

ENCUESTA ANUAL DE COMERCIO CIFRAS DE 2021

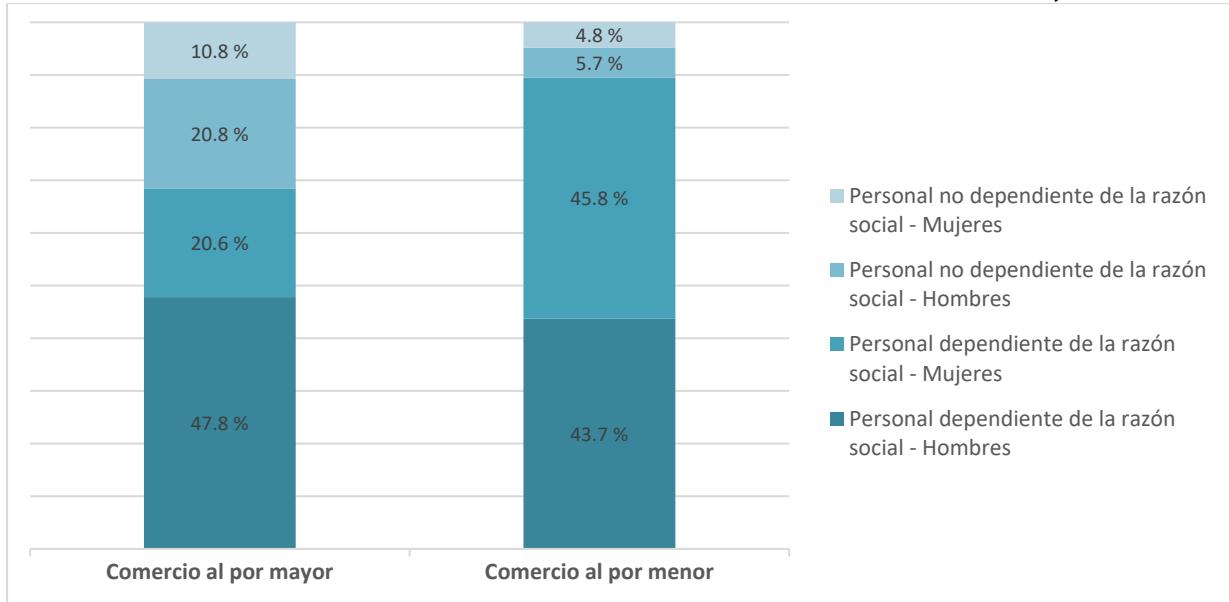
- En el sector Comercio al por mayor, la participación de los hombres ocupados que dependen de la razón social fue de 47.8 % y la de mujeres, de 20.6 por ciento. En Comercio al por menor, las mujeres participaron con 45.8 % y los hombres, con 43.7 por ciento.
- La *venta directa en el establecimiento* fue la forma más empleada por las empresas comerciales. En Comercio al por menor, el porcentaje fue 82.3 % y en Comercio al por mayor, 55.0 por ciento.
- Del personal del sector Comercio al por mayor que recibió capacitación, 43.8 % correspondió a hombres y 35.9 %, a mujeres. En Comercio al por menor, los porcentajes fueron 50.3 y 20.9 %, respectivamente.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) da a conocer los resultados de la Encuesta Anual del Comercio (EAC), con información preliminar referida a 2021. Su objetivo principal es captar y generar información estadística básica e indicadores económicos para conocer las tendencias, factores y dinámica sobre el comportamiento de la actividad comercial en México.

PRINCIPALES RESULTADOS

En el sector Comercio al por mayor, la participación de los hombres ocupados que dependen de la razón social fue de 47.8 % y la de mujeres, de 20.6 % del promedio de contratación. Del personal ocupado no dependiente, el porcentaje de hombres fue 20.8 % y el de mujeres, 10.8 por ciento. Por su parte, en el sector Comercio al por menor, la distribución del personal que depende de la razón social fue la siguiente: 45.8 % correspondió a mujeres y 43.7 %, a hombres.

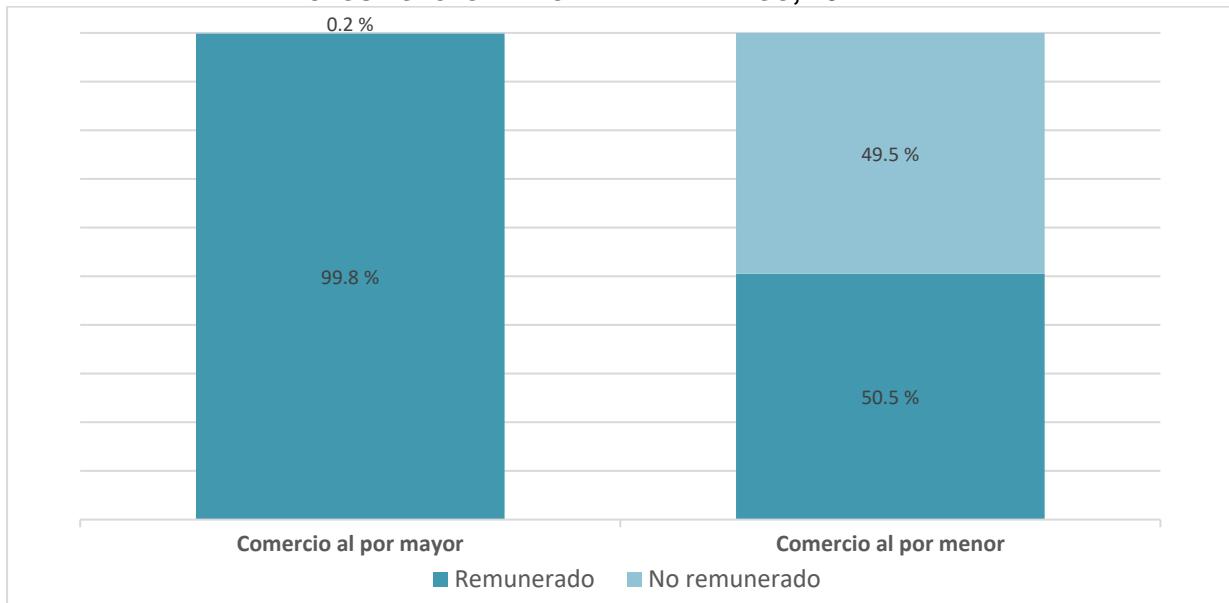
**Gráfica 1
TOTAL DE PERSONAL OCUPADO SEGÚN SECTOR Y CONDICIÓN CONTRACTUAL, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Del total del personal ocupado en Comercio al por mayor, 99.8 % recibió una remuneración fija y periódica por su trabajo. En Comercio al por menor, ese porcentaje fue 50.5 por ciento.

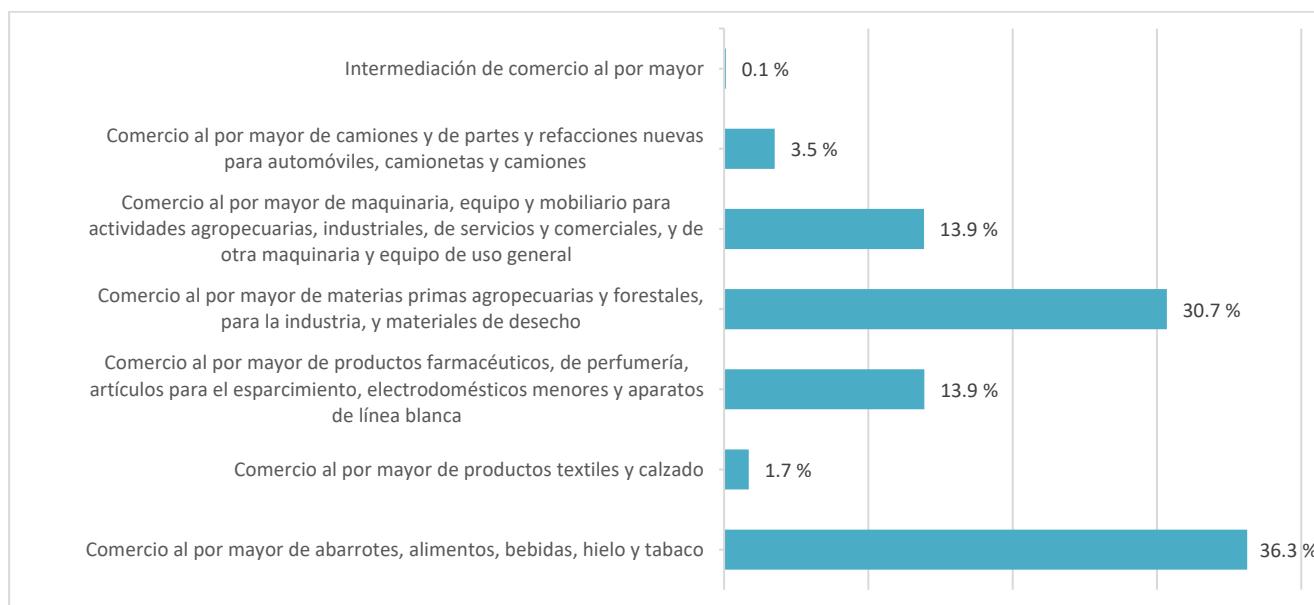
**Gráfica 2
TOTAL DE PERSONAL OCUPADO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL
SEGÚN SECTOR Y MODALIDAD DE PAGO, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

En 2021, los ingresos de Comercio al por mayor se focalizaron en la rama de *abarrotes, alimentos, bebidas, hielo y tabaco* con 36.3 por ciento. Siguió *Comercio al por mayor de materias primas agropecuarias y forestales, para la industria, y materiales de desecho*, con 30.7 por ciento. La rama que comercializa a través de *Intermediación de comercio al por mayor* participó con 0.1 por ciento.

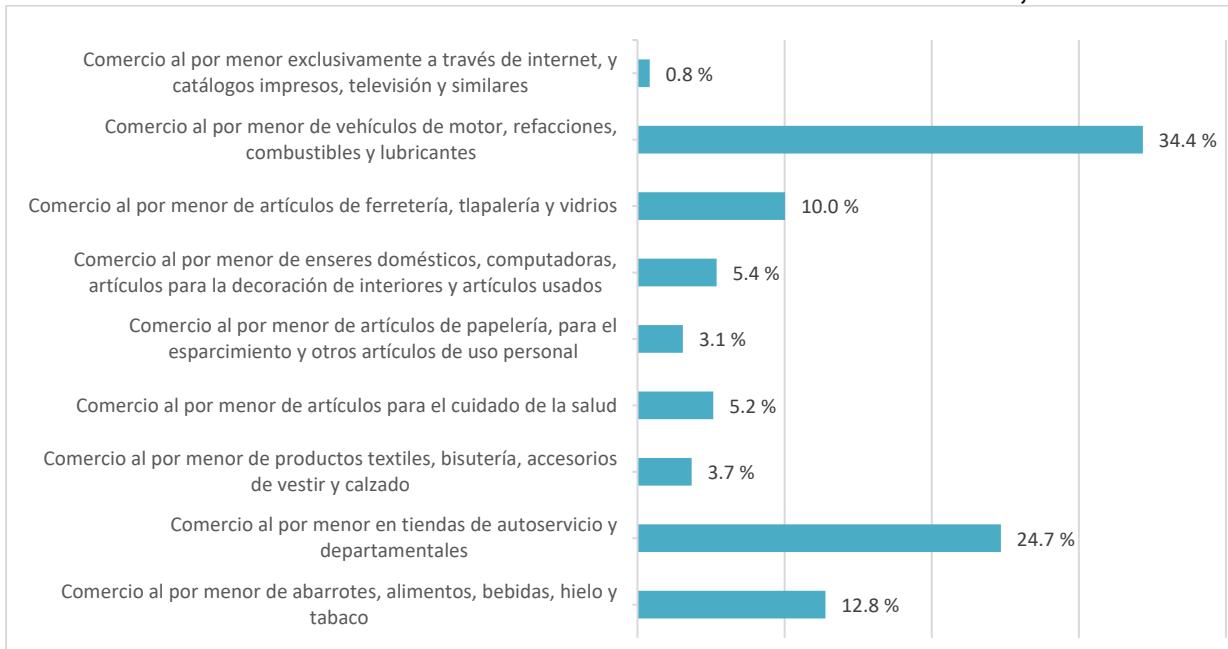
Gráfica 3
INGRESOS DEL COMERCIO AL POR MAYOR SEGÚN SUBSECTOR DE ACTIVIDAD, 2021^P



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

En Comercio al por menor, la mayor contribución a los ingresos del sector en general correspondió a *Comercio de vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes*, con 34.4 % y a *Comercio al por menor en tiendas de autoservicio y departamentales*, con 24.7 por ciento.

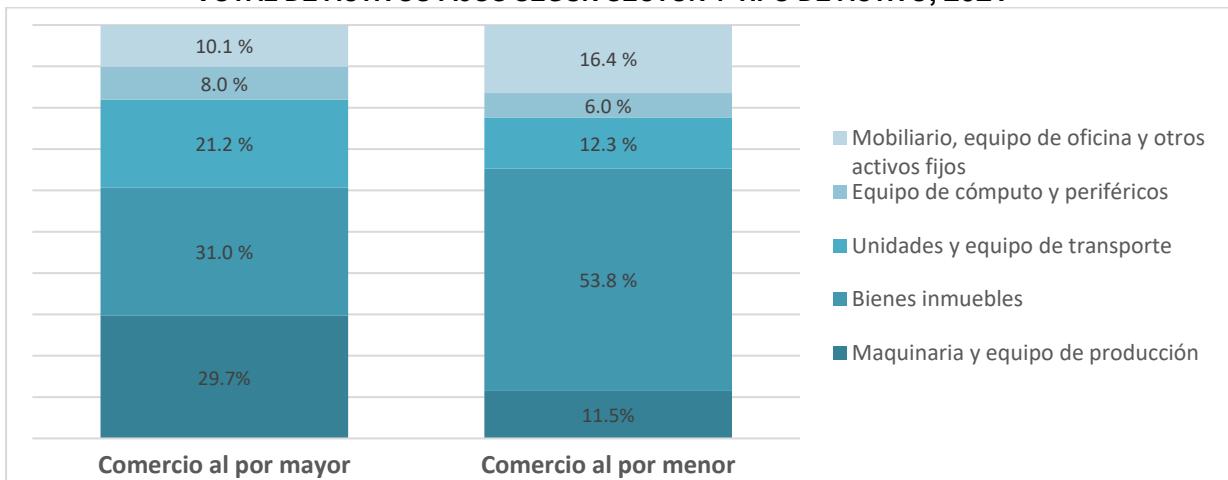
**Gráfica 4
INGRESOS DEL COMERCIO AL POR MENOR SEGÚN SUBSECTOR DE ACTIVIDAD, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Las empresas invirtieron, en mayor porcentaje, en *bienes inmuebles*. En Comercio al por mayor, este rubro fue de 31.0 % y en Comercio al por menor, de 53.8 por ciento. El rubro de menor inversión para ambos sectores comerciales fue el de *equipo de cómputo y periféricos*, con participaciones de 8.0 y 6.0 %, respectivamente.

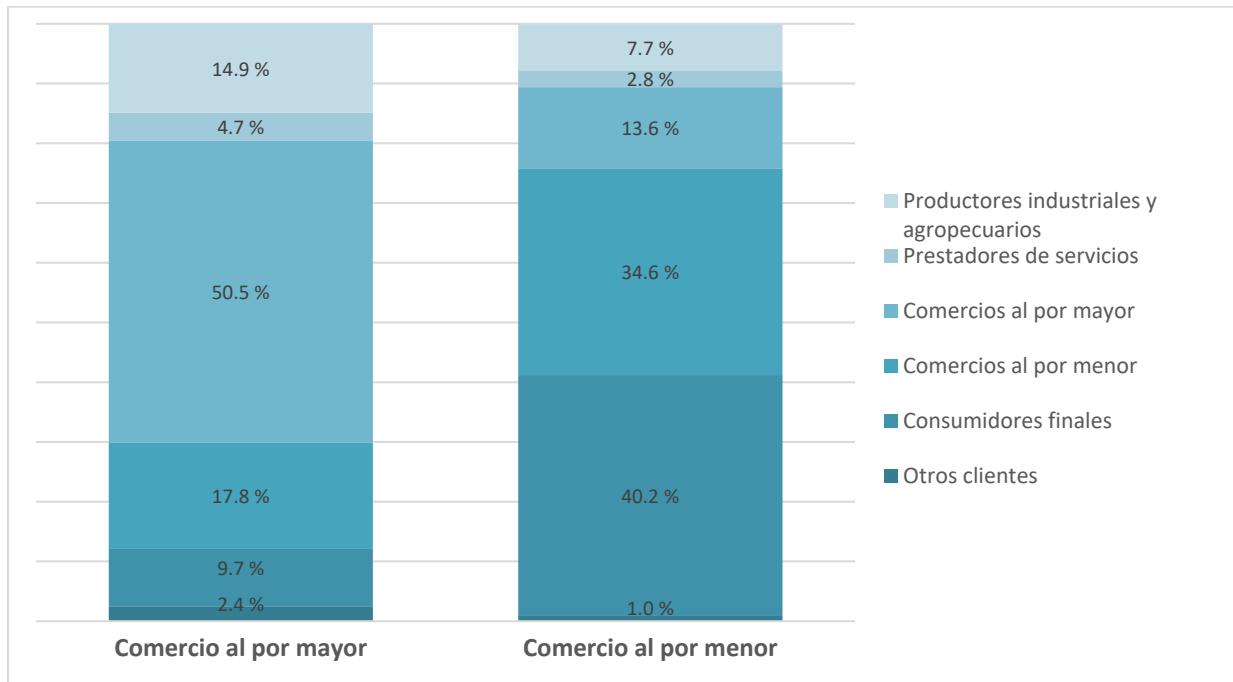
**Gráfica 5
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS SEGÚN SECTOR Y TIPO DE ACTIVO, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

En Comercio al por mayor, los *productores industriales y agropecuarios* tuvieron el mayor peso en las ventas de las mercancías, con 14.9 por ciento. En Comercio al por menor, participaron con 7.7 por ciento. Las ventas a *otros comercios al por mayor* fueron de 50.5 y 13.6 % para Comercio al por mayor y Comercio al por menor, respectivamente.

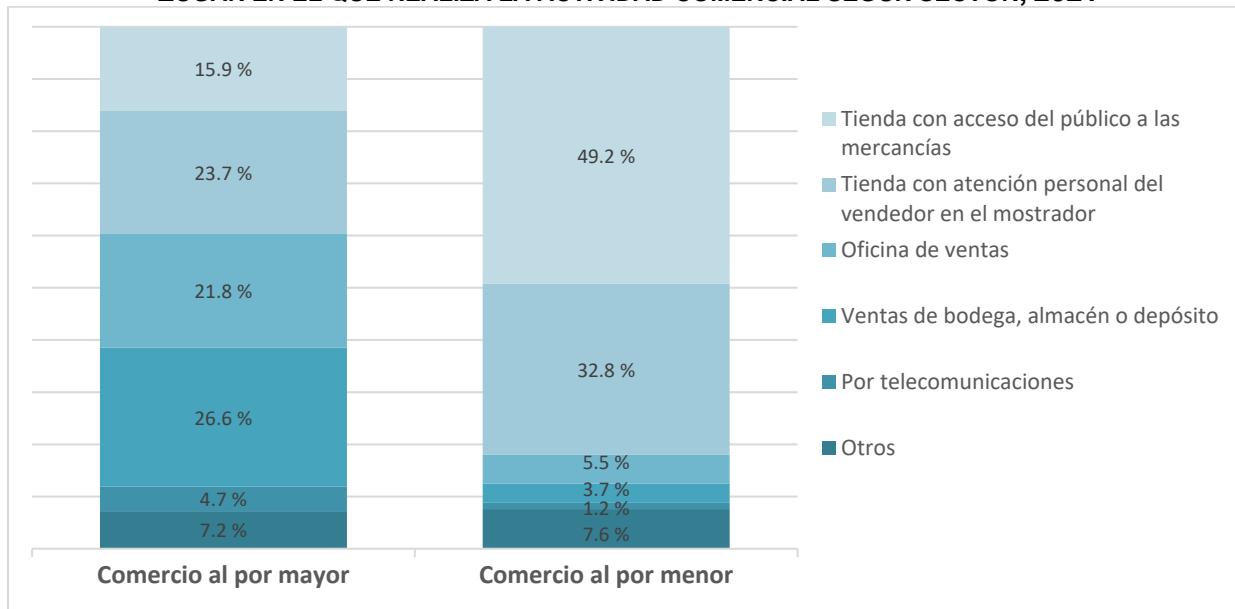
**Gráfica 6
VENTAS NETAS DE MERCANCÍAS SEGÚN SECTOR Y TIPO DE CLIENTE, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Las formas de comercializar asumen un papel importante en las empresas. Así, a las unidades económicas les es posible destacar sus productos y servicios, romper barreras y posicionarse en el mercado. En 2021, la comercialización a través de *oficinas de ventas*, en el sector Comercio al por mayor, participó con 21.8 % y en Comercio al por menor, con 5.5 por ciento. Siguieron las *tiendas con atención personal del vendedor en el mostrador*, con 23.7 y 32.8 %, respectivamente. Las *ventas de bodega, almacén o depósito* representaron 26.6 % en el sector Comercio al por mayor y 3.7 % en Comercio al por menor.

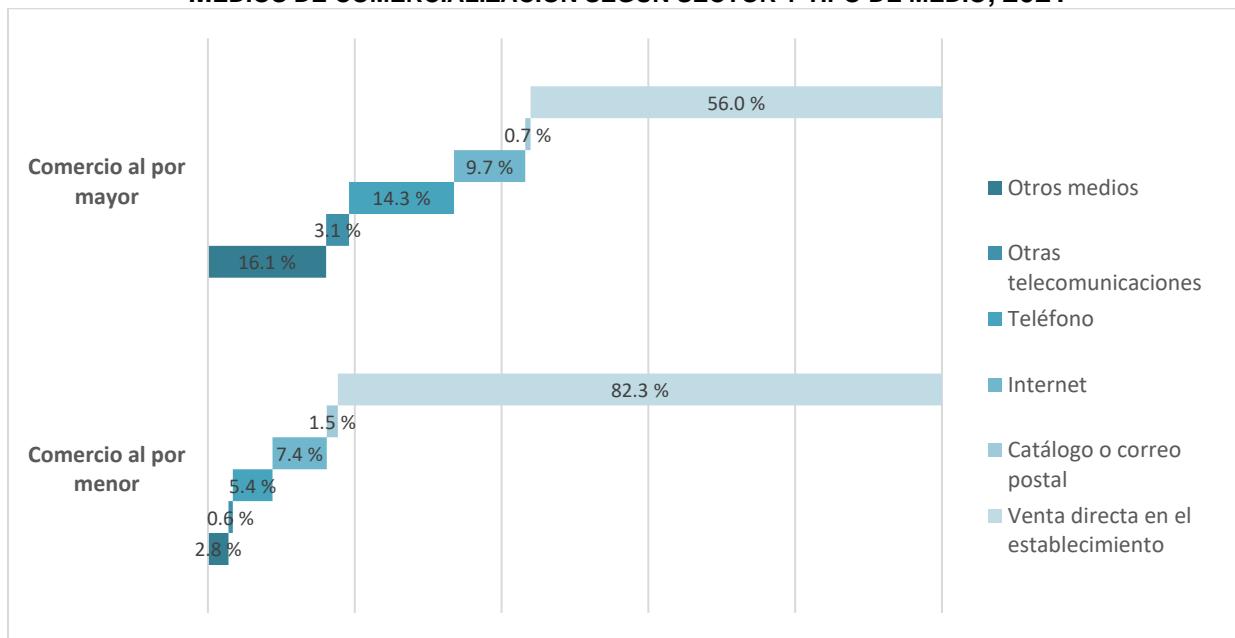
**Gráfica 7
LUGAR EN EL QUE REALIZA LA ACTIVIDAD COMERCIAL SEGÚN SECTOR, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

La venta directa en el establecimiento fue la forma más empleada por las empresas comerciales. En el sector Comercio al por menor, esta actividad participó con 82.3 % y en Comercio al por mayor, con 56.0 por ciento. La forma de comercialización menos frecuente fue la venta por catálogo o correo postal. En Comercio al por mayor aportó 0.7 % y en Comercio al por menor, 1.5 por ciento.

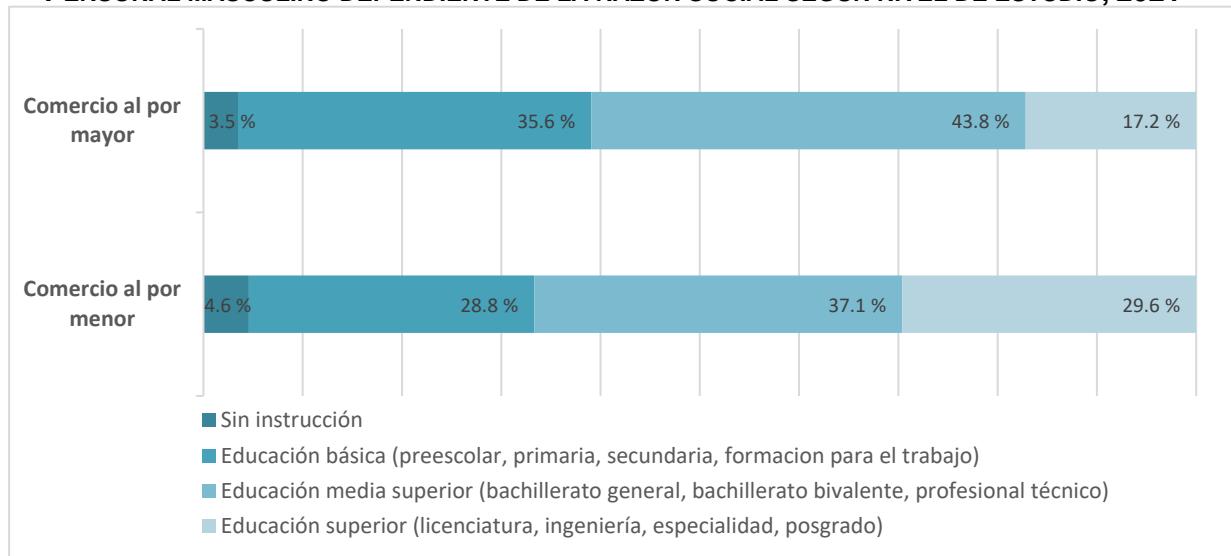
**Gráfica 8
MEDIOS DE COMERCIALIZACIÓN SEGÚN SECTOR Y TIPO DE MEDIO, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

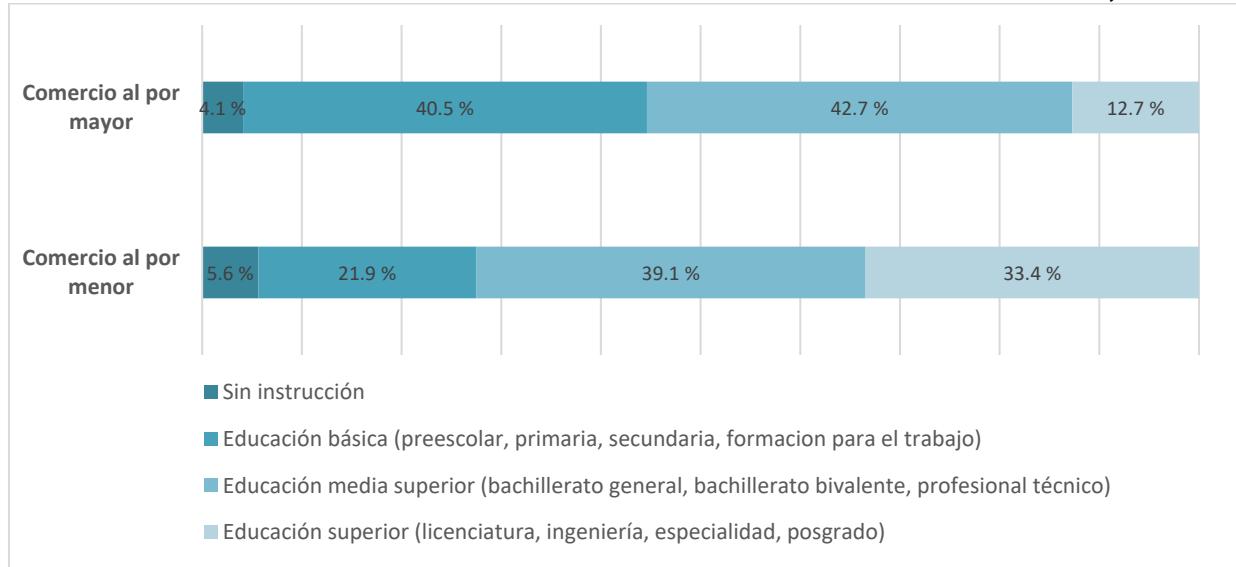
Al revisar la distribución del personal ocupado por nivel de estudios, 43.8 % de los hombres contaba con *educación media superior* en Comercio al por mayor y 37.1 % en Comercio al por menor. El porcentaje de hombres *sin instrucción* en Comercio al por mayor fue 3.5 % y en Comercio al por menor, 4.6 por ciento. El porcentaje de mujeres con *educación superior* en el sector Comercio al por mayor fue 12.7 por ciento. En Comercio al por menor, fue 33.4 por ciento.

**Gráfica 9
PERSONAL MASCULINO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL SEGÚN NIVEL DE ESTUDIO, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

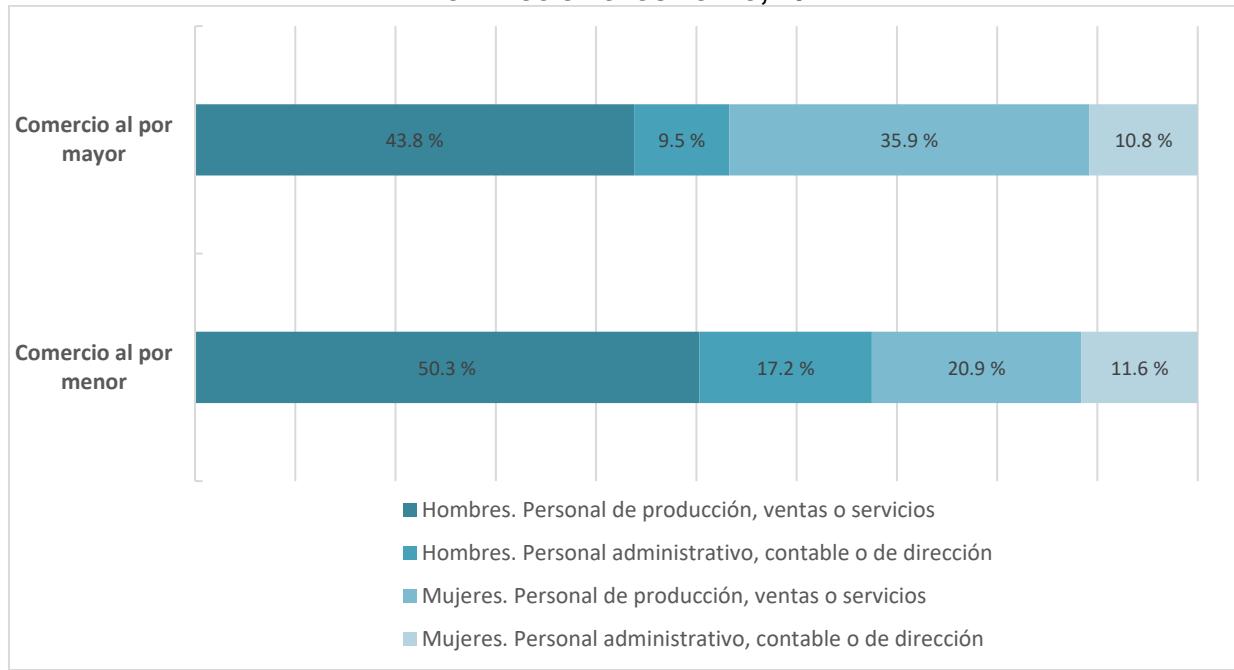
**Gráfica 10
PERSONAL FEMENINO DEPENDIENTE DE LA RAZÓN SOCIAL SEGÚN NIVEL DE ESTUDIO, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Del personal que recibió capacitación en el sector Comercio al por mayor, 43.8 % correspondió a hombres y 35.9 %, a mujeres. En Comercio al por menor, los porcentajes fueron 50.3 y 20.9 %, respectivamente.

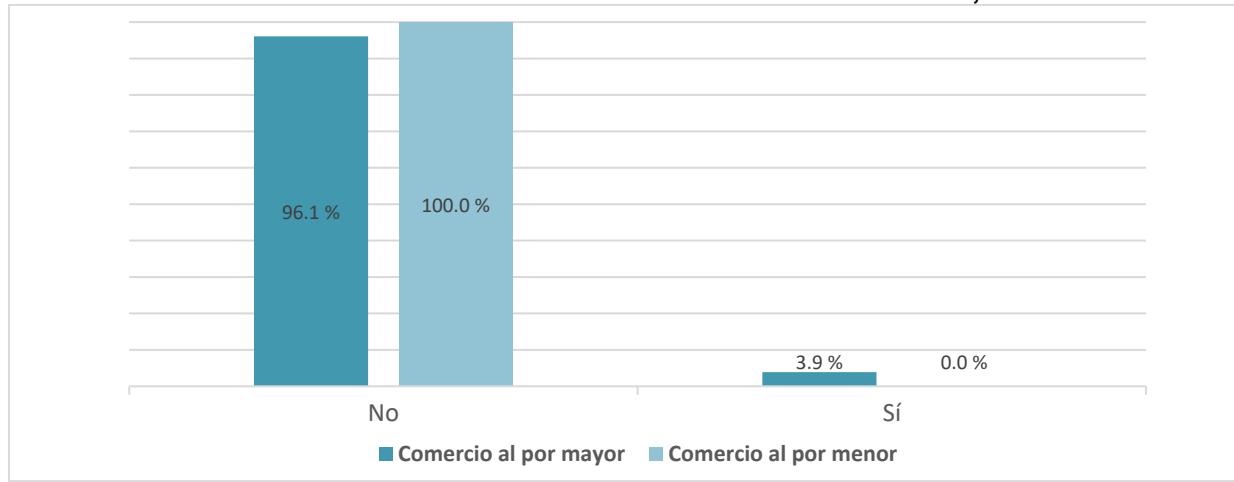
**Gráfica 11
PERSONAL DE LAS EMPRESAS COMERCIALES QUE RECIBIÓ CAPACITACIÓN.
DISTRIBUCIÓN SEGÚN SEXO, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

De las empresas de Comercio al por mayor, 3.9 % obtuvo ingresos mediante contratos con empresas de otros países. En Comercio al por menor, fue nula la participación en este renglón.

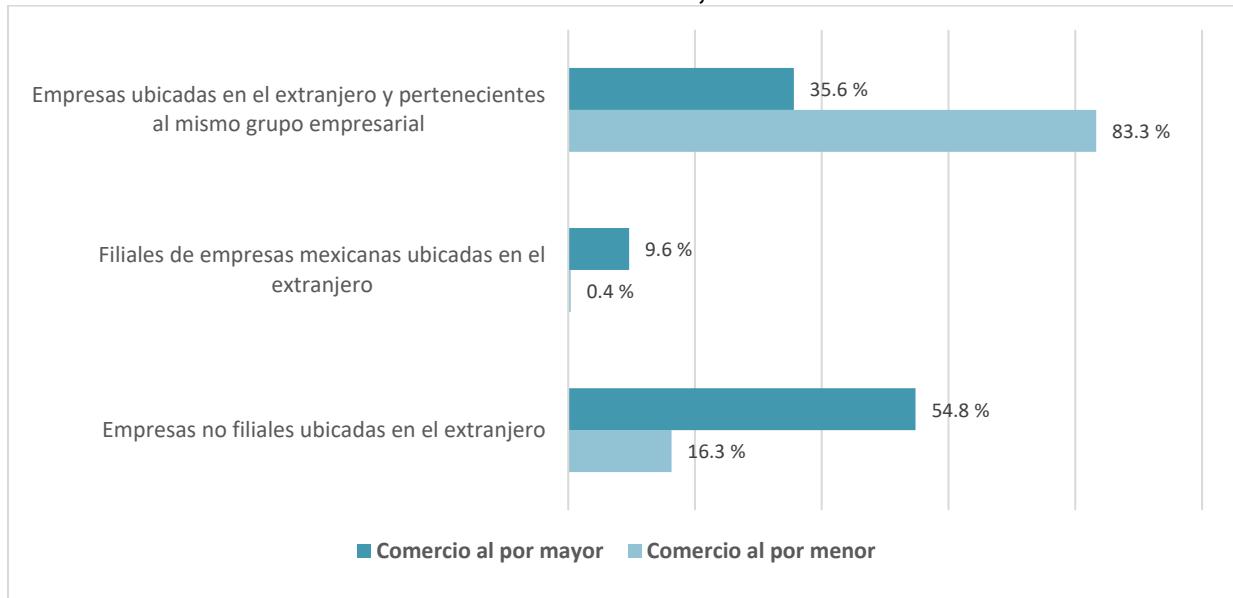
**GRÁFICA 12
EMPRESAS COMERCIALES QUE OBTUVIERON INGRESOS MEDIANTE CONTRATOS O PROGRAMAS EN COLABORACIÓN CON EMPRESAS UBICADAS EN OTROS PAÍSES, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

En Comercio al por mayor, la mayor parte de programas de colaboración con empresas de otros países fue con empresas no filiales ubicadas en el extranjero (54.8 %). Para Comercio al por menor, esta colaboración se realizó mayoritariamente con empresas ubicadas en el extranjero y pertenecientes al mismo grupo empresarial (83.3 %).

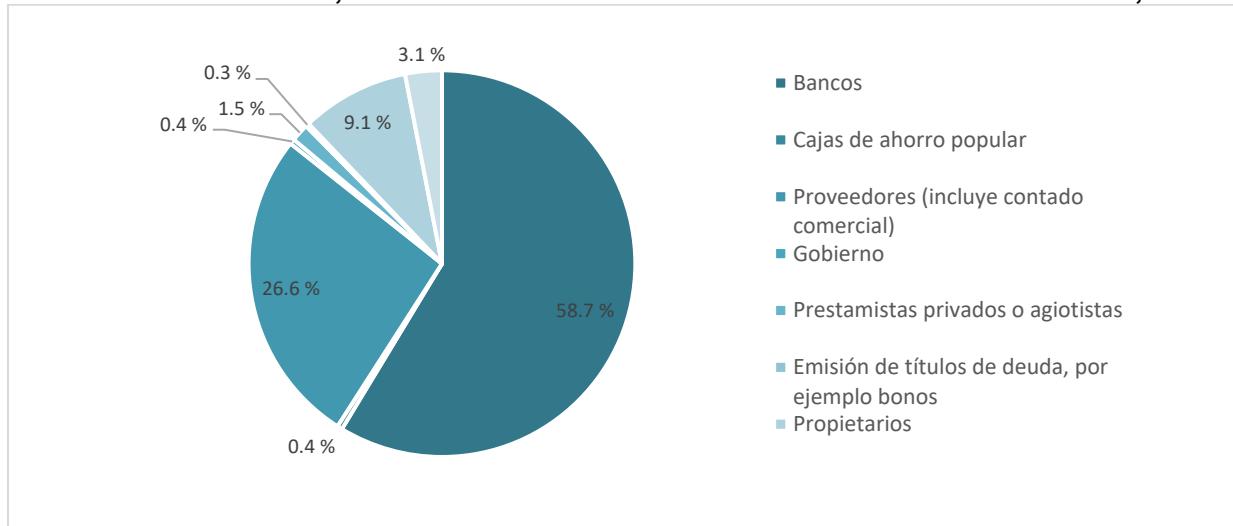
**Gráfica 13
TIPOS DE CONTRATO O PROGRAMAS DE COLABORACIÓN CON UNIDADES ECONÓMICAS
EN OTROS PAÍSES, 2021^P**



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

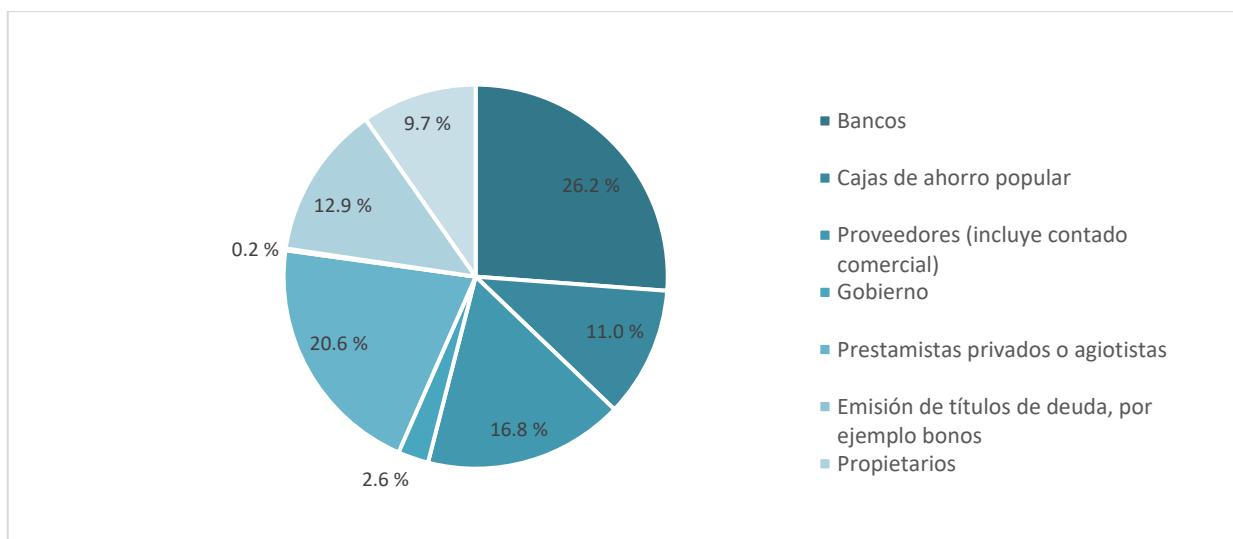
La fuente de financiamiento permite orientar las políticas públicas dirigidas a las empresas. En Comercio al por mayor, 58.7 % de las unidades económicas recurrió a algún banco. En Comercio al por menor, lo hizo 26.2 % de los negocios. De las empresas mayoristas, 26.6 % que recibió financiamiento, recurrió a los propios proveedores. En el caso de las unidades minoristas, el porcentaje fue 16.8 por ciento.

Gráfica 14
PROCEDENCIA DE CRÉDITO, PRÉSTAMO O FINANCIAMIENTO EN EL COMERCIO AL POR MAYOR, 2021^P



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

Gráfica 15
PROCEDENCIA DE CRÉDITO, PRÉSTAMO O FINANCIAMIENTO EN EL COMERCIO AL POR MENOR, 2021^P



Fuente INEGI. Encuesta Anual del Comercio, Serie 2013

La información de la EAC puede consultarse en:

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

Nota al usuario

La Tasa de no respuesta de la EAC, correspondiente a 2021, registró porcentajes apropiados conforme al diseño estadístico de la encuesta, lo que permitió la generación de estadísticas con niveles adecuados de precisión, salvo dos dominios que participaron con 0.06 %, en relación con la variable de ingresos del total del comercio. Se recomienda el uso con reserva de las estimaciones:

- Intermediación de comercio al por mayor exclusivamente a través de internet y otros medios electrónicos
- Comercio al por menor de artículos usados

Nótese que, por la pandemia, se mantuvieron las recomendaciones de la Secretaría de Salud en materia de sanidad. Así, se continuó con la estrategia de captar la información por medios digitales u otro tipo de alternativa, para lograr la mayor recolección posible de datos.

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

Dirección de Atención a Medios / Dirección General Adjunta de Comunicación





ANEXO

NOTA TÉCNICA

Aspectos metodológicos

El objetivo general de la Encuesta Anual del Comercio (EAC) es captar y generar información estadística básica e indicadores económicos del año de referencia, que permitan conocer las tendencias, factores y dinámica sobre el comportamiento de la actividad comercial en México. En esta serie se aplica la Norma Técnica del Proceso de Producción de Información Estadística y Geográfica para el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, que proporciona un marco normativo regulatorio de la producción de información estadística en México.¹

La EAC capta información económica básica de todas las actividades comerciales en el país. Estas actividades están agrupadas en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, México (SCIAN) 2013, en dos sectores de actividad: 43, Comercio al por mayor y 46, Comercio al por menor.

La cobertura temática que cubre el programa estadístico la integran los siguientes capítulos:

- I. Vinculación internacional
- II. Personal dependiente de la razón social
- III. Personal no dependiente de la razón social
- IV. Capacitación
- V. Remuneraciones
- VI. Consumo de bienes y servicios
- VII. Gastos por comercio electrónico
- VIII. Gastos fiscales, financieros y donaciones
- IX. Ingresos por suministro de bienes y servicios
- X. Ingresos por comercio electrónico
- XI. Ingresos financieros, subsidios y donaciones
- XII. Existencias
- XIII. Activos fijos a valor presente o costo de reposición
- XIV. Identificación de proveedores y clientes
- XV. Clasificación económica
- XVI. Características generales de la empresa

Nótese que el personal ocupado que se reporta en este programa estadístico es conceptualmente diferente al que se obtiene con la definición de puestos de trabajo afiliados al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS). Para mayores detalles, consúltese la sección metadatos de la EAC: <https://www.inegi.org.mx/programas/eac/2013/>

¹ https://extranet.inegi.org.mx/calidad/doc/6.-Norma-Tecnica-del-Proceso-de-Produccion-de-Informacion-Estadistica-y-Geografica-para-el-INEGI_19Nov21.pdf



La cobertura geográfica, de acuerdo con el diseño, permite generar información significativa a nivel nacional. Cabe mencionar que la serie 2013 adopta del SCIAN 2013 la instrumentación de los nuevos diseños a partir de un marco estadístico actualizado. Además, se aplica la «Norma Técnica del Proceso de Producción de Información Estadística y Geográfica para el Instituto Nacional de Estadística y Geografía» que proporciona un marco normativo regulatorio de la producción de información estadística en México. La EAC retoma principios conceptuales y metodológicos de la «Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica», de la «Norma Técnica para la Generación de Estadística Básica», del «Proceso Estándar para Encuestas por Muestreo» y de la «Norma para el Aseguramiento de la Calidad de la Información Estadística y Geográfica».

Se consideran las recomendaciones internacionales sobre «Estadísticas de Comercio, Distribución y Servicios» de la Oficina de Estadística de las Naciones Unidas, Serie M, Número 57; «Organización y Realización de Encuestas sobre Comercio y Distribución» de la Oficina de Estadística de las Naciones Unidas, Serie F, Número 19; SCIAN 2013² y la «Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU)» en su cuarta revisión.

El marco de la EAC, para la serie 2013, se integró por el directorio de empresas proveniente del «Marco Estadístico Nacional de Unidades Económicas (MENU)». Este se alimenta del «Registro Estadístico de Negocios de México (RENEM)», versión octubre 2018 y de los resultados definitivos de los Censos Económicos 2014, cuya actividad económica correspondió al sector Comercio. El marco está constituido por 2 134 549 empresas.

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

- a) Diseño no probabilístico. El tamaño de la muestra para este diseño se obtuvo al acumular tantas empresas hasta alcanzar la cobertura establecida. Se consideran un total de 18 dominios de estudio, que representan la totalidad del sector Comercio al por mayor.
- b) Diseño probabilístico. Para los dominios con este diseño, se utilizaron, como variable de referencia, los ingresos totales con un nivel de confianza de 95 %, una tasa de no respuesta esperada de 15 % y un error relativo de 10 por ciento. Bajo este diseño, se consideran 22 dominios de estudio, que representan la totalidad del sector Comercio al por menor.

² El sistema completo puede consultarse en:
<https://www.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825051693>



Además, se cuenta con una serie de indicadores de calidad de la información, que representan un elemento de relevancia para el uso e interpretación de las estadísticas. Estos consisten en el análisis de cobertura de las ramas estudiadas a través del método de muestreo no probabilístico. En el caso de las ramas de actividad comercial que son dominios de estudio probabilístico, las estimaciones que generan señalan el nivel de precisión en alta, moderada y baja confianza.

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

- Error estándar
- Coeficiente de variación
- Intervalo de confianza

Con base en el análisis de la distribución de los coeficientes de variación y en las experiencias internacionales, se establecieron los siguientes límites de aceptación para las encuestas económicas:

- Si el coeficiente de variación se encuentra entre cero y 20 %, la estimación se considera alta, es decir, que tiene un alto grado de confiabilidad.
- Si el coeficiente de variación es mayor o igual a 20 % pero menor a 30 %, la estimación se considera moderada, lo que indica que la estimación tiene un grado de confiabilidad tolerable.
- Si el coeficiente de variación es mayor o igual a 30 %, dicha estimación deberá considerarse baja. Una precisión baja requiere un uso cauteloso de la estimación en la que se analicen las causas de la alta variabilidad y se consideren otros indicadores de precisión y confiabilidad, como el intervalo de confianza.