

# Encuesta Anual del Comercio

2005 (Datos 2004)



INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA  
GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA

DR © 2007, **Instituto Nacional de Estadística,  
Geografía e Informática**  
Edificio Sede  
Av. Héroe de Nacozari Sur Núm. 2301  
Fracc. Jardines del Parque, CP 20270  
Aguascalientes, Ags.

[www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)  
[atencion.usuarios@inegi.gob.mx](mailto:atencion.usuarios@inegi.gob.mx)

**Encuesta Anual de Comercio 2005**

Impreso en México

## Presentación

---

El **Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)** presenta los resultados de la **Encuesta Anual de Comercio 2005**, con el propósito de ofrecer información estadística básica en forma periódica y oportuna referente a las actividades comerciales, y brindar un panorama estadístico frecuente de resultados que coadyuven en la toma de decisiones a los diferentes sectores productivos del país; además de que permita conocer el comportamiento y tendencias de la actividad comercial.

Después de un laborioso proceso de recolección y análisis de datos, hoy es posible ofrecer a la sociedad mexicana cuadros estadísticos sobre las principales características económicas de la actividad comercial.

Esta publicación se conforma básicamente por cuadros estadísticos, a través de los cuales se dan a conocer los resultados de la Encuesta Anual de Comercio 2005, cubriendo con ello la demanda de los usuarios de esta información.

La información de todos los cuadros se presenta con base en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), clasificador de actividades económicas oficial del **INEGI** desde 1997.

Es deseo de las autoridades del **Instituto** expresar su agradecimiento a todas las personas que hicieron posible la realización de la Encuesta Anual de Comercio 2005, quienes se encargaron de proporcionar la información en cada unidad económica: propietarios, gerentes, contadores y encargados administrativos; finalmente, al personal del Instituto que participó en las actividades relacionadas con este proyecto.

Derivado de que una de las principales tareas del Instituto es generar información estadística y geográfica, se presentan los resultados de la Encuesta Anual de Comercio 2005 tanto en publicaciones impresas como en la página de Internet del INEGI ([www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)), mismos que se ponen al alcance de todos, buscando satisfacer las necesidades de información estadística económica de investigadores, empresas, gobiernos, estudiantes y, en general, de la sociedad en su conjunto.

## Índice general

---

<b>1. Antecedentes</b>	1
<b>2. Objetivos</b>	3
2.1 Objetivo general	3
2.2 Objetivos específicos	3
<b>3. Utilidad de la información</b>	5
<b>4. Marco conceptual</b>	7
4.1 Unidad de observación	7
4.2 Periodo de referencia de los datos	7
4.3 SCIAN México, el sistema de clasificación	8
4.4 Cobertura sectorial	8
4.5 Temática	9
4.6 Cobertura geográfica	9
<b>5. Diseño estadístico</b>	11
<b>6. Aspectos operativos</b>	13
6.1 Estrategia general de levantamiento	13
6.2 Marco Geoestadístico Nacional	13
<b>7. Procesamiento, revisión y análisis de la información</b>	15
<b>8. Resultados</b>	17
8.1 Características generales de los cuadros de información	17
8.2 Precisiones sobre los cuadros estadísticos	17
<b>Índice de cuadros</b>	19
<b>Glosario</b>	51

## 1. Antecedentes

---

Los estudios de las actividades comerciales se han 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 actualizada del sector, a partir del año 1994 surge la Encuesta Anual de Comercio; con el propósito de obtener estadísticas de forma periódica y oportuna, sobre aspectos específicos de operación del sector, formas de comercialización; así como la relación que tiene esta actividad con los otros sectores de la economía.

Por otro lado, es importante comentar que a través de los años se han realizado ajustes tanto en la forma de captación como en el diseño de la muestra y contenido temático, tal es el caso de la Encuesta Anual de Comercio 1998, en la cual se incorporaron aspectos temáticos sobre género, esto último de acuerdo con las recomendaciones de la

Organización de las Naciones Unidas. Situación similar se presentó en la Encuesta Anual de Comercio 2000, donde se incluyeron, como parte del contenido temático, las formas de comercialización, instrumentos de crédito proporcionados a los clientes y las fuentes de financiamiento que las unidades objeto de estudio utilizan en el desarrollo de sus actividades.

Para la Encuesta Anual de Comercio 2005 se presentan cambios importantes, ya que se redefinen los objetivos del estudio, la estructura operativa, la forma de captación de datos, la unidad de observación, la estructura del instrumento de captación, el tamaño de la muestra y la forma de presentación de los resultados, esto último con la finalidad de satisfacer nuevos requerimientos de los usuarios en materia de estadística económica básica.

## 2. Objetivos

---

### 2.1 Objetivo general

El objetivo general de la Encuesta Anual de Comercio es captar y generar información estadística básica del año de referencia de forma continua y útil; con la finalidad de dar a conocer las tendencias, dinámica y los factores que inciden en el comportamiento de la actividad comercial en el país.

### 2.2 Objetivos específicos

- Obtener información a través de las variables estructurales y de una amplia temática, que permita la construcción de indicadores económicos, mediante los cuales se pueda conocer la dinámica de la actividad comercial en el país, tanto a nivel de código de actividad como por entidad federativa.
- Contribuir con el Sistema de Cuentas Nacionales de México, generando información estadística básica de la actividad comercial de forma frecuente y permanente.
- Servir de insumo para la planeación y elaboración de políticas públicas, relacionadas con el comercio.

- Aportar información para el análisis de las variables que se captan en los estudios infrecuentes.

En términos generales los resultados generados a través de la Encuesta Anual de Comercio, tienen como finalidad brindar un panorama estadístico continuo de resultados, que permitan ayudar a los diferentes sectores productivos del país, conocer las tendencias de la actividad económica comercial.

Los datos están referidos a múltiples variables (unidades económicas, activos fijos, remuneraciones, ingresos, gastos, personal ocupado, etc.), se proporcionan, por entidad federativa, sector, subsector y rama de actividad económica de acuerdo con los niveles que se muestran en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), clasificador de actividades económicas oficial del INEGI desde 1997.

Para el estudio de la economía, el SCIAN la divide en 20 sectores, 95 subsectores, 309 ramas, 631 subramas y, en su nivel más detallado, en 1051 códigos de actividad.

### 3. Utilidad de la información

---

Las estadísticas económicas son fundamentales para el desarrollo del país, dado que constituyen un marco de referencia para proyectos tanto del Sector Público como del Privado:

- Permiten planear las políticas económicas y realizar una correcta evaluación de su aplicación.
- Sirven al Sistema de Cuentas Nacionales de México para elaborar la Matriz de Insumo-Producto y cambiar el año base.
- Permiten conocer la estructura económica de la actividad comercial con diferentes niveles de detalle (sectorial, temático y geográfico) e identificar patrones de especialización y localización.
- Con esta información, los empresarios pueden elaborar diversos análisis para conocer las condiciones del mercado en el que actúan.
- Los académicos e investigadores pueden utilizarlas para contrastar las diferentes hipótesis sobre las características específicas del aparato productivo nacional, estatal y regional.

## 4. Marco conceptual

---

### 4.1 Unidad de observación

Entender el concepto de “unidad de observación” es muy importante, porque es la unidad a la que estarán referidos los datos.

La unidad de observación para la Encuesta Anual de Comercio 2005, es el establecimiento comercial, mismo que se define como:

*“Es la unidad económica que en una sola ubicación física, asentada en un lugar de manera permanente y delimitada por instalaciones y construcciones fijas, combina acciones y recursos bajo una sola entidad propietaria o controladora para realizar transacciones orientadas a la compra-venta de bienes con el propósito de venderlos en el mismo estado en el que fueron adquiridos.”*

Con la finalidad de simplificar y facilitar el llenado de los cuestionarios a los informantes, durante el operativo de la Encuesta Anual de Comercio 2005, se optó por captar la información de forma agrupada de aquellos establecimientos que comparten una sola razón social, a los siguientes niveles: empresa comercial, acciones que evitaron levantar tantos cuestionarios como establecimientos integran la empresa, misma que se define como:

*“La suma de todas las unidades económicas pertenecientes a una sola entidad propietaria o controladora que se dedica principalmente a realizar transacciones orientadas a la compra venta de bienes con el objeto de venderlos en el mismo estado en el que fueron adquiridos”. Incluye: Las unidades que están vinculadas directamente en la realización de la actividad comercial, como: bodegas, talleres, oficinas administrativas, salas de exhibición, etcétera.*

Las empresas comerciales o unidades económicas pueden adoptar alguno de los siguientes ciclos comerciales:

- **Compran y venden**

Son aquellas unidades económicas que compran y venden las mercancías sin transformar, siendo éste el caso más común de la actividad comercial.

- **Compran y no venden**

Son aquellas unidades económicas que realizan las compras de mercancías y las distribuyen sin venderlas a otras, con las cuales generalmente comparten la misma razón social, siendo estas últimas las que realizan la venta.

- **No compran y venden**

Son aquellas unidades económicas que reciben las mercancías sin comprarlas de un productor, comercializador o prestador de servicios, para que estos últimos realicen su venta.

Las unidades económicas objeto de este estudio, son: los distribuidores de fábrica, distribuidores comerciales, comercios, los prestadores de servicios relacionados al comercio (venta a través de medios masivos de comunicación, comisionistas y consignatarios) y las unidades que apoyan directamente la actividad comercial, como: bodegas, talleres, salas de juntas, oficinas de ventas, salas de exhibición, etcétera.

### 4.2 Periodo de referencia de los datos

Los datos recabados de las unidades económicas seleccionadas objeto de estudio de la Encuesta Anual de Comercio 2005, corresponden al periodo *del 1 de enero al 31 de diciembre de 2004*, salvo los casos en los cuales se menciona lo contrario, como: valor de las existencias,

activos fijos, información financiera y opinión sobre estrategia competitiva, temas en los que se solicitan los datos a una fecha determinada, en el periodo antes mencionado.

### 4.3 SCIAN México, el sistema de clasificación

El Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, que fue diseñado y estructurado junto con los socios del Tratado de Libre Comercio (TLC) de América del Norte, es la base para la generación, presentación y difusión de todas las estadísticas económicas del INEGI. El objetivo de México al participar con Canadá y Estados Unidos en la construcción del SCIAN fue contar, al final del proyecto, con un marco único, consistente y actualizado para la recopilación, análisis y presentación de estadísticas de tipo económico, que reflejará la estructura de la economía mexicana.

La adopción de este clasificador por parte de otras instituciones que también elaboran estadísticas, permitirá homologar la información económica que se produce en el país y con ello contribuir a la región de América del Norte.

#### **Características del SCIAN**

El SCIAN es único entre las clasificaciones de actividades económicas porque fue construido con base en un solo concepto, el de función de producción, las unidades económicas que tienen procesos de producción similares están clasificadas en el mismo código de actividad, y están delimitadas, hasta donde es posible, de acuerdo con las diferencias de los procesos de producción.

El SCIAN México consta de cinco niveles de agregación: sector, subsector, rama, subrama y código de actividad económica. El sector es el nivel más general; el código 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. Los códigos, por su parte, son desgloses de las subramas.

Aunque el SCIAN difiere de otros sistemas de clasificación de actividades económicas, las estadísticas compiladas con él son comparables con 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: a) actividades económicas nuevas y emergentes; b) actividades de servicios en general, y c) actividades enfocadas a la producción de tecnologías avanzadas, incluyendo los componentes electrónicos, equipo de telecomunicaciones, equipo de cómputo, software y equipo médico.

### 4.4 Cobertura sectorial

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

- Comercio al por mayor
- Comercio al por menor

#### COMERCIO AL POR MAYOR

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

Las unidades del comercio al por mayor que venden bienes de su propiedad son conocidas, como: distribuidoras, abastecedoras de mercancías, entre otras denominaciones. Y las que promueven, la compra venta de bienes que no son de su propiedad se califican, como: agentes de ventas, corredores de mercancías e intermediarios del comercio.

#### COMERCIO AL POR MENOR

Se constituye por unidades económicas dedicadas principalmente a la transacción de bienes de consumo final para ser vendidos primordialmente a las personas y hogares.

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

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.

#### 4.5 Temática

El instrumento de captación utilizado en la Encuesta Anual de Comercio 2005 se estructuró en 16 temas.

- Personal dependiente de la razón social
- Personal no dependiente de la razón social
- Remuneraciones
- Gastos por consumo de bienes y servicios
- Gastos no derivados de la actividad
- Ingresos por suministro de bienes y servicios
- Ingresos no derivados de la actividad
- Activos fijos para uso propio

- Existencias
- Activos fijos
- Identificación de proveedores
- Identificación de clientes
- Ventas a crédito
- Información financiera
- Generación y pérdida de plazas de ocupación
- Opinión sobre estrategia competitiva

#### 4.6 Cobertura geográfica

Tal y como se citó anteriormente, el diseño de la muestra de la Encuesta Anual de Comercio es de tipo no probabilista, para ello, se ordenan los datos de una forma decreciente, y se consideran a aquellas unidades económicas que sumadas contribuyen con el 50% del total de los ingresos por suministro de bienes y servicios en cada uno de los 142 códigos de actividad, según el XIII Censo Comercial. Este procedimiento de selección permitió contar con información de las 32 entidades federativas.

## 5. Diseño estadístico

El diseño de la muestra se realiza considerando múltiples aspectos estructurales de las actividades, como: la concentración económica de la actividad, variabilidad de los dominios de estudio, disponibilidad de los registros contables y administrativos de las empresas.

Para la Encuesta Anual de Comercio el método que se emplea en la definición del universo de estudio es no **probabilístico**, cuya muestra se conforma de las 32 entidades federativas.

El universo de estudio de la Encuesta anual de Comercio se conforma de aquellas unidades de observación que fueron seleccionadas, con base en las actividades que aportan un mayor valor en los Ingresos por suministro de bienes y servicios, y que sumadas por orden de importancia contribuyen con el 50% de los ingresos totales de cada actividad económica, esto último de acuerdo con los resultados del XIII Censo Comercial 2004.

Para la elaboración del marco estadístico se incluyeron los 142 códigos de actividad, que forman parte del Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN), los cuales integran los sectores del comercio al por mayor (43) y del comercio al por menor (46), mismos que cuentan con 65 y 77 códigos de actividad, respectivamente.

El campo de estudio de la Encuesta Anual de Comercio 2005, comprende a las unidades económicas dedicadas a la compra-venta de productos nuevos o usados sin transformación, sean estos bienes de consumo intermedio o final; así como los prestadores de servicios relacionados al comercio.

El procedimiento de selección de las unidades económicas, se realiza bajo un esquema no probabilista. En cuya muestra se incluyen las empresas comerciales tanto grandes como medianas y que por código de actividad aportan el mayor valor de los Ingresos por suministro de bienes y servicios, según el XIII Censo Comercial 2004.

TABLA DE ENTIDADES FEDERATIVAS

ENTIDAD	ENTIDAD	ENTIDAD	ENTIDAD
AGUASCALIENTES	DISTRITO FEDERAL	MORELOS	SINALOA
BAJA CALIFORNIA	DURANGO	NAYARIT	SONORA
BAJA CALIFORNIA SUR	GUANAJUATO	NUEVO LEÓN	TABASCO
CAMPECHE	GUERRERO	OAXACA	TAMAULIPAS
COAHUILA DE ZARAGOZA	HIDALGO	PUEBLA	TLAXCALA
COLIMA	JALISCO	QUERÉTARO ARTEAGA	VERACRUZ DE IGNACIO DE LA LLAVE
CHIAPAS	MÉXICO	QUINTANA ROO	YUCATÁN
CHIHUAHUA	MICHOACÁN DE OCAMPO	SAN LUÍS POTOSÍ	ZACATECAS

## 6. Aspectos operativos

---

### 6.1 Estrategia general de levantamiento

El operativo de levantamiento de la información de la Encuesta Anual de Comercio 2005, se efectuó del 2 de mayo al 31 de agosto del mismo año.

Una vez establecido el universo de trabajo de cada entidad, se elaboró una planeación a detalle, en la cual se distribuye la carga de trabajo por área de responsabilidad de cada entrevistador, representante del Instituto ante los informantes.

Derivado de lo complejo de los procesos administrativos y las características de las unidades económicas seleccionadas objeto de este estudio, la estrategia del levantamiento de datos de las empresas comerciales, mediante instrumento de captación impreso, se llevó a cabo en dos momentos diferentes (entrega y recuperación).

- **La entrega.** El periodo para la entrega de los instrumentos de captación fue de un mes, en el cual se pactó una fecha de recuperación y de asesoría sobre el llenado de los mismos; además se fomentó el uso de la captación electrónica.
- **La recuperación.** El periodo de recuperación fue de tres meses, en los cuales se distribuían las fechas acordadas en la etapa de entrega.

La entrega y recuperación de instrumentos de captación se efectuó en las unidades económicas identificadas como establecimiento informante, mismo que puede o no pertenecer a la empresa comercial o bien pertenecer a la empresa y no formar parte de las unidades económicas seleccionadas.

Es por ello que una vez recibidos los directorios, instrumentos de captación y material cartográfico, el entrevistador se dio a la tarea de identificar las distancias y medios de traslado; además de considerar que previo a la visita de la unidad económica, se deberían establecer citas y organizar sus recorridos.

Durante la entrega de los cuestionarios se fomentó el uso de la Internet, medio a través del cual se podría proporcionar la información, para ello se diseñó un sistema de captura y validación en línea, que permitiera garantizar la calidad de la información proporcionada.

Para llevar a cabo el levantamiento de la información a cada informante se le proporcionó una clave de identificación única y un directorio de las unidades económicas de las cuales debería proporcionar la información.

Durante la captura de sus datos el sistema permitía incorporar unidades económicas al archivo final, cuando éstas no se encontraban formando parte del directorio de la empresa comercial, para cada incongruencia estadística, el sistema solicitaba su corrección o justificación detallada que permitiera conocer las causas que provocaban dicha atipicidad.

### 6.2 Marco Geoestadístico Nacional

La organización de los trabajos de campo se basó 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 encuestas 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 censal, la cual se integra por el conjunto de cartas, planos, croquis y catálogos elaborados a distintos niveles geográficos. En la cartografía

censal se apoyan las actividades de planeación, ejecución, seguimiento, control del operativo, procesamiento y divulgación de los resultados de los censos y encuestas que el INEGI realiza.

## 7. Procesamiento, revisión y análisis de la información

---

Con el propósito de generar resultados con calidad y oportunidad, el INEGI incrementó el uso del equipo informático en las tareas de captación, procesamiento y validación de datos.

El procesamiento de la información recolectada durante el estudio se efectuó en dos etapas, la primera que consiste en la captura y revisión de datos individuales de la Encuesta Anual de Comercio 2005, actividades que se realizaron en el primer tramo de control, mientras que en su segunda etapa, correspondiente al análisis estadístico o macro validación de datos, se llevó a cabo en oficinas centrales.

Concluida la etapa del levantamiento de la información se verificó que ésta estuviera completa y fuera consistente de acuerdo con los lineamientos de congruencia establecidos para los sistemas de la micro validación. Y aquellos cuestionarios que no cumplían con alguno de los criterios de congruencia eran enviados a campo directamente con el informante para que éste último, aclarara o corrigiera cada una de las incongruencias detectadas, a dicha actividad se le denominó

reconsulta de campo. Después de concluidos los procesos de captura y validación, se realizó la integración nacional de archivos y se verificó que no hubiera registros duplicados.

Posteriormente, la información fue objeto de otro proceso de revisión (análisis estadístico o macro validación), la congruencia estadística y económica de cada cuestionario con respecto al conjunto de unidades que presentan características económicas homogéneas. Al igual que en la etapa anterior, se reconsultó con los informantes toda la información que no era clara o no cumplía con los criterios de validación establecidos.

Como fase última antes de la liberación de las bases de datos, la información fue procesada por el sistema de tabulados de diagnóstico, mediante el cual se realizó la última revisión de los datos recabados de una forma agrupada. Y a partir de las bases de datos ya liberadas, se generaron los productos finales con resultados definitivos de la Encuesta Anual de Comercio 2005.

## 8. Resultados

---

### 8.1 Características generales de los cuadros de información

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

La información que se presenta en esta publicación consta de quince cuadros o tabulados del sector comercio al por mayor y quince cuadros o tabulados del sector comercio al por menor y al igual que todos los productos que se editan en el INEGI, se encuentra protegida bajo el principio de confidencialidad; que sustenta el artículo 38 de la Ley de Información Estadística y Geográfica en vigor que dicta 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”.*

La organización de los cuadros permite presentar cada uno de los temas (personal ocupado, remuneraciones, gastos, ingresos y activos fijos) por sector, subsector y rama de actividad económica o bien entidad federativa, con el fin de facilitar su comprensión.

Los dos cuadros por sector de actividad de **Distribución porcentual de las unidades comerciales** ofrecen una sinopsis sin ningún tipo de cálculo adicional a los datos recabados en el Instrumento de captación. Con ello se brinda un resumen general desde la óptica del funcionamiento de la unidad de observación, tanto por sector, subsector y rama de actividad como entidad federativa.

Estos cuadros se conforman por variables o temas cuyo nombre es el mismo que se encuentra en el instrumento de captación, por ejemplo: Personal ocupado dependiente, personal ocupado no dependiente, remuneraciones, gastos por consumo de bienes y servicios, ingresos por suministro de bienes y servicios, activos fijos, formación bruta de capital fijo.

Posteriormente, se presentan cuatro cuadros por sector de actividad con el desglose de las variables incluidas en los cuadros de distribución porcentual, como: Personal ocupado, gastos por consumo de bienes y servicios, ingresos por suministro de bienes y servicios, y activos fijos, según sector, subsector y rama de actividad económica.

En los cuadros de **Indicadores Económicos** se presentan proporciones y porcentajes de variables, a través de las cuales se generan indicadores, como: los pagos promedios por persona remunerada, los márgenes comerciales, la rentabilidad promedio, etcétera; por sector, subsector y rama de actividad económica.

Adicionalmente, se muestran ocho cuadros por sector de actividad que están estrechamente relacionados con los canales de comercialización (Proveedores y Clientes), causas de generación y pérdida de empleos, fuente y utilización del financiamiento, formas de pagos y estrategias de competitividad.

### 8.2 Precisiones sobre los cuadros estadísticos

- Toda la información se encuentra organizada de acuerdo con el SCIAN México 2002.
- Los resultados que se presentan están constituidos tanto por variables que se extrajeron en forma directa del instrumento de

captación aplicado en la Encuesta Anual de Comercio 2005 como por variables compuestas (calculadas).

- La clave C en los cuadros indica que se omitió el dato por razones de confidencialidad de la información (acorde al artículo 38 de la Ley de Información Estadística y Geográfica, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 1980).
- Cuando en algún renglón aparece un cero se debe a que:
  - Los informantes declararon cero en esa variable.
  - La cantidad declarada fue menor a \$500.00 pesos, y como las cifras se presentan en miles de pesos, se redondeó a cero.
- El signo negativo se presenta con un guión (-) a la izquierda del dato.
- La diferencia en el número de unidades económicas que se encuentra en los diversos tabulados se debe a que en algunos cuadros sólo se incluyeron las unidades que reportaron dato en las secciones o temas correspondientes.

## Índice de cuadros

---

1. Distribución porcentual de las unidades comerciales por sector, subsector y rama de actividad	21
2. Distribución porcentual de las unidades comerciales, por entidad federativa	23
3. Distribución porcentual del personal ocupado y pagos correspondientes de las unidades comerciales por sector, subsector y rama de actividad	25
4. Distribución porcentual del total de gastos de las unidades comerciales por sector, subsector y rama de actividad	27
5. Distribución porcentual del total de ingresos de las unidades comerciales por sector, subsector y rama de actividad	29
6. Distribución porcentual de activos fijos de las unidades comerciales por sector, subsector y rama de actividad	31
7. Indicadores económicos de las unidades comerciales por sector, subsector y rama de actividad	33
8. Distribución porcentual de las unidades comerciales con generación de plazas y causas según sector, subsector y rama de actividad	35
9. Distribución porcentual de las unidades comerciales con pérdida de plazas y causas según sector, subsector y rama de actividad	37

10. Distribución porcentual de las unidades comerciales que obtuvieron financiamiento y origen del mismo según sector, subsector y rama de actividad	39
11. Distribución porcentual de las unidades comerciales que obtuvieron financiamiento y uso del mismo, según sector, subsector y rama de actividad	41
12. Distribución porcentual de compras netas de mercancías por origen y tipo de proveedor, según sector, subsector y rama de actividad	43
13. Distribución porcentual de ventas netas de mercancías por origen y tipo de cliente, según sector, subsector y rama de actividad	45
14. Distribución porcentual de las unidades comerciales que realizan ventas a crédito, según sector, subsector y rama de actividad	47
15. Estrategia competitiva de las unidades comerciales en los próximos doce meses	49

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 1

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	PERSONAL OCUPADO				REMUNE- RACIONES	GASTOS POR CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS	INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS	FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO	ACTIVOS FIJOS
			DEPENDIENTE		NO DEPENDIENTE						
			HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES					
(Porcentajes)											
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>8 679</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>3 902</b>	<b>52.8</b>	<b>61.0</b>	<b>37.7</b>	<b>51.5</b>	<b>22.7</b>	<b>58.9</b>	<b>40.7</b>	<b>41.0</b>	<b>55.0</b>	<b>58.7</b>
CMA de alimentos y abarrotes	2 354	29.9	34.3	29.7	22.9	13.4	33.8	27.3	26.1	34.6	27.0
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	1 548	22.9	26.7	8.0	28.6	9.3	25.1	13.5	14.9	20.4	31.7
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>253</b>	<b>2.6</b>	<b>1.1</b>	<b>2.3</b>	<b>3.7</b>	<b>12.0</b>	<b>1.2</b>	<b>2.2</b>	<b>2.2</b>	<b>0.8</b>	<b>1.4</b>
CMA de productos textiles y calzado	253	2.6	1.1	2.3	3.7	12.0	1.2	2.2	2.2	0.8	1.4
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>688</b>	<b>13.3</b>	<b>8.5</b>	<b>22.2</b>	<b>15.4</b>	<b>27.6</b>	<b>10.5</b>	<b>18.3</b>	<b>18.6</b>	<b>6.7</b>	<b>8.9</b>
CMA de productos farmacéuticos	203	6.2	4.1	10.8	7.1	10.8	5.6	9.9	10.4	2.7	3.7
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	56	1.6	0.7	3.7	1.1	5.0	1.5	1.9	1.9	0.9	1.4
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	73	1.0	0.2	0.3	2.3	5.8	0.1	0.9	0.9	0.3	0.4
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	257	3.2	2.9	6.4	1.7	2.6	2.3	1.8	1.8	1.5	1.4
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	99	1.4	0.6	1.0	3.2	3.4	1.2	3.9	3.6	1.2	2.0
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>2 532</b>	<b>19.7</b>	<b>19.8</b>	<b>23.7</b>	<b>15.7</b>	<b>21.6</b>	<b>15.8</b>	<b>24.8</b>	<b>24.0</b>	<b>26.2</b>	<b>21.1</b>
CMA de materias primas agropecuarias	346	1.5	1.2	1.6	1.9	1.8	0.9	3.8	3.5	1.1	1.2
CMA de materias primas para la industria	2 119	17.2	17.2	20.9	13.4	19.6	14.4	19.9	19.4	24.0	19.3
CMA de materiales de desecho	67	1.0	1.3	1.2	0.4	0.2	0.5	1.1	1.1	1.0	0.6
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>1 185</b>	<b>10.2</b>	<b>8.3</b>	<b>13.0</b>	<b>12.0</b>	<b>14.6</b>	<b>12.4</b>	<b>12.1</b>	<b>12.4</b>	<b>10.6</b>	<b>9.1</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	158	0.8	0.9	1.0	0.5	0.4	0.9	0.6	0.6	0.6	0.7
CMA de maquinaria y equipo para la industria	181	1.7	1.2	1.4	2.6	4.4	1.7	1.2	1.3	3.2	1.9
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	347	2.2	1.9	3.8	1.8	2.0	2.8	2.1	2.1	0.7	1.6
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	499	5.5	4.3	6.7	7.2	7.8	7.0	8.1	8.4	6.1	4.9
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>106</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>	<b>1.1</b>	<b>1.2</b>	<b>0.8</b>	<b>1.1</b>	<b>1.6</b>	<b>1.5</b>	<b>0.6</b>	<b>0.8</b>
Comercio al por mayor de camiones	106	1.2	1.3	1.1	1.2	0.8	1.1	1.6	1.5	0.6	0.8
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 1

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	PERSONAL OCUPADO				REMUNE- RACIONES	GASTOS POR CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS	INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS	FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO	ACTIVOS FIJOS
			DEPENDIENTE		NO DEPENDIENTE						
			HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES					
(Porcentajes)											
<b>Comercio al por menor</b>	<b>30 720</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>2 326</b>	<b>3.4</b>	<b>4.2</b>	<b>3.0</b>	<b>2.3</b>	<b>3.9</b>	<b>2.6</b>	<b>2.7</b>	<b>2.8</b>	<b>2.9</b>	<b>2.1</b>
CME de alimentos	1 227	2.6	2.9	2.5	1.5	3.3	1.5	2.0	2.1	2.1	1.3
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	1 099	0.9	1.3	0.5	0.8	0.6	1.1	0.7	0.7	0.8	0.8
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>6 634</b>	<b>49.0</b>	<b>34.4</b>	<b>47.7</b>	<b>62.4</b>	<b>67.5</b>	<b>41.9</b>	<b>40.7</b>	<b>40.4</b>	<b>63.2</b>	<b>63.9</b>
CME en tiendas de Autoservicio	5 875	37.9	24.1	29.9	57.5	56.4	25.9	33.9	32.4	53.8	46.0
CME en tiendas departamentales	759	11.1	10.3	17.7	4.9	11.1	16.0	6.8	8.0	9.4	17.9
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>3 386</b>	<b>5.4</b>	<b>5.6</b>	<b>8.2</b>	<b>2.0</b>	<b>5.2</b>	<b>4.4</b>	<b>2.6</b>	<b>2.8</b>	<b>1.8</b>	<b>1.8</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	524	2.0	3.4	2.0	0.3	0.9	1.5	0.6	0.7	0.1	0.4
CME de ropa y accesorios de vestir	1 734	2.4	1.6	3.9	1.2	3.5	2.0	1.4	1.6	1.2	1.0
Comercio al por menor de calzado	1 128	1.0	0.5	2.3	0.5	0.8	1.0	0.5	0.6	0.5	0.4
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>4 866</b>	<b>6.4</b>	<b>7.0</b>	<b>13.4</b>	<b>0.6</b>	<b>1.5</b>	<b>8.9</b>	<b>4.3</b>	<b>4.4</b>	<b>3.7</b>	<b>3.6</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	4 866	6.4	7.0	13.4	0.6	1.5	8.9	4.3	4.4	3.7	3.6
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>1 703</b>	<b>2.9</b>	<b>2.5</b>	<b>4.5</b>	<b>1.9</b>	<b>2.6</b>	<b>3.2</b>	<b>2.1</b>	<b>2.2</b>	<b>3.0</b>	<b>1.7</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	307	0.5	0.3	0.8	0.3	0.6	0.7	0.4	0.4	0.3	0.2
CME de artículos para el esparcimiento	624	0.7	0.6	0.8	0.5	0.7	0.6	0.5	0.5	0.5	0.3
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	654	1.5	1.3	2.5	1.1	1.2	1.5	1.0	1.0	2.0	1.0
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	118	0.2	0.3	0.4	0.0	0.1	0.4	0.2	0.2	0.2	0.2
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>3 194</b>	<b>6.3</b>	<b>4.2</b>	<b>4.2</b>	<b>10.8</b>	<b>8.4</b>	<b>4.3</b>	<b>6.5</b>	<b>6.3</b>	<b>2.1</b>	<b>2.8</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	2 626	5.2	3.0	2.8	10.1	7.6	2.9	4.7	4.5	1.7	2.4
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	444	0.8	0.9	0.8	0.7	0.8	1.1	1.6	1.6	0.2	0.3
CME de artículos para la decoración de interiores	124	0.3	0.4	0.5	0.0	0.0	0.4	0.2	0.2	0.1	0.1
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>2 087</b>	<b>3.8</b>	<b>6.0</b>	<b>3.9</b>	<b>1.7</b>	<b>1.4</b>	<b>5.0</b>	<b>3.2</b>	<b>3.3</b>	<b>2.0</b>	<b>2.3</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	2 087	3.8	6.0	3.9	1.7	1.4	5.0	3.2	3.3	2.0	2.3
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>6 518</b>	<b>22.8</b>	<b>36.1</b>	<b>15.2</b>	<b>18.1</b>	<b>9.4</b>	<b>29.6</b>	<b>37.7</b>	<b>37.5</b>	<b>21.3</b>	<b>21.8</b>
CME de automóviles y camionetas	1 231	8.4	10.4	6.2	9.0	5.9	11.2	16.4	16.2	8.4	7.8
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	2 091	3.9	5.9	3.0	3.2	1.4	5.7	4.3	4.6	2.3	2.7
CME motocicletas y otros vehículos de motor	195	0.3	0.2	0.2	0.6	0.3	0.3	0.3	0.4	0.1	0.2
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	3 001	10.3	19.7	5.8	5.3	1.8	12.3	16.7	16.4	10.5	11.1
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES, POR ENTIDAD FEDERATIVA  
2004**

CUADRO 2

ENTIDAD FEDERATIVA	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	PERSONAL OCUPADO				REMUNE- RACIONES	GASTOS POR CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS	INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS	FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO	ACTIVOS FIJOS
			DEPENDIENTE		NO DEPENDIENTE						
			HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES					
(Porcentajes)											
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>8 679</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
Aguascalientes	152	1.3	1.4	1.2	1.4	1.0	1.1	1.0	1.0	0.7	0.8
Baja California	372	3.2	3.1	4.1	3.1	2.6	2.9	2.8	2.8	2.5	2.0
Baja California Sur	103	0.8	0.9	0.9	0.5	0.4	0.7	0.4	0.4	0.6	0.5
Campeche	89	0.9	1.3	0.5	0.5	0.2	1.0	0.4	0.4	1.2	0.8
Coahuila de Zaragoza	370	2.5	2.5	2.4	2.5	2.5	1.9	1.6	1.6	2.8	2.1
Colima	67	0.6	0.6	0.5	0.9	0.2	0.4	0.4	0.4	0.6	0.3
Chiapas	312	1.8	2.3	1.8	0.9	0.3	1.7	1.0	1.1	0.7	1.7
Chihuahua	325	2.7	3.0	2.6	2.3	2.1	2.5	2.1	2.1	4.1	3.3
Distrito Federal	960	19.9	15.6	21.4	24.6	39.4	21.3	30.0	29.7	16.1	18.7
Durango	204	1.2	1.2	1.3	1.2	1.0	1.1	1.0	1.1	1.0	1.0
Guanajuato	330	4.0	4.0	3.6	4.8	2.6	4.8	3.6	3.7	3.0	3.5
Guerrero	153	2.1	1.9	0.9	4.2	0.5	1.5	1.2	1.2	1.6	1.5
Hidalgo	81	0.8	1.1	0.6	0.2	0.2	1.0	0.5	0.5	0.8	0.6
Jalisco	651	7.7	7.0	7.5	9.0	9.8	7.2	8.4	8.6	10.3	7.7
México	535	9.5	10.0	9.1	9.0	7.6	12.5	11.0	11.1	11.1	13.2
Michoacán de Ocampo	242	2.6	3.5	2.3	1.1	0.5	3.4	1.9	1.9	2.4	2.4
Morelos	122	1.5	1.9	1.4	0.7	0.1	1.7	0.9	0.9	0.7	0.8
Nayarit	44	0.5	0.6	0.5	0.1	0.1	0.5	0.3	0.3	1.4	0.4
Nuevo León	543	8.0	6.7	8.0	10.3	12.2	6.2	11.1	10.7	11.9	8.6
Oaxaca	173	1.8	2.0	1.8	1.2	0.7	1.9	1.1	1.2	1.1	2.2
Puebla	346	3.3	3.5	3.8	2.5	1.9	3.7	2.9	2.9	2.1	3.8
Querétaro Arteaga	185	1.5	1.7	1.9	0.8	0.7	1.7	1.2	1.1	1.5	1.1
Quintana Roo	125	1.2	1.4	1.0	1.2	0.7	1.1	0.8	0.9	1.3	1.2
San Luis Potosí	251	1.8	2.0	2.4	1.1	0.7	1.6	1.4	1.4	1.5	1.6
Sinaloa	251	2.5	2.9	2.2	1.9	1.4	2.1	1.9	1.9	2.0	1.4
Sonora	253	3.1	3.3	3.3	2.5	2.7	2.6	2.4	2.5	6.3	4.6
Tabasco	192	1.8	2.1	1.6	1.4	0.7	1.6	1.2	1.2	1.6	1.8
Tamaulipas	382	3.5	3.7	3.8	2.9	3.0	2.8	2.1	2.2	4.6	4.0
Tlaxcala	18	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1
Veracruz de Ignacio de la Llave	409	4.9	5.5	4.8	4.0	1.7	5.2	3.2	3.3	2.6	6.6
Yucatán	316	1.9	2.0	1.9	1.5	2.4	1.5	1.5	1.5	1.1	1.1
Zacatecas	123	1.0	0.9	0.7	1.5	0.3	0.7	0.5	0.5	0.8	0.7

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES, POR ENTIDAD FEDERATIVA  
2004**

CUADRO 2

ENTIDAD FEDERATIVA	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	PERSONAL OCUPADO				REMUNE- RACIONES	GASTOS POR CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS	INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS	FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO	ACTIVOS FIJOS
			DEPENDIENTE		NO DEPENDIENTE						
			HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES					
(Porcentajes)											
<b>Comercio al por menor</b>	<b>30 720</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
Aguascalientes	557	1.3	1.5	1.3	1.2	1.1	1.5	1.4	1.4	1.3	1.3
Baja California	1 320	3.9	4.8	4.9	2.9	1.9	5.2	3.6	3.6	6.1	4.3
Baja California Sur	244	0.7	0.9	0.9	0.5	0.5	0.8	0.7	0.7	1.0	0.7
Campeche	326	0.7	0.8	0.7	0.5	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	0.5
Coahuila de Zaragoza	1 058	3.4	2.7	3.0	4.5	4.3	2.4	3.2	3.2	4.8	4.1
Colima	251	0.7	0.6	0.7	0.7	0.8	0.6	0.5	0.5	1.1	0.8
Chiapas	1 039	1.9	2.2	2.1	1.6	1.1	1.6	1.6	1.7	1.0	0.9
Chihuahua	1 511	4.6	4.5	4.0	5.1	5.2	4.2	4.0	4.0	4.9	5.1
Distrito Federal	3 501	16.5	13.9	15.3	18.0	22.8	17.3	18.6	18.5	14.1	16.5
Durango	578	1.5	1.5	1.6	1.5	1.5	1.3	1.2	1.2	2.5	1.9
Guanajuato	1 442	3.6	4.1	3.9	2.9	2.7	4.0	3.4	3.4	4.1	4.3
Guerrero	477	1.6	1.7	1.7	1.4	1.2	1.7	1.5	1.5	1.0	1.6
Hidalgo	234	0.9	0.8	0.7	1.0	0.9	0.8	1.1	1.0	1.0	0.9
Jalisco	2 163	6.9	6.9	7.1	6.8	6.3	7.5	7.5	7.5	6.5	6.4
México	1 922	9.4	9.5	8.3	9.8	10.3	9.8	11.0	11.0	8.5	9.4
Michoacán de Ocampo	709	2.3	2.7	2.4	1.7	1.7	2.5	2.0	2.1	1.5	2.1
Morelos	435	1.3	1.5	1.3	1.2	1.1	1.4	1.4	1.3	0.9	1.4
Nayarit	174	0.6	0.6	0.7	0.5	0.3	0.7	0.6	0.6	0.5	0.6
Nuevo León	2 122	7.2	6.2	6.1	9.3	8.7	6.6	7.8	7.8	11.5	9.6
Oaxaca	520	1.3	1.5	2.0	0.7	0.6	1.2	1.2	1.2	0.7	0.7
Puebla	1 026	3.4	3.4	3.0	3.5	4.1	3.3	3.4	3.4	3.0	3.1
Querétaro Arteaga	519	1.7	1.5	1.5	2.0	1.9	1.6	1.8	1.8	2.0	2.1
Quintana Roo	741	1.7	1.7	1.6	1.9	1.8	1.8	2.0	2.1	1.2	2.1
San Luis Potosí	597	1.7	1.9	2.1	1.4	1.1	1.9	1.8	1.8	1.4	1.7
Sinaloa	1 006	3.6	3.7	4.7	2.7	2.5	3.6	2.7	2.7	2.7	2.5
Sonora	1 019	3.3	3.8	3.9	2.5	2.1	3.1	2.6	2.5	2.8	2.4
Tabasco	682	1.9	2.0	1.6	2.0	1.8	1.5	1.8	1.8	1.5	1.3
Tamaulipas	1 807	4.8	4.6	4.5	5.3	4.8	4.2	4.2	4.3	5.5	5.1
Tlaxcala	94	0.3	0.4	0.2	0.3	0.3	0.3	0.4	0.4	0.4	0.3
Veracruz de Ignacio de la Llave	1 380	4.4	4.3	4.9	4.3	4.1	4.0	3.9	4.0	4.0	3.5
Yucatán	886	2.2	2.9	2.6	1.3	1.3	2.4	1.7	1.8	1.4	2.1
Zacatecas	380	0.8	0.8	0.7	0.8	0.7	0.6	0.7	0.7	0.9	0.7

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).  
FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PERSONAL OCUPADO Y PAGOS CORRESPONDIENTES  
DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 3

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	PERSONAL OCUPADO DEPENDIENTE			PERSONAL OCUPADO NO DEPENDIENTE			REMUNE- RACIONES	PAGOS POR PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL
		TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES		
		(Porcentajes)							
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>8 679</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>3 902</b>	<b>56.1</b>	<b>61.0</b>	<b>37.7</b>	<b>43.9</b>	<b>51.5</b>	<b>22.7</b>	<b>58.9</b>	<b>37.4</b>
CMA de alimentos y abarrotos	2 354	33.3	34.3	29.7	20.4	22.9	13.4	33.8	15.7
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	1 548	22.7	26.7	8.0	23.5	28.6	9.3	25.1	21.6
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>253</b>	<b>1.4</b>	<b>1.1</b>	<b>2.3</b>	<b>5.9</b>	<b>3.7</b>	<b>12.0</b>	<b>1.2</b>	<b>4.7</b>
CMA de productos textiles y calzado	253	1.4	1.1	2.3	5.9	3.7	12.0	1.2	4.7
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>688</b>	<b>11.4</b>	<b>8.5</b>	<b>22.2</b>	<b>18.6</b>	<b>15.4</b>	<b>27.6</b>	<b>10.5</b>	<b>20.3</b>
CMA de productos farmacéuticos	203	5.5	4.1	10.8	8.1	7.1	10.8	5.6	6.5
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	56	1.4	0.7	3.7	2.1	1.1	5.0	1.5	4.0
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	73	0.2	0.2	0.3	3.2	2.3	5.8	0.1	3.0
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	257	3.6	2.9	6.4	1.9	1.7	2.6	2.3	1.4
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	99	0.7	0.6	1.0	3.2	3.2	3.4	1.2	5.3
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>2 532</b>	<b>20.6</b>	<b>19.8</b>	<b>23.7</b>	<b>17.2</b>	<b>15.7</b>	<b>21.6</b>	<b>15.8</b>	<b>16.2</b>
CMA de materias primas agropecuarias	346	1.3	1.2	1.6	1.9	1.9	1.8	0.9	2.0
CMA de materias primas para la industria	2 119	18.0	17.2	20.9	15.0	13.4	19.6	14.4	13.8
CMA de materiales de desecho	67	1.3	1.3	1.2	0.3	0.4	0.2	0.5	0.4
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>1 185</b>	<b>9.3</b>	<b>8.3</b>	<b>13.0</b>	<b>12.7</b>	<b>12.0</b>	<b>14.6</b>	<b>12.4</b>	<b>19.9</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	158	0.9	0.9	1.0	0.4	0.5	0.4	0.9	0.6
CMA de maquinaria y equipo para la industria	181	1.2	1.2	1.4	3.1	2.6	4.4	1.7	4.1
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	347	2.3	1.9	3.8	1.9	1.8	2.0	2.8	2.1
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	499	4.8	4.3	6.7	7.3	7.2	7.8	7.0	13.1
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>106</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	<b>1.2</b>	<b>0.8</b>	<b>1.1</b>	<b>0.9</b>
Comercio al por mayor de camiones	106	1.2	1.3	1.1	1.1	1.2	0.8	1.1	0.9
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL PERSONAL OCUPADO Y PAGOS CORRESPONDIENTES  
DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 3

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	PERSONAL OCUPADO DEPENDIENTE			PERSONAL OCUPADO NO DEPENDIENTE			REMUNE- RACIONES	PAGOS POR PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL
		TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES		
		(Porcentajes)							
<b>Comercio al por menor</b>	<b>30 720</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>2 326</b>	<b>3.7</b>	<b>4.2</b>	<b>3.0</b>	<b>3.0</b>	<b>2.3</b>	<b>3.9</b>	<b>2.6</b>	<b>2.0</b>
CME de alimentos	1 227	2.7	2.9	2.5	2.3	1.5	3.3	1.5	1.3
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	1 099	0.9	1.3	0.5	0.7	0.8	0.6	1.1	0.7
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>6 634</b>	<b>39.7</b>	<b>34.4</b>	<b>47.7</b>	<b>64.5</b>	<b>62.4</b>	<b>67.5</b>	<b>41.9</b>	<b>56.0</b>
CME en tiendas de Autoservicio	5 875	26.4	24.1	29.9	57.1	57.5	56.4	25.9	48.2
CME en tiendas departamentales	759	13.3	10.3	17.7	7.4	4.9	11.1	16.0	7.9
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>3 386</b>	<b>6.6</b>	<b>5.6</b>	<b>8.2</b>	<b>3.3</b>	<b>2.0</b>	<b>5.2</b>	<b>4.4</b>	<b>3.5</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	524	2.9	3.4	2.0	0.6	0.3	0.9	1.5	0.3
CME de ropa y accesorios de vestir	1 734	2.5	1.6	3.9	2.1	1.2	3.5	2.0	2.5
Comercio al por menor de calzado	1 128	1.2	0.5	2.3	0.6	0.5	0.8	1.0	0.7
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>4 866</b>	<b>9.6</b>	<b>7.0</b>	<b>13.4</b>	<b>1.0</b>	<b>0.6</b>	<b>1.5</b>	<b>8.9</b>	<b>1.4</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	4 866	9.6	7.0	13.4	1.0	0.6	1.5	8.9	1.4
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>1 703</b>	<b>3.3</b>	<b>2.5</b>	<b>4.5</b>	<b>2.2</b>	<b>1.9</b>	<b>2.6</b>	<b>3.2</b>	<b>3.0</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	307	0.5	0.3	0.8	0.4	0.3	0.6	0.7	0.6
CME de artículos para el esparcimiento	624	0.7	0.6	0.8	0.6	0.5	0.7	0.6	0.7
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	654	1.8	1.3	2.5	1.1	1.1	1.2	1.5	1.5
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	118	0.3	0.3	0.4	0.1	0.0	0.1	0.4	0.3
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>3 194</b>	<b>4.2</b>	<b>4.2</b>	<b>4.2</b>	<b>9.8</b>	<b>10.8</b>	<b>8.4</b>	<b>4.3</b>	<b>13.7</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	2 626	2.9	3.0	2.8	9.1	10.1	7.6	2.9	12.6
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	444	0.8	0.9	0.8	0.7	0.7	0.8	1.1	1.0
CME de artículos para la decoración de interiores	124	0.4	0.4	0.5	0.0	0.0	0.0	0.4	0.1
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>2 087</b>	<b>5.2</b>	<b>6.0</b>	<b>3.9</b>	<b>1.6</b>	<b>1.7</b>	<b>1.4</b>	<b>5.0</b>	<b>1.3</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	2 087	5.2	6.0	3.9	1.6	1.7	1.4	5.0	1.3
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>6 518</b>	<b>27.7</b>	<b>36.1</b>	<b>15.2</b>	<b>14.5</b>	<b>18.1</b>	<b>9.4</b>	<b>29.6</b>	<b>19.0</b>
CME de automóviles y camionetas	1 231	8.7	10.4	6.2	7.8	9.0	5.9	11.2	11.1
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	2 091	4.7	5.9	3.0	2.5	3.2	1.4	5.7	3.4
CME motocicletas y otros vehículos de motor	195	0.2	0.2	0.2	0.4	0.6	0.3	0.3	0.7
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	3 001	14.1	19.7	5.8	3.9	5.3	1.8	12.3	3.7
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL TOTAL DE GASTOS DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR,  
SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD**

CUADRO 4

**2004**

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	GASTOS POR CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS									
			MERCANCIAS	MATERIALES	ENVASES Y	PAGOS POR	PAGOS POR	CONSUMO DE	CONSUMO DE	PUBLICIDAD	OTROS GASTOS	TOTAL DE
			COMPRADAS	CONSUMIDOS	EMPAQUES	ALQUILER DE	PERSONAL NO	COMBUSTIBLES	ENERGÍA	DE BIENES	DERIVADOS DE	GASTOS NO
			PARA SU	PARA LA PRES-		BIENES MUEBLES	DEPENDIENTE DE	Y LUBRICANTES	ELÉCTRICA		DE BIENES	DERIVADOS DE
			REVENTA	TACIÓN DE SERV.		E INMUEBLES	LA RAZÓN SOCIAL				Y SERVICIOS	LA ACTIVIDAD
(Porcentajes)												
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>8 679</b>	<b>100.0</b>	<b>90.2</b>	<b>0.4</b>	<b>0.3</b>	<b>0.8</b>	<b>1.8</b>	<b>0.5</b>	<b>0.2</b>	<b>1.3</b>	<b>4.6</b>	<b>100.0</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>3 902</b>	<b>100.0</b>	<b>89.4</b>	<b>0.0</b>	<b>0.5</b>	<b>0.9</b>	<b>1.6</b>	<b>0.8</b>	<b>0.2</b>	<b>1.6</b>	<b>5.0</b>	<b>41.0</b>
CMA de alimentos y abarrotes	2 354	100.0	92.5	0.0	0.3	0.7	1.0	0.7	0.2	1.0	3.5	15.7
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	1 548	100.0	83.1	0.1	0.8	1.1	2.8	1.1	0.2	2.7	8.0	25.4
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>	<b>85.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.3</b>	<b>1.4</b>	<b>3.8</b>	<b>0.1</b>	<b>0.2</b>	<b>2.7</b>	<b>6.4</b>	<b>4.6</b>
CMA de productos textiles y calzado	253	100.0	85.0	0.0	0.3	1.4	3.8	0.1	0.2	2.7	6.4	4.6
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>688</b>	<b>100.0</b>	<b>91.8</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.7</b>	<b>1.9</b>	<b>0.2</b>	<b>0.1</b>	<b>1.7</b>	<b>3.5</b>	<b>18.8</b>
CMA de productos farmacéuticos	203	100.0	96.5	0.0	0.1	0.2	1.2	0.2	0.0	0.1	1.8	1.7
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	56	100.0	81.4	0.0	0.2	1.3	3.8	0.1	0.1	7.7	5.5	3.7
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	73	100.0	74.6	0.3	0.1	1.6	5.9	0.1	0.1	7.7	9.7	1.9
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	257	100.0	90.5	0.0	0.3	1.6	1.4	0.3	0.3	0.7	4.8	1.9
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	99	100.0	89.4	0.0	0.0	0.8	2.4	0.1	0.1	2.0	5.0	9.6
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>2 532</b>	<b>100.0</b>	<b>92.7</b>	<b>0.0</b>	<b>0.2</b>	<b>0.7</b>	<b>1.1</b>	<b>0.4</b>	<b>0.1</b>	<b>0.5</b>	<b>4.2</b>	<b>20.2</b>
CMA de materias primas agropecuarias	346	100.0	95.2	0.0	0.1	0.5	0.9	0.4	0.1	0.1	2.7	0.9
CMA de materias primas para la industria	2 119	100.0	92.1	0.0	0.2	0.8	1.2	0.4	0.1	0.5	4.6	18.7
CMA de materiales de desecho	67	100.0	94.7	0.0	0.1	0.3	0.6	0.8	0.2	0.0	3.2	0.6
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>1 185</b>	<b>100.0</b>	<b>88.9</b>	<b>1.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.8</b>	<b>2.9</b>	<b>0.3</b>	<b>0.1</b>	<b>0.5</b>	<b>5.2</b>	<b>14.5</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	158	100.0	89.0	0.1	0.0	0.9	1.7	0.9	0.2	0.4	6.9	0.4
CMA de maquinaria y equipo para la industria	181	100.0	84.7	0.8	0.2	1.2	5.9	0.8	0.2	0.4	6.0	2.4
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	347	100.0	88.6	0.2	0.1	1.0	1.8	0.3	0.1	1.0	6.9	3.6
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	499	100.0	89.7	1.5	0.1	0.7	2.8	0.1	0.1	0.5	4.5	8.1
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>106</b>	<b>100.0</b>	<b>87.3</b>	<b>0.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.6</b>	<b>0.9</b>	<b>0.2</b>	<b>3.6</b>	<b>4.3</b>	<b>2.7</b>	<b>0.8</b>
Comercio al por mayor de camiones	106	100.0	87.3	0.3	0.0	0.6	0.9	0.2	3.6	4.3	2.7	0.8
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL TOTAL DE GASTOS DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR,  
SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 4

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	GASTOS POR CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS									
			MERCANCIAS	MATERIALES	ENVASES Y	PAGOS POR	PAGOS POR	CONSUMO DE	CONSUMO DE	PUBLICIDAD	OTROS GASTOS	TOTAL DE
			COMPRADAS PARA SU REVENTA	CONSUMIDOS PARA LA PRES- TACIÓN DE SERV.	EMPAQUES	ALQUILER DE BIENES MUEBLES	PERSONAL NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL	COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	ENERGÍA ELÉCTRICA		DE BIENES Y SERVICIOS	GASTOS NO DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD
(Porcentajes)												
<b>Comercio al por menor</b>	<b>30 720</b>	<b>100.0</b>	<b>87.8</b>	<b>0.3</b>	<b>0.2</b>	<b>1.7</b>	<b>2.5</b>	<b>0.3</b>	<b>0.7</b>	<b>0.9</b>	<b>5.5</b>	<b>100.0</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>2 326</b>	<b>100.0</b>	<b>90.4</b>	<b>0.0</b>	<b>0.4</b>	<b>1.8</b>	<b>1.8</b>	<b>0.6</b>	<b>0.5</b>	<b>0.7</b>	<b>3.8</b>	<b>3.2</b>
CME de alimentos	1 227	100.0	92.5	0.1	0.4	1.0	1.6	0.5	0.5	0.2	3.2	0.7
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	1 099	100.0	84.2	0.0	0.3	3.9	2.6	1.0	0.6	1.9	5.5	2.5
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>6 634</b>	<b>100.0</b>	<b>85.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.3</b>	<b>1.9</b>	<b>3.5</b>	<b>0.1</b>	<b>1.4</b>	<b>1.2</b>	<b>6.4</b>	<b>42.0</b>
CME en tiendas de Autoservicio	5 875	100.0	86.3	0.0	0.4	1.6	3.6	0.1	1.4	1.0	5.7	35.1
CME en tiendas departamentales	759	100.0	79.5	0.3	0.2	3.3	2.9	0.2	1.1	2.3	10.1	6.9
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>3 386</b>	<b>100.0</b>	<b>82.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.3</b>	<b>6.3</b>	<b>3.5</b>	<b>0.2</b>	<b>1.1</b>	<b>1.0</b>	<b>5.6</b>	<b>2.5</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	524	100.0	88.2	0.0	0.1	5.6	1.4	0.1	1.0	0.1	3.5	0.3
CME de ropa y accesorios de vestir	1 734	100.0	79.1	0.0	0.4	6.8	4.4	0.1	1.1	0.9	7.1	1.8
Comercio al por menor de calzado	1 128	100.0	82.7	0.0	0.2	5.9	3.3	0.3	1.0	2.4	4.2	0.4
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>4 866</b>	<b>100.0</b>	<b>91.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>2.4</b>	<b>0.8</b>	<b>0.2</b>	<b>0.7</b>	<b>0.9</b>	<b>3.9</b>	<b>3.7</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	4 866	100.0	91.0	0.0	0.1	2.4	0.8	0.2	0.7	0.9	3.9	3.7
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>1 703</b>	<b>100.0</b>	<b>80.9</b>	<b>0.1</b>	<b>0.2</b>	<b>3.3</b>	<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>0.5</b>	<b>2.3</b>	<b>8.6</b>	<b>2.9</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	307	100.0	74.0	0.0	0.3	2.9	4.0	0.3	0.4	5.6	12.6	0.5
CME de artículos para el esparcimiento	624	100.0	83.9	0.1	0.3	2.9	3.4	0.3	0.5	1.7	6.9	0.8
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	654	100.0	83.5	0.0	0.2	2.9	3.8	0.4	0.5	1.2	7.4	1.2
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	118	100.0	73.5	0.1	0.4	7.7	3.9	0.2	0.5	2.4	11.3	0.4
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>3 194</b>	<b>100.0</b>	<b>79.7</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>2.8</b>	<b>5.3</b>	<b>0.3</b>	<b>0.5</b>	<b>1.7</b>	<b>9.4</b>	<b>7.7</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	2 626	100.0	74.9	0.1	0.2	3.4	6.8	0.4	0.7	2.2	11.5	5.9
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	444	100.0	93.4	0.2	0.0	0.9	1.6	0.1	0.1	0.4	3.1	1.2
CME de artículos para la decoración de interiores	124	100.0	81.4	0.0	0.3	2.5	0.9	0.5	0.5	0.8	13.3	0.6
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>2 087</b>	<b>100.0</b>	<b>88.8</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>1.8</b>	<b>1.0</b>	<b>0.7</b>	<b>0.3</b>	<b>1.2</b>	<b>6.0</b>	<b>2.5</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	2 087	100.0	88.8	0.0	0.1	1.8	1.0	0.7	0.3	1.2	6.0	2.5
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>6 518</b>	<b>100.0</b>	<b>92.6</b>	<b>0.3</b>	<b>0.1</b>	<b>0.8</b>	<b>1.3</b>	<b>0.4</b>	<b>0.2</b>	<b>0.4</b>	<b>4.0</b>	<b>35.4</b>
CME de automóviles y camionetas	1 231	100.0	92.4	0.4	0.0	0.9	1.7	0.2	0.1	0.6	3.7	26.0
CME de partes y refacciones para automóviles y camionetas	2 091	100.0	88.7	0.2	0.1	1.4	2.0	0.6	0.2	0.9	5.8	4.1
CME motocicletas y otros vehículos de motor	195	100.0	82.2	0.4	0.1	1.7	5.3	0.5	0.2	1.4	8.3	0.6
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	3 001	100.0	94.0	0.3	0.1	0.5	0.6	0.5	0.2	0.1	3.7	4.7
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL TOTAL DE INGRESOS DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR,  
SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 5

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS					TOTAL DE INGRESOS NO DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD
			VENTAS NETAS DE MERCANCIAS ADQUIRIDAS PARA SU REVENTA	INGRESOS POR ALQUILER DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	INGRESOS POR CONSIGNACIÓN Y COMISIÓN	OTROS INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS	
			(Porcentajes)					
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>8 679</b>	<b>100.0</b>	<b>98.0</b>	<b>0.2</b>	<b>0.8</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>	<b>100.0</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>3 902</b>	<b>100.0</b>	<b>99.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.5</b>	<b>44.9</b>
CMA de alimentos y abarrotos	2 354	100.0	99.3	0.0	0.0	0.1	0.5	38.1
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	1 548	100.0	99.4	0.0	0.1	0.0	0.5	6.8
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>	<b>99.2</b>	<b>0.2</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.4</b>	<b>2.8</b>
CMA de productos textiles y calzado	253	100.0	99.2	0.2	0.1	0.0	0.4	2.8
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>688</b>	<b>100.0</b>	<b>99.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.6</b>	<b>21.3</b>
CMA de productos farmacéuticos	203	100.0	99.3	0.0	0.0	0.0	0.7	1.3
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	56	100.0	98.4	0.5	0.1	0.4	0.7	6.3
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	73	100.0	97.8	0.0	1.5	0.0	0.7	2.0
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	257	100.0	98.9	0.0	0.3	0.3	0.5	0.6
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	99	100.0	99.2	0.2	0.1	0.0	0.5	11.0
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>2 532</b>	<b>100.0</b>	<b>98.8</b>	<b>0.1</b>	<b>0.2</b>	<b>0.2</b>	<b>0.7</b>	<b>18.2</b>
CMA de materias primas agropecuarias	346	100.0	98.8	0.0	0.0	0.6	0.5	1.7
CMA de materias primas para la industria	2 119	100.0	98.8	0.1	0.2	0.2	0.7	15.8
CMA de materiales de desecho	67	100.0	99.0	0.0	0.1	0.0	0.8	0.7
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>1 185</b>	<b>100.0</b>	<b>93.1</b>	<b>1.0</b>	<b>5.4</b>	<b>0.2</b>	<b>0.3</b>	<b>11.6</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	158	100.0	97.6	1.0	0.9	0.1	0.4	0.6
CMA de maquinaria y equipo para la industria	181	100.0	93.2	4.3	1.6	0.4	0.5	2.2
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	347	100.0	96.7	0.1	2.5	0.4	0.3	3.1
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	499	100.0	91.9	0.7	7.1	0.1	0.2	5.6
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>106</b>	<b>100.0</b>	<b>97.2</b>	<b>0.0</b>	<b>2.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.6</b>	<b>1.3</b>
Comercio al por mayor de camiones	106	100.0	97.2	0.0	2.1	0.1	0.6	1.3
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DEL TOTAL DE INGRESOS DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR,  
SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 5

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS					TOTAL DE INGRESOS NO DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD
			VENTAS NETAS DE MERCANCIAS ADQUIRIDAS PARA SU REVENTA	INGRESOS POR ALQUILER DE BIENES MUEBLES E INMUEBLES	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	INGRESOS POR CONSIGNACIÓN Y COMISIÓN	OTROS INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS	
			(Porcentajes)					
<b>Comercio al por menor</b>	<b>30 720</b>	<b>100.0</b>	<b>97.3</b>	<b>0.2</b>	<b>0.8</b>	<b>0.7</b>	<b>1.0</b>	<b>100.0</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>2 326</b>	<b>100.0</b>	<b>98.9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.8</b>	<b>2.2</b>
CME de alimentos	1 227	100.0	99.2	0.0	0.1	0.2	0.5	0.8
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	1 099	100.0	98.1	0.0	0.2	0.0	1.6	1.4
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>6 634</b>	<b>100.0</b>	<b>97.1</b>	<b>0.3</b>	<b>0.5</b>	<b>0.9</b>	<b>1.2</b>	<b>28.9</b>
CME en tiendas de Autoservicio	5 875	100.0	98.9	0.3	0.0	0.0	0.8	15.7
CME en tiendas departamentales	759	100.0	89.9	0.6	2.2	4.7	2.5	13.2
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>3 386</b>	<b>100.0</b>	<b>98.7</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>1.1</b>	<b>2.6</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	524	100.0	99.8	0.0	0.0	0.0	0.2	0.2
CME de ropa y accesorios de vestir	1 734	100.0	98.8	0.1	0.0	0.1	1.0	1.9
Comercio al por menor de calzado	1 128	100.0	97.4	0.1	0.0	0.0	2.5	0.5
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>4 866</b>	<b>100.0</b>	<b>98.7</b>	<b>0.0</b>	<b>0.5</b>	<b>0.0</b>	<b>0.7</b>	<b>5.1</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	4 866	100.0	98.7	0.0	0.5	0.0	0.7	5.1
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>1 703</b>	<b>100.0</b>	<b>98.8</b>	<b>0.1</b>	<b>0.5</b>	<b>0.2</b>	<b>0.4</b>	<b>2.2</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	307	100.0	99.0	0.0	0.5	0.0	0.5	0.3
CME de artículos para el esparcimiento	624	100.0	98.7	0.1	0.5	0.0	0.7	0.3
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	654	100.0	98.9	0.1	0.4	0.3	0.3	1.1
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	118	100.0	98.5	0.0	1.2	0.0	0.2	0.5
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>3 194</b>	<b>100.0</b>	<b>95.4</b>	<b>0.4</b>	<b>1.7</b>	<b>1.1</b>	<b>1.4</b>	<b>26.0</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	2 626	100.0	94.1	0.5	2.1	1.4	1.9	24.4
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	444	100.0	98.5	0.0	0.9	0.3	0.2	1.3
CME de artículos para la decoración de interiores	124	100.0	99.1	0.0	0.2	0.0	0.6	0.4
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>2 087</b>	<b>100.0</b>	<b>99.4</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.4</b>	<b>1.8</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	2 087	100.0	99.4	0.0	0.0	0.1	0.4	1.8
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>6 518</b>	<b>100.0</b>	<b>97.8</b>	<b>0.1</b>	<b>1.2</b>	<b>0.1</b>	<b>0.8</b>	<b>31.1</b>
CME de automóviles y camionetas	1 231	100.0	96.5	0.1	1.9	0.2	1.4	20.7
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	2 091	100.0	97.9	0.4	0.8	0.1	0.9	2.5
CME motocicletas y otros vehículos de motor	195	100.0	95.4	0.0	3.3	0.7	0.5	0.4
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	3 001	100.0	99.1	0.0	0.6	0.0	0.3	7.5
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ACTIVOS FIJOS DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR,  
SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 6

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	ACTIVOS FIJOS					
			MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN	BIENES INMUEBLES	UNIDADES Y EQUIPO DE TRANSPORTE	EQUIPO DE CÓMPUTO Y PERIFÉRICOS	MOBILIARIO Y EQUIPO	OTROS ACTIVOS FIJOS
(Porcentajes)								
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>8 679</b>	<b>100.0</b>	<b>9.7</b>	<b>24.0</b>	<b>39.5</b>	<b>8.0</b>	<b>5.3</b>	<b>13.6</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>3 902</b>	<b>100.0</b>	<b>4.9</b>	<b>20.1</b>	<b>54.7</b>	<b>5.1</b>	<b>3.3</b>	<b>11.9</b>
CMA de alimentos y abarrotes	2 354	100.0	8.0	19.2	52.3	4.9	3.4	12.3
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	1 548	100.0	2.3	20.8	56.7	5.3	3.2	11.6
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>253</b>	<b>100.0</b>	<b>17.4</b>	<b>21.5</b>	<b>16.1</b>	<b>16.7</b>	<b>9.3</b>	<b>19.0</b>
CMA de productos textiles y calzado	253	100.0	17.4	21.5	16.1	16.7	9.3	19.0
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>688</b>	<b>100.0</b>	<b>12.9</b>	<b>28.4</b>	<b>14.7</b>	<b>16.1</b>	<b>11.7</b>	<b>16.2</b>
CMA de productos farmacéuticos	203	100.0	6.4	35.5	16.9	18.3	13.4	9.5
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	56	100.0	17.5	11.8	11.1	21.0	13.2	25.4
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	73	100.0	6.7	32.9	8.4	25.1	15.4	11.4
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	257	100.0	10.2	26.6	21.8	15.1	14.4	11.9
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	99	100.0	24.7	27.2	9.6	7.3	4.7	26.4
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>2 532</b>	<b>100.0</b>	<b>20.4</b>	<b>33.6</b>	<b>18.7</b>	<b>6.7</b>	<b>4.8</b>	<b>15.8</b>
CMA de materias primas agropecuarias	346	100.0	11.4	32.2	30.1	9.0	8.4	8.9
CMA de materias primas para la industria	2 119	100.0	20.0	34.4	17.6	6.7	4.6	16.6
CMA de materiales de desecho	67	100.0	51.0	12.4	28.9	1.7	3.6	2.5
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>1 185</b>	<b>100.0</b>	<b>11.5</b>	<b>22.7</b>	<b>18.5</b>	<b>19.2</b>	<b>11.9</b>	<b>16.2</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	158	100.0	2.2	29.2	35.0	22.8	7.6	3.2
CMA de maquinaria y equipo para la industria	181	100.0	5.4	31.2	13.1	6.3	7.4	36.6
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	347	100.0	3.1	29.1	25.0	15.7	12.1	15.0
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	499	100.0	17.9	16.4	15.9	24.8	14.3	10.7
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>106</b>	<b>100.0</b>	<b>13.7</b>	<b>25.2</b>	<b>27.3</b>	<b>13.8</b>	<b>9.6</b>	<b>10.4</b>
Comercio al por mayor de camiones	106	100.0	13.7	25.2	27.3	13.8	9.6	10.4
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE ACTIVOS FIJOS DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR,  
SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 6

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TOTAL	ACTIVOS FIJOS					
			MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN	BIENES INMUEBLES	UNIDADES Y EQUIPO DE TRANSPORTE	EQUIPO DE CÓMPUTO Y PERIFÉRICOS	MOBILIARIO Y EQUIPO	OTROS ACTIVOS FIJOS
(Porcentajes)								
<b>Comercio al por menor</b>	<b>30 720</b>	<b>100.0</b>	<b>10.5</b>	<b>54.7</b>	<b>8.0</b>	<b>9.0</b>	<b>12.8</b>	<b>5.0</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>2 326</b>	<b>100.0</b>	<b>13.8</b>	<b>32.6</b>	<b>24.2</b>	<b>6.1</b>	<b>11.5</b>	<b>11.8</b>
CME de alimentos	1 227	100.0	20.7	28.6	19.2	5.4	12.8	13.2
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	1 099	100.0	2.9	38.7	32.0	7.3	9.4	9.7
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>6 634</b>	<b>100.0</b>	<b>8.9</b>	<b>64.3</b>	<b>1.4</b>	<b>9.5</b>	<b>14.2</b>	<b>1.8</b>
CME en tiendas de Autoservicio	5 875	100.0	10.7	58.9	1.5	11.5	15.5	1.9
CME en tiendas departamentales	759	100.0	4.1	78.0	1.2	4.4	10.8	1.5
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>3 386</b>	<b>100.0</b>	<b>5.6</b>	<b>16.2</b>	<b>12.6</b>	<b>11.5</b>	<b>25.8</b>	<b>28.4</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	524	100.0	0.5	11.6	19.5	8.9	24.0	35.4
CME de ropa y accesorios de vestir	1 734	100.0	9.6	8.7	9.3	10.1	28.3	34.0
Comercio al por menor de calzado	1 128	100.0	0.9	37.6	14.1	17.0	21.2	9.1
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>4 866</b>	<b>100.0</b>	<b>10.0</b>	<b>44.1</b>	<b>5.2</b>	<b>10.9</b>	<b>15.9</b>	<b>13.8</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	4 866	100.0	10.0	44.1	5.2	10.9	15.9	13.8
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>1 703</b>	<b>100.0</b>	<b>3.2</b>	<b>47.1</b>	<b>12.3</b>	<b>14.3</b>	<b>17.1</b>	<b>6.1</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	307	100.0	2.2	32.2	13.4	10.6	27.8	13.8
CME de artículos para el esparcimiento	624	100.0	12.1	24.0	17.6	24.2	11.8	10.3
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	654	100.0	0.7	55.4	11.1	12.0	18.1	2.7
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	118	100.0	1.7	59.5	7.9	13.1	9.2	8.5
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>3 194</b>	<b>100.0</b>	<b>3.2</b>	<b>40.8</b>	<b>18.8</b>	<b>14.1</b>	<b>11.0</b>	<b>12.3</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	2 626	100.0	2.4	45.5	16.4	14.0	9.3	12.4
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	444	100.0	5.7	12.0	31.4	14.7	21.6	14.7
CME de artículos para la decoración de interiores	124	100.0	11.3	20.8	33.3	13.0	16.3	5.3
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>2 087</b>	<b>100.0</b>	<b>4.5</b>	<b>29.4</b>	<b>29.5</b>	<b>12.9</b>	<b>16.8</b>	<b>6.9</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	2 087	100.0	4.5	29.4	29.5	12.9	16.8	6.9
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>6 518</b>	<b>100.0</b>	<b>17.7</b>	<b>38.9</b>	<b>21.8</b>	<b>6.0</b>	<b>6.5</b>	<b>9.1</b>
CME de automóviles y camionetas	1 231	100.0	11.9	45.0	12.6	8.7	10.0	11.8
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	2 091	100.0	15.7	30.6	26.5	10.4	8.8	7.9
CME motocicletas y otros vehículos de motor	195	100.0	7.7	43.3	18.6	10.6	8.0	11.8
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	3 001	100.0	22.4	36.4	27.2	2.9	3.5	7.5
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**INDICADORES ECONÓMICOS DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 7

SECTOR	PERSONAL OCUPADO	VENTAS NETAS DE MERCANCIAS	ACTIVOS FIJOS POR PERSONA	REMUNERACIONES POR PERSONA	PAGOS POR PER. NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL	DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS POR	VENTAS NETAS DE MERCANCIAS ADQUIRIDAS	INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS A GASTO CENSAL
SUBSECTOR	POR UNIDAD	POR PERSONA	OCUPADA	REMUNERADA	POR PERSONA	ACTIVO FIJO	A COSTO DE LAS MERCANCIAS	
RAMA DE ACTIVIDAD	ECONÓMICA	OCUPADA			SUMINISTRADA			
	(Pesos)				(Porcentaje)			
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>36</b>	<b>2 524 659</b>	<b>212 260</b>	<b>114 297</b>	<b>146 501</b>	<b>13.2</b>	<b>127.5</b>	<b>111.6</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>43</b>	<b>1 986 173</b>	<b>235 704</b>	<b>120 126</b>	<b>124 711</b>	<b>14.0</b>	<b>130.3</b>	<b>110.5</b>
CMA de alimentos y abarrotes	40	2 231 642	191 875	115 914	113 116	10.1	119.5	105.7
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	47	1 666 398	292 801	126 302	134 756	17.4	154.6	120.0
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>32</b>	<b>2 191 866</b>	<b>112 777</b>	<b>100 125</b>	<b>117 517</b>	<b>10.5</b>	<b>132.9</b>	<b>113.9</b>
CMA de productos textiles y calzado	32	2 191 866	112 777	100 125	117 517	10.5	132.9	113.9
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>61</b>	<b>3 563 439</b>	<b>141 955</b>	<b>105 236</b>	<b>159 422</b>	<b>15.0</b>	<b>128.5</b>	<b>115.1</b>
CMA de productos farmacéuticos	97	4 301 281	125 432	115 056	117 580	16.5	127.1	119.4
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	88	3 156 469	185 295	121 839	276 015	20.0	149.2	117.5
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	43	2 196 186	92 745	50 548	137 414	15.3	147.9	110.3
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	39	1 420 271	95 039	70 684	108 970	12.6	125.8	109.3
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	44	6 642 778	310 992	188 726	239 536	10.5	120.9	106.4
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>25</b>	<b>3 093 435</b>	<b>227 682</b>	<b>87 833</b>	<b>138 034</b>	<b>9.9</b>	<b>123.2</b>	<b>109.2</b>
CMA de materias primas agropecuarias	13	6 084 271	181 207	77 896	157 368	12.3	111.6	104.8
CMA de materias primas para la industria	26	2 868 399	238 184	91 664	134 710	9.8	125.7	110.0
CMA de materiales de desecho	49	2 625 109	119 233	44 821	179 646	10.5	119.4	110.3
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>27</b>	<b>2 915 462</b>	<b>189 800</b>	<b>152 860</b>	<b>229 036</b>	<b>13.7</b>	<b>125.3</b>	<b>114.3</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	16	1 814 294	196 756	109 083	190 563	9.7	128.2	107.5
CMA de maquinaria y equipo para la industria	30	1 843 295	237 495	161 242	196 509	15.6	142.2	117.0
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	20	2 416 279	152 643	139 652	167 364	12.0	126.7	109.6
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	35	3 606 497	188 624	165 487	260 704	14.1	122.4	115.7
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>36</b>	<b>3 141 114</b>	<b>132 387</b>	<b>103 256</b>	<b>115 591</b>	<b>13.0</b>	<b>123.1</b>	<b>106.0</b>
Comercio al por mayor de camiones	36	3 141 114	132 387	103 256	115 591	13.0	123.1	106.0
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**INDICADORES ECONÓMICOS DE LAS UNIDADES COMERCIALES POR SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 7

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	PERSONAL	VENTAS NETAS	ACTIVOS FIJOS	REMUNERACIONES	PAGOS POR PER.	DEPRECIACIÓN	VENTAS NETAS DE	INGRESOS POR
	OCUPADO POR UNIDAD ECONÓMICA	DE MERCANCIAS POR PERSONA OCUPADA	POR PERSONA OCUPADA	POR PERSONA REMUNERADA	NO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL POR PERSONA SUMINISTRADA	DE LOS ACTIVOS FIJOS POR ACTIVO FIJO	MERCANCIAS ADQUIRIDAS A COSTO DE LAS MERCANCIAS	SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS A GASTO CENSAL
	(Pesos)				(Porcentaje)			
<b>Comercio al por menor</b>	<b>28</b>	<b>1 286 835</b>	<b>179 918</b>	<b>68 793</b>	<b>81 737</b>	<b>8.4</b>	<b>122.5</b>	<b>105.6</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>13</b>	<b>1 079 030</b>	<b>110 627</b>	<b>48 990</b>	<b>54 469</b>	<b>9.9</b>	<b>126.2</b>	<b>110.0</b>
CME de alimentos	18	1 062 352	90 227	38 277	45 970	10.1	121.4	109.2
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	7	1 128 935	171 666	79 886	81 979	9.6	141.8	112.2
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>63</b>	<b>1 059 303</b>	<b>234 650</b>	<b>72 554</b>	<b>71 019</b>	<b>6.7</b>	<b>125.5</b>	<b>104.8</b>
CME en tiendas de Autoservicio	55	1 117 748	218 191	67 402	69 002	7.6	121.0	101.7
CME en tiendas departamentales	124	859 428	290 936	82 799	86 526	4.5	150.9	119.4
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>13</b>	<b>690 949</b>	<b>60 457</b>	<b>46 043</b>	<b>87 925</b>	<b>13.0</b>	<b>147.5</b>	<b>112.7</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	33	442 767	33 894	36 488	48 693	24.7	133.8	107.2
CME de ropa y accesorios de vestir	12	880 367	75 788	53 118	97 195	10.8	156.2	115.9
Comercio al por menor de calzado	7	738 260	77 354	53 659	93 229	7.7	142.5	110.9
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>11</b>	<b>904 452</b>	<b>101 240</b>	<b>64 006</b>	<b>111 714</b>	<b>13.2</b>	<b>121.4</b>	<b>104.5</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	11	904 452	101 240	64 006	111 714	13.2	121.4	104.5
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>14</b>	<b>989 613</b>	<b>108 562</b>	<b>67 209</b>	<b>112 392</b>	<b>15.5</b>	<b>144.4</b>	<b>109.6</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	13	1 233 042	78 112	95 085	128 888	13.3	161.3	112.4
CME de artículos para el esparcimiento	9	1 040 148	91 343	56 424	89 603	10.7	140.8	111.0
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	20	880 059	119 653	59 507	107 425	18.3	135.5	107.0
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	17	1 084 215	145 179	88 955	291 983	10.9	176.8	114.5
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>17</b>	<b>1 266 928</b>	<b>80 350</b>	<b>71 033</b>	<b>113 806</b>	<b>9.0</b>	<b>126.3</b>	<b>104.1</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	17	1 080 790	82 188	68 323	113 704	8.0	131.0	103.6
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	16	2 599 754	66 542	88 180	112 016	16.1	114.7	105.5
CME de artículos para la decoración de interiores	20	889 928	85 895	55 936	199 940	11.0	132.9	103.6
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>16</b>	<b>1 128 145</b>	<b>107 670</b>	<b>67 015</b>	<b>66 669</b>	<b>12.2</b>	<b>129.7</b>	<b>107.5</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	16	1 128 145	107 670	67 015	66 669	12.2	129.7	107.5
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>30</b>	<b>2 126 073</b>	<b>171 677</b>	<b>73 305</b>	<b>106 618</b>	<b>11.1</b>	<b>115.8</b>	<b>105.7</b>
CME de automóviles y camionetas	58	2 471 986	168 396	88 546	117 363	11.4	114.5	105.8
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	16	1 521 950	123 950	82 671	113 043	12.4	130.7	109.8
CME motocicletas y otros vehículos de motor	12	1 643 977	109 810	120 131	131 646	13.5	136.3	114.8
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	29	2 085 517	194 024	60 137	78 186	10.5	113.1	104.3
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES CON GENERACIÓN DE PLAZAS Y CAUSAS SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD 2004**

CUADRO 8

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	CAUSAS DE GENERACIÓN DE EMPLEO										
	UNIDADES ECONÓMICAS	APERTURA DE ESTABLECIMIENTOS	DIVERSIFICACIÓN O INCREMENTO DE ACTIVIDADES	AUMENTO DE CLIENTES	CAMBIO EN LAS FORMAS DE CONTRATACIÓN	ESPECIALIZACIÓN DE FUNCIONES	RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LA EMPRESA	HABILITACIÓN DE NUEVOS PUESTOS POR ADQUISICIÓN	MEJORAS EN LOS PROCESOS	CONDICIONES ECONÓMICAS FAVORABLES	OTRAS
	(Porcentaje)										
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>2 768</b>	<b>25.9</b>	<b>22.1</b>	<b>20.0</b>	<b>3.7</b>	<b>6.1</b>	<b>2.5</b>	<b>1.3</b>	<b>5.2</b>	<b>3.5</b>	<b>9.7</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>1 428</b>	<b>27.9</b>	<b>12.5</b>	<b>29.2</b>	<b>2.7</b>	<b>5.8</b>	<b>2.1</b>	<b>0.8</b>	<b>5.3</b>	<b>1.3</b>	<b>12.5</b>
CMA de alimentos y abarrotes	1 000	31.9	11.7	36.6	1.9	7.9	2.9	1.2	1.6	1.8	2.5
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	428	18.5	14.3	11.9	4.4	0.9	0.2	0.0	14.0	0.0	35.8
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>64</b>	<b>60.9</b>	<b>14.1</b>	<b>6.3</b>	<b>0.0</b>	<b>3.1</b>	<b>3.1</b>	<b>0.0</b>	<b>3.1</b>	<b>3.1</b>	<b>6.3</b>
CMA de productos textiles y calzado	64	60.9	14.1	6.3	0.0	3.1	3.1	0.0	3.1	3.1	6.3
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>186</b>	<b>16.7</b>	<b>46.8</b>	<b>10.8</b>	<b>0.0</b>	<b>5.9</b>	<b>2.2</b>	<b>0.5</b>	<b>5.4</b>	<b>5.4</b>	<b>6.5</b>
CMA de productos farmacéuticos	81	2.5	63.0	17.3	0.0	1.2	2.5	0.0	3.7	9.9	0.0
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	18	16.7	38.9	16.7	0.0	5.6	11.1	5.6	0.0	5.6	0.0
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	69	27.5	30.4	0.0	0.0	13.0	0.0	0.0	10.1	1.5	17.4
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	15	33.3	46.7	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>703</b>	<b>27.5</b>	<b>24.5</b>	<b>12.0</b>	<b>7.7</b>	<b>5.8</b>	<b>3.3</b>	<b>1.4</b>	<b>5.0</b>	<b>4.0</b>	<b>9.0</b>
CMA de materias primas agropecuarias	64	20.3	29.7	34.4	1.6	1.6	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0
CMA de materias primas para la industria	614	29.3	22.8	9.6	8.6	6.5	3.6	1.0	4.4	4.2	9.9
CMA de materiales de desecho	25	0.0	52.0	12.0	0.0	0.0	4.0	16.0	0.0	8.0	8.0
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>344</b>	<b>15.4</b>	<b>41.9</b>	<b>7.0</b>	<b>2.6</b>	<b>7.3</b>	<b>2.9</b>	<b>3.5</b>	<b>5.8</b>	<b>11.6</b>	<b>2.0</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	25	12.0	76.0	0.0	8.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CMA de maquinaria y equipo para la industria	82	20.7	9.8	11.0	0.0	15.9	0.0	1.2	3.7	37.8	0.0
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	128	19.5	54.7	3.9	0.8	2.3	0.0	7.8	6.3	4.7	0.0
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	109	7.3	43.1	9.2	5.5	7.3	9.2	0.9	8.3	2.8	6.4
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>41</b>	<b>4.9</b>	<b>51.2</b>	<b>9.8</b>	<b>0.0</b>	<b>17.1</b>	<b>0.0</b>	<b>4.9</b>	<b>2.4</b>	<b>0.0</b>	<b>9.8</b>
Comercio al por mayor de camiones	41	4.9	51.2	9.8	0.0	17.1	0.0	4.9	2.4	0.0	9.8
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES CON GENERACIÓN DE PLAZAS Y CAUSAS  
SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 8

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	CAUSAS DE GENERACIÓN DE EMPLEO									
		APERTURA DE ESTABLECI- MIENTOS	DIVERSIFICACIÓN O INCREMENTO DE ACTIVIDADES	AUMENTO DE CLIENTES	CAMBIO EN LAS FORMAS DE CONTRATACIÓN	ESPECIALIZACIÓN DE FUNCIONES	RECUPERACIÓN ECONÓMICA DE LA EMPRESA	HABILITACIÓN DE NUEVOS PUESTOS POR ADQUISICIÓN	MEJORAS EN LOS PROCESOS	CONDICIONES ECONÓMICAS FAVORABLES	OTRAS
		(Porcentaje)									
<b>Comercio al por menor</b>	<b>7 955</b>	<b>73.5</b>	<b>9.4</b>	<b>5.2</b>	<b>1.5</b>	<b>2.5</b>	<b>0.5</b>	<b>0.3</b>	<b>2.9</b>	<b>1.6</b>	<b>2.6</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>526</b>	<b>69.8</b>	<b>12.4</b>	<b>4.9</b>	<b>1.7</b>	<b>2.1</b>	<b>0.6</b>	<b>0.0</b>	<b>2.3</b>	<b>2.7</b>	<b>3.6</b>
CME de alimentos	428	69.4	12.9	5.8	1.4	2.1	0.7	0.0	2.6	3.3	1.9
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	98	71.4	10.2	1.0	3.1	2.0	0.0	0.0	1.0	0.0	11.2
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>1 554</b>	<b>95.3</b>	<b>0.9</b>	<b>0.2</b>	<b>0.6</b>	<b>1.4</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.5</b>	<b>0.8</b>	<b>0.2</b>
CME en tiendas de Autoservicio	1 166	94.3	1.1	0.3	0.9	1.9	0.1	0.0	0.4	1.0	0.0
CME en tiendas departamentales	388	98.2	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.8
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>803</b>	<b>73.9</b>	<b>4.1</b>	<b>9.3</b>	<b>0.6</b>	<b>1.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>3.1</b>	<b>1.0</b>	<b>6.7</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	41	43.9	12.2	9.8	0.0	2.4	0.0	0.0	4.9	4.9	22.0
CME de ropa y accesorios de vestir	340	69.1	4.1	4.7	0.3	0.6	0.0	0.0	6.5	1.8	12.9
Comercio al por menor de calzado	422	80.6	3.3	13.0	1.0	1.4	0.2	0.0	0.2	0.0	0.2
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>1 669</b>	<b>96.9</b>	<b>0.8</b>	<b>1.2</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.1</b>	<b>0.7</b>	<b>0.1</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	1 669	96.9	0.8	1.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1	0.7	0.1
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>355</b>	<b>59.4</b>	<b>14.9</b>	<b>4.5</b>	<b>2.3</b>	<b>2.8</b>	<b>1.1</b>	<b>0.0</b>	<b>2.3</b>	<b>1.4</b>	<b>11.3</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	43	39.5	41.9	4.7	11.6	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CME de artículos para el esparcimiento	87	72.4	10.3	8.1	0.0	0.0	0.0	0.0	4.6	2.3	2.3
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	198	61.6	11.6	3.5	0.0	4.6	2.0	0.0	1.0	1.0	14.7
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	27	33.3	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	7.4	3.7	33.3
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>1 103</b>	<b>81.4</b>	<b>7.3</b>	<b>3.6</b>	<b>0.1</b>	<b>3.5</b>	<b>0.5</b>	<b>0.0</b>	<b>0.8</b>	<b>1.6</b>	<b>1.1</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	861	86.4	5.3	2.0	0.1	3.7	0.7	0.0	0.8	0.4	0.6
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	197	67.5	14.2	10.7	0.0	2.5	0.0	0.0	0.5	1.5	3.1
CME de artículos para la decoración de interiores	45	46.7	13.3	4.4	0.0	4.4	0.0	0.0	2.2	26.7	2.2
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>432</b>	<b>45.4</b>	<b>28.9</b>	<b>8.8</b>	<b>0.7</b>	<b>4.6</b>	<b>0.9</b>	<b>0.5</b>	<b>5.1</b>	<b>1.6</b>	<b>3.5</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	432	45.4	28.9	8.8	0.7	4.6	0.9	0.5	5.1	1.6	3.5
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>1 511</b>	<b>32.0</b>	<b>24.2</b>	<b>12.8</b>	<b>5.3</b>	<b>5.9</b>	<b>1.5</b>	<b>1.5</b>	<b>9.6</b>	<b>3.2</b>	<b>4.2</b>
CME de automóviles y camionetas	434	15.7	33.9	14.1	2.1	8.8	1.8	1.8	14.1	4.6	3.2
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	454	35.0	23.4	11.2	7.3	4.4	0.7	1.8	10.6	0.7	5.1
CME motocicletas y otros vehículos de motor	100	64.0	13.0	11.0	0.0	8.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	523	36.7	18.9	13.4	7.3	4.4	2.3	1.2	6.9	4.8	4.2
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES CON PÉRDIDA DE PLAZAS Y CAUSAS SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD 2004**

CUADRO 9

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES				CAUSAS DE PÉRDIDA DE EMPLEO						
	ECONÓMICAS	CIERRE DE ESTABLECIMIENTOS	DIVERSIFICACIÓN O DISMINUCIÓN DE ACTIVIDADES	DISMINUCIÓN DE CLIENTES	CAMBIO EN LAS FORMAS DE CONTRATACIÓN	ESPECIALIZACIÓN DE FUNCIONES	DECAIMIENTO ECONÓMICO DE LA EMPRESA	SUSTITUCIÓN DE PUESTOS POR ADQUISICIÓN	MEJORAS EN LOS PROCESOS	CONDICIONES ECONÓMICAS ADVERSAS	OTRAS
	(Porcentaje)										
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>1 741</b>	<b>13.2</b>	<b>16.0</b>	<b>4.2</b>	<b>4.3</b>	<b>4.2</b>	<b>7.8</b>	<b>1.6</b>	<b>14.1</b>	<b>5.5</b>	<b>29.4</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>933</b>	<b>13.8</b>	<b>12.1</b>	<b>3.8</b>	<b>2.5</b>	<b>0.8</b>	<b>6.3</b>	<b>2.1</b>	<b>17.0</b>	<b>2.6</b>	<b>39.0</b>
CMA de alimentos y abarrotes	567	15.2	9.9	3.9	3.9	1.2	10.1	1.2	18.5	4.1	32.1
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	366	11.8	15.6	3.6	0.3	0.0	0.6	3.6	14.8	0.3	49.7
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>40</b>	<b>25.0</b>	<b>15.0</b>	<b>7.5</b>	<b>2.5</b>	<b>5.0</b>	<b>15.0</b>	<b>0.0</b>	<b>5.0</b>	<b>7.5</b>	<b>17.5</b>
CMA de productos textiles y calzado	40	25.0	15.0	7.5	2.5	5.0	15.0	0.0	5.0	7.5	17.5
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>93</b>	<b>7.5</b>	<b>20.4</b>	<b>5.4</b>	<b>0.0</b>	<b>5.4</b>	<b>6.5</b>	<b>1.1</b>	<b>19.4</b>	<b>5.4</b>	<b>29.0</b>
CMA de productos farmacéuticos	23	0.0	43.5	4.4	0.0	0.0	0.0	4.4	26.1	13.0	8.7
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	11	18.2	0.0	18.2	0.0	27.3	0.0	0.0	18.2	0.0	18.2
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	5	40.0	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	42	0.0	11.9	2.4	0.0	0.0	9.5	0.0	16.7	4.8	54.8
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	12	25.0	16.7	8.3	0.0	16.7	8.3	0.0	25.0	0.0	0.0
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>399</b>	<b>12.5</b>	<b>14.5</b>	<b>5.8</b>	<b>7.0</b>	<b>9.8</b>	<b>6.8</b>	<b>1.3</b>	<b>9.5</b>	<b>11.0</b>	<b>21.8</b>
CMA de materias primas agropecuarias	31	25.8	38.7	16.1	0.0	3.2	0.0	0.0	9.7	3.2	3.2
CMA de materias primas para la industria	361	11.6	11.4	5.0	7.8	10.5	7.5	1.1	9.7	11.6	23.8
CMA de materiales de desecho	7	0.0	71.4	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	14.3	0.0
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>255</b>	<b>12.9</b>	<b>30.6</b>	<b>2.8</b>	<b>7.8</b>	<b>6.3</b>	<b>13.7</b>	<b>0.4</b>	<b>10.6</b>	<b>7.1</b>	<b>7.8</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	16	25.0	25.0	6.3	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0	18.8
CMA de maquinaria y equipo para la industria	35	14.3	11.4	0.0	8.6	0.0	14.3	0.0	45.7	5.7	0.0
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	99	15.2	48.5	2.0	5.1	5.1	8.1	0.0	6.1	0.0	10.1
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	105	8.6	20.9	3.8	11.4	10.5	19.1	1.0	2.9	15.2	6.7
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>21</b>	<b>0.0</b>	<b>23.8</b>	<b>0.0</b>	<b>9.5</b>	<b>19.1</b>	<b>9.5</b>	<b>0.0</b>	<b>4.8</b>	<b>4.8</b>	<b>28.6</b>
Comercio al por mayor de camiones	21	0.0	23.8	0.0	9.5	19.1	9.5	0.0	4.8	4.8	28.6
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES CON PÉRDIDA DE PLAZAS Y CAUSAS SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD 2004**

CUADRO 9

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	CAUSAS DE PÉRDIDA DE EMPLEO									
		CIERRE DE ESTABLECI- MIENTOS	DIVERSIFICACIÓN O DISMINUCIÓN DE ACTIVIDADES	DISMINUCIÓN DE CLIENTES	CAMBIO EN LAS FORMAS DE CONTRATACIÓN	ESPECIALIZACIÓN DE FUNCIONES	DECAIMIENTO ECONÓMICO DE LA EMPRESA	SUSTITUCIÓN DE PUESTOS POR ADQUISICIÓN	MEJORAS EN LOS PROCESOS	CONDICIONES ECONÓMICAS ADVERSAS	OTRAS
		(Porcentaje)									
<b>Comercio al por menor</b>	<b>3 357</b>	<b>32.3</b>	<b>7.2</b>	<b>10.6</b>	<b>4.0</b>	<b>3.0</b>	<b>7.5</b>	<b>0.9</b>	<b>5.6</b>	<b>5.5</b>	<b>23.5</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>162</b>	<b>31.5</b>	<b>11.1</b>	<b>11.1</b>	<b>3.1</b>	<b>0.6</b>	<b>13.6</b>	<b>1.2</b>	<b>2.5</b>	<b>8.0</b>	<b>17.3</b>
CME de alimentos	92	16.3	18.5	18.5	5.4	1.1	14.1	1.1	3.3	8.7	13.0
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	70	51.4	1.4	1.4	0.0	0.0	12.9	1.4	1.4	7.1	22.9
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>786</b>	<b>63.1</b>	<b>1.5</b>	<b>0.6</b>	<b>0.3</b>	<b>0.9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.6</b>	<b>1.3</b>	<b>31.7</b>
CME en tiendas de Autoservicio	486	42.2	2.5	0.8	0.4	1.2	0.0	0.0	0.8	1.4	50.6
CME en tiendas departamentales	300	97.0	0.0	0.3	0.0	0.3	0.0	0.0	0.3	1.0	1.0
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>377</b>	<b>36.9</b>	<b>9.3</b>	<b>20.7</b>	<b>3.2</b>	<b>3.5</b>	<b>5.0</b>	<b>0.8</b>	<b>0.5</b>	<b>4.8</b>	<b>15.4</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	50	2.0	2.0	78.0	0.0	0.0	8.0	0.0	0.0	6.0	4.0
CME de ropa y accesorios de vestir	240	52.5	5.4	7.1	4.6	0.0	6.3	0.0	0.4	2.9	20.8
Comercio al por menor de calzado	87	13.8	24.1	25.3	1.2	14.9	0.0	3.5	1.2	9.2	6.9
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>273</b>	<b>8.1</b>	<b>1.5</b>	<b>15.8</b>	<b>6.2</b>	<b>0.7</b>	<b>0.7</b>	<b>0.0</b>	<b>1.1</b>	<b>5.1</b>	<b>60.8</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	273	8.1	1.5	15.8	6.2	0.7	0.7	0.0	1.1	5.1	60.8
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>243</b>	<b>27.6</b>	<b>5.4</b>	<b>6.2</b>	<b>2.9</b>	<b>2.5</b>	<b>18.1</b>	<b>0.0</b>	<b>5.8</b>	<b>4.9</b>	<b>26.8</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	12	25.0	0.0	8.3	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0	8.3	8.3
CME de artículos para el esparcimiento	75	44.0	6.7	9.3	0.0	1.3	10.7	0.0	13.3	2.7	12.0
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	129	18.6	4.7	4.7	5.4	1.6	24.0	0.0	0.8	6.2	34.1
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	27	25.9	7.4	3.7	0.0	0.0	18.5	0.0	0.0	3.7	40.7
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>334</b>	<b>39.5</b>	<b>10.2</b>	<b>7.8</b>	<b>1.2</b>	<b>2.7</b>	<b>15.0</b>	<b>0.3</b>	<b>3.6</b>	<b>2.7</b>	<b>17.1</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	198	38.9	8.6	10.6	1.5	2.0	16.7	0.0	0.5	3.0	18.2
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	100	45.0	13.0	3.0	1.0	5.0	15.0	1.0	2.0	2.0	13.0
CME de artículos para la decoración de interiores	36	27.8	11.1	5.6	0.0	0.0	5.6	0.0	25.0	2.8	22.2
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>266</b>	<b>30.9</b>	<b>7.5</b>	<b>4.5</b>	<b>7.9</b>	<b>2.6</b>	<b>9.0</b>	<b>1.5</b>	<b>7.9</b>	<b>13.5</b>	<b>14.7</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	266	30.9	7.5	4.5	7.9	2.6	9.0	1.5	7.9	13.5	14.7
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>915</b>	<b>10.5</b>	<b>11.7</b>	<b>17.2</b>	<b>7.2</b>	<b>5.9</b>	<b>10.0</b>	<b>2.1</b>	<b>13.8</b>	<b>8.0</b>	<b>13.8</b>
CME de automóviles y camionetas	230	5.2	13.0	9.6	11.7	9.6	8.7	3.0	16.9	7.8	14.4
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	239	27.6	9.2	5.4	2.5	6.3	12.1	0.8	17.6	8.0	10.5
CME motocicletas y otros vehículos de motor	11	0.0	9.1	0.0	0.0	36.4	27.3	0.0	9.1	0.0	18.2
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	435	4.1	12.4	28.0	7.6	3.0	9.0	2.3	10.1	8.3	15.2
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES QUE OBTUVIERON FINANCIAMIENTO  
Y ORIGEN DEL MISMO SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 10

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	FUENTE DE FINANCIAMIENTO				
		BANCA MÚLTIPLE	BANCA DE DESARROLLO	FILIALES O GRUPOS CORPORATIVOS	PROVEEDORES	OTRA INSTITUCIÓN
		(Porcentaje)				
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>2 499</b>	<b>57.9</b>	<b>1.9</b>	<b>9.0</b>	<b>26.7</b>	<b>4.4</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>743</b>	<b>61.0</b>	<b>0.8</b>	<b>10.7</b>	<b>24.0</b>	<b>3.5</b>
CMA de alimentos y abarrotes	667	63.0	0.9	10.3	22.0	4.0
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	76	47.4	0.0	14.0	38.6	0.0
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>73</b>	<b>57.0</b>	<b>2.0</b>	<b>4.0</b>	<b>37.0</b>	<b>0.0</b>
CMA de productos textiles y calzado	73	57.0	2.0	4.0	37.0	0.0
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>252</b>	<b>65.8</b>	<b>1.7</b>	<b>11.3</b>	<b>19.2</b>	<b>2.1</b>
CMA de productos farmacéuticos	114	92.2	0.9	1.7	3.5	1.7
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	13	47.1	0.0	29.4	17.7	5.9
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	17	43.3	0.0	10.0	46.7	0.0
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	59	60.9	1.5	1.5	33.3	2.9
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	49	37.7	4.9	36.1	19.7	1.6
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>950</b>	<b>56.0</b>	<b>2.8</b>	<b>8.9</b>	<b>26.1</b>	<b>6.2</b>
CMA de materias primas agropecuarias	146	48.9	2.8	2.8	40.6	5.1
CMA de materias primas para la industria	783	57.9	2.8	9.6	23.4	6.3
CMA de materiales de desecho	21	43.5	0.0	39.1	8.7	8.7
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>448</b>	<b>56.0</b>	<b>2.3</b>	<b>5.1</b>	<b>33.0</b>	<b>3.6</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	70	45.6	5.6	1.1	42.2	5.6
CMA de maquinaria y equipo para la industria	78	45.7	1.7	0.9	49.1	2.6
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	154	71.4	2.3	1.1	21.4	3.9
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	146	52.8	1.1	13.9	29.4	2.8
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>33</b>	<b>23.4</b>	<b>0.0</b>	<b>21.3</b>	<b>42.6</b>	<b>12.8</b>
Comercio al por mayor de camiones	33	23.4	0.0	21.3	42.6	12.8
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C
CMA por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES QUE OBTUVIERON FINANCIAMIENTO  
Y ORIGEN DEL MISMO SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 10

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	FUENTE DE FINANCIAMIENTO				
		BANCA MÚLTIPLE	BANCA DE DESARROLLO	FILIALES O GRUPOS CORPORATIVOS	PROVEEDORES	OTRA INSTITUCIÓN
(Porcentaje)						
<b>Comercio al por menor</b>	<b>8 006</b>	<b>52.5</b>	<b>1.3</b>	<b>11.9</b>	<b>29.3</b>	<b>5.0</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>590</b>	<b>68.4</b>	<b>0.0</b>	<b>3.1</b>	<b>26.1</b>	<b>2.4</b>
CME de alimentos	458	65.6	0.0	3.2	30.0	1.2
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	132	78.9	0.0	3.0	11.3	6.8
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>1 045</b>	<b>37.7</b>	<b>3.1</b>	<b>21.2</b>	<b>35.5</b>	<b>2.6</b>
CME en tiendas de Autoservicio	974	40.6	3.4	19.3	34.2	2.6
CME en tiendas departamentales	71	4.7	0.0	42.6	50.4	2.3
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>697</b>	<b>60.7</b>	<b>3.5</b>	<b>19.6</b>	<b>15.3</b>	<b>0.9</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	38	54.8	14.3	2.4	23.8	4.8
CME de ropa y accesorios de vestir	384	51.8	0.2	31.4	16.1	0.5
Comercio al por menor de calzado	275	73.1	6.3	6.6	13.1	0.9
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>975</b>	<b>67.2</b>	<b>0.0</b>	<b>0.8</b>	<b>31.7</b>	<b>0.3</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	975	67.2	0.0	0.8	31.7	0.3
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>459</b>	<b>67.7</b>	<b>1.2</b>	<b>3.7</b>	<b>24.9</b>	<b>2.5</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	43	62.7	0.0	0.0	17.7	19.6
CME de artículos para el esparcimiento	222	65.6	0.0	5.6	28.8	0.0
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	177	74.5	3.4	2.4	18.3	1.4
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	17	40.0	0.0	0.0	55.0	5.0
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>972</b>	<b>44.5</b>	<b>1.5</b>	<b>21.3</b>	<b>25.1</b>	<b>7.6</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	755	40.6	1.2	27.5	21.7	9.1
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	172	58.8	2.6	1.8	34.2	2.6
CME de artículos para la decoración de interiores	45	46.0	2.0	4.0	42.0	6.0
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>812</b>	<b>49.3</b>	<b>1.0</b>	<b>1.4</b>	<b>42.1</b>	<b>6.1</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	812	49.3	1.0	1.4	42.1	6.1
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>2 455</b>	<b>50.2</b>	<b>0.6</b>	<b>12.9</b>	<b>27.3</b>	<b>9.0</b>
CME de automóviles y camionetas	622	35.1	0.6	18.9	26.7	18.7
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	986	57.6	0.7	10.5	25.2	6.0
CME motocicletas y otros vehículos de motor	38	63.3	0.0	6.1	24.5	6.1
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	809	52.1	0.5	11.6	30.7	5.1
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES QUE OBTUVIERON FINANCIAMIENTO Y USO DEL MISMO SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD 2004**

CUADRO 11

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	UTILIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO						OTROS
		PAGO O	GASTOS	REMODELACIÓN	ADQUISICIÓN	COMPRA		
		LIQUIDACIÓN	DE	O MODIFICACIÓN	DE	DE		
		DE PASIVOS	OPERACIÓN	DEL INMUEBLE	ACTIVOS FIJOS	MERCANCÍAS		
(Porcentaje)								
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>10 505</b>	<b>24.7</b>	<b>15.3</b>	<b>8.6</b>	<b>13.2</b>	<b>35.5</b>	<b>2.7</b>	
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>2 499</b>	<b>25.4</b>	<b>12.6</b>	<b>4.4</b>	<b>11.9</b>	<b>42.7</b>	<b>3.0</b>	
CMA de alimentos y abarrotes	743	22.9	13.3	7.0	16.5	39.3	1.0	
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	667	24.2	11.9	6.1	18.4	38.3	1.2	
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>76</b>	<b>14.6</b>	<b>22.8</b>	<b>12.7</b>	<b>4.4</b>	<b>45.6</b>	<b>0.0</b>	
CMA de productos textiles y calzado	73	30.1	5.8	1.0	2.9	40.8	19.4	
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>73</b>	<b>30.1</b>	<b>5.8</b>	<b>1.0</b>	<b>2.9</b>	<b>40.8</b>	<b>19.4</b>	
CMA de productos farmacéuticos	252	21.7	6.8	6.6	11.7	52.4	0.9	
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	114	29.2	3.7	2.9	4.4	59.9	0.0	
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	13	46.7	33.3	0.0	6.7	13.3	0.0	
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	17	4.4	13.0	0.0	4.4	69.6	8.7	
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	59	17.5	7.9	13.2	29.0	32.5	0.0	
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>49</b>	<b>12.9</b>	<b>3.2</b>	<b>6.5</b>	<b>0.0</b>	<b>75.8</b>	<b>1.6</b>	
CMA de materias primas agropecuarias	950	28.2	13.2	3.6	11.0	39.3	4.7	
CMA de materias primas para la industria	146	35.0	8.4	0.0	4.9	50.2	1.5	
CMA de materiales de desecho	783	27.1	14.0	4.2	11.7	37.6	5.4	
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>21</b>	<b>26.2</b>	<b>14.3</b>	<b>4.8</b>	<b>19.1</b>	<b>35.7</b>	<b>0.0</b>	
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	448	25.5	14.3	1.2	6.6	50.8	1.6	
CMA de maquinaria y equipo para la industria	70	15.4	7.7	0.0	3.3	73.6	0.0	
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	78	40.9	4.4	0.9	0.0	53.0	0.9	
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	154	23.1	18.5	0.0	11.3	45.8	1.3	
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>146</b>	<b>24.5</b>	<b>17.3</b>	<b>2.8</b>	<b>6.4</b>	<b>46.2</b>	<b>2.8</b>	
Comercio al por mayor de camiones	33	19.6	6.5	0.0	23.9	45.7	4.4	
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>33</b>	<b>19.6</b>	<b>6.5</b>	<b>0.0</b>	<b>23.9</b>	<b>45.7</b>	<b>4.4</b>	
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	
CMA por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES QUE OBTUVIERON FINANCIAMIENTO Y USO DEL MISMO SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD 2004**

CUADRO 11

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	UTILIZACIÓN DEL FINANCIAMIENTO					
		PAGO O	GASTOS	REMODELACIÓN	ADQUISICIÓN	COMPRA	OTROS
		LIQUIDACIÓN DE PASIVOS	DE OPERACIÓN	O MODIFICACIÓN DEL INMUEBLE	DE ACTIVOS FIJOS	DE MERCANCÍAS	
(Porcentaje)							
<b>Comercio al por menor</b>	<b>8 006</b>	<b>24.5</b>	<b>16.1</b>	<b>9.8</b>	<b>13.5</b>	<b>33.5</b>	<b>2.5</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>590</b>	<b>19.6</b>	<b>15.6</b>	<b>2.4</b>	<b>25.8</b>	<b>35.6</b>	<b>1.1</b>
CME de alimentos	458	14.1	9.4	3.6	37.4	34.0	1.6
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	132	30.3	27.6	0.0	3.5	38.6	0.0
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>1 045</b>	<b>28.2</b>	<b>14.7</b>	<b>20.0</b>	<b>15.9</b>	<b>19.7</b>	<b>1.6</b>
CME en tiendas de Autoservicio	974	27.9	13.5	21.6	17.1	18.4	1.5
CME en tiendas departamentales	71	32.6	29.3	0.0	0.0	35.9	2.2
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>697</b>	<b>25.5</b>	<b>14.3</b>	<b>23.6</b>	<b>8.1</b>	<b>28.2</b>	<b>0.2</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	38	53.0	3.9	0.0	5.9	37.3	0.0
CME de ropa y accesorios de vestir	384	24.4	23.8	26.5	4.2	20.7	0.5
Comercio al por menor de calzado	275	24.4	4.3	22.5	12.8	36.0	0.0
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>975</b>	<b>22.2</b>	<b>35.8</b>	<b>3.8</b>	<b>10.5</b>	<b>24.9</b>	<b>2.9</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	975	22.2	35.8	3.8	10.5	24.9	2.9
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>459</b>	<b>24.9</b>	<b>11.2</b>	<b>5.8</b>	<b>14.3</b>	<b>32.2</b>	<b>11.7</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	43	25.0	11.0	0.0	22.0	42.0	0.0
CME de artículos para el esparcimiento	222	29.1	14.3	4.7	14.0	37.2	0.7
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	177	19.7	5.9	9.8	12.6	17.3	34.6
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	17	5.3	15.8	5.3	0.0	73.7	0.0
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>972</b>	<b>25.8</b>	<b>17.7</b>	<b>5.1</b>	<b>8.0</b>	<b>43.0</b>	<b>0.3</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	755	27.7	17.2	6.0	8.7	40.2	0.4
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	172	16.3	23.3	0.0	3.7	56.7	0.0
CME de artículos para la decoración de interiores	45	14.0	10.5	3.5	8.8	63.2	0.0
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>812</b>	<b>20.8</b>	<b>10.5</b>	<b>6.8</b>	<b>11.5</b>	<b>44.2</b>	<b>6.2</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	812	20.8	10.5	6.8	11.5	44.2	6.2
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>2 455</b>	<b>24.5</b>	<b>12.7</b>	<b>6.3</b>	<b>15.2</b>	<b>39.4</b>	<b>2.0</b>
CME de automóviles y camionetas	622	23.8	7.7	6.0	7.4	52.3	2.8
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	986	26.9	13.6	5.7	11.6	40.1	2.2
CME motocicletas y otros vehículos de motor	38	22.0	16.5	14.3	12.1	35.2	0.0
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	809	22.4	14.6	6.6	24.1	30.8	1.4
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE COMPRAS NETAS DE MERCANCÍAS POR ORIGEN Y TIPO DE PROVEEDOR  
SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 12

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	ORIGEN Y TIPO DE PROVEEDOR											
	TOTAL		PRODUCTORES INDUSTRIALES		PRODUCTORES AGROPECUARIOS		ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS		ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES		OTROS PROVEEDORES	
	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO
	(Porcentajes)											
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>80.1</b>	<b>19.9</b>	<b>51.1</b>	<b>10.3</b>	<b>3.8</b>	<b>1.3</b>	<b>5.7</b>	<b>0.2</b>	<b>16.0</b>	<b>7.2</b>	<b>3.5</b>	<b>0.9</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>88.0</b>	<b>12.0</b>	<b>54.4</b>	<b>3.7</b>	<b>8.0</b>	<b>3.1</b>	<b>7.6</b>	<b>0.2</b>	<b>17.5</b>	<b>4.9</b>	<b>0.5</b>	<b>0.0</b>
CMA de alimentos y abarrotos	86.1	13.9	50.4	2.0	10.9	4.5	3.3	0.3	21.1	7.1	0.4	0.0
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	92.3	7.7	63.3	7.6	1.7	0.0	17.4	0.0	9.3	0.0	0.6	0.0
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>66.6</b>	<b>33.4</b>	<b>47.8</b>	<b>26.6</b>	<b>1.6</b>	<b>0.1</b>	<b>3.7</b>	<b>0.0</b>	<b>11.5</b>	<b>5.7</b>	<b>2.1</b>	<b>0.9</b>
CMA de productos textiles y calzado	66.6	33.4	47.8	26.6	1.6	0.1	3.7	0.0	11.5	5.7	2.1	0.9
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>74.3</b>	<b>25.7</b>	<b>49.2</b>	<b>10.3</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>2.3</b>	<b>0.1</b>	<b>11.6</b>	<b>13.3</b>	<b>11.1</b>	<b>2.1</b>
CMA de productos farmacéuticos	95.4	4.6	71.9	2.7	0.0	0.0	0.2	0.0	6.1	1.9	17.1	0.0
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	54.3	45.7	13.3	7.0	0.3	0.0	0.6	0.1	34.6	15.5	5.5	23.2
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	54.1	45.9	17.2	1.3	0.0	0.0	20.6	0.6	15.3	44.0	1.0	0.0
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	82.7	17.3	35.2	7.2	0.0	0.0	4.5	0.2	34.8	9.7	8.2	0.2
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	24.4	75.6	14.8	36.0	0.1	0.0	4.5	0.0	5.0	39.6	0.0	0.0
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>82.2</b>	<b>17.8</b>	<b>61.5</b>	<b>14.1</b>	<b>1.9</b>	<b>0.3</b>	<b>1.8</b>	<b>0.1</b>	<b>15.5</b>	<b>3.2</b>	<b>1.5</b>	<b>0.1</b>
CMA de materias primas agropecuarias	83.6	16.4	63.1	13.5	7.5	1.5	0.7	0.3	11.6	0.9	0.6	0.2
CMA de materias primas para la industria	80.9	19.1	62.5	15.0	0.9	0.0	2.1	0.1	14.1	3.9	1.4	0.1
CMA de materiales de desecho	99.3	0.7	38.0	0.3	0.1	0.0	0.4	0.0	53.1	0.3	7.7	0.0
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>58.8</b>	<b>41.2</b>	<b>20.9</b>	<b>21.7</b>	<b>0.2</b>	<b>0.1</b>	<b>12.9</b>	<b>1.0</b>	<b>17.9</b>	<b>14.4</b>	<b>6.9</b>	<b>3.9</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	75.2	24.8	51.4	19.7	3.0	1.6	3.0	0.1	16.9	3.5	0.8	0.0
CMA de maquinaria y equipo para la industria	31.4	68.6	18.0	39.1	0.4	0.0	2.7	0.2	10.3	29.3	0.0	0.0
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	64.9	35.1	25.1	17.9	0.0	0.0	6.8	0.0	18.3	11.3	14.6	5.9
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	60.0	40.0	18.0	20.3	0.0	0.0	16.7	1.5	18.9	13.9	6.4	4.3
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>89.6</b>	<b>10.4</b>	<b>54.8</b>	<b>7.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>5.0</b>	<b>0.0</b>	<b>29.8</b>	<b>3.4</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>
Comercio al por mayor de camiones	89.6	10.4	54.8	7.0	0.0	0.0	5.0	0.0	29.8	3.4	0.0	0.0
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
CMA por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE COMPRAS NETAS DE MERCANCÍAS POR ORIGEN Y TIPO DE PROVEEDOR  
SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 12

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	ORIGEN Y TIPO DE PROVEEDOR											
	TOTAL		PRODUCTORES INDUSTRIALES		PRODUCTORES AGROPECUARIOS		ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS		ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES		OTROS PROVEEDORES	
	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO
	(Porcentajes)											
<b>Comercio al por menor</b>	<b>92.9</b>	<b>7.1</b>	<b>56.3</b>	<b>3.8</b>	<b>3.3</b>	<b>0.2</b>	<b>1.7</b>	<b>0.2</b>	<b>30.1</b>	<b>2.8</b>	<b>1.5</b>	<b>0.1</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>90.7</b>	<b>9.3</b>	<b>41.7</b>	<b>0.9</b>	<b>9.5</b>	<b>2.7</b>	<b>1.5</b>	<b>0.0</b>	<b>35.4</b>	<b>5.1</b>	<b>2.6</b>	<b>0.5</b>
CME de alimentos	89.3	10.7	34.1	0.6	12.3	3.6	1.8	0.0	38.1	5.9	3.0	0.7
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	95.3	4.7	66.2	2.1	0.4	0.0	0.7	0.1	26.6	2.5	1.4	0.0
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>94.9</b>	<b>5.1</b>	<b>45.5</b>	<b>1.6</b>	<b>7.1</b>	<b>0.3</b>	<b>0.8</b>	<b>0.0</b>	<b>38.9</b>	<b>3.0</b>	<b>2.6</b>	<b>0.2</b>
CME en tiendas de Autoservicio	94.7	5.3	48.0	1.3	8.3	0.4	0.9	0.0	36.7	3.5	0.8	0.1
CME en tiendas departamentales	95.6	4.4	31.8	3.3	0.2	0.0	0.0	0.0	51.1	0.2	12.6	0.9
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>82.4</b>	<b>17.6</b>	<b>43.4</b>	<b>12.6</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>1.2</b>	<b>0.0</b>	<b>37.4</b>	<b>4.3</b>	<b>0.5</b>	<b>0.6</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	91.2	8.8	18.6	4.6	0.0	0.0	0.5	0.0	72.1	4.1	0.0	0.0
CME de ropa y accesorios de vestir	72.3	27.7	45.0	20.8	0.0	0.0	1.8	0.0	25.1	5.8	0.4	1.1
Comercio al por menor de calzado	97.8	2.2	70.8	1.3	0.0	0.0	0.7	0.1	25.0	0.7	1.3	0.1
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>97.0</b>	<b>3.0</b>	<b>42.5</b>	<b>1.3</b>	<b>3.5</b>	<b>0.0</b>	<b>1.1</b>	<b>0.8</b>	<b>45.7</b>	<b>0.8</b>	<b>4.2</b>	<b>0.1</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	97.0	3.0	42.5	1.3	3.5	0.0	1.1	0.8	45.7	0.8	4.2	0.1
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>77.4</b>	<b>22.6</b>	<b>42.0</b>	<b>13.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>2.0</b>	<b>0.1</b>	<b>33.3</b>	<b>9.6</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	62.6	37.4	46.1	27.1	0.0	0.0	2.5	0.0	14.0	10.3	0.0	0.0
CME de artículos para el esparcimiento	70.1	29.9	29.1	16.7	0.0	0.0	0.9	0.2	40.0	13.0	0.0	0.0
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	91.0	9.0	52.0	4.9	0.0	0.0	2.4	0.1	36.5	4.0	0.1	0.0
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	45.0	55.0	7.9	21.3	0.0	0.0	1.8	0.3	35.1	33.5	0.1	0.0
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>92.2</b>	<b>7.8</b>	<b>44.5</b>	<b>3.9</b>	<b>0.2</b>	<b>0.0</b>	<b>2.6</b>	<b>1.9</b>	<b>44.2</b>	<b>2.0</b>	<b>0.8</b>	<b>0.0</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	93.2	6.8	61.7	3.0	0.0	0.0	0.4	2.8	30.6	1.0	0.5	0.0
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	92.0	8.0	6.1	4.5	0.0	0.0	7.8	0.0	76.5	3.5	1.6	0.0
CME de artículos para la decoración de interiores	71.6	28.4	32.5	18.7	5.2	0.0	1.1	0.0	32.7	9.7	0.1	0.0
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>91.1</b>	<b>8.9</b>	<b>59.8</b>	<b>4.9</b>	<b>0.4</b>	<b>0.0</b>	<b>1.8</b>	<b>0.1</b>	<b>29.0</b>	<b>3.8</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	91.1	8.9	59.8	4.9	0.4	0.0	1.8	0.1	29.0	3.8	0.1	0.0
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>92.2</b>	<b>7.8</b>	<b>72.5</b>	<b>5.4</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>2.5</b>	<b>0.2</b>	<b>16.7</b>	<b>2.2</b>	<b>0.4</b>	<b>0.1</b>
CME de automóviles y camionetas	89.0	11.0	58.1	8.1	0.1	0.0	3.4	0.4	26.8	2.4	0.6	0.1
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	75.0	25.0	38.6	14.9	0.0	0.0	4.3	0.3	31.2	9.8	0.9	0.0
CME motocicletas y otros vehículos de motor	65.5	34.5	8.5	29.0	0.0	0.0	2.9	0.1	53.9	5.4	0.1	0.0
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	99.9	0.1	95.9	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	2.8	0.0	0.1	0.0
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE VENTAS NETAS DE MERCANCÍAS POR ORIGEN Y TIPO DE CLIENTE  
SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 13

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	ORIGEN Y TIPO DE CLIENTE													
	TOTAL		PRODUCTORES INDUSTRIALES		PRODUCTORES AGROPECUARIOS		ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS		ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES		CONSUMIDORES FINALES		OTROS CLIENTES	
	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO
	(Porcentajes)													
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>95.9</b>	<b>4.1</b>	<b>17.5</b>	<b>2.0</b>	<b>2.0</b>	<b>0.3</b>	<b>11.4</b>	<b>0.3</b>	<b>57.4</b>	<b>1.4</b>	<b>5.1</b>	<b>0.1</b>	<b>2.5</b>	<b>0.1</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>96.9</b>	<b>3.1</b>	<b>10.3</b>	<b>1.4</b>	<b>1.5</b>	<b>0.7</b>	<b>5.4</b>	<b>0.2</b>	<b>74.2</b>	<b>0.7</b>	<b>5.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.4</b>	<b>0.0</b>
CMA de alimentos y abarrotes	97.1	2.9	15.3	0.5	2.2	1.1	3.5	0.4	70.1	1.0	5.4	0.0	0.6	0.0
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	96.7	3.3	1.7	3.1	0.3	0.0	8.6	0.0	81.4	0.2	4.7	0.0	0.1	0.0
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>96.7</b>	<b>3.3</b>	<b>18.6</b>	<b>1.7</b>	<b>1.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.8</b>	<b>0.2</b>	<b>44.9</b>	<b>0.6</b>	<b>5.9</b>	<b>0.0</b>	<b>25.6</b>	<b>0.7</b>
CMA de productos textiles y calzado	96.7	3.3	18.6	1.7	1.0	0.0	0.8	0.2	44.9	0.6	5.9	0.0	25.6	0.7
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>98.3</b>	<b>1.7</b>	<b>3.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>21.6</b>	<b>0.9</b>	<b>64.2</b>	<b>0.5</b>	<b>3.3</b>	<b>0.0</b>	<b>5.9</b>	<b>0.4</b>
CMA de productos farmacéuticos	98.5	1.5	0.5	0.0	0.0	0.0	33.8	1.5	55.1	0.1	2.8	0.0	6.4	0.0
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	96.2	3.8	0.6	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	71.1	0.2	3.3	0.0	20.9	3.7
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	99.8	0.2	13.3	0.1	0.0	0.0	0.3	0.0	85.1	0.1	1.1	0.0	0.0	0.0
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	99.0	1.0	13.0	0.2	0.1	0.0	8.5	0.3	65.6	0.6	10.4	0.0	1.4	0.0
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	98.0	2.0	5.6	0.0	0.0	0.0	9.0	0.1	81.6	1.9	1.6	0.0	0.2	0.0
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>91.4</b>	<b>8.6</b>	<b>40.2</b>	<b>5.1</b>	<b>4.0</b>	<b>0.0</b>	<b>7.4</b>	<b>0.0</b>	<b>32.0</b>	<b>3.3</b>	<b>6.0</b>	<b>0.2</b>	<b>1.9</b>	<b>0.0</b>
CMA de materias primas agropecuarias	90.1	9.9	17.4	8.8	23.2	0.0	33.8	0.0	13.3	1.1	2.3	0.0	0.1	0.0
CMA de materias primas para la industria	92.3	7.7	42.6	3.7	0.7	0.0	3.0	0.0	36.7	3.8	7.0	0.2	2.3	0.0
CMA de materiales de desecho	80.5	19.5	70.1	18.2	0.1	0.0	0.1	0.0	9.7	1.3	0.5	0.0	0.0	0.0
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>97.2</b>	<b>2.8</b>	<b>20.5</b>	<b>0.7</b>	<b>2.9</b>	<b>0.0</b>	<b>22.5</b>	<b>0.2</b>	<b>43.9</b>	<b>1.5</b>	<b>5.8</b>	<b>0.1</b>	<b>1.7</b>	<b>0.3</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	98.8	1.2	16.8	0.1	53.5	0.3	1.7	0.0	19.7	0.6	1.4	0.3	5.8	0.0
CMA de maquinaria y equipo para la industria	96.8	3.2	37.3	1.4	2.1	0.0	4.4	0.0	48.3	0.4	3.1	0.0	1.6	1.5
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	95.7	4.3	15.7	2.6	0.0	0.0	9.1	0.0	49.2	1.4	18.2	0.3	3.5	0.0
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	97.6	2.4	19.3	0.1	0.1	0.0	30.5	0.3	43.6	1.7	3.2	0.1	0.9	0.1
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>99.7</b>	<b>0.3</b>	<b>8.9</b>	<b>0.0</b>	<b>2.5</b>	<b>0.0</b>	<b>44.9</b>	<b>0.0</b>	<b>35.6</b>	<b>0.2</b>	<b>6.6</b>	<b>0.0</b>	<b>1.3</b>	<b>0.0</b>
Comercio al por mayor de camiones	99.7	0.3	8.9	0.0	2.5	0.0	44.9	0.0	35.6	0.2	6.6	0.0	1.3	0.0
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
CMA por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE VENTAS NETAS DE MERCANCÍAS POR ORIGEN Y TIPO DE CLIENTE  
SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 13

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	ORIGEN Y TIPO DE CLIENTE													
	TOTAL		PRODUCTORES INDUSTRIALES		PRODUCTORES AGROPECUARIOS		ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS		ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES		CONSUMIDORES FINALES		OTROS CLIENTES	
	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO	NACIONAL	EXTRANJERO
	(Porcentajes)													
<b>Comercio al por menor</b>	<b>99.3</b>	<b>0.7</b>	<b>1.5</b>	<b>0.0</b>	<b>0.4</b>	<b>0.0</b>	<b>1.8</b>	<b>0.0</b>	<b>8.3</b>	<b>0.1</b>	<b>86.4</b>	<b>0.6</b>	<b>0.9</b>	<b>0.0</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>98.1</b>	<b>1.9</b>	<b>2.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.7</b>	<b>0.0</b>	<b>5.4</b>	<b>0.1</b>	<b>23.6</b>	<b>0.6</b>	<b>65.9</b>	<b>1.2</b>	<b>0.2</b>	<b>0.0</b>
CME de alimentos	99.5	0.5	2.2	0.0	0.9	0.0	6.2	0.1	16.9	0.3	72.9	0.2	0.2	0.0
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	94.3	5.7	2.6	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	42.4	1.5	46.2	4.3	0.1	0.0
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>99.9</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.3</b>	<b>0.0</b>	<b>5.9</b>	<b>0.0</b>	<b>93.6</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>
CME en tiendas de Autoservicio	99.9	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	7.2	0.0	92.3	0.1	0.0	0.0
CME en tiendas departamentales	99.8	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	99.7	0.2	0.0	0.0
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>99.0</b>	<b>1.0</b>	<b>2.4</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>1.2</b>	<b>0.0</b>	<b>3.2</b>	<b>0.1</b>	<b>91.9</b>	<b>0.9</b>	<b>0.4</b>	<b>0.0</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	98.5	1.5	2.6	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	3.9	0.2	91.7	1.3	0.0	0.0
CME de ropa y accesorios de vestir	99.0	1.0	3.0	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	3.4	0.1	90.5	0.9	0.2	0.1
Comercio al por menor de calzado	99.6	0.4	0.1	0.0	0.0	0.0	0.3	0.0	1.7	0.0	96.3	0.3	1.1	0.1
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>99.7</b>	<b>0.3</b>	<b>0.9</b>	<b>0.0</b>	<b>0.8</b>	<b>0.0</b>	<b>3.1</b>	<b>0.0</b>	<b>2.9</b>	<b>0.0</b>	<b>91.4</b>	<b>0.2</b>	<b>0.6</b>	<b>0.0</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	99.7	0.3	0.9	0.0	0.8	0.0	3.1	0.0	2.9	0.0	91.4	0.2	0.6	0.0
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>96.3</b>	<b>3.7</b>	<b>0.3</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.0</b>	<b>0.8</b>	<b>0.0</b>	<b>8.4</b>	<b>0.3</b>	<b>86.3</b>	<b>3.4</b>	<b>0.4</b>	<b>0.0</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	95.2	4.8	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.5	1.0	87.6	3.8	0.0	0.0
CME de artículos para el esparcimiento	97.5	2.5	0.1	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	11.0	0.0	84.7	2.5	0.1	0.0
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	98.6	1.4	0.6	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0	7.3	0.1	89.2	1.2	0.8	0.1
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	82.9	17.1	0.0	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	10.1	0.7	71.7	16.4	0.1	0.0
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>99.4</b>	<b>0.6</b>	<b>0.5</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>	<b>1.1</b>	<b>0.0</b>	<b>9.5</b>	<b>0.5</b>	<b>88.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.1</b>	<b>0.0</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	99.9	0.1	0.2	0.0	0.1	0.0	0.9	0.0	3.7	0.1	94.8	0.1	0.1	0.0
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	99.1	0.9	0.8	0.0	0.0	0.0	1.5	0.0	24.8	0.9	71.8	0.0	0.2	0.0
CME de artículos para la decoración de interiores	91.2	8.8	4.8	1.5	0.1	0.0	0.8	0.0	12.0	6.1	73.2	1.3	0.2	0.0
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>99.3</b>	<b>0.7</b>	<b>9.0</b>	<b>0.3</b>	<b>0.7</b>	<b>0.0</b>	<b>4.0</b>	<b>0.1</b>	<b>42.2</b>	<b>0.2</b>	<b>40.6</b>	<b>0.2</b>	<b>2.7</b>	<b>0.0</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	99.3	0.7	9.0	0.3	0.7	0.0	4.0	0.1	42.2	0.2	40.6	0.2	2.7	0.0
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>98.8</b>	<b>1.2</b>	<b>2.6</b>	<b>0.1</b>	<b>0.7</b>	<b>0.0</b>	<b>3.0</b>	<b>0.1</b>	<b>7.5</b>	<b>0.0</b>	<b>82.9</b>	<b>1.0</b>	<b>2.0</b>	<b>0.0</b>
CME de automóviles y camionetas	99.7	0.3	2.1	0.0	0.6	0.0	3.0	0.0	8.7	0.0	84.7	0.2	0.6	0.0
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	92.4	7.6	1.5	0.5	0.3	0.0	3.5	0.8	9.6	0.1	77.4	6.2	0.1	0.0
CME motocicletas y otros vehículos de motor	97.0	3.0	0.0	0.7	2.6	0.4	2.8	0.0	14.2	0.0	76.4	1.8	1.1	0.0
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	99.8	0.2	3.4	0.0	0.9	0.0	2.9	0.0	5.7	0.0	82.9	0.2	4.0	0.0
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES QUE REALIZAN VENTAS A CRÉDITO  
SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 14

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TIPO DE CRÉDITO					
		DE LA EMPRESA CON RESPALDO	DE LA EMPRESA SIN RESPALDO	BANCA MÚLTIPLE	OTRAS INSTITUCIONES FINANCIERAS	PROVEEDORES	OTRA
		FINANCIERO	FINANCIERO	(Porcentaje)			
<b>Comercio al por mayor</b>	<b>7 073</b>	<b>19.2</b>	<b>48.5</b>	<b>4.0</b>	<b>3.2</b>	<b>19.8</b>	<b>5.3</b>
<b>CMA de alimentos bebidas y tabaco</b>	<b>2 983</b>	<b>18.3</b>	<b>53.4</b>	<b>3.2</b>	<b>2.7</b>	<b>15.9</b>	<b>6.5</b>
CMA de alimentos y abarrotes	1 744	19.8	50.9	4.8	2.0	18.8	3.8
Comercio al por mayor de bebidas y tabaco	1 239	16.3	57.0	1.1	3.6	11.9	10.2
<b>CMA de productos textiles y calzado</b>	<b>192</b>	<b>30.2</b>	<b>31.0</b>	<b>8.1</b>	<b>6.2</b>	<b>23.3</b>	<b>1.2</b>
CMA de productos textiles y calzado	192	30.2	31.0	8.1	6.2	23.3	1.2
<b>CMA productos farmacéuticos para el esparcimiento y electrodomésticos</b>	<b>602</b>	<b>21.5</b>	<b>49.6</b>	<b>2.7</b>	<b>1.2</b>	<b>16.2</b>	<b>8.9</b>
CMA de productos farmacéuticos	183	40.1	40.1	1.0	0.5	13.2	5.1
CMA artículos de perfumería, joyería y otros accesorios de vestir	40	12.0	46.0	4.0	4.0	28.0	6.0
CMA de discos, juguetes y artículos deportivos	70	10.4	75.3	0.0	0.0	10.4	3.9
CMA de papelería, libros, revistas y periódicos	216	18.3	45.0	4.0	1.6	17.9	13.2
CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca	93	6.8	61.2	3.9	1.0	16.5	10.7
<b>CMA de materias primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho</b>	<b>2 174</b>	<b>18.6</b>	<b>46.1</b>	<b>4.7</b>	<b>2.6</b>	<b>23.9</b>	<b>4.1</b>
CMA de materias primas agropecuarias	264	18.9	42.1	8.1	4.4	23.7	3.0
CMA de materias primas para la industria	1 872	18.6	46.6	4.2	2.4	24.1	4.2
CMA de materiales de desecho	38	15.6	60.0	0.0	0.0	17.8	6.7
<b>CMA maquinaria, mobiliario y equipo agropecuarias, industriales y servicios</b>	<b>1 022</b>	<b>18.9</b>	<b>45.3</b>	<b>4.2</b>	<b>5.9</b>	<b>22.3</b>	<b>3.4</b>
CMA maquinaria y equipo agropecuarias, forestal y para pesca	136	18.9	43.8	2.7	15.4	14.6	4.6
CMA de maquinaria y equipo para la industria	159	23.3	41.5	0.4	16.5	17.8	0.4
CMA maquinaria y equipo para los servicios y actividades comerciales	308	18.2	47.5	5.0	0.7	23.0	5.5
CMA de maquinaria, mobiliario y equipo de uso general	419	17.7	45.9	5.8	0.9	27.2	2.5
<b>Comercio al por mayor de camiones</b>	<b>98</b>	<b>27.6</b>	<b>32.4</b>	<b>6.2</b>	<b>7.6</b>	<b>16.6</b>	<b>9.7</b>
Comercio al por mayor de camiones	98	27.6	32.4	6.2	7.6	16.6	9.7
<b>Intermediación y CMA por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por mayor	C	C	C	C	C	C	C
CMA por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C

(Continúa)

**DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS UNIDADES COMERCIALES QUE REALIZAN VENTAS A CRÉDITO  
SEGÚN SECTOR, SUBSECTOR Y RAMA DE ACTIVIDAD  
2004**

CUADRO 14

SECTOR SUBSECTOR RAMA DE ACTIVIDAD	UNIDADES ECONÓMICAS	TIPO DE CRÉDITO					
		DE LA EMPRESA CON RESPALDO	DE LA EMPRESA SIN RESPALDO	BANCA MÚLTIPLE	OTRAS INSTITUCIONES FINANCIERAS	PROVEEDORES	OTRA
		FINANCIERO	FINANCIERO	(Porcentaje)			
<b>Comercio al por menor</b>	<b>16 972</b>	<b>14.3</b>	<b>42.8</b>	<b>11.8</b>	<b>5.2</b>	<b>19.9</b>	<b>6.0</b>
<b>CME de alimentos, bebidas y tabaco</b>	<b>866</b>	<b>13.0</b>	<b>59.3</b>	<b>0.8</b>	<b>0.4</b>	<b>22.9</b>	<b>3.6</b>
CME de alimentos	485	6.1	58.3	1.1	0.6	33.0	1.0
Comercio al por menor de bebidas y tabaco	381	22.2	60.7	0.3	0.3	9.4	7.1
<b>CME en tiendas de autoservicio y departamentales</b>	<b>1 984</b>	<b>17.1</b>	<b>37.9</b>	<b>30.5</b>	<b>1.2</b>	<b>12.5</b>	<b>0.8</b>
CME en tiendas de Autoservicio	1 525	14.6	30.3	38.0	1.2	15.5	0.6
CME en tiendas departamentales	459	26.3	66.3	2.7	1.4	1.4	1.8
<b>CME productos textiles, accesorios de vestir y calzado</b>	<b>1 246</b>	<b>22.8</b>	<b>45.0</b>	<b>15.4</b>	<b>8.0</b>	<b>7.2</b>	<b>1.6</b>
CME de productos textiles, excepto ropa	101	25.4	51.8	7.0	9.7	6.1	0.0
CME de ropa y accesorios de vestir	595	22.3	32.8	23.5	11.4	8.5	1.5
Comercio al por menor de calzado	550	23.1	59.6	6.3	3.3	5.8	2.0
<b>CME de artículos para el cuidado de la salud</b>	<b>2 981</b>	<b>3.4</b>	<b>39.7</b>	<b>15.0</b>	<b>0.9</b>	<b>35.2</b>	<b>5.9</b>
CME de artículos para el cuidado de la salud	2 981	3.4	39.7	15.0	0.9	35.2	5.9
<b>CME artículos de papelería y otros de uso personal</b>	<b>1 097</b>	<b>17.4</b>	<b>49.6</b>	<b>7.9</b>	<b>3.0</b>	<b>20.5</b>	<b>1.7</b>
CME de artículos de perfumería y joyería	87	23.9	29.4	33.7	1.1	10.9	1.1
CME de artículos para el esparcimiento	459	19.5	43.8	7.0	4.8	23.3	1.6
CME de artículos de papelería, libros y periódicos	497	15.8	55.7	5.5	1.8	20.0	1.2
CME de mascotas y otros artículos de uso personal	54	1.8	75.0	0.0	0.0	14.3	8.9
<b>CME de enseres domésticos, computadoras</b>	<b>1 809</b>	<b>14.6</b>	<b>33.7</b>	<b>4.3</b>	<b>8.7</b>	<b>22.7</b>	<b>15.9</b>
CME de muebles y otros enseres domésticos	1 331	14.9	35.5	3.9	11.1	17.3	17.4
CME computadoras, teléfonos y otros aparatos de comunicación	394	10.9	26.7	6.0	1.7	41.2	13.7
CME de artículos para la decoración de interiores	84	24.8	36.3	4.4	0.9	30.1	3.5
<b>CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios</b>	<b>1 733</b>	<b>12.3</b>	<b>45.4</b>	<b>8.5</b>	<b>7.8</b>	<b>17.0</b>	<b>8.9</b>
CME artículos de ferretería, tlapalería y vidrios	1 733	12.3	45.4	8.5	7.8	17.0	8.9
<b>CME vehículos de motor, refacciones, combustibles, lubricantes</b>	<b>5 253</b>	<b>18.0</b>	<b>44.3</b>	<b>8.8</b>	<b>7.4</b>	<b>15.8</b>	<b>5.7</b>
CME de automóviles y camionetas	1 003	20.7	22.7	22.9	20.6	7.0	6.2
CME de partes y refacciones para automóviles y camiones	1 862	18.5	48.2	5.0	2.5	19.7	6.1
CME motocicletas y otros vehículos de motor	187	55.1	17.1	5.7	4.9	13.5	3.7
CME combustibles, aceites, grasas lubricantes	2 201	11.8	60.8	1.2	1.5	19.4	5.2
<b>Intermediación y CME por MMC y otros medios</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>	<b>C</b>
Intermediación al por menor	C	C	C	C	C	C	C
CME por MMC y otros medios	C	C	C	C	C	C	C

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

CMA: Comercio al por mayor.

CME: Comercio al por menor.

C: Cifra no publicable.

FUENTE: INEGI. Encuesta Anual de Comercio.

**ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LAS UNIDADES COMERCIALES EN LOS PRÓXIMOS DOCE MESES  
2004**

CUADRO 15

CONCEPTO	TOTAL	TOTALMENTE DE ACUERDO	MEDIANAMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	MEDIANAMENTE EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
Preferible nuevos clientes a mantener a los actuales	100.0	36.7	16.5	30.5	6.7	9.6
Preferibles sostener líneas de productos a la diversificación	100.0	14.4	9.9	30.7	14.1	30.9
Diversificación de proveedores permite obtener ventajas	100.0	59.3	16.3	15.6	3.4	5.4
A mis clientes es más importante el precio que la calidad	100.0	8.1	6.6	28.3	16.5	40.6
Estrategias de mis competidores son fácilmente predecibles	100.0	10.2	13.4	39.5	22.0	15.0
Cuento con pleno conocimiento del gusto y preferencia de mis clientes	100.0	37.1	37.3	19.5	4.1	2.0
El medio más eficiente para ajustar costos, disminuyendo el personal	100.0	3.0	4.3	20.4	20.0	52.2
Incidencia delictiva, aumentan los gastos de protección empresarial	100.0	27.6	22.0	28.7	11.9	9.8
Para aumentar la competitividad, fundamental reducir inventarios	100.0	15.5	13.2	38.8	13.3	19.1
Recurrir al financiamiento, peligra la empresa	100.0	10.4	9.7	35.8	21.6	22.6
La apertura económica ha frenado el desarrollo de la empresa	100.0	9.6	10.7	25.2	19.0	35.5
El pronóstico de ventas a mediano plazo puede realizarse con precisión	100.0	24.0	27.4	31.1	8.7	8.8
Es más rentable subcontratar servicios que contar con áreas propias	100.0	14.6	12.0	33.2	14.8	25.3
Para la planeación estratégica es más útil el conocimiento empírico que la investigación del mercado	100.0	6.2	6.2	23.5	17.8	46.4

NOTA: La agrupación presentada obedece al Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México 2002 (SCIAN).

FUENTE: INEGI. *Encuesta Anual de Comercio*.

## Glosario

---

**ACTIVOS FIJOS.** A través de la información recolectada en este capítulo, se conoce el valor actual (precio de mercado) de los bienes muebles e inmuebles que utiliza la unidad económica en la realización de su actividad; así mismo permite conocer los montos de depreciación, compras y ventas de activos fijos efectuadas por la empresa durante el año de referencia.

**Activos fijos.** Es el valor actualizado, de todos aquellos bienes, propiedad de la unidad económica, 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 unidad económica alquilados a terceros; los que utiliza normalmente la unidad económica, aun y cuando sean asignados temporalmente a otras unidades económicas de la misma empresa; los que produce la unidad económica para uso propio y los activos fijos que obtiene en arrendamiento financiero. *Excluye:* los activos fijos que utilizan normalmente otras unidades económicas de la misma empresa, pero que son asignados a la unidad económica 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.** Se reportó a valor actual, tomando en consideración las condiciones en las que se encontraban en la fecha señalada; es decir, considerando la depreciación por su uso u obsolescencia y los cambios de su valor por variaciones en los precios y el tipo de cambio.

**Activos fijos, depreciación de los.** Es la pérdida de valor de los activos fijos propiedad de la unidad económica, debido al transcurso del tiempo, desgaste y la obsolescencia.

**Activos fijos y reformas mayores, compras de.** Es el valor de las adquisiciones y transferencias recibidas de activos fijos a valor actual,

nuevos o usados, que la unidad económica realizó durante el periodo de referencia, sumando todas las erogaciones en que incurrió para llevar e instalar los activos fijos en la unidad económica. Incluye: las mejoras, reformas y renovaciones mayores que realizó la unidad económica en sus activos fijos para incrementar la productividad o vida útil de éstos y la producción de activos fijos para uso propio. *Excluye:* las reparaciones y mantenimiento corriente de los activos fijos.

**Activos fijos, total de las ventas de.** Es el monto de las ventas de activos fijos que eran propiedad de la unidad económica.

- **Bienes inmuebles.** Es el valor actualizado de los edificios, locales y construcciones e instalaciones que utilizó la unidad económica 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 unidad económica.
- **Equipo de cómputo y periféricos.** Es el valor actualizado del equipo de cómputo y sus periféricos, propiedad de la unidad económica, que no están integrados a la maquinaria y equipo de producción, como son: las computadoras, redes de comunicación, impresoras, digitalizadores, entre otros. *Excluye:* el software.
- **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 unidad económica, vinculado directamente con el proceso de producción de bienes y servicios, y tareas auxiliares del mismo.
- **Mobiliario y equipo.** Es el valor de los muebles que emplean en la tienda, bodegas y oficinas para llevar a cabo las actividades de la empresa comercial, cuya vida útil sea mayor a un año y proporcionen las condiciones necesarias para llevar a cabo

la actividad productiva de la empresa comercial *Excluye*: la maquinaria y equipo de cómputo.

- **Otros activos fijos.** Es el valor actualizado de los muebles propiedad de la unidad económica que emplean en la tienda, bodegas y oficinas para llevar, cuya vida útil sea mayor a un año y proporcionen las condiciones necesarias para llevar a cabo su actividad.
- **Unidades y equipo de transporte.** Es el valor actualizado del equipo de transporte (vehículos automotores, aviones, barcos, etcétera) propiedad de la unidad económica, que utilizó para transportar personas o carga fuera de la misma. *Excluye*: el equipo necesario para transportar o levantar carga dentro de la unidad económica.

**GASTOS POR CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS.** La información obtenida en este apartado, permitirá conocer la estructura de costos de las unidades económicas, para ello se desglosan los principales rubros a través de los cuales se efectúan la mayor parte de sus erogaciones, sin considerar los sueldos y salarios e inversión de capital; además de que a través de esta información se puede obtener el margen operativo (rentabilidad) y margen bruto comercial.

- **Alquiler de bienes muebles e inmuebles, pagos por.** Es el valor de los gastos a costo de adquisición que realizó la unidad económica por el arrendamiento puro u operativo (arrendamiento no financiero) o alquiler de bienes muebles e inmuebles propiedad de terceros, para el desempeño de sus actividades económicas.
- **Combustibles y lubricantes, consumo de.** Es el valor de los gastos a costo de adquisición que realizó la unidad económica por el consumo de combustibles y lubricantes para el funcionamiento de la maquinaria y los vehículos.
- **Energía eléctrica, consumo de.** Es el valor de los gastos a costo de adquisición que realizó la unidad económica por la utilización de electricidad.
- **Envases y empaques.** Es el valor de los gastos a costo de adquisición que realizó la unidad económica por los artículos

y materiales de cualquier naturaleza, para contener y mejorar la presentación para la venta; así como para proteger los productos contra su descomposición, daño y merma. *Incluye*: los materiales comprados para producir o armar los envases y empaques, y los provenientes de otras unidades económicas de la misma empresa. *Excluye*: los enviados a otras unidades económicas de la misma empresa.

- **Gastos por consumo de bienes y servicios.** Es el importe que destinó la unidad económica, durante el año de referencia por a la compra de mercancías y el consumo de bienes y servicios para realizar su actividad económica. *Excluye*: los gastos fiscales, financieros y de inversión. Valoración. La valoración de los bienes y servicios consumidos para realizar la actividad de la unidad económica se reportan a costos de adquisición, es decir, al costo de compra más todas las erogaciones que se efectuaron para llevar los bienes a la unidad económica, tales como: fletes y seguros, entre otros; deduciendo descuentos, rebajas y concesiones recibidas. *Excluye*: el IVA.
- **Materiales consumidos para la prestación de servicios.** Es el valor de los gastos a costo de adquisición que realizó la unidad económica por los productos y materiales de cualquier especie que fueron consumidos para proporcionar el servicio que constituye su actividad normal. *Incluye*: los productos y materiales consumidos provenientes de otras unidades económicas de la misma empresa.
- **Mercancías compradas para su reventa.** Es el valor de las mercancías que compró la unidad económica, para venderlas en las mismas condiciones en que las adquirió. *Incluye*: las mercancías para reventa que recibió de otras unidades económicas de la misma empresa. *Excluye*: las mercancías recibidas en consignación.
- **Otros gastos por consumo de bienes y servicios.** Es el valor de los gastos a costo de adquisición que realizó la unidad económica por los bienes y servicios que consumió, y que no fueron considerados de manera específica en los renglones anteriores, pero estuvieron relacionados con la actividad.
- **Personal no dependiente de la razón social, pagos por.** Es el valor de los gastos que realizó la unidad económica por los

pagos a otra razón social, por el suministro de personal para el desempeño de las actividades productivas y de apoyo. *Incluye:* el pago por concepto de igualas; los pagos que realizó por el personal que cobra a través de honorarios o comisiones que no resultan ser un complemento de los sueldos. *Excluye:* los pagos por la prestación de servicios de vigilancia, intendencia, limpieza y jardinería, entre otros.

- **Publicidad.** Es el valor de los gastos a costo de adquisición que realizó la unidad económica por la difusión y propaganda de sus bienes, servicios o su imagen pública.

**GASTOS NO DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD.** El objetivo de este es captar las erogaciones efectuadas por la unidad económica, por conceptos ajenos o no vinculados con la actividad desarrollada por la misma, como: costos fiscales, multas, patrocinios, etcétera.

- **Gastos no derivados de la actividad.** Es el valor de los gastos que la unidad económica destinó al pago de impuestos, intereses por créditos o préstamos.

**GENERACIÓN Y PÉRDIDA DE PLAZAS DE OCUPACIÓN.** Es conocer la rotación del personal ocupado durante el año de referencia por las empresas comerciales; así como las causas principales de las mismas.

**IDENTIFICACIÓN DE PROVEEDORES.** Es conocer los tipos de proveedores de la empresa así como sus características.

**Identificación de proveedores.** Son aquellas unidades económicas que abastecen, transfieren o venden mercancías para ser revendidas en el mismo estado en que fueron recibidas y que esta unidad económica compró directamente en el interior del país o en el extranjero, sin importar el origen de los productos.

- **Establecimientos comerciales.** Son las unidades económicas que compran o venden mercancías en el mismo estado en el que fueron adquiridas, y que abastecen parcial o totalmente a esta unidad económica.

- **Productores Agropecuarios.** Son las unidades económicas agrícolas, forestales o ganaderas dedicadas a la producción y venta de mercancías a esta unidad económica.
- **Productores industriales.** Son las unidades económicas dedicadas a la producción y transformación de productos, los cuales son transferidos o vendidos a esta unidad económica.
- **Otros proveedores.** Son todos aquellos que no estén contenidos en los anteriores y que venden mercancías a ésta unidad económica (comisionistas, pepenadores, etcétera).

**IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES.** Al igual que el anterior capítulo, en este se muestra la distribución de las mercancías adquiridas para su reventa de las empresas comerciales, por tipo de cliente y destino de mercado nacional o extranjero.

**Identificación de clientes.** Son aquellas unidades económicas o personas que compran las mercancías o reciben algún servicio de esta unidad económica.

- **Establecimientos comerciales.** Son las unidades económicas que compran las mercancías para revenderlas en el mismo estado en que fueron adquiridas, y se abastecen de bienes o servicios en esta unidad económica.
- **Establecimientos de servicios.** Son las unidades económicas que proporcionan algún tipo de servicio, ya sea de tipo personal, comunal, social, de carácter privado, técnico o profesional, y que compran sus mercancías o reciben algún servicio en esta unidad económica.
- **Consumidores finales.** Son las personas que compran mercancías o reciben algún servicio en esta unidad económica para su consumo personal o familiar.
- **Productores agropecuarios.** Son las unidades económicas agrícolas, forestales o ganaderas dedicadas a la producción que compran sus mercancías a esta unidad económica.

- **Productores industriales.** Son las unidades económicas dedicadas a la producción y transformación de productos, que compran sus bienes a esta unidad económica.
- **Otros clientes.** Son las personas o unidades comerciales que compran sus mercancías en esta unidad económica y que no fueron clasificadas anteriormente.

**INFORMACIÓN FINANCIERA.** Obtener información del saldo vigente al inicio y al final del periodo de referencia, y conocer si las empresas comerciales adquirieron un nuevo financiamiento durante el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2004; además de identificar las fuentes de financiamiento y destino del mismo.

**INGRESOS POR SUMINISTRO DE BIENES Y SERVICIOS.** Este capítulo permite conocer el monto de los ingresos que obtuvo la unidad económica, como producto del desarrollo de sus actividades durante un periodo determinado, a través de la información obtenida, se puede corroborar la clasificación de la empresa y calcular la rentabilidad y el margen comercial tanto a nivel de código de actividad como por entidad federativa, además de identificar los niveles de integración económica o especialización en relación con el código de actividad desarrollada.

- **Alquiler de bienes muebles e inmuebles, ingresos por.** Son los ingresos a valor de facturación que obtuvo la unidad económica por la cesión temporal a otra razón social del derecho de uso o disfrute de los bienes muebles o bienes raíces de su propiedad.
- **Consignación y comisión, ingresos por.** Son los ingresos que tuvo la empresa comercial como por la comisión sobre las ventas netas de bienes, propiedad de terceros y que fueron vendidos por esta unidad económica a solicitud de estos últimos. Incluye la venta a comisión.
- **Mercancías adquiridas para la reventa, ventas netas de.** Son los ingresos a valor de facturación que obtuvo la unidad económica por las ventas de mercancías en el mismo estado en que las recibió. *Incluye:* las mercancías para su reventa que envió en consignación y fueron vendidas; las enviadas a otras

unidades económicas de la misma empresa; las recibidas de otras unidades económicas de la misma empresa y que fueron vendidas y las materias primas que fueron vendidas en el mismo estado en que se adquirieron. *Excluye:* las mercancías recibidas en consignación.

- **Otros ingresos por suministro de bienes y servicios.** Son los ingresos a valor de facturación que obtuvo la unidad económica por conceptos no especificados en otra parte, como son: venta de publicidad, fletes, etcétera. Cabe mencionar que de acuerdo con el nivel de desagregación de las variables, su magnitud puede variar entre las diferentes publicaciones censales.
- **Prestación de servicios.** Son los ingresos a valor de facturación que obtuvo la unidad económica por la prestación de servicios profesionales o técnicos a terceros, como la reparación y mantenimiento, asesorías, etcétera. *Incluye:* las refacciones que se utilizaron para la prestación de servicios.
- **Suministro de bienes y servicios, ingresos por.** Son los ingresos a valor de facturación que obtuvo la unidad económica por las actividades de producción, comercialización o prestación de servicios que realizó. *Excluye:* los subsidios y cuotas, cuando éstos no correspondan a instituciones de seguros e intermediación financiera.

**INGRESOS NO DERIVADOS DE LA ACTIVIDAD.** Este capítulo permite conocer el monto de los ingresos que obtuvo la unidad económica, como producto del desarrollo de sus actividades durante un periodo determinado, a través de la información obtenida, se puede corroborar la clasificación de la empresa y calcular la rentabilidad y el margen comercial tanto a nivel de código de actividad como por entidad federativa, además de identificar los niveles de integración económica o especialización en relación con el código de actividad desarrollada.

- **Ingresos no derivados de la actividad.** Es el importe, en dinero o en especie, que obtuvo la unidad económica durante el año de referencia, por conceptos que no tienen relación directa con su giro de actividad, tales como: subsidios a la producción y a los productos; cuotas y aportaciones; entre otros.

**OPINIÓN SOBRE ESTRATEGIA COMPETITIVA.** Conocer el grado de estrategias a considerar por las empresas comerciales para establecer políticas de competitividad, durante el año de referencia que en la era de la información se traduce en aspectos de trascendental importancia.

**PERSONAL OCUPADO.** El objetivo es conocer la estructura ocupacional del personal que depende laboral y administrativamente de las empresas comerciales; y así identificar el personal por género para cada una de las unidades económicas y actividades del sector comercio. Además de captar el número de personas que trabajan para las empresas comerciales, pero que dependen administrativamente de otra unidad económica, con esta información se podrá conocer las tendencias de contratación que las empresas están llevando a cabo, con el fin de obtener indicadores más precisos, como, la productividad media de la mano de obra.

- **Personal ocupado dependiente de la razón social.** Es el personal contratado directamente por la razón social, que puede ser de planta, eventual e inclusive no remunerado, el cual trabajó para la unidad económica sujeto a su dirección y control, cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma. *Incluye:* al personal que trabajó fuera de la unidad económica bajo su control laboral y legal; trabajadores en huelga; personas con licencia por enfermedad, vacaciones o permiso temporal; propietarios, socios, familiares y trabajadores a destajo. *Excluye:* pensionados y jubilados.
- **Personal ocupado no dependiente de la razón social.** Son las personas que trabajaron para la unidad económica, pero que eran ajenas a la razón social y realizaron labores sustantivas, como: la producción, comercialización, prestación de servicios, administración, contabilidad, entre otras; cubriendo como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la unidad económica.
- **Personal ocupado total.** Comprende tanto al personal contratado directamente por la razón social como al personal ajeno suministrado por otra razón social, que trabajó para la unidad económica, sujeto a su dirección y control, y cubrió como mínimo una tercera parte de la jornada laboral de la misma. Puede ser personal de planta, eventual o no remunerado, entendiéndose por este último, como: las personas que trabajaron para la unidad económica cubriendo como mínimo una tercera parte de la

jornada laboral sin recibir un sueldo o salario. Se considera aquí a los propietarios, familiares de éstos, socios activos, prestadores de servicio social, personas de programas de empleo, etcétera. *Excluye:* a quienes prestaron sus servicios profesionales o técnicos; quienes cobran en base a honorarios o comisiones; pensionados o jubilados, y al personal suministrado por otra razón social.

- **Personal remunerado dependiente de la razón social.** Es el personal de planta o eventual, contratado directamente por la razón social, que trabajó para la unidad económica, sujeto 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.

**REMUNERACIONES.** Este tema tiene como propósito fundamental, conocer la retribución en sueldos y salarios que se otorgan al factor trabajo en la unidad económica, ya que permite conocer elementos de importancia para la economía nacional, tales como: la participación de las remuneraciones en el costo total de operación de la unidad económica, el sueldo promedio por código de actividad y zona económica, etcétera.

- **Remuneraciones.** Son los pagos y aportaciones en dinero y especie que realizó la unidad económica antes de cualquier deducción, destinados a retribuir el trabajo ordinario y extraordinario del personal dependiente de la razón social, tanto en forma de sueldos y prestaciones sociales como en utilidades distribuidas al personal, ya sea que se calculen sobre la base de una jornada de trabajo o por la cantidad de trabajo desarrollado (destajo).

#### VARIABLES CALCULADAS

- **Activos fijos a persona ocupada.** Es el valor que se obtiene al dividir el valor total de los activos fijos entre el total del personal ocupado.
- **Depreciación de los activos fijos por activo fijo.** Es el valor que se obtiene al dividir el total de la depreciación de los activos fijos entre el total de los bienes muebles e inmuebles de la unidad económica.

- **Formación bruta de capital fijo.** Es el valor de los activos fijos comprados por la unidad económica (hayan sido nacionales o importados, nuevos o usados), menos el valor de las ventas de activos fijos realizadas. *Incluye:* como parte de las compras de activos fijos, el valor de las renovaciones, mejoras y reformas mayores realizadas a los activos fijos que prolongaron su vida útil en más de un año o aumentaron su productividad; y los activos fijos producidos por la unidad económica para uso propio.
- **Ingresos por suministro de bienes y servicios a gasto censal.** Es el valor que se obtiene de dividir el total de Ingresos por suministro de bienes y servicios entre la suma del total de Gastos por consumo de bienes y servicios más las remuneraciones.
- **Pagos por personal no dependiente de la razón social por personal suministrado.** Es el valor que se obtiene de dividir el pago por suministro de personal no dependiente de la razón social entre el total de personal suministrado.
- **Personal ocupado a unidad económica.** Es el valor que se obtiene de dividir el total de personas ocupadas entre el número de unidades económicas.
- **Remuneraciones a persona remunerada.** Es el valor que resulta de dividir el total de las remuneraciones entre total de personas remuneradas.
- **Ventas netas de mercancías adquiridas para su reventa a costo de mercancías.** Es el valor que se obtiene de dividir las ventas netas de mercancías adquiridas para su reventa entre el costo de las mismas.
- **Ventas netas de mercancías adquiridas para su reventa por persona ocupada.** Es el valor que se obtiene de dividir las ventas netas de mercancías adquiridas para su reventa entre el total de personas ocupadas de la unidad económica.

**UNIDADES ECONÓMICAS.** Son las unidades estadísticas sobre las cuales se recopilan datos, que se dedican principalmente a un tipo de actividad de manera permanente en construcciones e instalaciones fijas, combinando acciones y recursos bajo el control de una sola entidad propietaria o controladora, para llevar a cabo producción de bienes y servicios, sea con fines mercantiles o no. Se definen por sector de acuerdo con la disponibilidad de registros contables y la necesidad de obtener información con el mayor nivel de precisión analítica.

**VENTAS A CRÉDITO.** Conocer si durante el año de referencia la empresa comercial realizó ventas a crédito, y qué forma de pago empleó durante la realización de sus ventas, con el fin de facilitar las compras de sus clientes.

Esta publicación se terminó de imprimir  
en febrero de 2007 en los talleres gráficos del  
**Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática**  
Av. Héroe de Nacozari Sur Núm. 2301, Puerta 11, Nivel Acceso  
Fracc. Jardines del Parque, CP 20270  
Aguascalientes, Ags.  
**México**