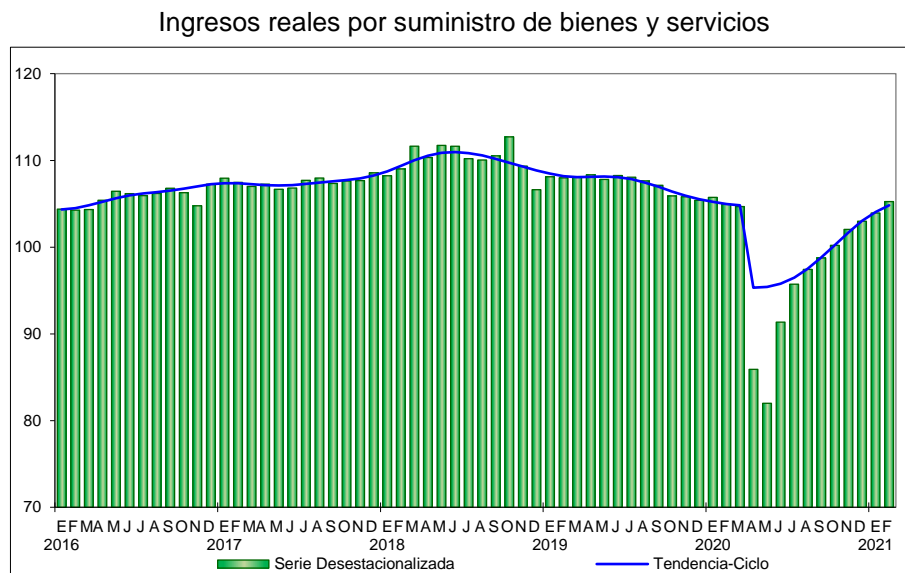


Próxima publicación: 21 de mayo

## INDICADORES DE EMPRESAS COMERCIALES CIFRAS DURANTE FEBRERO DE 2021 (Cifras desestacionalizadas)

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) informa que en el segundo mes del presente año en las Empresas Comerciales al por Mayor los Ingresos<sup>1</sup> reales por suministro de bienes y servicios aumentaron 1.3% y el Personal ocupado total ascendió 0.2%, en tanto que las Remuneraciones medias reales pagadas retrocedieron 0.2% respecto al mes precedente, con cifras desestacionalizadas<sup>2</sup>.

Gráfica 1  
INDICADORES DE LAS EMPRESAS COMERCIALES AL POR MAYOR A FEBRERO DE 2021  
SERIES DESESTACIONALIZADAS Y DE TENDENCIA-CICLO  
(Índice base 2013=100)



<sup>1</sup> Se refiere al monto que obtuvo la empresa por todas aquellas actividades de producción, comercialización o prestación de servicios que realizó en el mes de referencia.

<sup>2</sup> La gran mayoría de las series económicas se ven afectadas por factores estacionales y de calendario. El ajuste de las cifras por dichos factores permite obtener las cifras desestacionalizadas, cuyo análisis ayuda a realizar un mejor diagnóstico de la evolución de las variables.



**INDICADORES DEL COMERCIO INTERIOR DURANTE FEBRERO DE 2021  
CIFRAS DESESTACIONALIZADAS**

Indicador	Empresas Comerciales al por Mayor		Empresas Comerciales al por Menor	
	Variación % mensual	Variación % anual	Variación % mensual	Variación % anual
Ingresos por suministro de bienes y servicios*	1.3	0.3	1.6	(-) 3.8
Personal ocupado total	0.2	(-) 2.1	0.1	(-) 3.9
Remuneraciones medias reales	(-) 0.2	2.8	(-) 0.5	(-) 2.8

\* En términos reales.  
Fuente: INEGI.

En las Empresas Comerciales al por Menor los Ingresos reales disminuyeron 3.8%, el Personal ocupado total 3.9% y las Remuneraciones medias reales 2.8%, en el mes de referencia frente a febrero de 2020, con series ajustadas por estacionalidad.

***Nota al usuario***

La Tasa de No Respuesta de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC), correspondiente al mes de febrero de 2021 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, sólo el de Comercio al por mayor de artículos de perfumería, cosméticos y joyería presentó problemas, el cual representa el 0.39% con relación a la variable de ingresos del total del comercio, para el que se recomienda el uso con reserva de las estimaciones.

Por otra parte, se informa que las cifras desestacionalizadas y de tendencia-ciclo pueden estar sujetas a revisiones importantes debido al impacto inusual derivado de la emergencia sanitaria del COVID-19. La estrategia seguida por el INEGI ha sido revisar de manera particular cada serie de tiempo y analizar la necesidad de incluir algún tratamiento especial (*outliers*) en los modelos de ajuste estacional para los meses de la contingencia. Lo anterior con el objetivo de que los grandes cambios en las cifras originales no influyan de manera desproporcionada en los factores estacionales utilizados.

**Se anexa Nota Técnica**

Para consultas de medios y periodistas, contactar a: [comunicacionsocial@inegi.org.mx](mailto: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 DE EMPRESAS COMERCIALES CIFRAS DURANTE FEBRERO DE 2021 (*Cifras desestacionalizadas*)

#### *Indicadores de las Empresas Comerciales al por Mayor*

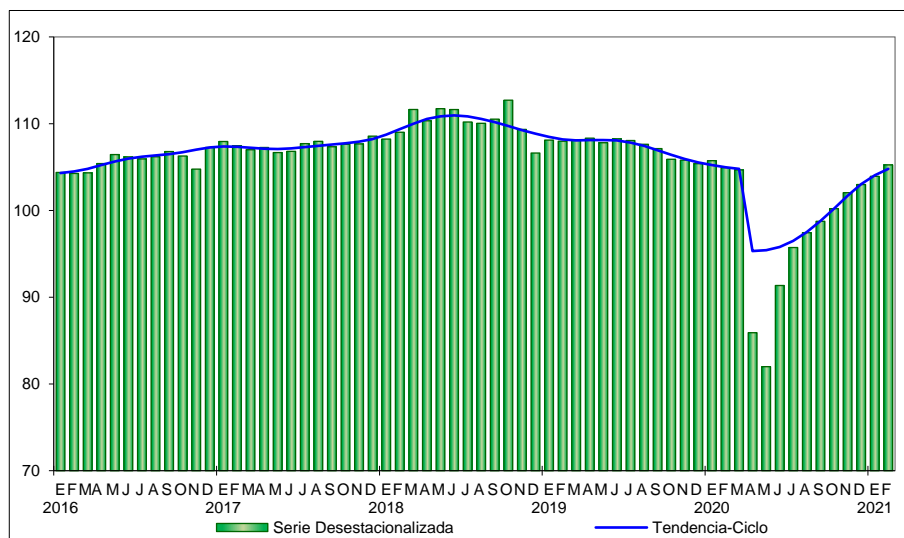
Los resultados de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC) que lleva a cabo el INEGI muestran que, en su comparación mensual y con datos desestacionalizados, durante febrero del presente año los Ingresos reales por suministro de bienes y servicios de las Empresas Comerciales al por Mayor aumentaron 1.3% y el Personal ocupado total subió 0.2%, mientras que las Remuneraciones medias reales descendieron 0.2% con relación a enero pasado.

A tasa anual, las cifras desestacionalizadas indican que los Ingresos reales por suministro de bienes y servicios crecieron 0.3% y las Remuneraciones medias reales se incrementaron 2.8%, en tanto que el Personal ocupado total disminuyó 2.1% en el segundo mes de 2021.

Gráfica 1

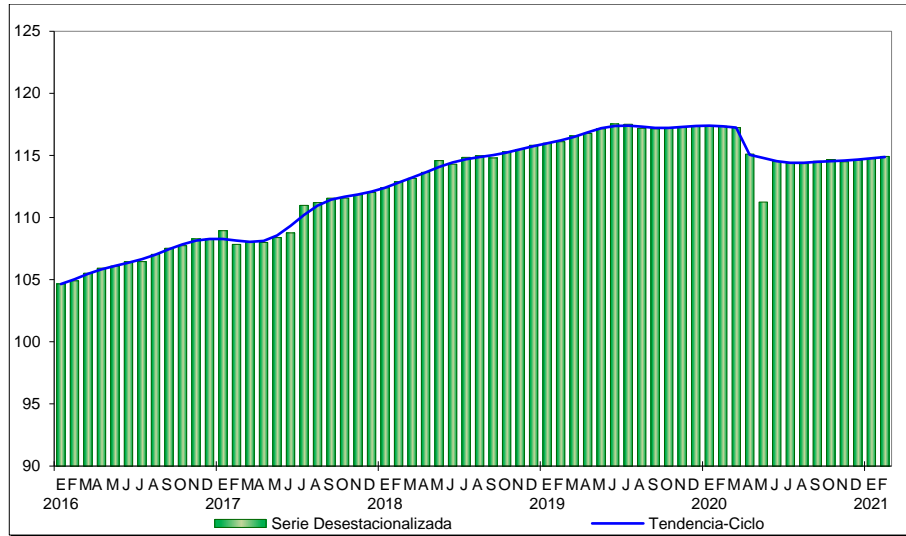
#### INDICADORES DE LAS EMPRESAS COMERCIALES AL POR MAYOR A FEBRERO DE 2021 SERIES DESESTACIONALIZADAS Y DE TENDENCIA-CICLO (Índice base 2013=100)

Ingresos reales por suministro de bienes y servicios

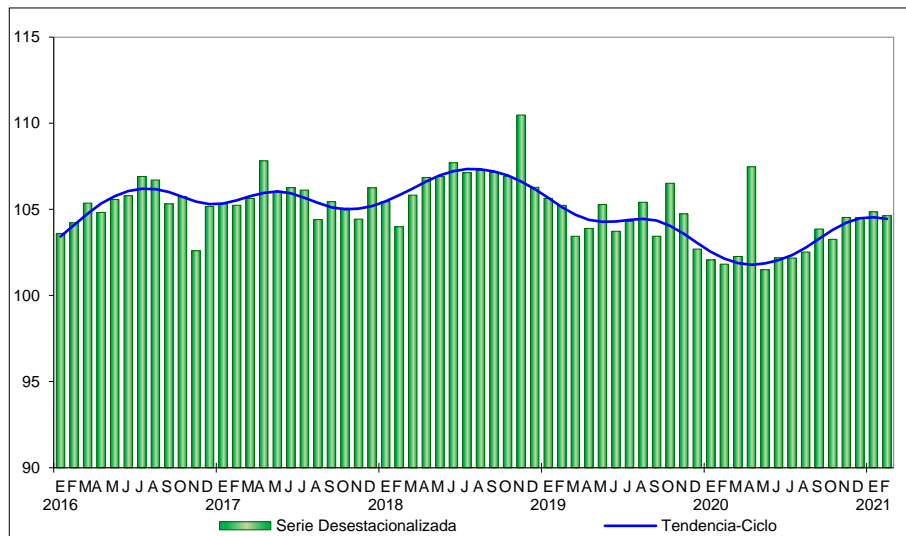




Personal ocupado total



Remuneraciones medias reales



Fuente: INEGI.

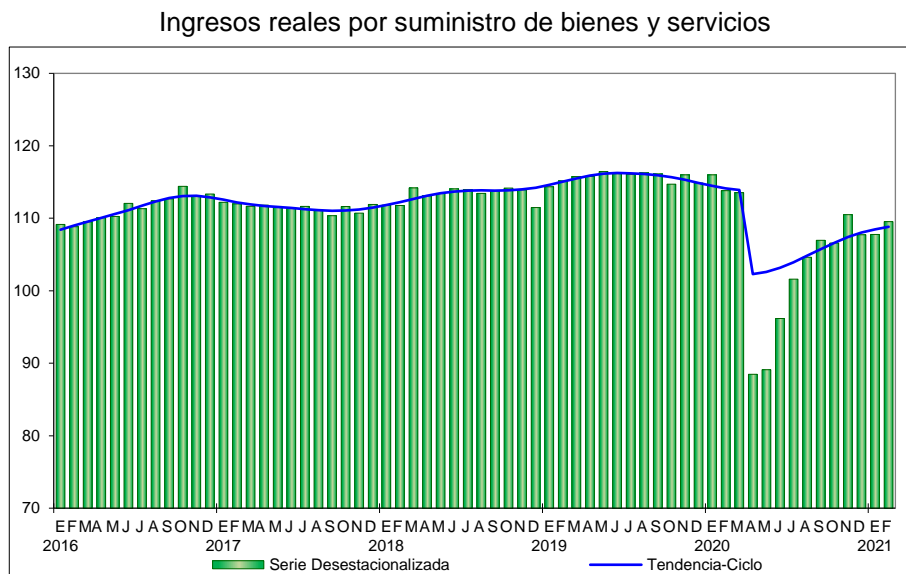


## ***Indicadores de las Empresas Comerciales al por Menor***

Desde una perspectiva mensual y con cifras desestacionalizadas, los Ingresos reales por suministro de bienes y servicios de las Empresas Comerciales al por Menor registraron una variación al alza de 1.6% y el Personal ocupado total de 0.1%, mientras que las Remuneraciones medias reales cayeron 0.5% durante febrero de este año.

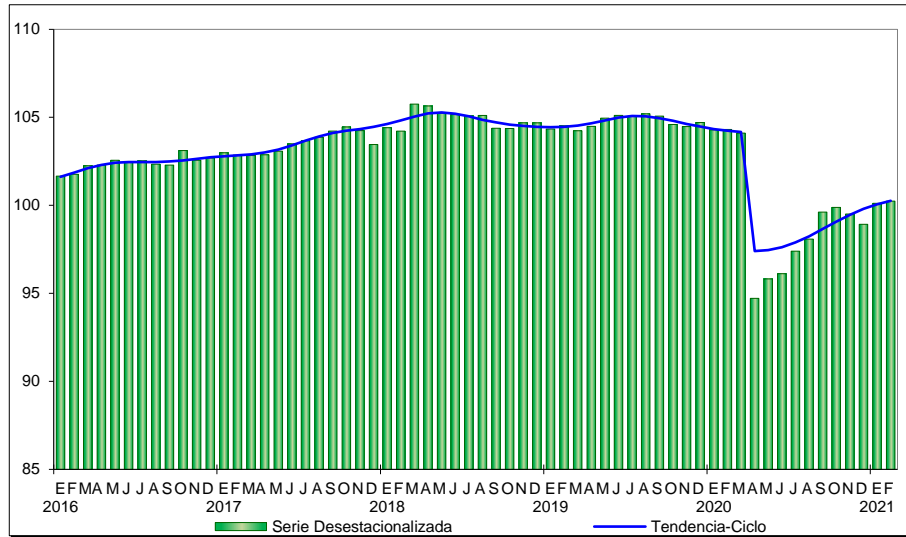
En su comparación anual, los Ingresos reales por suministro de bienes y servicios fueron inferiores en 3.8%, el Personal ocupado total en (-)3.9% y las Remuneraciones medias reales en (-)2.8% en el segundo mes de 2021, con series ajustadas por estacionalidad.

Gráfica 2  
**INDICADORES DE LAS EMPRESAS COMERCIALES AL POR MENOR A FEBRERO DE 2021**  
**SERIES DESESTACIONALIZADAS Y DE TENDENCIA-CICLO**  
(Índice base 2013=100)

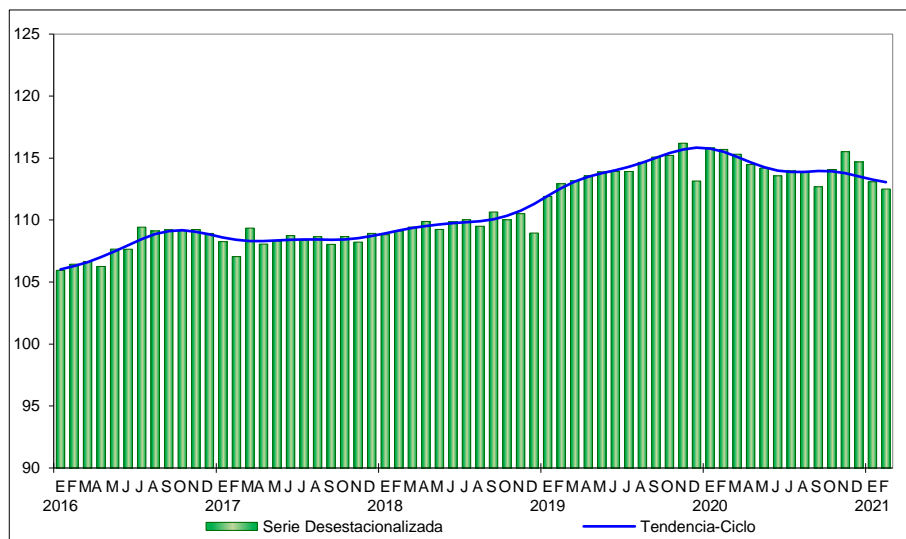




Personal ocupado total



Remuneraciones medias reales



Fuente: INEGI.





**Cifras originales**

**Cuadro 2**  
**INDICADORES DE LAS EMPRESAS COMERCIALES**  
**POR ENTIDAD FEDERATIVA SEGÚN SECTOR DE ACTIVIDAD**  
**DURANTE FEBRERO<sup>P/</sup> DE 2021**

Entidad	Empresas Comerciales al por Mayor			Empresas Comerciales al por Menor		
	Ingresos por suministro de bienes y servicios*	Personal ocupado total	Remuneraciones medias reales	Ingresos por suministro de bienes y servicios*	Personal ocupado total	Remuneraciones medias reales
	Variación porcentual anual respecto a igual mes de un año antes					
<b>Nacional</b>	<b>(-) 0.4</b>	<b>(-) 2.1</b>	<b>3.3</b>	<b>(-) 6.3</b>	<b>(-) 3.9</b>	<b>(-) 2.6</b>
Aguascalientes	(-) 1.4	3.6	(-) 2.8	(-) 4.6	(-) 2.9	(-) 0.8
Baja California	8.4	1.7	7.7	6.1	(-) 1.2	1.0
Baja California Sur	(-) 16.0	(-) 0.8	(-) 0.8	(-) 12.0	(-) 4.5	(-) 1.8
Campeche	(-) 35.3	(-) 11.4	7.1	(-) 3.3	(-) 4.6	(-) 0.7
Coahuila de Zaragoza	(-) 5.2	0.8	3.5	(-) 2.8	(-) 5.6	1.6
Colima	6.2	4.6	0.0	3.9	(-) 2.3	8.3
Chiapas	0.9	(-) 4.8	2.5	3.7	(-) 4.3	(-) 1.9
Chihuahua	7.7	(-) 1.4	2.1	(-) 5.0	(-) 2.8	2.9
Ciudad de México	(-) 3.6	(-) 5.2	0.0	(-) 13.9	(-) 7.1	(-) 9.0
Durango	3.1	2.7	4.8	(-) 2.8	(-) 5.9	6.6
Guanajuato	(-) 6.1	(-) 3.0	8.0	(-) 4.8	(-) 4.1	(-) 0.1
Guerrero	(-) 2.9	(-) 0.3	8.9	0.0	(-) 2.9	(-) 3.8
Hidalgo	2.8	(-) 5.0	8.2	(-) 21.8	(-) 6.7	1.2
Jalisco	5.0	(-) 4.0	6.7	(-) 3.6	(-) 2.5	1.8
México	13.6	(-) 1.8	9.7	(-) 0.2	(-) 6.7	0.5
Michoacán de Ocampo	(-) 1.9	2.1	6.0	(-) 2.0	(-) 0.4	5.4
Morelos	3.3	(-) 3.7	1.3	(-) 1.9	(-) 4.0	0.5
Nayarit	1.6	8.7	(-) 3.5	(-) 6.8	(-) 3.3	0.6
Nuevo León	1.1	(-) 3.1	2.7	(-) 5.7	(-) 0.1	(-) 5.4
Oaxaca	(-) 4.5	1.8	5.3	(-) 0.6	(-) 5.7	2.2
Puebla	(-) 6.0	(-) 0.9	0.4	(-) 8.9	(-) 11.7	0.7
Querétaro	(-) 1.4	1.9	(-) 6.4	(-) 11.1	(-) 2.4	0.6
Quintana Roo	(-) 18.2	(-) 8.6	(-) 0.8	(-) 16.9	(-) 10.7	(-) 1.9
San Luis Potosí	9.2	2.5	(-) 8.6	(-) 8.0	(-) 3.7	3.4
Sinaloa	(-) 15.1	(-) 1.3	2.8	7.5	(-) 4.4	3.7
Sonora	7.5	0.3	1.9	(-) 2.0	0.0	(-) 13.6
Tabasco	1.2	1.3	4.0	(-) 8.1	(-) 4.7	(-) 2.3
Tamaulipas	5.9	1.5	2.0	(-) 8.8	(-) 8.5	5.4
Tlaxcala	20.1	2.0	13.6	1.7	(-) 5.8	(-) 2.1
Veracruz de Ignacio de la Llave	(-) 3.0	(-) 1.3	12.0	(-) 1.6	(-) 4.7	0.4
Yucatán	(-) 1.6	(-) 3.1	0.6	(-) 5.9	(-) 1.9	(-) 4.3
Zacatecas	2.7	2.2	7.1	(-) 7.3	(-) 7.9	8.4

<sup>P/</sup> Cifras preliminares.

\* En términos reales.

Fuente: INEGI.



### ***Nota al usuario***

La Tasa de No Respuesta de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC), correspondiente al mes de febrero de 2021 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, sólo el de Comercio al por mayor de artículos de perfumería, cosméticos y joyería presentó problemas, el cual representa el 0.39% con relación a la variable de ingresos del total del comercio, para el que se recomienda el uso con reserva de las estimaciones.

Por otra parte, se informa que las cifras desestacionalizadas y de tendencia-ciclo pueden estar sujetas a revisiones importantes debido al impacto inusual derivado de la emergencia sanitaria del COVID-19. La estrategia seguida por el INEGI ha sido revisar de manera particular cada serie de tiempo y analizar la necesidad de incluir algún tratamiento especial (*outliers*) en los modelos de ajuste estacional para los meses de la contingencia. Lo anterior con el objetivo de que los grandes cambios en las cifras originales no influyan de manera desproporcionada en los factores estacionales utilizados.

### ***Nota metodológica***

Con las variables captadas por la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC), se generan índices y tasas de variación de: ingresos totales por suministro de bienes y servicios, gastos totales por suministro de bienes y servicios, personal ocupado total, remuneraciones reales totales, remuneración al personal ocupado total (nacional) y, mercancías compradas para su reventa (entidad). El año base para la generación de cada uno de los índices que presenta la EMEC es 2013; la elección de este periodo se debe a que dicho año es el referente de la información de los Censos Económicos 2014, al igual que el del Sistema de Cuentas Nacionales de México.

Para deflactar los ingresos por suministro de bienes y servicios, gastos por consumo de bienes y servicios, 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.

Es importante mencionar que 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, ejemplo, la elevada adquisición de juguetes en los meses previos a la Navidad provocada por la expectativa de mayores ventas en diciembre.



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 su evolución, ya que facilita la identificación de la posible dirección de los movimientos que pudiera tener la variable en cuestión, en el corto plazo.

Cabe señalar que, al irse agregando la información de noviembre de los últimos años, el efecto del “Buen Fin” se ha ido incorporando gradualmente en el ajuste estacional de las ventas al por menor.

Las series originales se ajustan estacionalmente mediante el paquete estadístico X-13ARIMA-SEATS. Para conocer la metodología se sugiere consultar la siguiente liga:

<https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825099060>

Asimismo, las especificaciones de los modelos utilizados para realizar el ajuste estacional están disponibles en el Banco de Información Económica, seleccionando el icono de información ⓘ correspondiente a las “series desestacionalizadas y de tendencia-ciclo” de las Empresas Comerciales.

El objetivo de la EMEC es el de generar información estadística de coyuntura de forma oportuna, para conocer la dinámica y tendencias de la actividad comercial del país; los alcances a nivel nacional son por rama de actividad para los dos sectores comerciales; Comercio al por Mayor y Comercio al por Menor.

El diseño estadístico de la EMEC define un esquema de muestreo mixto; probabilístico para cada una de las 22 ramas de actividad del Comercio al por Menor y no probabilístico para las 18 ramas de actividad del Comercio al por Mayor; considera a todas las unidades económicas comerciales, independientemente de su tamaño, obteniendo así una cobertura del 74% en el Comercio al por Mayor y una estimación del 100% en el Comercio al por Menor. En ambos sectores respecto al total de los ingresos por suministro de bienes y servicios a nivel nacional.



Los resultados se presentan según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2013 (SCIAN); a nivel de sector, subsector y por rama de actividad comercial.

Subsectores del Comercio al por Mayor	Subsectores del Comercio al por Menor
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco.</li> <li>2. Productos textiles y calzado.</li> <li>3. Productos farmacéuticos, de perfumería, artículos para el esparcimiento y electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca.</li> <li>4. Materias primas agropecuarias y forestales, para la industria, y materiales de desecho.</li> <li>5. Maquinaria, equipo y mobiliario para actividades agropecuarias, industriales, de servicios y comerciales, y de otra maquinaria y equipo de uso general.</li> <li>6. Camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones.</li> <li>7. Intermediación de comercio al por mayor.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco.</li> <li>2. Tiendas de autoservicio y departamentales.</li> <li>3. Productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado.</li> <li>4. Artículos para el cuidado de la salud.</li> <li>5. Artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal.</li> <li>6. Enseres domésticos, computadoras, artículos para la decoración de interiores y artículos usados.</li> <li>7. Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios.</li> <li>8. Vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes.</li> <li>9. Comercio al por menor exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares.</li> </ol>

La cobertura geográfica es a nivel nacional; por entidad federativa se dispone de información con datos indicativos (muestrales) por sector de actividad; 43 Comercio al por Mayor y 46 Comercio al por Menor.

En este sentido, la información por entidad federativa deberá considerarse con reserva al tratarse de datos muestrales. Esto implica que, los resultados por entidad federativa no son aditivos en el caso del Comercio al por Menor.

La construcción de los índices agregados base 2013 de cada sector, subsector y rama, se realiza a partir de las ponderaciones de los índices que los constituyen y de acuerdo con los pesos relativos de las estructuras de las ramas de actividad, según corresponda a cada sector comercial, generados con la información obtenida de los Censos Económicos 2014 para los sectores de comercio.

Es importante señalar que los resultados presentados en las series se deberán considerar como preliminares y sujetos a una continua revisión y actualización, cuyo sustento será la investigación constante de las categorías que componen a las actividades en estudio.

La información contenida en este documento es generada por el INEGI a través de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales y se da a conocer en la fecha establecida en el Calendario de difusión de información estadística y geográfica y de Interés Nacional.



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

Tema: <https://www.inegi.org.mx/temas/comercioemp/>

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

Banco de Información Económica: <https://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>