

Encuesta Anual del Comercio 2018

Síntesis metodológica
Encuestas Económicas Nacionales



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

Instituto Nacional de Estadística y Geografía

Encuesta Anual del Comercio 2018

Síntesis metodológica

Encuestas Económicas Nacionales



**INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA**

Obras complementarias publicadas por el INEGI sobre el tema:

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales, Síntesis metodológica, Serie 2008=100, Encuestas Económicas Nacionales Resultados de las Encuestas Anuales del Comercio de 2010-2016, Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2007.

Catalogación en la fuente INEGI:

381.0723 Encuesta Anual del Comercio.
Encuesta Anual del Comercio 2018 : síntesis metodológica : Encuestas Económicas Nacionales / Instituto Nacional de Estadística y Geografía.-- México : INEGI, c2018.

viii, 62 p.

1. México - Comercio - Encuestas - Metodología. I. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (México).

Conociendo México

01 800 111 4634

www.inegi.org.mx

atencion.usuarios@inegi.org.mx

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

DR © 2018, **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 con el informe sobre la base conceptual y metodológica utilizada para la realización de la **Encuesta Anual del Comercio (EAC)**.

El contenido de este documento describe el proceso para llevar a cabo la generación de información de la EAC que abarca desde los antecedentes, objetivos, marco conceptual, utilidad de la información, cobertura temporal y geográfica, procedimientos de recolección de la información, diseño muestral, características del levantamiento, tratamiento de la información hasta la presentación de resultados.

Con ello, el **INEGI** brinda a los usuarios de esta información un documento metodológico con las principales características del proceso de principio a fin para que les permita establecer una mejor interpretación y análisis de los resultados que se publican sobre la EAC. También se les exhorta a los usuarios a que realicen observaciones y sugerencias que coadyuven a perfeccionar y enriquecer esta encuesta.

Los resultados de la EAC se encuentran disponibles para su consulta en la página institucional del **Instituto** en el sitio Beta en el siguiente *link*: <http://www.beta.inegi.org.mx/temas/comercioemp/>

Índice

Introducción	VII
1. Antecedentes	1
1.1 Antecedentes	3
1.2 ¿Cómo ha evolucionado la Encuesta Anual del Comercio?	3
2. Objetivos	5
2.1 Objetivo general	7
2.2 Objetivos específicos	7
3. ¿Utilidad de la información?	9
3.1 Utilidad de la información	11
4. Marco conceptual	13
4.1 Unidad de observación	15
4.2 Periodo de referencia de los datos	15
4.3 SCIAN México, el sistema de clasificación	15
4.4 Cobertura sectorial	16
4.5 Temática	19
4.6 Cobertura geográfica	20
5. Diseño estadístico	21
5.1 Población objetivo	23
5.2 Cobertura sectorial	23
5.3 Dominios de estudio	23
5.4 Diseño de la muestra	23
5.4.1 Marco de muestreo	23
5.4.2 Unidad de muestreo	25
5.5 Esquema de muestreo	25
5.5.1 Diseño determinístico o no probabilístico	25
5.5.2 Diseño probabilístico	26
5.6 Tamaño de la muestra	27
5.7 Fijación de la muestra	28
5.8 Selección de la muestra	29
5.9 Cálculo de los factores de expansión	29
5.9.1 Ajuste por No respuesta	29
5.10 Estimadores	30
6. Aspectos operativos	31
6.1 Estrategia general del levantamiento	33
6.2 Marco Geostadístico Nacional	34
7. Procesamiento, análisis, tratamiento y validación de la información	35

8. Resultados	39
8.1 Características generales de los cuadros de información	41
8.2 Indicadores de calidad de la información	42
Anexo	43
A. Documentos técnicos y metodológicos relacionados	45
B. Cuestionario conceptos y precisiones metodológicas	47

Introducción

El **Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)** presenta el documento: “*Síntesis Metodológica de la Encuesta Anual del Comercio (EAC)*”, para dar a conocer al usuario las estrategias, procedimientos metodológicos, insumos y recursos que sirvieron de fundamento para la planeación, la ejecución y la publicación de la EAC, el cual está dirigido a todo el público en general que desee conocer a fondo los aspectos metodológicos involucrados en la generación de información sobre el sector comercio.

La EAC es una encuesta que genera estadística básica desde 1994 con el objetivo de ofrecer información sobre el sector comercio con cobertura nacional.

En la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (LSNIEG) se establece que la finalidad del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (SNIEG) es la de suministrar a la sociedad y al Estado información de calidad, pertinente, veraz y oportuna a efecto de coadyuvar al desarrollo nacional (art. 3); asimismo, indica que el SNIEG tendrá como objetivos producir información, difundirla oportunamente mediante mecanismos que faciliten su consulta, promover su conocimiento y uso, así como conservarla (art. 4)

La Metodología de la EAC aborda aspectos generales y específicos, los cuales se encuentran distribuidos en ocho capítulos.

En el primer capítulo rememora sobre los aspectos generales de la Encuesta Anual del Comercio y sus antecedentes que ayudan a vislumbrar su evolución.

En el segundo capítulo se puntualiza el objetivos general y específicos, los cuales se basan en los objetivos institucionales sobre generar información del comercio útil y con calidad para la sociedad en general.

En el tercer capítulo refiere la importancia sobre la utilidad de la información para la toma de decisiones, enfocado para usuarios de instituciones de investigación o educativas; investigadores independientes o estudiantes, gobiernos, empresarios del sector público y privados

El cuarto capítulo se centra en el marco conceptual, específicamente en la unidad de observación

El capítulo quinto especifica sobre el diseño estadístico que genera la Dirección de Marcos y Muestreo (DMM), con la finalidad de crear un marco de referencia y definir la población objeto de estudio que integra las empresas del país que se dedican a la compra y venta de productos sin transformación, clasificadas en los sectores 43 Comercio al por Mayor y

46 Comercio al por Menor, según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN 2007).

El sexto capítulo detalla aspectos operativos sobre la estrategia de planeación, instrumentos de captación de la información, etapa de levantamiento, supervisión, control y seguimiento para alcanzar la calidad de la información en campo.

En el capítulo séptimo se particulariza sobre el tratamiento, procesamiento, revisión y análisis que se le da a la información, para darle la calidad y la confiabilidad requerida mediante procedimientos detallados en los manuales de tratamiento y el apoyo invaluable de los analistas de la información y los sistemas informáticos.

En el octavo capítulo se explican las características de los tabulados de resultados de la EAC, los cuales ofrecen información por sector, subsector y rama de actividad, por variable, en valores absolutos, distribuciones, promedios, entre otros, a nivel nacional, con la idea de contribuir en la toma de decisiones de los actores económicos, con temas que cuantificados les permita dimensionar el alcance de acciones emprendidas o futuras.

Finalmente, se encuentra el anexo de los documentos oficiales y de consulta con los que se realiza la EAC.

El **INEGI** aprovecha la oportunidad para agradecer a los empresarios y a sus equipos de contabilidad y administración de las unidades económicas por participar de forma activa en la entrega de información sobre sus empresas y establecimientos, asimismo al personal del **Instituto**, quienes juntos hacen posible la realización de la EAC.

1. Antecedentes

1. Antecedentes

1.1 Antecedentes

El estudio de las actividades comerciales en México, se ha realizado de forma regular cada cinco años desde 1942, a través de los Censos Económicos; sin embargo, por los constantes cambios de la economía y las necesidades de información estadística básica, a partir del año 1994 surge la Encuesta Anual de Comercio, con el propósito de generar estadísticas y ofrecer a la sociedad información de forma periódica, oportuna y actualizada, sobre aspectos específicos del comercio al por mayor y del comercio al por menor, así como la relación que tienen estos sectores con el resto de la economía.

Es importante señalar, que a través de los años se han realizado ajustes, tanto en la forma de captación como en el diseño del contenido temático, como se constata en el instrumento de captación de la Encuesta Anual de Comercio 1998, en el cual se incorporaron aspectos temáticos sobre género, de conformidad con las recomendaciones de la Organización de las Naciones Unidas. Situación similar se presentó en la Encuesta Anual del Comercio 2000, donde se incluyeron como parte del contenido temático: las formas de comercialización e instrumentos de crédito proporcionados.

1.2 ¿Cómo ha evolucionado la Encuesta Anual del Comercio?

El cambio o transformación gradual de la Encuesta Anual del Comercio través de los años se basa en el dinamismo o evolución del sector comercio en nuestro país, al seguimiento de las recomendaciones internacionales de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's).

Los aspectos más destacados de estos cambios, se enfocan en el diseño conceptual, los métodos de captación, la metodología y, el diseño muestral y temático, los cuales se anotan a continuación en orden cronológico:

1998. Se incorporan aspectos temáticos sobre género, apegándose a las recomendaciones de la Organización de las Naciones Unidas.

2000. Para esta versión se expone como parte del contenido temático, las formas de comercialización e instrumentos de crédito proporcionados a los clientes que las unidades objeto de estudio realizan en el desarrollo de sus actividades.

2005. Se presentaron cambios importantes, ya que se redefinen objetivos enfocados a la estructura operativa, la forma de captación de los datos, la unidad de observación, sobre el el instrumento de captación, el tamaño de muestra y la forma de presentación de los resultados.

2007. La publicación para esta versión ofrece mejoras en términos de resultados a partir de la incorporación de gráficos, mediante los cuales se busca facilitar la interpretación de los datos a los usuarios de la información.

2008. Se diseña un sistema informático para captar la información de la EAC en línea dentro de la Página del INEGI en Internet (PII) en el que se incluyen validaciones que permiten detectar posibles errores, además de la opción de agregar observaciones para sustentar las variaciones respecto de los intervalos establecidos y darle calidad a la información captada en línea; convirtiendo al informante en infonauta.

2009 y 2010. El cambio preponderante para estas publicaciones es el uso del clasificador SCIAN versión 2002.

2011. En esta publicación la EAC presenta un cambio radical en el diseño estadístico, al incorporar un muestreo combinado de muestra probabilística y no probabilística, así como el uso del SCIAN versión 2007.

2015. En este año por primera vez, la EAC se incorpora a la herramienta informática interactiva que permite al usuario diseñar su consulta acorde a las necesidades de interés: el Micrositio de la Página del INEGI en Internet (PII); además cuenta con la creación de un nuevo procedimiento de actualización del marco muestral denominado Registro Estadístico de Negocios de México (RENEM) ya que desde los inicios de la encuesta (1994) el marco de referencia habían sido los Censos Económicos (CE).

2016. La EAC en su versión 2016 sólo presenta cambios en el tamaño del marco muestral y se incorpora por primera ocasión a la Red Nacional de Metadatos (RNM) la documentación de los metadatos estadísticos que sustentan metodológica y conceptualmente la ejecución de este proyecto.

2017. La innovación para esta versión radica en que los resultados de la EAC son publicados por primera vez en la Página del INEGI en Internet (PII), mediante la nueva plataforma informática denominada: "Beta", en la que ofrece al usuario la opción de descargar tabulados por variable y por tipo de dato de los años 2013-2016; así como el módulo de datos abiertos que contiene: un diccionario de datos, una base de datos tratada por sector, subsector y rama, que no contienen los datos de identificación de las empresas, en apego al artículo sobre la confidencialidad*; un metadato que describe detalles de la encuesta, documentación del proyecto a través de la síntesis metodológica, un glosario, el instrumento de captación y los metadatos del DDI e información anual de la serie de tiempo 2009 a 2014.

* "Conforme a las disposiciones del Artículo 37, párrafo primero de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica en vigor: "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.";

2. Objetivos

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

El objetivo general de la Encuesta Anual de Comercio (EAC) es captar y generar información de estadística básica del año de referencia, que permita conocer las tendencias, factores y dinámica que inciden en el comportamiento de la actividad comercial en el país.

2.2 Objetivos específicos

Obtener información a través de las variables estructurales para la construcción de indicadores económicos, y conocer las características de la actividad económica del comercio en el país.

- Proporcionar información que sirva de insumo al Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM), para generar los cálculos de las estadísticas básicas y obtener los indicadores macroeconómicos oficiales del país, entre ellos los indicadores del Producto Interno Bruto.
- Servir de insumo para la planeación y elaboración de políticas públicas relacionadas con el comercio.
- Servir como una referencia para el tratamiento y análisis de la información censal del Sector comercio.
- Apoyar de forma comparativa y de referencia en el tratamiento de la información de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC) para evaluar la evolución del comercio en el tiempo.

3. Utilidad de la información

3. Utilidad de la información

3.1 Utilidad de la información

El INEGI se mantiene a la vanguardia aprovechando las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) para el procesamiento de datos y generación de resultados, los cuales se divulgan en la Página del INEGI en Internet (PII) de forma práctica para que los usuarios los puedan consultar.

La Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, señala que la información debe contar con atributos como: disponibilidad, accesibilidad, comparabilidad, ser precisa y confiable para darle mayor calidad a los datos estadísticos de la información. Derivado de lo anterior, el objetivo prioritario del INEGI es lograr que el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (SNIEG) suministre a la sociedad y al Estado información de calidad, pertinente, veraz y oportuna, a efecto de coadyuvar al desarrollo nacional, bajo los principios de accesibilidad, transparencia, objetividad e independencia.

La EAC es creada y divulgada en la PII con la idea de proporcionar información que coadyuve a la toma de decisiones de los actores económicos que así lo requieran, ya que:

- Las estadísticas económicas son fundamentales para el desarrollo del país, ya que constituyen un marco de referencia para proyectos del Sector Público como del Privado.
- Al gobierno (federal, estatal y municipal) le permitirá evaluar las necesidades de la sociedad para generar mejor políticas públicas.
- Permiten diseñar las políticas económicas y verificar una evaluación sobre su seguimiento
- Sirven al Sistema de Cuentas Nacionales de México como materia prima para elaborar la Matriz de Insumo-Producto y apoyar en los cálculos de las estimaciones macroeconómicas en relación con la actividad comercial nacional.
- Permiten a los integrantes del sector económico comparar su desempeño particular, respecto del desempeño general de la rama de actividad comercial a la que pertenecen, para establecer metas.
- Sirven a las Cámaras y Asociaciones del ramo para plantearse metas de desempeño, que son útiles y oportunas para las gestiones que realizan.
- Las estadísticas sirven para el seguimiento de la historia económica del país.
- Sirven para comparaciones internacionales, pues la información es requerida por diversos organismos, que a su vez generan estadística y estudios globales.
- Sirven de orientación a los sectores primario y secundario, permitiendo una interfaz en la generación de insumos y servicios.
- Es herramienta útil para hacer planes de expansión de las empresa.s
- Es útil porque ofrece datos numéricos que permiten establecer estrategias de mercadotecnia que le ayuden a generar mayores ingresos.
- Ayuda a conocer el contexto económico del país para llevar a cabo acciones que optimicen los recursos de las empresas.
- Ofrece a los estudiantes una herramienta útil para la investigación y generación de proyectos.

4. Marco conceptual

4. Marco conceptual

4.1 Unidad de observación

Es básico dar a conocer al usuario sobre el concepto de "unidad de observación" de la EAC, ya que es la unidad a la que están referidos los datos.

Conforme a las recomendaciones internacionales que emitió la ONU, la unidad de observación de la EAC es la "Empresa".

Una entidad económica en calidad de productora de bienes y servicios, se considera como 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 pertinente 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 operar 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 se desarrollan actividades de apoyo necesarias para la producción de bienes y servicios llamados establecimientos auxiliares cuestionario.

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) elaborada y divulgada por la oficina de estadísticas de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) define como establecimiento auxiliar aquellas unidades que en una ubicación física independiente, realizan de manera exclusiva actividades auxiliares dedicadas a apoyar las actividades del establecimiento productor de bienes y servicios y 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 tales como: bodegas, talleres, oficinas administrativas, salas de exhibición, etcétera.

4.2 Periodo de referencia de los datos

Los datos de la Encuesta Anual del Comercio es solicitada a los informantes con cobertura anual del año de referencia, sumando las variables monetarias y promediando el personal ocupado.

4.3 SCIAN México, el sistema de clasificación

El Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) fue diseñado y estructurado junto con los socios del Tratado de Libre Comercio (TLC) de América del Norte. Es único entre las clasificaciones de actividades económicas porque fue construido con base en un marco conceptual consistente, debido a que las unidades económicas que tienen procesos de producción o funciones de producción similares, están clasificadas en la misma clase de actividad, dado que las categorías están delimitadas de acuerdo con las diferencias en los procesos de producción. Este concepto está basado en la oferta u orientado hacia la producción y fue adoptado por los tres países (México, EEUU y Canadá). La razón principal de su uso se debe a que responde a la necesidad de contar con un marco de trabajo para recolectar y publicar información sobre insumos y productos para usos estadísticos que estén disponibles de manera conjunta y sean clasificados de manera consistente.

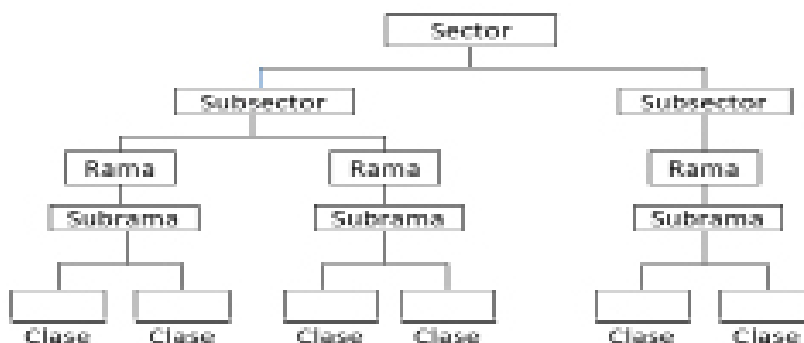
Este clasificador es la base para la generación, presentación y difusión de todas las estadísticas económicas del INEGI.

Su adopción por parte de otras instituciones que elaboran estadísticas, permitirá homologar la información económica que se produce en el país. La ventaja de utilizar el SCIAN como clasificador de las actividades económicas en nuestro país, es que el clasificador mantiene una estructura de clasificación que comparten Canadá, Estados Unidos y México. Al contar con bases comunes el SCIAN permite la comparación de las estadísticas económicas de los tres países de Norteamérica.

Características del SCIAN

El SCIAN México consta de cinco niveles de agregación: sector, subsector, rama, subrama y clase de actividad económica.

El sector es el nivel más general; la clase de actividad, el más desagregado. El sector se divide en subsectores. Cada subsector está formado por ramas de actividad, las cuales se dividen en subramas. Las clases, por su parte, son desgloses de las subramas, como se muestra en el siguiente esquema:



Aunque el SCIAN difiere de otros sistemas de clasificación de actividades económicas, las estadísticas compiladas con él, son comparables a las generadas con base en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU, revisión 3), de las Naciones Unidas.

En el diseño del SCIAN se dio especial atención a la clasificación de:

- Actividades económicas nuevas y emergentes;
- Actividades de servicios en general;
- Actividades enfocadas a la producción de tecnologías avanzadas, incluyendo los componentes electrónicos, equipo de telecomunicaciones, equipo de cómputo, *software* y equipo médico.

A partir de la edición de la Encuesta Anual de Comercio 2011, se utiliza el SCIAN 2007, el cual es comparable a nivel de Sector y con la mayoría de los Subsectores del SCIAN 2002, que es la versión previa con que se generaron resultados de la EAC.

4.4 Cobertura sectorial

La Encuesta Anual del Comercio capta información económica básica de todas las actividades comerciales que se efectúan en el país, las que se encuentran agrupadas en el SCIAN en dos sectores de actividad.

Comercio al por mayor

Está conformado por unidades económicas dedicadas principalmente a la transacción de bienes de consumo intermedio (materias primas y suministros empleados en la producción, bienes de capital y bienes de consumo final), para ser vendidos principalmente a otros comercios, distribuidores de fábrica, así como productores de bienes y prestadores de servicios.

Características del comercio al por mayor

Los comercios al por mayor que venden bienes de su propiedad son conocidos como distribuidores importadores-exportadores, distribuidores de fábrica, abastecedores de mercancías, entre otras denominaciones; mientras que los que promueven la compra-venta de bienes propiedad de otros a cambio de una comisión o pago, son conocidos como agentes de ventas, corredores de mercancías, comisionistas, intermediarios de comercio o agentes importadores y exportadores.

Los comercios al por mayor pueden proporcionar servicios adicionales a la venta de los bienes, como clasificación, inventariado, embalaje, empacado y etiquetado.

A continuación se muestran los subsectores y ramas de actividad económica comprendidas en el sector comercio al por mayor, donde se describe cada rama indicando el subsector al que pertenece.

Categoría SCIAN	Descripción
43	COMERCIO AL POR MAYOR
431	Comercio al por mayor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco
4311	Comercio al por mayor de alimentos
4312	Comercio al por mayor de bebidas y tabaco
432	Comercio al por mayor de productos textiles y calzado
4321	Comercio al por mayor de productos textiles y calzado
433	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos, de perfumería, artículos para el esparcimiento, electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca
4331	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos
4332	Comercio al por mayor de artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir
4333	Comercio al por mayor de discos juguetes y artículos deportivos
4334	Comercio al por mayor de artículos de papelería libros, revistas y periódicos
4335	Comercio al por mayor de electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca
434	Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias y forestales, para la industria y materiales de desecho
4341	Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias
4342	Comercio al por mayor de materias primas para la industria
4343	Comercio al por mayor de materiales de desecho
435	Comercio al por mayor de maquinaria, equipo y mobiliario para actividades agropecuarias, industriales, de servicios y comerciales, y de otra maquinaria y equipo de uso general.
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
4353	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para los servicios y para las actividades comerciales
4354	Comercio al por mayor de maquinaria mobiliario y equipo de uso general
436	Comercio al por mayor de camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones
4361	Comercio al por mayor de camiones y de partes y de refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones
437	Intermediación de comercio al por mayor
4371	Intermediación de comercio al por mayor, excepto a través de Internet y otros medios electrónicos
4372	Intermediación de comercio al por mayor exclusivamente a través de Internet y de otros medios electrónicos

Comercio al por menor

Este sector comprende unidades económicas dedicadas, principalmente a la compra venta (sin transformación) de bienes de consumo final, para ser vendidos a personas y hogares, es decir, al consumidor final, así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de este proceso.

Las unidades del comercio al por menor que venden bienes propios son conocidos, como agencias, depósitos, tiendas, supermercados, o derivan su nombre de los productos que comercializan como: papelerías, boneterías, ferreterías, licorerías, etcétera.

Este sector se conforma por las unidades económicas dedicadas al comercio de muebles para el hogar, mercerías, vehículos automotores y refacciones, gasolineras, instrumentos musicales y artículos usados, independientemente de la forma a través de la cual realizan su actividad.

Características del comercio al por menor:

- Atraen clientes por la ubicación y diseño del establecimiento.
- Tienen extensa exhibición de mercancías para facilitar a los clientes la selección de las mismas.
- Hacen publicidad masiva por medio de volantes, prensa, radio, televisión, Internet entre otros.

La siguiente tabla muestra los subsectores y ramas de actividad económica que pertenecen al comercio al por menor.

Categoría SCIAN	Descripción
46	COMERCIO AL POR MENOR
461	Comercio al por menor de abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco
4611	Comercio al por menor de alimentos
4612	Comercio al por menor de bebidas y tabaco
462	Comercio al por menor en tiendas autoservicio y departamentales
4621	Comercio al por menor en tiendas de autoservicio
4622	Comercio al por menor en tiendas departamentales
463	Comercio al por menor productos textiles, bisutería, accesorios de vestir y calzado
4631	Comercio al por menor de productos textiles, excepto ropa
4632	Comercio al por menor de ropa y accesorios de vestir
4633	Comercio al por menor de calzado
464	Comercio al por menor de artículos para el cuidado de la salud
4641	Comercio al por menor de artículos para el cuidado de la salud
465	Comercio al por menor artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal
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 y periódicos
4659	Comercio al por menor de mascotas, regalos, arts. religiosos, artesanías, arts. en tiendas importadoras y otros arts. de uso personal
466	Comercio al por menor de enseres domés., comput., arts. para la decoración de interiores y arts. usados
4661	Comercio al por menor de muebles para el hogar y otros enseres domésticos
4662	Comercio al por menor de computadoras, 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
467	Comercio al por menor artículos de ferretería, tlapalería y vidrios
4671	Comercio al por menor de artículos de ferretería, tlapalería y vidrios
468	Comercio al por menor vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes
4681	Comercio al por menor de automóviles y camionetas
4682	Comercio al por menor de partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones
4683	Comercio al por menor de motocicletas y otros vehículos de motor
4684	Comercio al por menor de combustibles, aceites y grasas lubricantes
469	Comercio al por menor exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares
4691	Comercio al por menor exclusivamente a través de Internet y catálogos impresos, televisión y similares

4.5 Temática

El diseño conceptual es fundamental para la EAC, siendo su principal tarea establecer un marco conceptual en apego a las recomendaciones internacionales que emitió la ONU sobre Estadísticas del Comercio de Distribución en las variables, conceptos y precisiones a captar, así como el diseño del instrumento de captación.

Las variables que se captan en el cuestionario se encuentra dividida en 11 capítulos:

- I. Personal dependiente de la razón social
- II. Personal no dependiente de la razón social
- III. Remuneraciones
- IV. Consumo de bienes y servicios
- V. Gastos fiscales, financieros y donaciones
- VI. Ingresos por suministro de bienes y servicios
- VII. Ingresos financieros, subsidios y donaciones
- VIII. Existencias
- IX. Activos fijos
- X. Identificación de proveedores y clientes
- XI. Clasificación económica

Características del cuestionario:

- Contiene al inicio del cuestionario los datos de identificación de la empresa
- Las variables se solicitan por capítulo
- El cuestionario contiene la conceptualización y precisiones metodológicas, a fin de ofrecer la conceptualización requerida al informante y facilitarle su correcto llenado.

El modo de recolección de datos está disponible mediante tres opciones:

Vía internet

El infonauta tiene la opción de capturar la información de la empresa mediante el cuestionario electrónico o digital en la Página del INEGI en Internet (PII) en un periodo previamente establecido. Este método cuenta con una ventaja muy importante, que consiste en detectar posibles errores mediante la gama de validaciones que se encuentran programadas en el Sistema de captura, a fin de señalar al usuario las inconsistencias, las cuales pueden ser avaladas por observaciones o en su defecto corregir la información.

Cuestionario en papel

Por medio de entrevista directa: el entrevistador visita la empresa y de manera conjunta con el informante recaba la información en el cuestionario impreso; una vez recuperado el cuestionario, el entrevistador captura la información en el capturador del sitio Intranet (Administrador Universal), diseñado para el personal de campo; cabe mencionar que contiene las mismas validaciones del capturador de la PII.

Por medio de entrevista diferida: el entrevistador visita la empresa y acuerda con el informante la fecha de recuperación del cuestionario impreso, una vez recuperado procede a realizar los mismos pasos del punto anterior.

Cuestionario en hoja de cálculo

Este medio permitió a las empresas más grandes proporcionar su información de manera más cómoda en un solo formato, en el que es factible registrar y visualizar la información de todos los establecimientos que conforman la empresa, denominado Relación de Unidades Registradas en un Cuestionario (RURC).

4.6 Cobertura geográfica

El diseño de la muestra de la Encuesta Anual de Comercio contempla generar información empresarial para el ámbito nacional y generar resultados para cada uno de los sectores, subsectores y ramas de actividad económica del comercio.

5. Diseño estadístico

5. Diseño estadístico

5.1 Población objetivo

La población objeto de estudio la integran las empresas del país que se dedican a la compra y venta de productos sin transformación, clasificadas en los sectores 43 Comercio al por Mayor y 46 Comercio al por Menor según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2007 (SCIAN 2007).

5.2 Cobertura sectorial

La cobertura de la encuesta permite obtener estimaciones a nivel nacional para las cuarenta ramas de actividad económica del sector comercio.

5.3 Dominios de estudio

Cada rama de actividad económica se considera como un dominio de estudio, por lo que la estimación se realizó a ese nivel.

5.4 Diseño de la muestra

El diseño muestral se caracteriza por ser "determinístico o no probabilístico" con una cobertura en ingresos específica y "probabilístico" para algunos dominios de estudio.

5.4.1 Marco de muestreo

El marco de muestreo está formado por todas las empresas que integran el sector comercio, correspondiente al directorio definitivo de los Censos Económicos 2009 (CE 2009). Dicho marco fue actualizado al mes de diciembre de 2015, incorporando empresas provenientes de los resultados preliminares de los Censos Económicos 2014 cuyo personal ocupado fue mayor a 251, así como de altas dadas por el marco RENEM V2 a la muestra de diseño 2016.

El marco está integrado por un total de 1 972 738 empresas.

En el Cuadro 1 se presenta la Participación Porcentual (PP %) de cada uno de las ramas de actividad económica del sector comercio según el SCIAN 2007.

Cuadro 1

PARTICIPACION PORCENTUAL A NIVEL RAMA							
Rama de Actividad SCIAN 2013 Marco		Empresas		Personal Ocupado		Ingresos	
		PP (%)	Marco	PP (%)	Marco	PP (%)	
Marco de Comercio 2016		1 972 738	100	6 677 781	100	5700 797 825	100
4311	Comercio al por mayor de abarrotes y alimentos	11 793	0.6	281 156	4.21	537 367 264	9.43
4312	Comercio al por mayor de bebidas hielo y tabaco	1 468	0.07	120 012	1.8	171 688 431	3.01
4321	Comercio al por Mayor de productos textiles y calzado	5 231	0.27	40 412	0.61	32 745 627	0.57
4331	Comercio al por mayor de productos farmacéuticos	1 727	0.09	42 969	0.64	97 543 562	1.71
4332	Comercio al por mayor de artículos de perfumería cosméticos y joyería	927	0.05	12 913	0.19	22 488 270	0.39

(Continúa)

PARTICIPACION PORCENTUAL A NIVEL RAMA							
Rama de Actividad SCIAN 2013 Marco		Empresas		Personal Ocupado		Ingresos	
		PP (%)	Marco	PP (%)	Marco	PP (%)	
Marco de Comercio 2016		1 972 738	100	6 677 781	100	5700 797 825	100
4333	Comercio al por mayor de discos juguetes y artículos deportivos	672	0.03	8 105	0.12	14 143 036	0.25
4334	Comercio al por mayor de artículos de papelería libros revistas y periódicos	2 321	0.12	29 979	0.45	25 949 644	0.46
4335	Comercio al por mayor de electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	397	0.02	9 894	0.15	57 426 577	1.01
4341	Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias y forestales	17 143	0.87	60 737	0.91	68 674 224	1.2
4342	Comercio al por mayor de materias primas para la industria	46 727	2.37	341 437	5.11	1618 653 561	28.39
4343	Comercio al por mayor de materiales de desecho	10 633	0.54	42 874	0.64	24 898 561	0.44
4351	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo agropecuario forestal y para la pesca	2 078	0.11	15 189	0.23	20 668 910	0.36
4352	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para la industria	2 714	0.14	31 591	0.47	43 103 966	0.76
4353	Comercio al por mayor de maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales	6 303	0.32	55 405	0.83	71 927 875	1.26
4354	Comercio al por mayor de mobiliario y equipo de cómputo y de oficina y de otra maquinaria y equipo de uso general	7 383	0.37	79 736	1.19	176 020 246	3.09
4361	Comercio al por mayor de camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles camionetas y camiones	914	0.05	14 329	0.21	33 081 508	0.58
4371	Intermediación de comercio al por mayor excepto a través de Internet y de otros medios electrónicos	741	0.04	12 402	0.19	3 951 400	0.07
4372	Intermediación de comercio al por mayor exclusivamente a través de Internet y otros medios electrónicos	135	0.01	2 245	0.03	434 925	0.01
4611	Comercio al por menor de abarrotes y alimentos	927 197	47	1 963 976	29.41	377 267 076	6.62
4612	Comercio al por menor de bebidas hielo y tabaco	61 471	3.12	133 294	2	38 671 307	0.68
4621	Comercio al por menor en tiendas de autoservicio	11 412	0.58	506 708	7.59	612 854 179	10.75
4622	Comercio al por menor en tiendas departamentales	271	0.01	182 750	2.74	146 904 942	2.58
4631	Comercio al por menor de productos textiles excepto ropa	27 280	1.38	79 022	1.18	20 338 267	0.36
4632	Comercio al por menor de ropa bisutería y accesorios de vestir.	167 596	8.5	391 241	5.86	82 260 670	1.44
4633	Comercio al por menor de calzado.	42 959	2.18	124 587	1.87	34 069 359	0.6
4641	Comercio al por menor de artículos para el cuidado de la salud	66 074	3.35	248 847	3.73	121 580 207	2.13
4651	Comercio al por menor de artículos de perfumería y joyería	29 479	1.49	80 174	1.2	23 766 194	0.42
4652	Comercio al por menor de artículos para el esparcimiento	31 525	1.6	78 803	1.18	25 225 934	0.44
4653	Comercio al por menor de artículos de papelería libros revistas y periódicos	116 066	5.88	257 236	3.85	42 417 055	0.74
4659	Comercio al por menor de mascotas regalos artículos religiosos desechables y otros artículos de uso personal	81 836	4.15	168 151	2.52	24 738 128	0.43

(Continúa)

PARTICIPACION PORCENTUAL A NIVEL RAMA							
Rama de Actividad SCIAN 2013 Marco		Empresas		Personal Ocupado		Ingresos	
		PP (%)	Marco	PP (%)	Marco	PP (%)	
Marco de Comercio 2016		1 972 738	100	6 677 781	100	5700 797 825	100
4661	Comercio al por menor de muebles para el hogar y otros enseres domésticos	37 106	1.88	176 874	2.65	97 342 136	1.71
4662	Comercio al por menor de mobiliario equipo y accesorios de cómputo teléfonos y otros aparatos de comunicación	28 871	1.46	106 259	1.59	79 597 392	1.4
4663	Comercio al por menor de artículos para la decoración de interiores	34 995	1.77	88 026	1.32	15 877 480	0.28
4664	Comercio al por menor de artículos usados	31 897	1.62	51 269	0.77	2 958 803	0.05
4671	Comercio al por menor de artículos de ferretería tlapalería y vidrios	88 261	4.47	315 968	4.73	165 844 024	2.91
4681	Comercio al por menor de automóviles y camionetas	6 290	0.32	116 962	1.75	261 485 569	4.59
4682	Comercio al por menor de partes y refacciones para automóviles camionetas y camiones	39 593	2.01	180 034	2.7	124 835 936	2.19
4683	Comercio al por menor de motocicletas y otros vehículos de motor	1 872	0.09	13 231	0.2	13 705 981	0.24
4684	Comercio al por menor de combustibles aceites y grasas lubricantes	20 486	1.04	208 767	3.13	367 757 521	6.45
4691	Comercio al por menor exclusivamente a través de Internet y catálogos impresos televisión y similares	894	0.05	4 217	0.06	532 078	0.01

5.4.2 Unidad de muestreo

La unidad de muestreo es la empresa que puede estar integrada por uno o más de un establecimiento comercial.

5.5 Esquema de muestreo

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.

5.5.1 Diseño determinístico o no probabilístico

El procedimiento consiste en seleccionar las empresas según su participación porcentual en ingresos totales, hasta alcanzar la cobertura establecida para cada dominio. Considerando que existen características específicas en cada actividad económica, se definen dos criterios de clasificación según el tipo de cobertura establecida:

Cobertura alta

Corresponde a los dominios cuya cobertura en ingresos es mayor o igual al 80%. Las ramas de actividad económica que se clasifican con esta cobertura son las siguientes:

Cuadro 2

Rama SCIAN 2007	Descripción SCIAN 2007
4311	Comercio al por mayor de abarrotes y alimentos
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

(Continúa)

Rama SCIAN 2007	Descripción SCIAN 2007
4333	Comercio al por mayor de discos juguetes y artículos deportivos
4335	Comercio al por mayor de electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca
4342	Comercio al por mayor de materias primas para la industria
4361	Comercio al por mayor de camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles camionetas y camiones
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

Cobertura media

Comprende a los dominios cuya cobertura en ingresos es menor al 80%. En el cuadro 3 se muestran las ramas de actividad económica y entidad-sector que tienen cobertura media.

Cuadro 3

Rama SCIAN 2007	Descripción SCIAN 2007
4321	Comercio al por mayor de productos textiles y calzado
4334	Comercio al por mayor de artículos de papelería libros revistas y periódicos
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
4371	Intermediación de comercio al por mayor excepto a través de Internet y de otros medios electrónicos
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

5.5.2 Diseño probabilístico

El esquema de muestreo empleado es probabilístico y estratificado, con selección independiente para cada estrato por dominio de estudio.

Probabilístico

Las empresas tienen una probabilidad conocida y distinta de cero de ser seleccionadas.

Estratificado

Las unidades de muestreo con características similares se agrupan para formar estratos.

Estratificación

Para las unidades económicas con diseño probabilístico, se establece una estratificación a cinco estratos, tomando como variable de estratificación al Personal Ocupado Total. Los rangos empleados para la estratificación se presentan en el cuadro 4.

Cuadro 4

Estratos de Personal Ocupado	
Estrato	Rango
1	101 - más
2	31 - 100
3	11 - 30
4	6 - 10
5	0 - 5

Las ramas de actividad económica con diseño probabilístico son las siguientes:

Cuadro 5

Rama SCIAN 2007	Descripción SCIAN 2007
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 llapalería 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

5.6 Tamaño de la muestra

El tamaño de muestra para el diseño determinístico es obtenido al acumular tantas empresas hasta alcanzar la cobertura establecida.

Para los dominios con diseño probabilístico, se utiliza como variable de referencia al personal ocupado, considerando un nivel de confianza de 95%, una tasa de “no respuesta” esperada de 15% y un error relativo del 10%.

La expresión de cálculo para cada dominio es:

$$n_d = \frac{\left(\sum_{h=1}^H N_h \sigma_h \right)^2}{\left(\frac{r^2 T_d^2}{z^2} + \sum_{h=1}^H N_h \sigma_h^2 \right) (1 - tnr)}$$

Donde:

n_d = tamaño de muestra en el d-ésimo dominio.

H = total de estratos en cada dominio.

N_h = total de unidades económicas en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

σ_h = desviación estándar del h-ésimo estrato, del d-ésimo dominio.

r = error relativo.

T_d = total de personal ocupado en el d-ésimo dominio.

z = valor de la abscisa bajo la distribución normal estándar para un nivel de confianza prefijado.

tnr = tasa de No respuesta máxima esperada.

La muestra total se distribuye como se muestra en el siguiente cuadro.

Cuadro 6

DISTRIBUCION POR TIPO DE DISEÑO			
Diseño	Grupo	Nacional-Rama	Muestra de Diseño
Total Nacional-Rama		40	7 451
Subtotal		20	2 700
Determinístico	Cobertura Alta	14	1 659
	Cobertura Media	6	1 041
Subtotal		20	4 751
Probabilístico		20	4 751

5.7 Afijación de la muestra

Para cada dominio con diseño probabilístico, la muestra en cada estrato se asigna por el método de Neyman de acuerdo a la ponderación de personal ocupado por estrato, de la siguiente manera:

$$n_{dh} = n_d \frac{N_h \sigma_h}{\sum_{h=1}^H N_h \sigma_h}$$

Donde:

n_{dh} = tamaño de muestra asignada en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

n_d = tamaño de la muestra total en el d-ésimo dominio.

N_h = total de unidades económicas en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

σ_h = desviación estándar del h-ésimo estrato, del d-ésimo dominio.

H = total de estratos en cada dominio.

5.8 Selección de la muestra

Las empresas con diseño determinístico se seleccionan de acuerdo a su contribución en ingresos en cada dominio.

Las empresas con diseño probabilístico se seleccionan de manera aleatoria, sin reemplazo e independiente para cada estrato en cada dominio.

Las coberturas alcanzada para cada una de las 40 ramas de actividad con diseño determinístico y probabilístico, en número de empresas, personal ocupado e ingresos se muestra en el Anexo del presente documento.

5.9 Cálculo de los factores de expansión

El factor de expansión es el inverso de la probabilidad de seleccionar una unidad económica del h-ésimo estrato del d-ésimo dominio.

La expresión de cálculo es la siguiente:

$$F_{dh} = \frac{N_h}{n_{dh}}$$

Donde:

F_{dh} = factor de expansión del h-ésimo estrato, del d-ésimo dominio.

N_h = total de unidades económicas en el marco en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

n_{dh} = total de unidades económicas seleccionadas en la muestra en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

5.9.1 Ajuste por No respuesta

El ajuste del factor de expansión por “No respuesta” se aplica cuando no se realizan todas las entrevistas esperadas y se calcula con base en la expresión:

$$f'_{dh} = f_{dh} \frac{n_{dh}}{r'_{dh}}$$

Donde:

f'_{dh} = factor de expansión ajustado por No respuesta del h-ésimo estrato, del d-ésimo dominio.

f_{dh} = factor de expansión del h-ésimo estrato, del d-ésimo dominio.

n_{dh} = total de unidades económicas seleccionadas en la muestra en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

r'_{dh} = total de unidades económicas de la muestra recuperada en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

5.10 Estimadores

El estimador del total de la característica X en el d-ésimo dominio es:

$$\hat{t}_d = \sum_{h=1}^H \sum_{i=1}^{n_{dh}} f'_{dh} X_{dhi}$$

El estimador de la varianza es:

$$\hat{V}(\hat{t}_d) = \sum_{h=1}^H N_h^2 \left(1 - \frac{n_{dh}}{N_h}\right) \frac{S_{dh}^2}{n_{dh}} \quad \text{donde:} \quad S_{dh}^2 = \frac{1}{n_{dh} - 1} \sum_{i=1}^{n_{dh}} [X_{dhi} - \bar{X}_h]^2$$

Error de estimación:
$$\mathbf{E} = \sqrt{\hat{V}(t_d)}$$

Coefficiente de variación:
$$\mathbf{V} = \frac{\mathbf{E}}{\hat{t}_d}$$

Intervalo de confianza:
$$\left(\hat{t}_d - Z_{\frac{\alpha}{2}} \sqrt{\hat{V}(t_d)}, \hat{t}_d + Z_{\frac{\alpha}{2}} \sqrt{\hat{V}(t_d)} \right)$$

Donde:

\hat{t}_d = total estimado en el d-ésimo dominio.

H = total de estratos en cada dominio.

n_h tamaño de muestra en el h-ésimo estrato.

f'_{dh} = factor de expansión ajustado por No respuesta del h-ésimo estrato, del d-ésimo dominio.

X_{dhi} = valor de la característica de interés en la i-ésima unidad económica, en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

$\hat{V}(t_d)$ = varianza de diseño del total estimado del d-ésimo dominio.

N_{dh} = tamaño de la población en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

n_{dh} = tamaño de la muestra en el h-ésimo estrato, en el d-ésimo dominio.

S_{dh}^2 = varianza muestral del h-ésimo estrato, del d-ésimo dominio.

\bar{X}_{dh} = media muestral del h-ésimo estrato, del d-ésimo dominio.

$Z_{\alpha/2}$ = factor de confiabilidad para un nivel de significancia α .

6. Aspectos operativos

6. Aspectos operativos

6.1 Estrategia general del levantamiento

El levantamiento de la EAC requiere de una planeación detallada del operativo de campo por lo que se consideran los siguientes aspectos:

- Periodo de levantamiento.
- Productividad estimada de levantamiento.
- Tramos de control mediante formatos específicamente diseñados para llevar un preciso avance de captación y control de calidad de la información.
- Delimitación geográfica de las áreas de responsabilidad de los diferentes niveles de la estructura operativa.
- Los recursos humanos requeridos para el desarrollo del operativo de campo, es el mismo que levanta las demás encuestas económicas, denominado “entrevistador universal”.
- Asignación de las cargas de trabajo para las diferentes figuras participantes y calendarizadas por semana.
- Solicitud de los recursos materiales y económicos para llevar a cabo el levantamiento.
- Los jefes de las Coordinaciones Estatales reciben, organizan y distribuyen los materiales provenientes de Oficinas Centrales y de la Dirección Regional, y corroboran que se encuentren en buen estado y completos para ser entregados al personal que sale a campo.
- Los Entrevistadores llevan a cabo las visitas a las empresas para recabar información de la EAC.

Estrategia de supervisión

La responsabilidad del levantamiento recae en la Subdirección de Operaciones de Campo y Capacitación (SOCC)

- Las principales actividades del Supervisor y el Jefe de Grupo durante la distribución y recuperación de cuestionarios son: las de vigilar y controlar el cumplimiento del trabajo de campo dentro de los tiempos preestablecidos, supervisar, asesorar y apoyar a los entrevistadores que conforman su equipo de trabajo. Verificar la no respuesta, así como la información captada con la fuente informante cuando se detectan posibles inconsistencias.
- La finalidad de la supervisión radica en garantizar el cumplimiento y la calidad en sus tareas, detectar los problemas que se presenten proporcionando soluciones oportunas y adecuadas.
- La herramienta que se utiliza para lograr la calidad de la información que se recupera en campo, es la hoja plastificada con los “Criterios Básicos de Revisión en Campo” que contiene las validaciones básicas de las variables más importantes de la encuesta.
- Algunas empresas presentan problemática o peculiaridades en su captación por lo que se requiere el monitoreo y supervisión de la figura del Supervisor, quién acompaña al Entrevistador durante algunos días a recabar la información al establecimiento a fin de observar y retroalimentar la habilidad y destreza que presenta el entrevistador al conducirse durante la entrevista.
- Verificación de no respuesta, la cual consiste en tratar de recuperar el mayor número posible de cuestionarios que presentan No respuesta, realizando con los informantes una eficiente labor de convencimiento cuando existe una negativa a proporcionar información

- Revisión de cuestionarios y verificación de la información con la fuente informante con las posibles inconsistencias, por lo que el Supervisor se encarga de solicitar a los Entrevistadores los cuestionarios para una revisión de los apartados que contienen información y si considera que podrían existir posibles errores, procede a realizar las verificaciones con la fuente informante, solicitando los argumentos que sustenten las variaciones o bien las correcciones de la información.
- Se realizan supervisiones de apoyo por parte del personal de Oficinas Centrales para retroalimentar, en función a la frecuencia de áreas de oportunidad, a través de capacitaciones en las coordinaciones estatales. Estas actividades las realiza también el personal de las Oficinas Regionales en sus respectivas entidades.

6.2 Marco Geoestadístico Nacional

La organización de los trabajos de campo se basa en el Marco Geoestadístico Nacional (MGN), que es un sistema único y de carácter nacional, diseñado por el INEGI, para referir correctamente la información estadística de las unidades económicas a los lugares geográficos correspondientes. El MGN contiene la delimitación geográfica actualizada de los estados de la República, sus municipios y localidades.

El MGN está representado gráficamente en la cartografía, la cual se integra por el conjunto de cartas, planos, croquis y catálogos elaborados a distintos niveles geográficos. En la cartografía se apoyan las actividades de planeación, ejecución, seguimiento, control del operativo y divulgación de los resultados de los proyectos que se realizan en el INEGI.

7. Procesamiento, análisis, tratamiento y validación de la información

7. Procesamiento, análisis, tratamiento y validación de la información

Con el propósito de generar resultados con calidad y oportunidad, el INEGI incrementó el uso de las tecnologías avanzadas a partir de las tareas de captación de datos y fortaleció la validación y el procesamiento de información.

La revisión de la información captada se efectúa en dos etapas:

- La primera consiste en aplicar la validación durante la captura de los datos recolectados mediante la introducción de reglas de comparación entre variables, solicitando a la fuente informante la corrección y/o justificación de valores presumiblemente erróneos
- La segunda etapa, correspondiente a la micro validación y el análisis estadístico o macro validación de datos; se realiza en oficinas centrales, por parte del analista de la información, quién decodifica las validaciones que aplica el sistema de tratamiento y evalúa con las series de tiempo y las observaciones que acompañan a la misma si existen inconsistencias. Si detecta que es un posible error, procede a solicitar la reconsulta por escrito a través del correo electrónico al operativo de campo, o bien, realiza llamadas telefónicas directamente con el informante para solventar las dudas o posibles correcciones a la información. En caso de no obtener respuesta de manera inmediata, da seguimiento a la empresa hasta contar con la respuesta que valide la información

Concluido el levantamiento de la información se verifica la integridad y consistencia de los datos, de acuerdo con los lineamientos de congruencia de campo establecidos para los sistemas de micro validación. Aquellos cuestionarios que no cumplen con alguno de estos criterios, se revisan las observaciones y el comportamiento histórico de las variables, en caso de tratarse de valores atípicos se procede a verificar con el informante para que aclare o corrija en caso de ser necesario verifican con el informante cada una de las incongruencias detectadas

Después de concluidos los procesos de captura y revisión de cada uno de los datos, se realiza la agrupación nacional de las bases de datos, a las cuales se les aplica una revisión de integridad que permite detectar inconsistencias en las llaves de control, caracteres no válidos, longitud equivocada, registros duplicados o incorrectos

Posteriormente, la información es sometida a otros procesos automatizados de revisión (micro validación y análisis estadístico o macro validación), con la finalidad de garantizar la congruencia estadística y económica de la información contenida en cada cuestionario, así como la consistencia de datos de unidades con características económicas homogéneas. Al igual que en las etapas anteriores, se verifica con los informantes los datos que no cumplen con los criterios de validación establecidos

8. Resultados

8. Resultados

8.1 Características generales de los cuadros de información

La información que se muestra en los tabulados se encuentra estructurada por sector, subsector y rama de actividad económica, según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN 2007).

La información que se presenta consta de treinta y siete tabulados (algunos se subdividen) por sector de comercio al por mayor y al por menor. Como característica relevante, al igual que todos los productos que se editan en el INEGI, se generan bajo el principio de confidencialidad que se sustenta en el artículo 38 de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (LSNIEG, D.O.F. 16-IV-2008), que a la letra refiere lo siguiente:

“Los datos e informes que los particulares proporcionen para fines estadísticos o provengan de registros administrativos o civiles, serán manejados para efectos de esta Ley, bajo la observancia de los principios de confidencialidad y reserva y no podrán comunicarse, en ningún caso, en forma nominativa o individualizada, ni harán prueba ante la autoridad administrativa o fiscal, ni en juicio o fuera de él”.

Los tabulados se conforman por variables cuyo nombre es el mismo que se encuentra en el instrumento de captación según capítulo:

Empresas

Establecimientos comerciales y auxiliares

- I. Personal dependiente de la razón social
- II. Personal no dependiente de la razón social
- III. Remuneraciones
- IV. Consumo de bienes y servicios
- V. Gastos fiscales, financieros y donaciones
- VI. Ingresos por suministro de bienes y servicios
- VII. Ingresos financieros, subsidios y donaciones
- VIII. Existencias
- IX. Activos fijos
- X. Identificación de proveedores y clientes
- XI. Clasificación económica

Los tabulados se presentan con diversos resultados

- Del tabulado 1 al 14, presenta las variables en valores absolutos por sector, subsector y rama de actividad
- Del tabulado 15 al 18, los resultados se manifiestan en distribuciones porcentuales por sector, subsector y rama de actividad
- Del tabulado 19 al 24, se aplican proporciones que corresponde a la equivalencia que existe entre las variables más importantes con el cálculo de promedios por sector, subsector y rama de actividad

- El tabulado 25 presenta razones contables de las variables principales por sector, subsector y rama de actividad
- Del tabulado 26 al 27, los resultados son indicadores económicos en valores absolutos de las principales variables por sector, subsector y rama de actividad y estrato de personal
- Del tabulado 28 al 29, presenta distribuciones porcentuales de las variables principales por sector, subsector y rama de actividad y estrato de personal
- Del tabulado 30 al 37, muestra las variaciones anuales de las principales variables por sector, subsector y rama de actividad y estrato de personal

8.2 Indicadores de calidad de la información

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.

De acuerdo con los parámetros establecidos por diferentes Oficinas Nacionales de Estadística (ONE's) y por oficinas usuarias de esta información como el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), entre otros, los indicadores de calidad de la información del proyecto en comento, son adecuados para la toma de decisiones, sin embargo, la percepción de usuarios especializados y el uso de la misma información serán el mejor orientador de la calidad de esta encuesta.

Anexo

A. Documentos técnicos y metodológicos relacionados

En el presente anexo se relacionan todos los materiales de apoyo para documentar la metodología de la Encuesta Anual del Comercio (EAC), los cuales se encuentran disponibles para su consulta 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.

Norma Técnica para la generación de estadística básica. Que con fundamento en lo dispuesto por los artículos 26, apartado B de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en los artículos 17, 30 fracciones III y IV, 32 fracciones I y II, 35 fracción V, 55 fracciones I y II, 57, 58 y 77 fracción VIII de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, señala que la información debe contar con atributos como: disponibilidad, accesibilidad, comparabilidad, ser precisa y confiable para darle mayor calidad a los datos estadísticos de la información. Derivado de lo anterior, el objetivo prioritario del INEGI es lograr que el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (SNIEG) suministre a la sociedad y al Estado información de calidad, pertinente, veraz y oportuna, a efecto de coadyuvar al desarrollo nacional, bajo los principios de accesibilidad, transparencia, objetividad e independencia.

Documento metodológico sobre diseño muestral. Contiene la metodología para diseñar la muestra de la Encuesta Anual del Comercio, enfatizando que es la misma con la que se diseña la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC). Los temas desarrollados son: población objetivo, cobertura sectorial, dominios de estudio, diseño de la muestra, esquema de muestreo, tamaño, afijación y selección de la muestra, cálculo de factores de expansión y estimadores.

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.

Red Nacional de Metadatos. La Red Nacional de Metadatos (RNM) es la herramienta implementada por el INEGI, como plataforma de difusión y consulta de los metadatos de los proyectos de información estadística básica. Este sistema de catalogación permite a los usuarios realizar búsquedas y consultas generales sobre las operaciones estadísticas o específicas a nivel de variable de los proyectos estadísticos que han sido documentados de manera exhaustiva en la Iniciativa de Documentación de Datos (DDI, por sus siglas en inglés).

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.

Manual de Tratamiento de la Información, Actualización del Marco Muestral de la Encuesta Anual del Comercio y Procesamiento. Dirección General de Estadística. Contiene los lineamientos, procedimientos y técnicas que aplican los analistas y supervisores encargados de llevar a cabo el tratamiento, análisis, validación, actualización de la información estadística, procesamiento y generación de resultados, con el propósito de asegurar la oportunidad y calidad de la información que se publica.

Directorio de la EAC. Dirección General de Estadísticas Económicas. Contiene los datos de identificación y ubicación de las empresas comerciales en muestra por clase de actividad y permite el control y seguimiento de los mismos.

Manual del supervisor y jefe de grupo de las Encuestas Económicas Nacionales. Dirección General de Estadísticas Económicas. Detalla la importancia de la labor del Supervisor y del Jefe de Grupo, ya que son los encargados de supervisar, controlar y apoyar los operativos estatales de captación de información a partir de encuestas, con el propósito de asegurar la cobertura y calidad de la información, así como vigilar la correcta aplicación de lineamientos y parámetros diseñado para cada evento.

Bibliografía digital:

https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/Seriesm_89s.pdf

<http://ideasfrescas.com.mx/informacion-comercial/>

<https://www.gestiopolis.com/tecnologias-de-informacion-y-su-utilidad-en-la-empresa/>

B. Cuestionario conceptos y precisiones metodológicas



INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

Encuestas Económicas Nacionales

Cuestionario Anual para Empresas Comerciales

Información 2017

Este cuestionario deberá ser devuelto a más tardar el día _____ de _____ 2018

Número de establecimientos que durante 2017 conformaron la empresa comercial

_ _ _ _	=	_ _ _ _	+	_ _ _ _
Total		Auxiliares		Comerciales

CONFIDENCIALIDAD Y OBLIGATORIEDAD

Conforme con las disposiciones de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica en vigor:

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 la 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".

LA UNIDAD DE OBSERVACIÓN ES LA EMPRESA COMERCIAL

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.

Los datos asentados en este cuestionario deben corresponder solamente a esta empresa comercial e incluir todas las actividades que se realicen en ésta.

Los directores, administradores, gerentes, representantes o encargados de la unidad económica son solidariamente responsables de la información asentada en los documentos autorizados o suscritos por ellos.

Todos los servicios relacionados con este cuestionario son gratuitos

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 4433 o en el correo electrónico: encuestas.economicas@inegi.org.mx

LOS RESULTADOS DERIVADOS DE ESTA ENCUESTA LOS PODRÁ CONSULTAR EN: www.inegi.org.mx

IMPORTANTE

Verifique con el informante que el nombre de la empresa comercial y los datos siguientes correspondan a esta razón social. En caso de haber algún error, trace una línea sobre el dato incorrecto y anote claramente el correcto en la parte superior del mismo.

PRIORIDAD	CLAVE ÚNICA	CLEE	CLAVE INFORMANTE	NÚM. DE CONTROL	FOLIO	CLAVE DE LA SE
NOMBRE DE LA UNIDAD ECONÓMICA			NOMBRE DEL PROPIETARIO O RAZÓN SOCIAL			RFC
TIPO DE VIALIDAD	NOMBRE DE LA VIALIDAD	NÚM. EXT. NÚM.	NÚM. EXT. ALF.	NÚM. EXT. ANT.	NÚM. INT. NÚM.	
NÚM. INT. ALF.	TIPO DE ASENTAMIENTO	NOMBRE DEL ASENTAMIENTO HUMANO			CÓDIGO POSTAL	
CLAVE Y NOMBRE DEL ESTADO O LA CIUDAD DE MÉXICO		CLAVE Y NOMBRE DEL MUNICIPIO O DEMARCACIÓN TERRITORIAL			CLAVE Y NOMBRE DE LA LOCALIDAD	
TIPO Y NOMBRE DE LA ENTRE VIALIDAD 1		TIPO Y NOMBRE DE LA ENTRE VIALIDAD 2		TIPO Y NOMBRE DE LA VIALIDAD POSTERIOR		
DESCRIPCIÓN DE LA UBICACIÓN		AGEB	MANZANA	TIPO DE TELÉFONO	NÚM. TELEFÓNICO	NÚM. EXT.
CORREO ELECTRÓNICO		PÁGINA DE INTERNET		JG	SUP	ENTR.
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD		TIPO DE UE	ESTRATO	TIPO DE CUESTIONARIO	

www.inegi.org.mx

B₀₀₁ A C 1

Los datos proporcionados serán utilizados con apego estricto a la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica en vigor

Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica aprobada por el H. Congreso de la Unión y publicada en el Diario Oficial de la Federación el 16 de abril de 2008.

ARTÍCULO 2. Fracción VII: Para efectos de esta Ley se entenderá por Informantes del Sistema a las personas físicas y morales, a quienes les sean solicitados datos estadísticos y geográficos en términos de esta Ley.

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.

Cuando se deba divulgar la información a que se refiere el párrafo anterior, ésta deberá estar agregada de tal manera que no se pueda identificar a los Informantes del Sistema y, en general, a las personas físicas o morales objeto de la información.

ARTÍCULO 40. Los informantes del Sistema a quienes se les requieran datos estadísticos o geográficos deberán ser enterados de:

- I. El carácter obligatorio o potestativo de sus respuestas según corresponda,
- II. La obligación de proporcionar respuestas veraces y de las consecuencias de la falsedad en sus respuestas a los cuestionarios que se les apliquen,
- III. La posibilidad del ejercicio del derecho de rectificación,
- IV. La confidencialidad en la administración, manejo y difusión de sus datos,
- V. La forma en que será divulgada o suministrada la información, y
- VI. El plazo para proporcionar los datos, el cual deberá fijarse conforme a la naturaleza y características de la información a rendir.

Las anteriores previsiones deberán aparecer en los cuestionarios y documentos que se utilicen para recopilar datos estadísticos o geográficos.

ARTÍCULO 41. Los informantes del Sistema, en su caso, podrán exigir que sean rectificadas los datos que les conciernan, para lo cual deberán demostrar que son inexactos, incompletos o equívocos.

Cuando proceda, deberá entregarse al Informante del Sistema un documento en donde se certifique el registro de la modificación o corrección. Las solicitudes correspondientes se presentarán ante la misma autoridad que captó la información.

ARTÍCULO 42. Los informantes del Sistema podrán denunciar ante las autoridades administrativas y judiciales, todo hecho o circunstancia del que se derive que se hubieren desconocido los principios de confidencialidad y reserva a que se refiere esta Ley.

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. Los datos que proporcionen los Informantes del Sistema, serán confidenciales en términos de esta Ley y de las reglas generales que conforme a ella dicte el Instituto.

La información no queda sujeta a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, sino que se dará a conocer y se conservará en los términos previstos en la presente Ley.

ARTÍCULO 48. El Instituto, en el ejercicio de las facultades que le confiere esta Ley, podrá efectuar inspecciones para verificar la autenticidad de la información, cuando los datos proporcionados sean incongruentes incompletos o inconsistentes.

Para mayor información relacionada con las normas anteriores, puede usted remitirse a la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (LSNIEG)

INSTRUCCIONES GENERALES DE LLENADO

- Recuerde que los datos que proporcione deben referirse solo a esta empresa.
- Es importante que lea las definiciones de los conceptos, las cuales se encuentran en la sección Conceptos y Precisiones Metodológicas que inicia en la página 10 de este cuestionario.
- Escriba en forma clara y legible, evitando cometer errores. En caso de tener alguno al asentar cifras, trace una línea horizontal sobre el dato erróneo y escriba el correcto en la parte superior del mismo.
- Las variables monetarias serán expresadas en **miles de pesos, sin puntos decimales** u otros caracteres.
- Los campos sombreados son para uso exclusivo del INEGI.
- Existe una sección en la página 9 para que usted registre las observaciones y aclaraciones que considere pertinentes para complementar sus respuestas.
- En caso de ser necesario redondear alguna cifra (monetaria, porcentaje o promedio), tome en cuenta lo siguiente: cuando la fracción sea de 0.5 o más, aumente al entero siguiente; si es menor, se queda el entero que está.

CUALQUIER DUDA RELACIONADA CON EL LLENADO DE ESTE CUESTIONARIO PUEDE SER ACLARADA EN LOS TELÉFONOS:

_____ y _____ DEL INSTITUTO CON _____

I. PERSONAL DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017)		HOMBRES	MUJERES
Indique el promedio anual de personas que laboraron dependiendo de esta razón social durante 2017.		B	C
H₀₁₀ Personal remunerado dependiente de la razón social Incluya: al personal que se encontraba en nómina realizando actividades directamente vinculadas con la compra-venta de bienes, administración, dirección y en general con la actividad comercial, recibiendo regularmente un sueldo fijo; así como al personal asimilable a salarios y a los asociados. Excluya: a los familiares, propietarios y otras personas que no recibieron regularmente un sueldo o salario. <i>Cuando anote personal remunerado dependiente de la razón social; no olvide reportar en la variable J000 las remuneraciones pagadas.</i>			
H₃₀₀ Propietarios, familiares y otros trabajadores no remunerados: Incluya: a familiares, propietarios y otras personas que no recibieron regularmente un sueldo o salario.			
H₀₀₀ TOTAL de personal dependiente de la razón social			
II. PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017)		HOMBRES	MUJERES
Indique el promedio anual de personas que laboraron sin depender de esta razón social durante 2017. Excluya: al personal de las empresas contratadas para proporcionar servicios profesionales o técnicos, como: limpieza, jardinería, vigilancia, médicos, auxiliares contables, contadores, trabajadores por cuenta propia, personal de demostración o promoción de otras unidades comerciales, entre otros.		B	C
I₀₀₀ PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL Personas que dependen contractualmente de otra razón social o personal de ventas que cobra exclusivamente con base en comisiones u honorarios. <i>Cuando anote personal no dependiente de la razón social o personal que cobra exclusivamente con base en comisiones; no olvide reportar en la variable K640 los pagos por personal no dependiente de la razón social.</i>			
I₁₉₉ Anote el nombre de la razón social de la empresa que le suministró el personal.		_____ _____	
III. REMUNERACIONES (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017)		MONTO DE LAS REMUNERACIONES (Miles de pesos)	
Indique el monto de las remuneraciones pagadas por esta empresa comercial al personal ocupado dependiente de la razón social durante 2017. Excluya: las indemnizaciones, los pagos por personal no dependiente de la razón social y comisiones que no complementan un sueldo base.		A	
J₀₀₀ TOTAL de remuneraciones Incluya: el monto total de los sueldos y salarios pagados al personal remunerado; las contribuciones patronales a regímenes de seguridad social; las prestaciones sociales pagadas al personal remunerado; y las utilidades repartidas a los trabajadores. Excluya: las indemnizaciones o liquidaciones del personal. <i>Cuando anote remuneraciones; no olvide reportar en la variable H010 el personal remunerado dependiente de la razón social.</i>			
IV. CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017)		MONTO DEL CONSUMO (Miles de pesos)	
Indique el valor de los bienes y servicios consumidos por esta empresa comercial durante 2017, 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 para su consumo o transformación. Nota: en el caso de las Mercancías compradas para su reventa (K100) considere como base la compra. NO INCLUYA EL IVA; LAS COMPRAS NI DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.		A	
K₁₀₀ Mercancías compradas para su reventa Incluya: el valor de las mercancías que fueron compradas o que se recibieron en transferencia para venderse en el mismo estado en que fueron adquiridas. Excluya: el valor de las mercancías recibidas en consignación.			

CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017) NO INCLUYA EL IVA, LAS COMPRAS NI LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	MONTO DEL CONSUMO (Miles de pesos) A
K₂₀₀ Materiales consumidos para la prestación de servicios Indique el valor de los materiales consumidos para la prestación de servicios que se consumieron para los servicios profesionales, técnicos, personales, entre otros. Excluya: envases y empaques.	
K₃₁₀ Materias primas y auxiliares consumidas Incluya: las materias primas y auxiliares consumidas, empleadas en la producción de bienes propiedad de la empresa comercial y el agua, cuando se integran físicamente al producto. Excluya: las materias primas y auxiliares propiedad de terceros que recibe para maquila; así como los materiales para el mantenimiento o la construcción de activos fijos para uso propio.	
K₄₁₁ Consumo de combustibles y lubricantes Incluya: el consumo de gasolina, diesel, gas, grasas, aceites y otros combustibles y lubricantes.	
K₄₁₂ Consumo de energía eléctrica	
K₅₀₀ Pagos por alquiler de bienes muebles e inmuebles Incluya: el pago por alquiler de oficina, locales, maquinaria, equipo, etcétera. Excluya: los pagos por arrendamiento financiero.	
K₆₄₀ Pagos por personal no dependiente de la razón social Indique los pagos efectuados a empresas suministradoras de personal. <i>Cuando anote pagos por personal no dependiente de la razón social o personas que cobran exclusivamente con base en comisiones; no olvide reportar en la variable 1000 el personal no dependiente de la razón social; y en la variable 1199 el nombre de la razón social de la empresa suministradora de personal.</i>	
K₈₁₀ Pagos por publicidad Indique los pagos por publicidad en televisión, radio, periódicos; así como en exteriores y material de distribución a clientes o al público en general.	
K₈₂₀ Pagos por servicios de comunicación Indique los pagos efectuados por servicios de telefonía, Internet, radiocomunicaciones, etcétera.	
K₉₁₀ Consumo de envases y empaques Incluya: las cajas, bolsas y otros materiales para proteger, transportar, presentar y contener las mercancías.	
K₉₉₉ Otros consumos de bienes y servicios Incluya: los gastos por primas de seguros de bienes y servicios; la contratación de los servicios de vigilancia, intendencia, limpieza, jardinería; honorarios por servicios profesionales y técnicos; entre otros. Excluya: los intereses y comisiones bancarias que pagó por préstamos y créditos, y otros gastos de tipo financiero; los dividendos; los impuestos; las licencias de operación; y las remuneraciones.	
<p align="center">Indique los tres principales conceptos incluidos en la variable K999 de otros consumos de bienes y servicios</p> <p>1) _____</p> <p>2) _____</p> <p>3) _____</p>	
K₀₀₀ TOTAL de consumo de bienes y servicios	
K₀₀₁ IVA pagado	

V. GASTOS FISCALES, FINANCIEROS Y DONACIONES (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017) Indique los gastos fiscales, financieros y donaciones de esta empresa comercial, de acuerdo con los siguientes conceptos. NO INCLUYA EL IVA, LAS COMPRAS NI LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS	MONTO DE LOS GASTOS (Miles de pesos) A
L₂₁₀ Impuestos que gravan la actividad Ejemplos: impuestos sobre la nómina; impuesto predial; impuesto sobre la propiedad de los activos fijos; impuestos por la adquisición y otras operaciones con bienes inmuebles; impuestos sobre tenencia y uso de vehículos.	
L₂₂₀ Impuestos específicos a los productos Ejemplos: impuestos generales sobre las ventas o sobre la adquisición de bienes (excepto el IVA); impuestos al comercio exterior; impuestos especiales sobre producción y servicios; entre otros.	
L₉₉₉ Otros gastos fiscales, financieros y donaciones Incluya: los intereses sobre créditos o préstamos recibidos, comisiones bancarias, dividendos, los gastos por concepto de pérdidas cambiarias, comisiones sobre expedición de cheques; multas; donaciones; y el impuesto sobre la renta . Excluya: el IVA, la compra y la depreciación de los activos fijos.	
Indique los tres principales conceptos incluidos en la variable L999 de otros gastos fiscales, financieros y donaciones 1) _____ 2) _____ 3) _____	
L₀₀₀ TOTAL de gastos fiscales, financieros y donaciones	

VI. INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017) Indique el monto de ingresos que obtuvo esta empresa comercial durante 2017 por suministro de bienes y servicios, valorados a costo 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 a los clientes, excepto el IVA . NO INCLUYA EL IVA NI LAS VENTAS DE ACTIVOS FIJOS	MONTO DE LOS INGRESOS (Miles de pesos) A
M₁₀₀ Ventas netas de mercancías adquiridas para su reventa Indique los ingresos por la venta de mercancías que vendió en las mismas condiciones en que las recibió. Incluya: las mercancías que envió en consignación y fueron vendidas y la venta de mercancías recibidas en transferencia. Excluya: las mercancías que recibió en consignación. <i>Si obtuvo ingresos por las ventas netas de mercancías adquiridas para su reventa; debe observar un valor superior o igual al consumo de mercancías compradas para su reventa, más la diferencia de las existencias $M_{100A} \geq K_{100A} + (P_{100A} - P_{100B})$.</i> <i>Si no se cumple esta condición, explique las razones en la sección de observaciones y comentarios de la página 9 de este documento.</i>	
M₃₁₀ Ventas netas de productos elaborados Incluya: los productos terminados que ya habían sido vendidos, pero que aún se encontraban bajo su control, los productos enviados a otros establecimientos de la misma empresa; y las ventas de productos defectuosos. Excluya: la reventa de mercancías; los anticipos por productos; los ingresos por concepto de maquila; y los bienes producidos por otros establecimientos de la misma empresa que fueron vendidos por esta empresa comercial.	
M₉₇₁ Ingresos por consignación y comisión Indique el valor de las comisiones u honorarios recibidos por la venta de mercancías propiedad de terceros.	
M₂₀₀ Ingresos por prestación de servicios Indique el valor de los ingresos por la prestación de servicios profesionales o técnicos a terceros, como la reparación y mantenimiento, asesoría, etcétera. Incluya: materiales que utilizó para la prestación de servicios. Excluya: el alquiler de bienes muebles e inmuebles.	

INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017) NO INCLUYA EL IVA NI LAS VENTAS DE ACTIVOS FIJOS	MONTO DE LOS INGRESOS (Miles de pesos) A
M₅₀₀ Ingresos por alquiler de bienes muebles e inmuebles Indique el valor de los ingresos por alquiler de locales, espacios de tienda, maquinaria, equipo y mobiliario.	
M₉₉₉ Otros ingresos por suministro de bienes y servicios Incluya: los ingresos que obtuvo la empresa comercial por conceptos no especificados en los renglones anteriores, como podría ser la venta de publicidad. Excluya: el financiamiento recibido, las cuotas y aportaciones, dividendos, donaciones, subsidios, ingresos por operaciones financieras, la venta y la depreciación de activos fijos.	
Indique los tres principales conceptos incluidos en la variable M999 de otros ingresos suministro de bienes y servicios 1) _____ 2) _____ 3) _____	
M₀₀₀ TOTAL de ingresos por suministro de bienes y servicios <i>Los ingresos por suministro de bienes y servicios deben ser mayores o iguales a la suma de las remuneraciones y el total del consumo de bienes y servicios ($M_{000} \geq J_{000} + K_{000}$). Si no se cumple esta condición, explique las razones en la sección de observaciones y comentarios de la página 9 de este documento.</i>	
M₀₀₁ IVA cobrado	

VII. INGRESOS FINANCIEROS, SUBSIDIOS Y DONACIONES (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017) Indique los ingresos financieros, subsidios y donaciones que obtuvo esta empresa comercial durante 2017. NO INCLUYA EL IVA NI LAS VENTAS DE ACTIVOS FIJOS	MONTO DE LOS INGRESOS (Miles de pesos) A
N₀₀₀ TOTAL de ingresos financieros, subsidios y donaciones Indique el valor total de los ingresos por conceptos que no tienen una relación directa con su giro de actividad. Incluya: subsidios; ingresos financieros, aportaciones y donaciones. Excluya: el financiamiento recibido y la venta de activos fijos.	
Indique los tres principales conceptos incluidos en la variable N000 de total de ingresos financieros, subsidios y donaciones 1) _____ 2) _____ 3) _____	

VIII. EXISTENCIAS Indique el monto de los bienes comprados para su reventa por esta empresa comercial y que en las fechas señaladas se encontraban formando parte de sus inventarios. Excluya: los activos fijos. El dato que reporte debe ser de la fecha señalada, no el acumulado anual. NOTA: NO INCLUYA EL VALOR DE LOS ACTIVOS FIJOS NO INCLUYA EL IVA	VALOR DE LAS EXISTENCIAS (Miles de pesos)	
	EL 31 DE DICIEMBRE DE 2016 A	EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017 B
P₁₀₀ Existencias de mercancías compradas para su reventa Indique el valor de las mercancías que al inicio o al final del periodo de estudio no habían sido vendidas.		
P₁₀₁ Tasa de rotación de inventarios Expresa el número de veces que los inventarios fueron sustituidos por las ventas de mercancías adquiridas para su reventa, para tal efecto puede utilizar el inventario inicial, el inventario final o el promedio de estos, según el análisis de estados financieros que utiliza regularmente la empresa comercial.	NÚMERO DE ROTACIONES A	
Ejemplo: $\frac{\text{Ventas}}{\text{Inventario inicial}} = \frac{80\ 000}{10\ 000} = 8$		

IX. ACTIVOS FIJOS A VALOR PRESENTE O COSTO DE REPOSICIÓN Indique el valor de los activos fijos de esta empresa comercial, de acuerdo con el siguiente desglose: NO INCLUYA EL IVA	ACTIVOS FIJOS (Miles de pesos) A	DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS (Miles de pesos) B	COMPRAS DE ACTIVOS FIJOS Y REFORMAS MAYORES REALIZADAS (Miles de pesos) C	VENTAS DE ACTIVOS FIJOS REALIZADAS (Miles de pesos) D
	El 31 de diciembre de 2017			
Q₁₀₀ Maquinaria y equipo de producción Ejemplos: básculas, rebanadoras, montacargas, máquinas dispensadoras y otro tipo de maquinaria empleada para realizar la actividad.				
Q₂₀₀ Bienes inmuebles Ejemplos: locales, oficinas, terrenos y otros inmuebles; así como reformas y reparaciones mayores.				
Q₃₀₀ Unidades y equipo de transporte Ejemplos: automóviles, camiones, motocicletas y otros vehículos utilizados para transportar mercancías o personas fuera del establecimiento. Excluya: montacargas.				
Q₄₀₀ Equipo de cómputo y periféricos Ejemplos: computadoras, impresoras, digitalizadoras, etcétera. Excluya: el software.				
Q₉₀₀ Mobiliario, equipo de oficina y otros activos fijos Ejemplos: góndolas, refrigeradores, anaqueles, escritorios, sillas y otros muebles para la tienda u oficinas.				
Q₀₀₀ Total de activos fijos				

X. IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y CLIENTES (Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2017)		
Indique el porcentaje de acuerdo con el origen de las mercancías compradas para su reventa, según tipo de proveedor; de igual forma el porcentaje de las ventas de acuerdo con el tipo de cliente.		
TIPO DE PROVEEDORES Y CLIENTES	COMPRAS SEGÚN TIPO DE PROVEEDOR (Porcentaje) B	VENTAS SEGÚN TIPO DE CLIENTES (Porcentaje) C
V ₁₁₁ Productores industriales y agropecuarios	%	%
V ₁₁₂ Prestadores de servicios	%	%
V ₁₁₃ Comercios al por mayor	%	%
V ₁₁₄ Comercios al por menor	%	%
V ₁₁₅ Consumidores finales		%
V ₁₁₉ Otros proveedores	%	
V ₁₁₈ _____ especifique		
V ₁₂₀ Otros clientes		%
V ₁₂₁ _____ especifique		
V110 TOTAL de proveedores y clientes	100 %	100 %

XI. CLASIFICACIÓN ECONÓMICA	
F ₂₀₁ Principales mercancías o líneas de bienes comercializados	
1) _____	
2) _____	
3) _____	
F ₂₀₂ Indique el nombre genérico de sus establecimientos, por ejemplo: farmacia, tienda de abarrotes, miscelánea, papelería, venta de camiones al por mayor, llantera, venta de aceites y lubricantes, gasera, venta de acero al por mayor, etcétera.	

F ₂₀₃ ¿Cuál es el lugar en que principalmente realiza las actividades comerciales?	Opción 1, 2, 3, 4, 5 o 9
1) Tienda con acceso del público a las mercancías	
2) Tienda con atención personal del vendedor en el mostrador	
3) Oficina de ventas	
4) Ventas de bodega, almacén o depósito	
5) Por telecomunicaciones	
9) Otros F ₂₀₉ _____ especifique	
Indique en porcentaje los medios o formas que emplea esta empresa comercial en el desarrollo de sus actividades	
F ₂₁₁ Venta directa en el establecimiento	%
F ₂₁₂ Catálogo o correo postal	%
F ₂₁₃ Internet	%
F ₂₁₄ Teléfono	%
F ₂₁₅ Otras telecomunicaciones	%
F ₂₁₉ Otros medios F ₂₂₀ _____ especifique	%
F ₂₁₀ TOTAL de formas de comercialización	100 %

CONCEPTOS Y PRECISIONES METODOLÓGICAS PARA EL LLENADO DEL CUESTIONARIO

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 precisa lo siguiente:

- 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 limita solo a aquellas unidades dedicadas exclusiva o principalmente a la venta sin transformación de artículos, así como a las oficinas administrativas, almacenes y otros locales, oficinas y terrenos empleados para apoyar la actividad comercial, aun cuando en dichos lugares no se realice la compra o venta de mercancías.
- 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, además 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 por correo o telecomunicaciones.
 - La venta exclusivamente por catálogo.
 - La venta por medios electrónicos (Internet, fax y correo electrónico).
 - 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.
- La empresa comercial puede tener uno o varios establecimientos auxiliares, los cuales deben ser reportados en el presente cuestionario.
- 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.

Ejemplo: bodegas, oficinas administrativas, salas de exhibición, etcétera.

La información del presente cuestionario abarca todas las ubicaciones físicas en las que se realizó la compra y/o venta de mercancías y los establecimientos que apoyaron estas actividades, sin importar el lugar en que se encuentren.

PERSONAL DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL. Comprende al personal contratado directamente por esta razón social; de planta, eventual y no remunerado, que trabajó durante 2017 para la empresa comercial sujeto a **su dirección y control**, cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral.

Incluye: al personal asimilable a salarios y el denominado como asociado; 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; propietario, socios, familiares y trabajadores a destajo.

Excluye: pensionados y jubilados; personal con licencia ilimitada y personal que trabajó exclusivamente por honorarios o comisiones, sin recibir un sueldo base.

PERSONAL REMUNERADO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL. Son todas las personas remuneradas contratadas directamente por esta empresa comercial, sujetas a su dirección y control, cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma y que recibió un pago por el desempeño de sus actividades administrativas o bien, directamente vinculadas con la actividad.

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.

Ejemplo: personal de ventas o de mostrador, personal de almacén, personal técnico y de apoyo, personal técnico de mantenimiento, empacadores, bodegueros, personal de manejo de materiales y mercancías, supervisores e inspectores, personal de embarques y recibo de mercancías; así como directivos, gerentes, ejecutivos, secretarías, recepcionistas, auxiliares de oficina, mensajeros, oficinistas, mecanógrafos o capturistas.

Excluye: a los familiares, propietarios y otras personas que no recibieron regularmente un sueldo o salario.

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 considera 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 esto; 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 mes y se dividirá entre el número de meses que laboró la empresa, como se muestra a continuación:

Primer semestre	Personal ocupado	Segundo semestre	Personal ocupado
Enero	40	Julio	40
Febrero	45	Agosto	42
Marzo	42	Septiembre	43
Abril	41	Octubre	40
Mayo	39	Noviembre	39
Junio	36	Diciembre	45
Suma	243	Suma	249

Ahora sume los dos semestres:

Primer semestre	243		
Segundo semestre	+ 249	492 personas ocupadas	= 41 personas ocupadas promedio
Total anual	492	12 meses	

PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL. Son todas las personas que trabajaron para la empresa comercial durante 2017, pero que dependían contractualmente de otra razón social y realizaron labores ligadas con la producción, comercialización, prestación de servicios, administración, contabilidad, entre otras; cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma.

Ejemplo: personal de ventas o de mostrador, personal de almacén, personal técnico y de apoyo, empacadores, bodegueros, personal dedicado a tareas de provisión de mercancías; así como directivos, gerentes, ejecutivos, secretarías, recepcionistas, auxiliares de oficina, mensajeros, oficinistas, mecanógrafos o capturistas.

Excluye: al personal que trabajó en la empresa comercial por la contratación de servicios de vigilancia, limpieza y jardinería.

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, prestaciones sociales y utilidades distribuidas al personal, 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.

Ejemplo: sueldos y salarios, aguinaldos, comisiones sobre ventas que complementan el sueldo base, primas vacacionales, bonificaciones, incentivos, gratificaciones, bonos de productividad y crédito al salario, las contribuciones patronales a regímenes de seguridad social como al IMSS, INFONAVIT, etcétera; así como las aportaciones a fondos de ahorro para el retiro (SAR); otras prestaciones sociales: seguros de gastos médicos, despensas, primas de seguros al personal, ayudas para estudio (becas) y guarderías, aportaciones patronales a sistemas de ahorro y pensión, diferentes a los regímenes de seguridad social; así como las utilidades repartidas a los trabajadores.

Excluye: pagos por liquidaciones e indemnizaciones; pagos a terceros por el suministro de personal ocupado; pagos exclusivamente de comisiones y honorarios para aquel personal que no recibe un sueldo base; y pagos de honorarios por servicios profesionales contratados de manera infrecuente.

CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS. Es el valor de los bienes y servicios consumidos por la empresa comercial durante 2017, por todas aquellas actividades de producción de bienes y servicios.

Incluye: el valor de los bienes y servicios recibidos de otras unidades económicas.

Excluye: los gastos fiscales, financieros y donaciones.

Valoración a costo de adquisición. Se obtiene al considerar todas las erogaciones relacionadas con estos bienes, como: fletes, seguros y los impuestos, sin incluir el IVA; deduciendo descuentos, rebajas y concesiones recibidas.

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.

Ejemplo: abarrotes, electrodomésticos, prendas de vestir, ropa de cama o blancos, productos de tocador y perfumería, joyería, relojes, equipo de cómputo, calzado, artículos de papelería, productos agrícolas, maquinaria, herramientas, partes y refacciones automotrices, cigarros, vinos, cerveza, libros, revistas, periódicos, juguetes y artículos para regalo, artículos didácticos y de papelería.

Excluye: las mercancías recibidas en consignación.

MATERIALES CONSUMIDOS PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS. Es el importe de los productos y materiales de cualquier especie, que fueron consumidos por esta empresa comercial para proporcionar servicios que no constituyen su actividad normal.

Incluye: los productos y materiales consumidos provenientes de otros establecimientos de la misma empresa.

MATERIAS PRIMAS Y AUXILIARES CONSUMIDAS. Es el valor de los materiales que en conjunto se incorporaron a los bienes durante el proceso de producción y por ende, constituyen el elemento principal del producto.

Incluye: las materias primas y auxiliares enviadas a maquilar, las consumidas que provinieron de otras unidades económicas de la misma empresa (en transferencia) y el agua, cuando se utiliza como materia prima.

Excluye: las materias primas y auxiliares propiedad de terceros que se recibieron para maquilar; así como los materiales usados en el mantenimiento o la construcción de activos fijos para uso propio.

CONSUMO DE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES. Es el importe por consumo a costo de adquisición que realizó la empresa comercial en combustibles y lubricantes para el funcionamiento de la maquinaria, equipo y los vehículos.

Ejemplo: gasolina magna y premium, diesel; gas: natural, butano, licuado; carbón mineral y orgánico; petróleo, coque, hulla; lubricantes, grasas, aditivos.

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA. Es el valor a costo de adquisición que la empresa comercial pagó por la utilización de la energía eléctrica; en caso de autogeneración, impute el costo a precios de mercado.

PAGOS POR ALQUILER DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES. Son los pagos por concepto de arrendamiento puro u operativo (arrendamiento no financiero) de bienes muebles e inmuebles propiedad de terceros, que empleó la empresa comercial para el desempeño de sus actividades económicas.

Ejemplo: pagos por renta de locales comerciales, oficinas, bodegas, espacios de estacionamiento, terrenos, equipo de comercio, equipo de transporte.

PAGOS POR PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL. Son los pagos que realizó la empresa comercial a otra razón social que le suministró personal para el desempeño de las actividades productivas y de apoyo.

Incluye: los pagos que realizó por el personal que cobró a través de honorarios o comisiones que no resulta ser un complemento a una remuneración base.

Ejemplo: personal en actividades administrativas, pagos al personal que trabajó por honorarios o comisiones que no complementan un sueldo base; a personal de mantenimiento de equipo; vendedores; comisionistas y agentes que realizan trabajos por los cuales reciben comisiones.

Excluye: los pagos por la prestación de servicios de vigilancia, intendencia, limpieza y jardinería, entre otros; comisiones pagadas en adición a un salario base.

PAGOS POR PUBLICIDAD. Es el valor de los gastos a costo de adquisición que realizó la empresa comercial por la difusión y propaganda de sus bienes, servicios o su imagen pública.

Ejemplo: distribución de folletos, volantes; anuncios en radio, televisión y en medios impresos; pagos a agencias publicitarias; alquiler de espacios para anuncios espectaculares; alquiler de espacios en vía pública y estaciones del transporte público; publicidad en diversos productos como: prendas de vestir, vasos, llaveros, ceniceros, gorras, artículos de papelería, mochilas; publicidad en vehículos automotores y de transporte público (autobuses, taxis, transporte eléctrico); muestras gratis.

PAGOS POR SERVICIOS DE COMUNICACIÓN. Es el valor de los gastos a costo de adquisición que realizó la empresa comercial por el uso de diversos servicios de telecomunicaciones, como: teléfono, fax, Internet y satélite; así como por los servicios de mensajería y correo.

Incluye: los servicios de acceso a la información en línea.

CONSUMO DE ENVASES Y EMPAQUES. Es el valor del consumo de los artículos y materiales de cualquier naturaleza para contener, mejorar la presentación y proteger los productos contra su descomposición, daño o merma.

Incluye: los materiales para producir o armar los envases y empaques, y los consumidos provenientes de otros establecimientos de la misma empresa.

Ejemplo: valor de las cajas de cartón, papel, papel recubierto; madera, plásticos para envasado y empaque; y otros plásticos biodegradables; envases asépticos (tetrapak); unicef, envases de vidrio, materiales metálicos; flejes, herrajes, tornillos, clavos; celofán.

Excluye: los enviados a otros establecimientos de la misma empresa.

OTROS CONSUMOS 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 conceptos 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 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.

GASTOS FISCALES, FINANCIEROS Y DONACIONES. Son los gastos que la empresa comercial destinó a conceptos fiscales y de financiamiento durante 2017.

Incluye: las donaciones.

IMPUESTOS QUE GRAVAN LA ACTIVIDAD. Son los pagos que efectuó la empresa comercial por la realización de una actividad económica, independientemente de los niveles de producción alcanzados. Por ejemplo:

- Impuesto sobre la nómina salarial.
- Impuesto predial.
- Impuesto sobre la propiedad de los activos fijos.
- Impuesto por la adquisición y otras operaciones con bienes inmuebles.
- Impuesto sobre tenencia o uso de vehículos.

IMPUESTOS ESPECÍFICOS A LOS PRODUCTOS. Son los pagos que efectuó la empresa comercial por la retención que realizó de estos impuestos por cada unidad de un determinado bien o servicio. Normalmente se devengan cuando se produce, vende, importa, exporta, arrienda, transfiere, suministra, usa para autoconsumo, o para la propia formación de capital. Por ejemplo:

- Impuestos generales sobre las ventas o sobre la adquisición de bienes (**excepto el IVA**).
- Impuesto al comercio exterior.
- Impuesto especial sobre producción y servicios (IEPS).
- Impuesto sobre anuncios publicitarios.
- Impuesto sobre automóviles nuevos.

OTROS GASTOS FISCALES, FINANCIEROS Y DONACIONES. Es el valor de los gastos en que incurrió la empresa comercial por concepto de otras operaciones no derivadas de su actividad.

Incluye: las donaciones, intereses pagados sobre créditos o préstamos recibidos, derechos y el impuesto sobre la renta.

Excluye: el IVA, la compra y depreciación de los activos fijos.

INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS. Es el monto que obtuvo la empresa comercial durante 2017 por todas aquellas actividades de producción, comercialización o prestación de servicios.

Excluye: los ingresos financieros, subsidios y cuotas.

Valoración a costo de facturación. Debe realizarse considerando todos los impuestos cargados al comprador, excepto el IVA y deben deducirse todas las concesiones otorgadas a los clientes, tales como: descuentos y bonificaciones; así como los fletes, seguros y almacenamiento de los productos suministrados por esta empresa comercial, 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 vendió, en las mismas condiciones en que las recibió.

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

Ejemplo: productos perecederos; abarrotes, dulces, refrescos, autopartes, productos cosméticos y de aseo personal, productos de tocador, regalos, productos y envases desechables, juguetes, artículos de limpieza para el hogar, componentes electrónicos, libros, revistas, periódicos, joyería, prendas de vestir, artículos deportivos, zapatos, productos fotográficos, artículos de papelería, computadoras y consumibles.

Excluye: las mercancías para su reventa que recibió en consignación.

VENTAS NETAS DE PRODUCTOS ELABORADOS. Son los ingresos a valor de facturación que obtuvo la empresa comercial por la venta de los bienes producidos por esta misma durante 2017.

Incluye: las ventas de productos defectuosos; las ventas de productos enviados a otras unidades económicas de la misma empresa y, los productos terminados que ya habían sido vendidos, pero que aún se encontraban bajo su control.

Excluye: la reventa de mercancías; los anticipos por productos; los ingresos por concepto de maquila y los bienes producidos por otras unidades económicas de la misma empresa.

INGRESOS POR CONSIGNACIÓN Y COMISIÓN. Son los ingresos que tuvo la empresa comercial por las ventas de bienes propiedad de terceros, recibiendo por tales ventas una comisión u honorario.

INGRESOS POR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS. Son los ingresos que obtuvo la empresa comercial por la prestación de servicios profesionales o técnicos a terceros, como: la reparación y mantenimiento, asesorías, etcétera.

Incluye: las refacciones que utilizó para la prestación de servicios.

INGRESOS POR ALQUILER DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES. Son los ingresos a valor de facturación que obtuvo la empresa comercial por la cesión temporal a otra razón social del derecho de uso o disfrute de los bienes muebles o bienes raíces de su propiedad.

Ejemplo: renta de locales comerciales, oficinas, edificios, bodegas, terrenos, áreas para estacionamiento; maquinaria y equipo comercial, renta de equipo de transporte.

OTROS INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS. Son los que obtuvo la empresa comercial por conceptos no especificados en los renglones anteriores, como son: venta de publicidad, venta de material de desecho, etcétera.

Ejemplo: ingresos por regalías, franquicias, uso de marcas; venta de material de desecho; reparación y mantenimiento a terceros; ingresos por venta de espacios para publicidad.

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

INGRESOS FINANCIEROS, SUBSIDIOS Y DONACIONES. Es el importe monetario o en especie que obtuvo la empresa comercial durante 2017, 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.

Excluye: el financiamiento recibido y la venta de activos fijos.

EXISTENCIAS. Es el valor de las mercancías para la reventa propiedad de la empresa comercial, que se encontraban formando parte de sus inventarios en almacén, lugares de exhibición o venta, durante las fechas señaladas, independientemente del periodo en que fueron adquiridas.

Excluye: los activos fijos.

Valoración de las existencias. Debe realizarse de acuerdo con su valor en libros.

EXISTENCIAS DE MERCANCÍAS COMPRADAS PARA SU REVENTA. Es el valor en libros (saldo en el inventario inicial y final) de las mercancías compradas para su reventa, propiedad de la empresa comercial, que se encontraban formando parte de sus inventarios durante las fechas señaladas, independientemente del periodo en que fueron adquiridas.

Incluye: las mercancías compradas para su reventa que no habían sido vendidas y que fueron enviadas a terceros para su venta a consignación; así como las que se recibieron de otros establecimientos de la misma empresa.

Ejemplo: valor de llantas y rines para vehículos automotores; pinturas y artículos de ferretería, abarrotos; consumibles para computadora; productos de limpieza; electrodomésticos, muebles, aparatos de línea blanca; ropa; zapatos; utensilios para cocina, artículos escolares y didácticos, que se encontraban en almacén, exhibición o sin vender.

Excluye: las mercancías que se recibieron en consignación y aún no se vendían y las que se mandaron a otros establecimientos de la misma empresa.

TASA DE ROTACIÓN DE INVENTARIOS. Expresa el número de veces que los inventarios fueron sustituidos por las ventas de mercancías adquiridas para su reventa, para tal efecto puede utilizar el inventario inicial, el inventario final o el promedio de estos, según el análisis de estados financieros que utiliza regularmente la empresa comercial.

ACTIVOS FIJOS. Es el valor actualizado de todos aquellos bienes propiedad de la empresa comercial –cuya vida útil es superior a un año– que tienen la capacidad de producir o proporcionar las condiciones necesarias para la generación de bienes y servicios.

Incluye: los activos fijos propiedad de la empresa comercial alquilados a terceros; los que utiliza normalmente la empresa comercial, aun cuando sean asignados temporalmente a otros establecimientos de la misma empresa; los que produce la empresa comercial para uso propio y los activos fijos que obtuvo en arrendamiento financiero.

Excluye: los activos fijos que utilizan normalmente otros establecimientos de la misma empresa, pero que son asignados a la empresa comercial en estudio; los activos fijos en arrendamiento puro; las reparaciones menores de los activos fijos; los gastos por reparación y mantenimiento corriente.

Valoración de los activos fijos. Debe reportarse a valor actual o costo de reposición de los activos fijos, tomando en consideración las condiciones en las que se encontraban en la fecha señalada, es decir, tomando en cuenta la depreciación por su uso u obsolescencia y los cambios de su valor por variaciones en los precios y el tipo de cambio.

DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS. Comprende la pérdida de valor durante 2017 por el uso u obsolescencia de los activos fijos propiedad de la empresa comercial.

Nota: tenga cuidado de no incluir la depreciación acumulada o histórica.

COMPRA DE ACTIVOS FIJOS Y REFORMAS MAYORES. Es el monto de las adquisiciones y transferencias recibidas de activos fijos a valor actual, nuevos o usados, durante 2017 y su puesta en funcionamiento, sumando todas las erogaciones en que incurrió para llevar e instalar los activos fijos en la empresa comercial.

Incluye: las mejoras, reformas y renovaciones de importancia que realizó la empresa comercial en sus activos fijos para incrementar la productividad o vida útil de estos; y la producción de activos fijos para uso propio.

Excluye: las reparaciones y mantenimiento corriente de los activos fijos.

VENTAS DE LOS ACTIVOS FIJOS. Es el monto de las ventas realizadas durante 2017 de activos fijos que fueron propiedad de la empresa comercial.

MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN. Es el valor actualizado de la maquinaria y el equipo mecánico, eléctrico, computarizado o de otro tipo, propiedad de la empresa comercial, vinculada directamente con sus procesos de producción y tareas auxiliares.

BIENES INMUEBLES. Es el valor actualizado de los edificios, locales y construcciones e instalaciones propiedad de la empresa comercial que utilizó para el desarrollo de sus actividades; así como las áreas para estacionamiento, esparcimiento, áreas verdes, entre otras.

Incluye: el valor de los terrenos, estén o no edificados, situados en la misma ubicación física de la empresa comercial.

UNIDADES Y EQUIPO DE TRANSPORTE. Es el valor actualizado del equipo de transporte (vehículos automotores, aviones, barcos, etcétera) propiedad de la empresa comercial, que utilizó para transportar personas o carga fuera de la misma.

Excluye: el equipo necesario para transportar o levantar carga dentro de la empresa comercial.

EQUIPO DE CÓMPUTO Y PERIFÉRICOS. Es el valor actualizado del equipo de cómputo y sus periféricos, propiedad de la empresa comercial, que no estaban integrados a la maquinaria y equipo de producción, como son: las computadoras, redes de comunicación, impresoras, digitalizadores, entre otros.

Ejemplo: equipo periférico no integrado a la maquinaria y equipo de producción, como: servidores, computadoras, *scanner*, cañones, multifuncionales, monitores LCD, pizarrones digitales, laptops, copadoras, proyectores, cámaras *web*.

Excluye: el *software*.

MOBILIARIO, EQUIPO DE OFICINA Y OTROS ACTIVOS FIJOS. Es el valor actualizado del mobiliario, equipo de oficina y otros bienes de capital propiedad de la empresa comercial, cuya vida útil sea mayor a un año y proporcionaron las condiciones necesarias para llevar a cabo la actividad productiva de la empresa comercial.

Ejemplo: máquinas de escribir, calculadoras, equipo telefónico y de fax, escritorios, mesas de cómputo, mesas de junta, libreros, esquineros, archiveros, sillas y sillones, mamparas, montacargas, diablitos, bandas transportadoras, cafeteras, enfriadores de agua, ventiladores, lámparas, accesorios de escritorio, cestos para basura.

IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES Y CLIENTES

PRODUCTORES INDUSTRIALES Y AGROPECUARIOS. Son las unidades económicas, agrícolas, forestales o ganaderas dedicadas a la producción y transformación de productos, que venden o compran mercancías industriales a esta empresa comercial.

PRESTADORES DE SERVICIOS. Son las unidades económicas que proporcionan algún tipo de servicio, ya sea personal, comunal, social, técnico o profesional, de carácter privado; las cuales venden o compran mercancías a esta empresa comercial.

COMERCIOS AL POR MAYOR. Son las unidades económicas que compran o venden bienes de consumo intermedio y bienes de capital en el mismo estado en que fueron adquiridas las cuales compran o venden a esta empresa comercial.

COMERCIOS AL POR MENOR. Son las unidades económicas que compran o venden bienes de consumo final en el mismo estado en que fueron adquiridas y las cuales compran o venden a esta empresa comercial.

CONSUMIDORES FINALES. Son las personas que compran mercancías a esta empresa comercial, para su consumo personal o familiar.

OTROS PROVEEDORES O CLIENTES. Son aquellas unidades económicas que reciben o prestan algún servicio, o venden materiales a esta empresa comercial y no se encuentran especificados en los conceptos anteriores.

HOJA DE CONTROL																	
A) DATOS DEL INFORMANTE																	
NOMBRE C ₇₁₁ _____ PUESTO C ₇₁₃ I__I TIPO DE VIALIDAD C ₄₁₁ _____ NOMBRE DE VIALIDAD inomvial _____ NÚM. EXT.NÚM. C ₄₁₂ _____ NÚM. EXT. ALF. L _{e12} _____ NÚM. EXT. ANT. inumextant _____ NÚM. INT. NÚM. C ₄₁₅ _____ NÚM. INT. ALF. L _{e20} _____ TIPO DE ASENTAMIENTO HUMANO C ₄₁₆ _____ NOMBRE DE ASENTAMIENTO HUMANO inomasen _____ CÓDIGO POSTAL C ₄₁₇ _____ NOMBRE Y CLAVE DE LA LOCALIDAD inom_loc _____ A ₃₂₃ _____ NOMBRE Y CLAVE DEL MUNICIPIO O DEMARCACIÓN TERRITORIAL inom_mun _____ A ₃₂₄ _____ NOMBRE Y CLAVE DEL ESTADO O CIUDAD DE MÉXICO inom_ent _____ A ₃₂₅ _____ ENTRE VIALIDADES: TIPO Y NOMBRE inomref1 _____ ENTRE VIALIDADES: TIPO Y NOMBRE 2 inomref2 _____ VIALIDAD POSTERIOR: TIPO Y NOMBRE inomref3 _____ DESCRIPCIÓN descriubic _____ AGEB A ₃₂₂ _____ NÚM. DE MANZANA A ₃₂₁ _____ TIPO DE TELÉFONO inf_tipo_tel 1 _____ NÚM. TELEFÓNICO C ₅₅₆ _____ NÚM. EXT. L _{e15} _____ CORREO ELECTRÓNICO C ₅₅₈ _____ LUGAR Y FECHA C ₈₁₁ _____ FIRMA _____	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Claves del puesto</td> </tr> <tr> <td> 1 Dueño o propietario 2 Gerente, administrador o director 3 Contador interno 4 Contador externo 5 Familiar del dueño 6 Encargado 7 Empleado 8 Otro C₇₃₃ _____ Especifique _____ </td> </tr> <tr> <td style="background-color: #d9e1f2;">Sello de la empresa comercial</td> </tr> </table>	Claves del puesto	1 Dueño o propietario 2 Gerente, administrador o director 3 Contador interno 4 Contador externo 5 Familiar del dueño 6 Encargado 7 Empleado 8 Otro C ₇₃₃ _____ Especifique _____	Sello de la empresa comercial													
Claves del puesto																	
1 Dueño o propietario 2 Gerente, administrador o director 3 Contador interno 4 Contador externo 5 Familiar del dueño 6 Encargado 7 Empleado 8 Otro C ₇₃₃ _____ Especifique _____																	
Sello de la empresa comercial																	
PARA USO EXCLUSIVO DEL INEGI																	
B) RESULTADO DE CAMPO																	
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #d9e1f2;">FECHA</th> </tr> <tr> <th style="width: 50%;">DÍA</th> <th style="width: 50%;">MES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">I__I C₅₁₁</td> <td style="text-align: center;">I__I C₅₁₂</td> </tr> </tbody> </table>	FECHA		DÍA	MES	I__I C ₅₁₁	I__I C ₅₁₂	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #d9e1f2;">CÓDIGO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">I__I C₅₁₃</td> </tr> </tbody> </table>	CÓDIGO	I__I C ₅₁₃	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="background-color: #d9e1f2;">CÓDIGO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>01 Cuestionario levantado con información completa</td> </tr> <tr> <td>02 Levantado con fusión</td> </tr> <tr> <td>03 Levantado con escisión</td> </tr> <tr> <td>04 Levantado globalizado</td> </tr> <tr> <td>21 Cuestionario levantado con información mínima necesaria</td> </tr> <tr> <td>23 Levantado extemporáneo</td> </tr> </tbody> </table>	CÓDIGO	01 Cuestionario levantado con información completa	02 Levantado con fusión	03 Levantado con escisión	04 Levantado globalizado	21 Cuestionario levantado con información mínima necesaria	23 Levantado extemporáneo
FECHA																	
DÍA	MES																
I__I C ₅₁₁	I__I C ₅₁₂																
CÓDIGO																	
I__I C ₅₁₃																	
CÓDIGO																	
01 Cuestionario levantado con información completa																	
02 Levantado con fusión																	
03 Levantado con escisión																	
04 Levantado globalizado																	
21 Cuestionario levantado con información mínima necesaria																	
23 Levantado extemporáneo																	
C) DATOS DEL ENTREVISTADOR																	
NOMBRE C ₇₃₅ _____	C ₇₃₆ I__I I__I Clave	FIRMA _____															
D) REVISIÓN DEL SUPERVISOR																	
FECHA C ₇₃₈ _____ NOMBRE C ₇₃₉ _____ FIRMA _____	¿Requiere ser reenviado a campo? C ₇₄₁ No I__I C ₇₄₂ Sí I__I Causa C ₇₄₃ _____ _____ Fecha de regreso de campo Día I__I I__I Mes I__I I__I C ₇₄₄ C ₇₄₅																
E) VALIDACIÓN																	
En caso de requerir su envío a recon consulta anote la fecha y las causas Fecha Día I__I I__I Mes I__I I__I C ₇₄₆ C ₇₄₇ Causa C ₇₄₈ _____ _____ _____	Anote la fecha y la solución de la recon consulta. Fecha Día I__I I__I Mes I__I I__I C ₇₄₉ C ₇₅₀ Solución C ₇₅₁ _____ _____ _____																