



BANCO DE MÉXICO

Índice Regional de Pedidos no Manufactureros (IRPNM)

Nota Metodológica

CONTENIDO

Contenido

1.	Introducción	1
2.	Fuente.....	1
3.	Procesamiento de la información	2
3.1.	Diseño Muestral	2
3.2.	Diseño Conceptual.....	2
3.3.	Índice Regional de Pedidos no Manufactureros (IRPNM)	3
3.	Difusión de los resultados	3

1. Introducción

Una importante área de mejora de las encuestas cuantitativas basadas en información histórica consiste en la oportunidad con que se presentan los resultados. Asimismo, aunque a nivel nacional la información cuantitativa y de tendencia es cuantiosa, a nivel regional es limitada. Las Encuestas de Opinión tienen la capacidad de responder a estos retos, ya que en el corto plazo permiten conocer la percepción de los Directivos Empresariales sobre el estado de la economía y las decisiones que tomarán sus empresas, al tiempo que reúnen información con representatividad regional.

El Banco de México levanta, desde marzo de 2009, la Encuesta Mensual Regional de Actividad Económica y Precios (EMAER) la cual permite conocer el comportamiento de la actividad económica del sector manufacturero a nivel regional. No obstante, como complemento a la EMAER y con el objetivo de cubrir otros sectores de actividad económica en el país, a partir de noviembre de 2010 se levanta la Encuesta Mensual Regional de Actividad Económica y Precios No Manufactureros (EMAERNM). Esta encuesta tiene como marco muestral los Censos Económicos 2009 que levantó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

2. Fuente

A partir de la información de la EMAER se genera mensualmente el Índice Regional de Pedidos No Manufactureros (IRPNM) que permite conocer el comportamiento de la actividad económica de los Sectores No Manufactureros a nivel regional. La información capturada a través de las variables está referenciada a dos horizontes temporales: i) mediante un comparativo del mes de referencia contra el mes anterior y, ii) un estimado del mes de referencia contra los próximos tres meses.

La encuesta es continua mensual, el procedimiento para la captación de la información es vía internet, a través de un cuestionario electrónico, o en su defecto se contacta vía telefónica con las empresas para explicarles el contenido del cuestionario y se les envía en formato Excel por correo electrónico.

3. Procesamiento de la información

3.1. Diseño Muestral

La unidad de observación es el establecimiento o empresa. La población objetivo son las empresas no manufactureras del país con más de 100 personas ocupadas pertenecientes a sectores de actividad económica no manufacturera. La cobertura geográfica de la EMAERNM es Nacional y la muestra es representativa para cuatro regiones: norte, centro norte, centro y sur.¹

El marco muestral de la encuesta está integrado por los Censos Económicos 2009 que levantó el INEGI y consta de un total de 10,924 unidades económicas. Estas empresas se clasifican por tamaño del establecimiento en cuatro categorías (101-250 personas, 251-500 personas, 501 a 1000 personas y 1001 a más personas) y por región. El diseño muestral es por cuotas y estratificado, cuya muestra está constituida por un total de 595 establecimientos distribuidos por región. Esta muestra refleja la distribución poblacional del personal ocupado por región, estrato y entidad federativa.

3.2. Diseño Conceptual

El diseño del cuestionario toma como base las recomendaciones de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) para las encuestas de opinión de las empresas, así como el Índice de Gerentes de Compras para el sector no manufacturero (NMPMI)² que elabora el Instituto de Gerentes de

¹ Regionalización: el norte incluye Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas; el centro norte considera a Aguascalientes, Baja California Sur, Colima, Durango, Jalisco, Michoacán, Nayarit, San Luis Potosí, Sinaloa y Zacatecas; el centro lo integran la Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala; y el sur, Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

² Non-Manufacturing Purchasing Managers Index.

Abastecimiento (ISM)³. El cuestionario combina la opinión y tendencia a través de preguntas que se formulan en forma de cinco alternativas excluyentes para cada variable con los que se construye el Índice Regional de Pedidos No Manufactureros.

3.3. Índice Regional de Pedidos no Manufactureros

El IRPNM es un índice compuesto que mide el nivel de actividad en los sectores no manufactureros y resulta del promedio ponderado de los índices de difusión de sus cinco componentes. Los componentes del IRPNM y su ponderación son: nuevos pedidos (.20), producción/pedidos/servicios prestados (.20), personal ocupado (.20), entrega de insumos (.20) e inventarios de insumos (.20). Cada índice a su vez se construye como un promedio ponderado de las respuestas de los representantes de las empresas del sector, consultados por el Banco de México sobre la evolución de las variables mencionadas.

En los casos en que el índice de difusión es mayor a 50, ello indica expansión de la actividad; si el índice es menor a 50, refleja condiciones menos favorables; y, si el índice es igual a 50, revela que no hubo cambio en la percepción de los empresarios con respecto al mes previo.

3. Difusión de los resultados

El IRPNM se publica en el sitio web del Banco, los días 15 de cada mes en la Sección Política Monetaria e Inflación/Otros Indicadores/Producción.

³ Institute for Supply Management.



BANCO DE MÉXICO

Octubre 2016

www.banxico.org.mx