipo de clientes enmarca la distribución de las ventas de las mercancías por sector. En ese sentido, los productores industriales y agropecuarios en el comercio al por mayor tiene un mayor peso con 16.5%, mientras que en el comercio al por menor solo participan con 4 por ciento. Por su parte, las ventas a otros comercios al por mayor son de 45.9 y 17.7% para el comercio al por mayor y comercio al por menor, respectivamente.

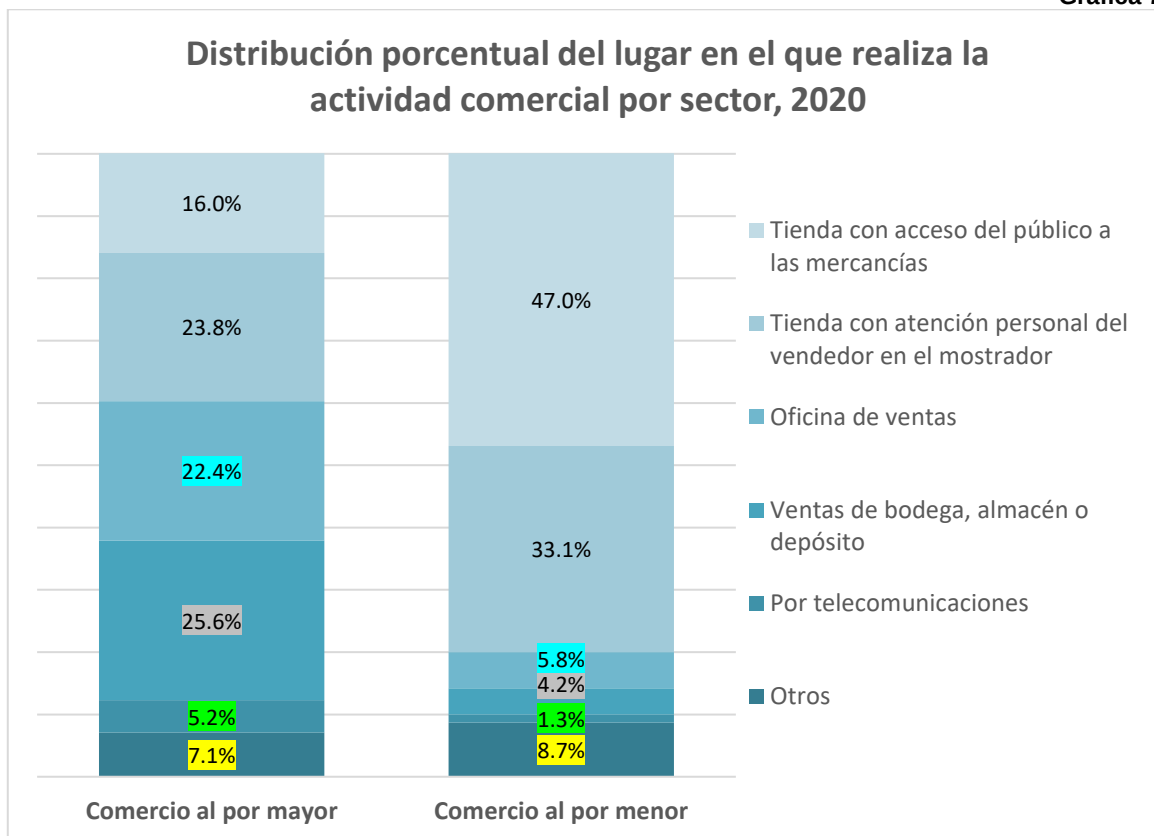
Gráfica 6



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Las formas de comercializar asumen un rol importante en las empresas para destacar sus productos y servicios y romper barreras y posicionamiento en el mercado. De entre ellas sobresalen: oficina de ventas en el sector al por mayor que participa con 22.4% y en el comercio al por menor con 5.8%; tiendas con atención personal del vendedor en el mostrador con 23.8% y 33.1% para cada uno de los sectores; en tanto las ventas de bodega, almacén o depósito en el comercio al por mayor representan 25.6% y dentro del comercio al por menor 4.2 por ciento.

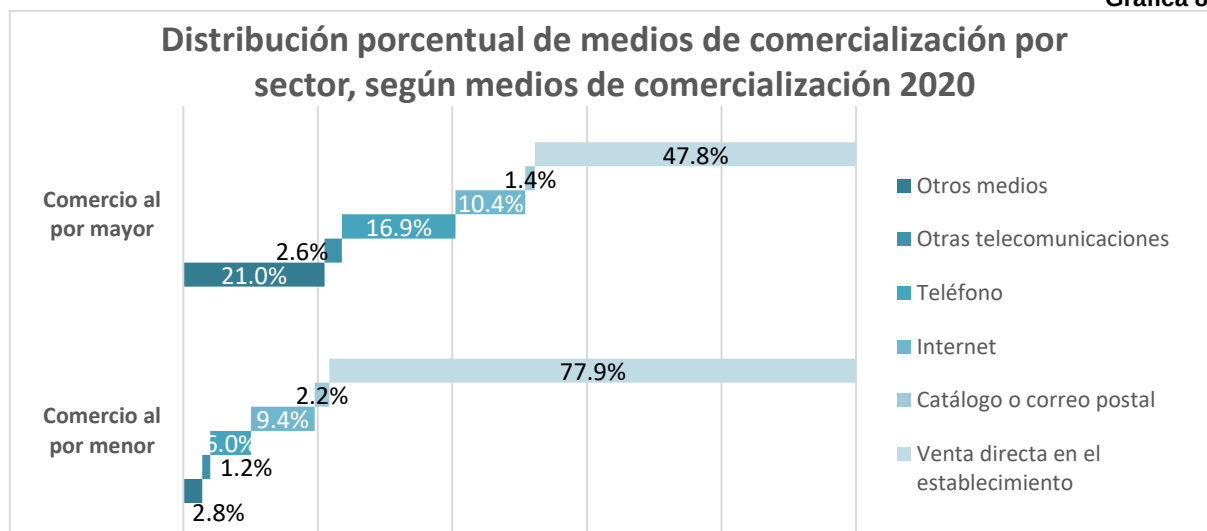
Gráfica 7



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Las formas que emplean las empresas comerciales en el desarrollo de sus actividades señalan que la venta directa en el establecimiento es la más preponderante. Obsérvese que el sector del comercio al por menor reporta 77.9% y al por mayor 47.8%. La forma de comercializar menos popular es la venta por catálogo o correo postal, que en el comercio al por mayor aporta solo 4.4%, mientras que en el comercio al por menor la participación es de 2.2 por ciento.

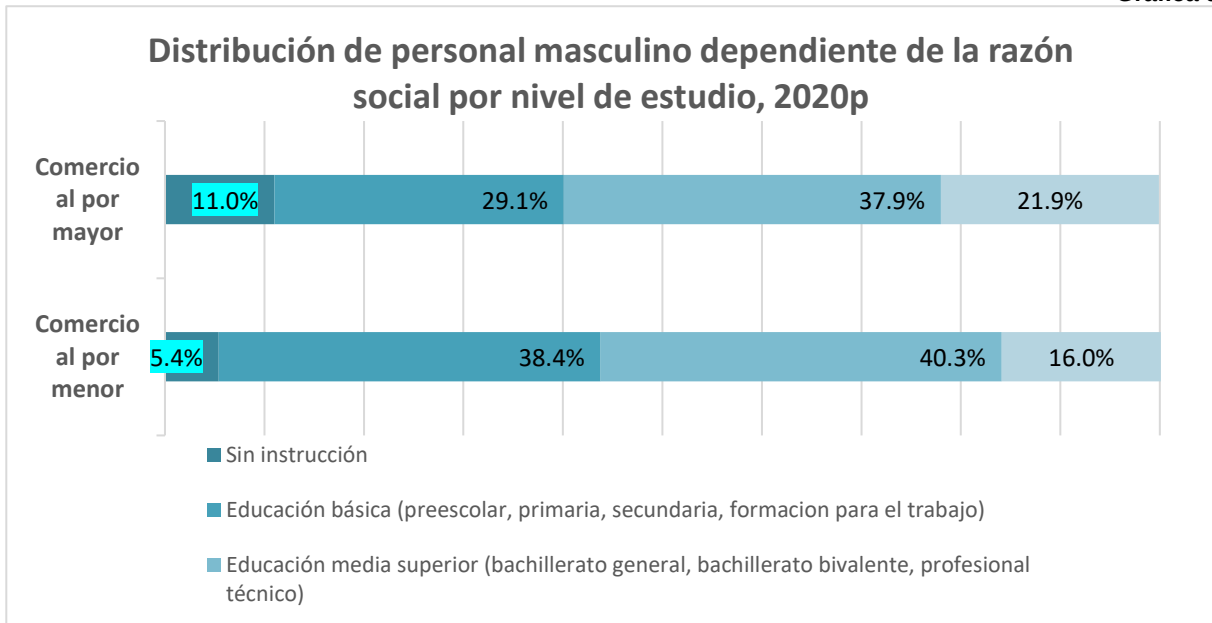
Gráfica 8



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

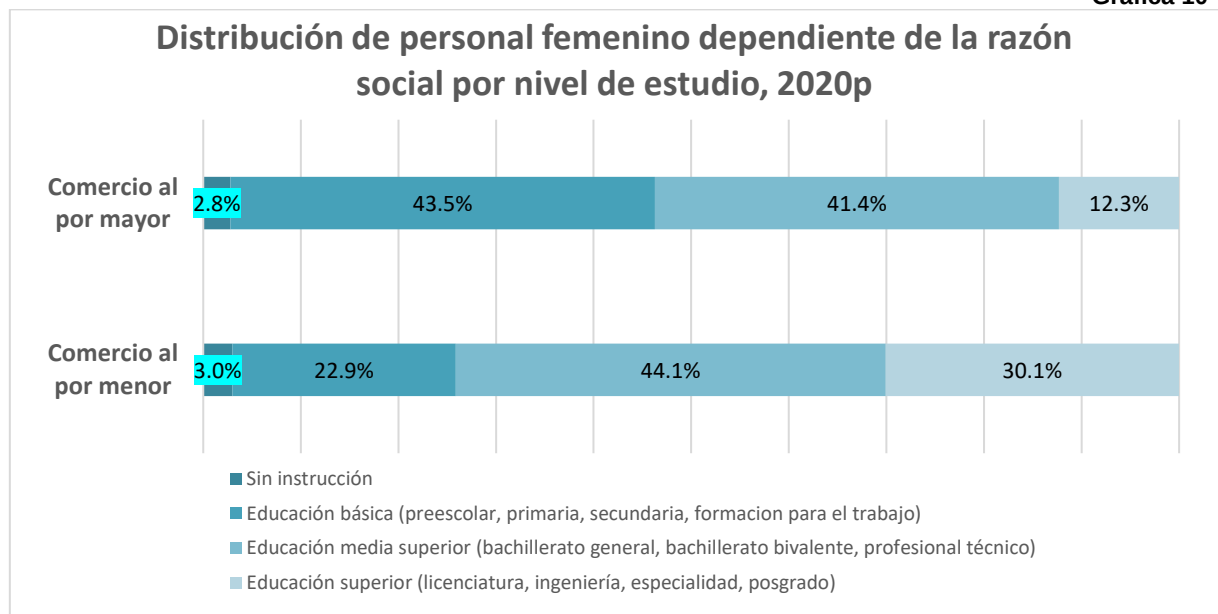
Al revisar la distribución del personal ocupado por nivel de estudios se observa que el personal masculino tanto del comercio al por mayor como al por menor reporta la mayor proporción con estudios de educación media superior (37.9% y 40.3%, respectivamente), mientras que 11.0 y 5.4% del personal del comercio al por mayor y comercio al por menor respectivamente, no tiene instrucción. En el caso del personal femenino, destaca la proporción del personal con estudios superiores en el comercio al por mayor, con 12.3% mientras que el comercio al por menor reporta 30.1% de su personal con estudios superiores.

Gráfica 9



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

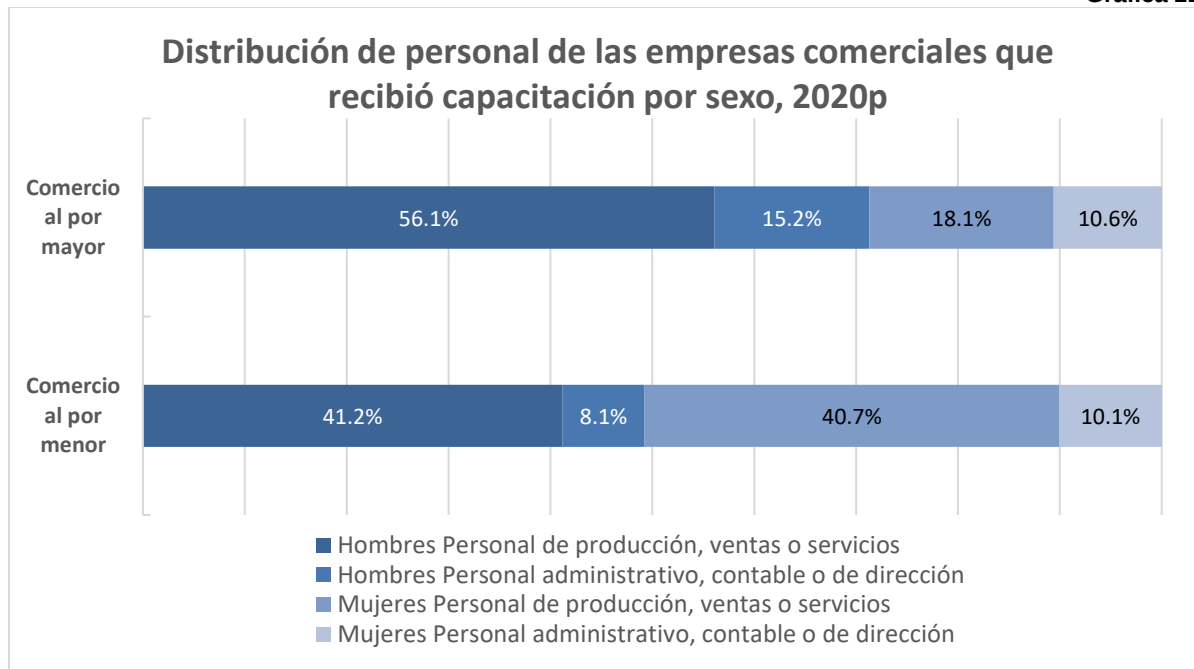
Gráfica 10



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Por otro lado, de los trabajadores del comercio al por mayor que recibieron capacitación, más de la mitad del personal de producción y ventas es masculino y 18.1% femenino; en tanto que para el comercio al por menor las proporciones de trabajadores de producción, ventas o servicios, la distribución entre hombres y mujeres se encuentra equilibrada con proporciones de alrededor del 40%, respectivamente.

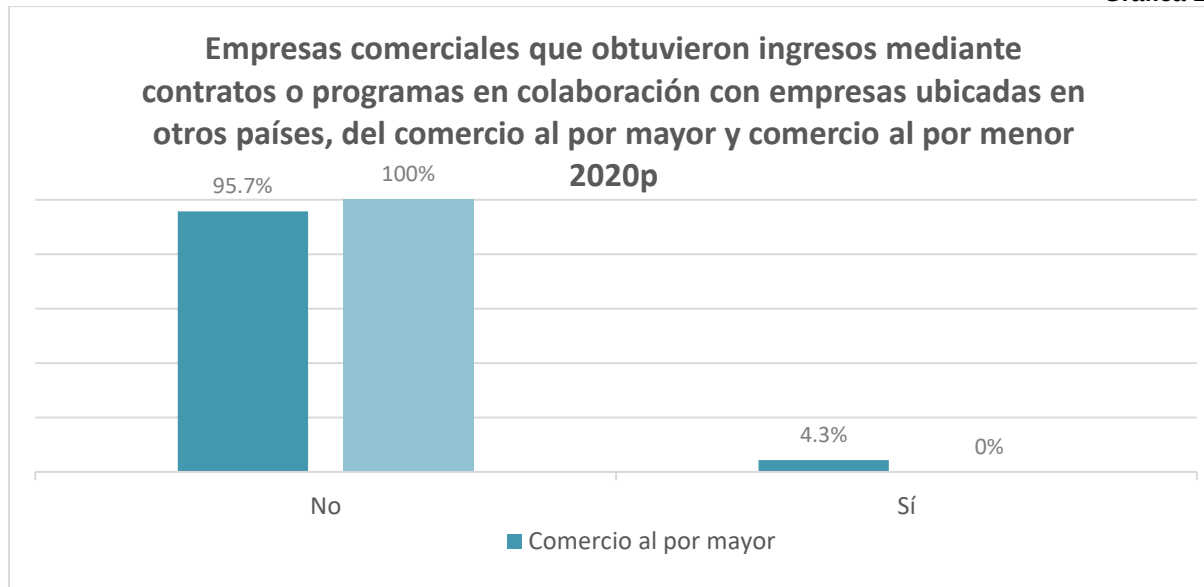
Gráfica 11



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

El 4.3% de las empresas del comercio al por mayor obtuvo ingresos mediante contratos con empresas de otros países, siendo nula la participación del comercio al por menor en ese renglón.

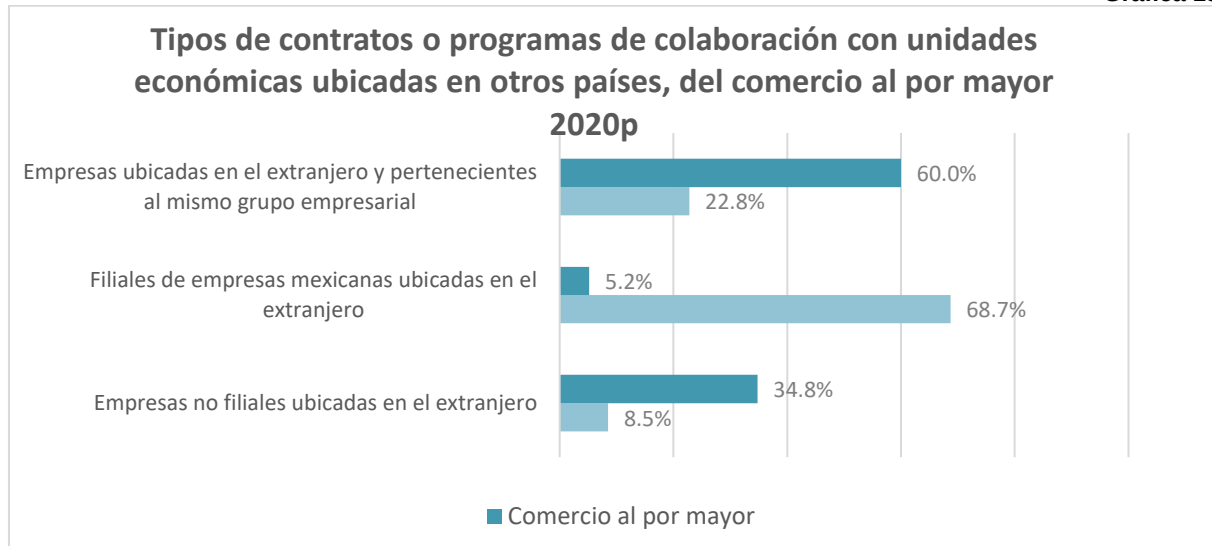
Gráfica 12



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

En cuanto a los tipos de programas de colaboración con empresas de otros países, en el caso del comercio al por mayor, la mayor parte fueron con empresas de otros países; en tanto que para el comercio al por menor, dicha colaboración se llevó a cabo mayoritariamente con filiales de empresas mexicanas ubicadas en el extranjero.

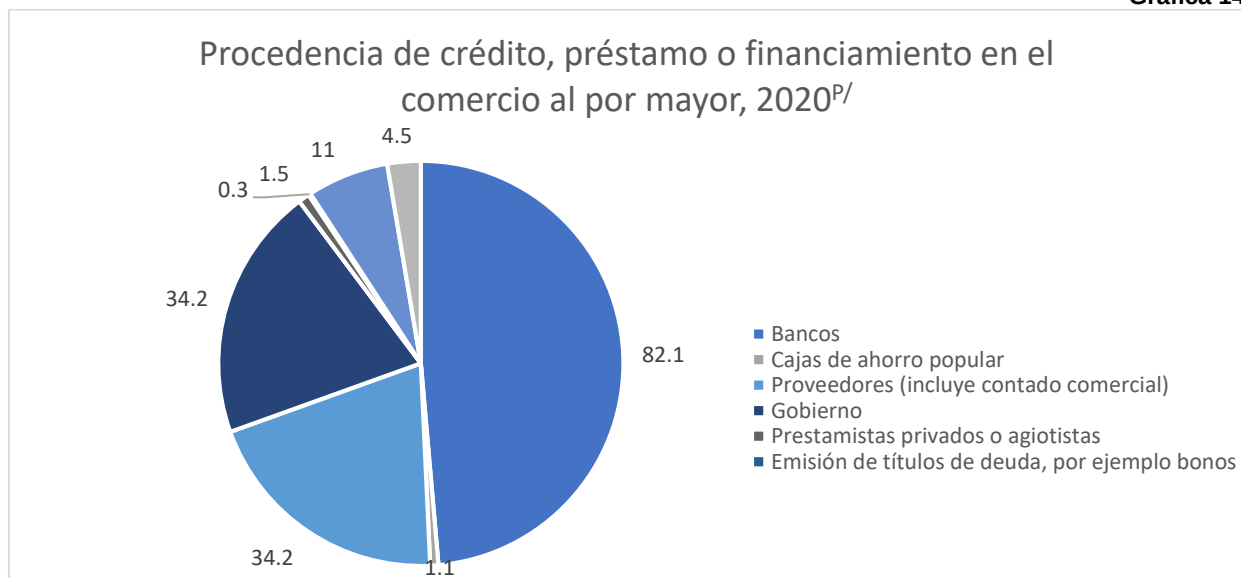
Gráfica 13



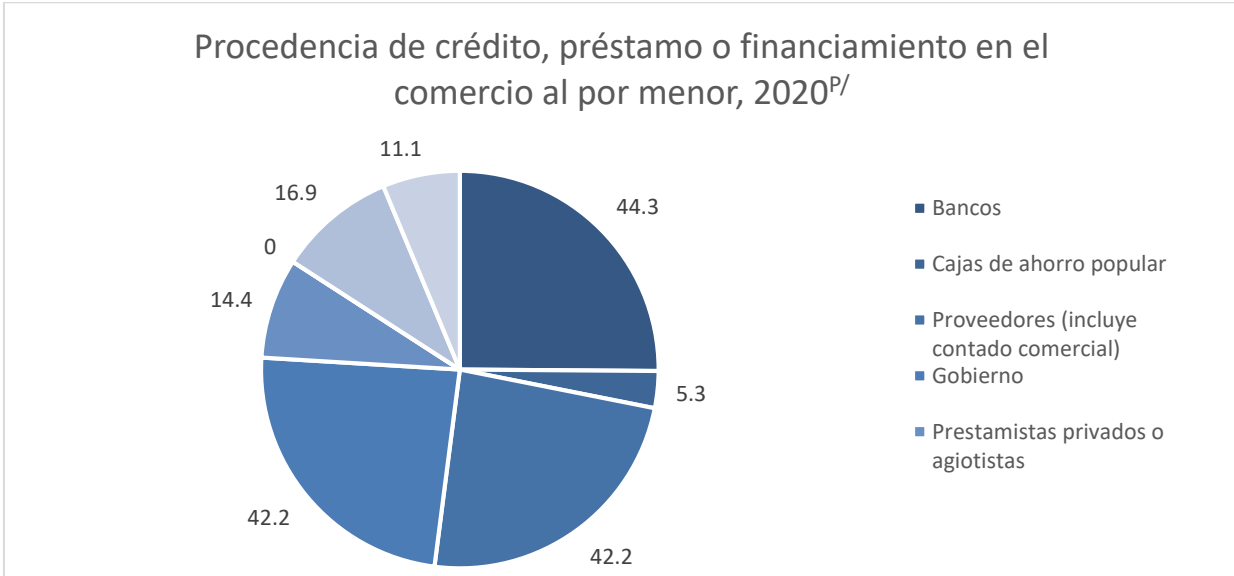
Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

En el comercio al por mayor 82.1% de las entidades económicas recurrieron a algún banco, y en el comercio al por menor fue de 44.3 por ciento. Las empresas minoristas con financiamiento recibido recurrieron a los propios proveedores en un 42.2% y las mayoristas en un 34.2 por ciento.

Gráfica 14



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Nota al usuario:

Es importante precisar que 2020 fue un año atípico, ya que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud declaró oficialmente una pandemia y con motivo de la propagación del Coronavirus COVID-19 se adoptaron medidas emergentes. Esta situación se ha prolongado hasta este año, lo cual se refleja en los resultados generados.

La Tasa de no respuesta de la Encuesta Anual del Comercio (EAC), correspondiente a 2020 registró porcentajes apropiados conforme al diseño estadístico de la encuesta, lo que permitió la generación de estadísticas con niveles altos de precisión. De los 40 dominios de estudio de la encuesta, solo para tres dominios que representan 12.9%, en relación con la variable de ingresos del total del comercio, se recomienda el uso con reserva de las estimaciones:

- Comercio al por mayor de abarrotes y alimentos
- Intermediación de comercio al por mayor, excepto a través de Internet y de otros medios electrónicos
- Intermediación de comercio al por mayor exclusivamente a través de Internet y otros medios electrónicos

Aspectos metodológicos

El objetivo general de la Encuesta Anual del Comercio (EAC) es captar y generar información estadística básica e indicadores económicos del año de referencia, que permitan conocer las tendencias, factores y dinámica sobre el comportamiento de la actividad comercial en México.

Esta serie se aplica la Norma Técnica del Proceso de Producción de Información Estadística y Geográfica para el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, que proporciona un marco normativo regulatorio de la producción de información estadística en México.



La Encuesta Anual del Comercio capta información económica básica de todas las actividades comerciales que se efectúan en el país y se encuentran agrupadas en el SCIAN 2013 en dos sectores de actividad: 43 comercio al por mayor y 46 sector al por menor.

La cobertura temática que cubre el programa estadístico está integrada por los siguientes capítulos:

- I. VINCULACIÓN INTERNACIONAL
- II. PERSONAL DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL
- III. PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL
- IV. *CAPACITACIÓN*
- V. REMUNERACIONES
- VI. CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS
- VII. GASTOS POR COMERCIO ELECTRÓNICO
- VIII. GASTOS FISCALES, FINANCIEROS Y DONACIONES
- IX. INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS
- X. INGRESOS POR COMERCIO ELECTRÓNICO
- XI. INGRESOS FINANCIEROS, SUBSIDIOS Y DONACIONES
- XII. EXISTENCIAS
- XIII. ACTIVOS FIJOS A VALOR PRESENTE O COSTO DE REPOSICIÓN
- XIV. IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y CLIENTES
- XV. CLASIFICACIÓN ECONÓMICA
- XVI. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA EMPRESA

La cobertura geográfica, de acuerdo con el diseño, permite generar información significativa a nivel nacional.

Se consideran las recomendaciones internacionales sobre Estadísticas de Comercio, Distribución y Servicios de la Oficina de Estadística de las Naciones Unidas, Serie M, Número 57; de la Organización y Realización de Encuestas sobre Comercio y Distribución de la Oficina de Estadística de las Naciones Unidas, Serie F, Número 19; el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México SCIAN 2013¹ y la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) en su cuarta revisión.

El marco de la encuesta para la serie 2013 se integró por el directorio de empresas proveniente del Marco Estadístico Nacional de Unidades Económicas (MENU), el cual se alimenta con el Registro Estadístico de Negocios de México (RENEM), versión noviembre de 2017 y de los resultados definitivos de los Censos Económicos 2014, cuya actividad económica correspondió al sector comercio. El marco está constituido por 2 094 174 empresas del sector comercio.

En virtud de las características muy particulares de la actividad económica en el sector comercio, se toman diferentes criterios para la definición del esquema de muestreo:

- a) Diseño no probabilístico
- b) Diseño probabilístico

¹ El Sistema completo puede consultarse en:
<https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825051693>



El tamaño de la muestra para el diseño no probabilístico fue obtenido al acumular tantas empresas hasta alcanzar la cobertura establecida.

Se considera un total de 18 dominios de estudio, que representan la totalidad del comercio al por mayor.

Para los dominios con diseño probabilístico, se utilizó como variable de referencia los ingresos totales, considerando un nivel de confianza de 95%, una tasa de no respuesta esperada de 15% y un error relativo de 10 por ciento.

Se considera un total de 22 dominios de estudio, que representan la totalidad del comercio al por menor

Adicionalmente, los Indicadores de precisión estadística constituyen un elemento de relevancia para el uso e interpretación de estadísticas. Son los indicadores de calidad de la información que consiste en el análisis de cobertura de las ramas estudiadas a través del método de muestreo no probabilístico; en el caso de las ramas de actividad comercial que son dominios de estudio probabilístico, las estimaciones que generan, señalan el nivel de precisión, en alta, moderada y baja confianza.

Entre los indicadores de precisión estadística que se calculan para las estimaciones obtenidas a partir de encuestas con diseño probabilístico, se encuentran:

- Error estándar
- Coeficiente de variación
- Intervalo de confianza

La información contenida en este documento es generada por el INEGI a través de la Encuesta Anual del Comercio (EAC), y se da a conocer en la fecha establecida en el Calendario de difusión de información estadística y geográfica².

Las cifras aquí mencionadas podrán ser consultadas en la página del INEGI en Internet:

<https://www.inegi.org.mx/programas/eac/2013/>

² El Calendario puede consultarse en:
<https://www.inegi.org.mx/app/saladeprensa/calendario/default.html>