

Propuesta de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales (EMEC) como Información de Interés Nacional



INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

2016

Objetivo de la Encuesta Mensual de Empresas Comerciales (EMEC)

Proporcionar información que muestre el comportamiento económico de coyuntura de las principales variables del comercio interior del país, y servir de insumo para la generación del Producto Interno Bruto y de indicadores económicos sobre el empleo, el consumo intermedio, demanda final y la productividad laboral.

Antecedente de la EMEC

La Encuesta Mensual sobre Establecimientos Comerciales surge en 1983, con el propósito de ofrecer información estadística básica de coyuntura de forma oportuna, el estudio primeramente se enfocó a las grandes áreas metropolitanas del país: la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara; en la década de los ochentas dichos territorios concentraban más del 60% del comercio nacional. Posteriormente hacia 1993 y 1994 se incrementó el número de ciudades objeto de estudio, pasando a 15 y luego a 33, respectivamente, y para 1998 ya se contaba con una cobertura de 37 ciudades.

Antecedente de la EMEC

En el año 2011 se iniciaron los trabajos para modificar el detalle geográfico de la EMEC y así poder mostrar a los usuarios información por Entidad federativa y Sector de actividad comercial.

La reforma sustancial en la EMEC es al diseño estadístico: al abandonar el tradicional muestreo no probabilístico, para generar resultados mediante el muestreo probabilístico, mostrando información para 20 dominios de estudio probabilísticos de un total de 40 dominios objeto de estudio, que son en sí ramas de actividad comercial, códigos de cuatro dígitos del SCIAN, adoptando como unidad de observación la empresa y el establecimiento comercial.

Antecedente de la EMEC

A partir del rediseño estadístico la encuesta se denomina: Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales, conservando las mismas siglas divulgando índices de base 2008=100. La serie inicia a partir de enero 2008 con desglose a nivel de sector, subsector y rama para las siguientes variables:

- Personal ocupado
- Remuneraciones totales
- Remuneraciones por persona
- Mercancías adquiridas
- Total de gastos por consumo de bienes y servicios
- Total de ingresos por suministro de bienes y servicios

Importancia de la Información

Dar seguimiento a un sector relevante para conocer la evolución económica del país.

En el ámbito del Sistema de Cuentas Nacionales, la información de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales sirve de insumo para diversos indicadores económicos, tales como:

- Producto Interno Bruto (PIB)
- Producto Interno Bruto por Entidad Federativa
- Cuentas de producción
- Indicador Global de la Actividad Económica (IGAE)
- Consumo Privado en el Mercado Interior, entre otros.

Importancia de la Información

Retroalimenta a diferentes instituciones públicas y privadas tales como:

- Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)
- Banco de México (BANXICO)
- Asociación de Tiendas de Autoservicios y Departamentales (ANTAD)
- Confederación de Cámaras de Comercio y Servicios Turísticos (CONCANACO-SERVYTUR)

La encuesta provee información básica de referencia nacional y por entidad federativa por el fenómeno de globalización, competitividad y su participación en los agregados económicos.

Criterios de Información de Interés Nacional

Las Reglas para la determinación de Información de Interés Nacional, basadas en el Artículo 78 de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica determina los siguientes criterios:

I.

- Se trate de los temas, grupo de datos o indicadores estipulados en la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (LSNIEG)

II.

- Resulte necesaria para sustentar el diseño y evaluación de políticas públicas de alcance nacional

III.

- Sea generada en forma regular y periódica

IV.

- Se elabore con base en una metodología científicamente sustentada

I. Temas, grupos de datos o indicadores

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

LSNIEG



Sistema de Cuentas Nacionales

La información de la EMEC de acuerdo con el desglose al que hace referencia de la LSNIEG en el artículo 78, apartado I, contribuye de manera determinante a los cálculos del SNCN; el comercio explica alrededor de 15.67% del PIB.



Trabajo

Contribuye a los cálculos de productividad laboral y costo unitario de la mano de obra de la STPS.

II. Diseño y evaluación de políticas públicas

La información propuesta contribuye a la **elaboración de políticas públicas enfocadas al crecimiento y desarrollo económico**, brindando información económica integral sobre el comercio, cuya información operativa se encuentra diseminada entre distintas unidades del estado, como se indica a continuación:

Banco de México (Banxico)

- Esta encuesta resulta de interés debido a la importancia que tienen las actividades terciarias en el IGAE, el PIB y el consumo.

II. Diseño y evaluación de políticas públicas

- Con los datos de la encuesta se elaboran gráficas y cuadros estadísticos con series originales y el Banco de México procede a desestacionalizar dichas series para identificar cambios mensuales y tendencias.

Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STyPS)

- Evaluación de la Política Pública Transversal a los Sectores Público y Privado de la Productividad Multifactorial.

II. Diseño y evaluación de políticas públicas

- **Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018**, específicamente en la Meta IV: *México Próspero*
- **Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018**, emitido por la Secretaría de Economía
- Políticas públicas y seguimiento del comportamiento del:
 - **Fomento Económico**
 - **Empleo**
 - **Productividad**
 - **Crecimiento económico**

III. Generación de información en forma regular y periódica

La Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales es uno de los proyectos considerados en el Calendario de Difusión de Información de Coyuntura del INEGI.



Datos mensuales
a partir de enero
de 2008

Cifras para el SCNM, a partir de 42 días después del mes de referencia

Cifras preliminares para su divulgación al público 52 días después del mes de referencia

Difusión con base en el calendario de Difusión de Información de Coyuntura

III. Generación de información en forma regular y periódica

La serie estadística de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales con el diseño actual inicia a partir de enero de 2008, no obstante que durante el periodo comprendido entre 2011 y 2014 (octubre) se elaboraron en paralelo dos series estadísticas, una con el diseño 2003=100 y la otra con la nueva base; lo anterior a fin de asegurar consistencia de la información, así como la disponibilidad de datos para la desestacionalización de las series.

III. Generación de información en forma regular y periódica



Boletín de prensa



Micrositio (turista, granjero y minero)



Banco de Información Económica



Redes sociales

IV. Metodología científicamente sustentada

Los indicadores se generan con base en estándares nacionales e internacionales, así como las mejores prácticas en la materia y atendiendo al Artículo 88 de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (LSNIEG), sus principales características son:

A. Diseño Conceptual:

- Atendiendo las Recomendaciones Internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, ONU, 2008.
- Manual de Buenas prácticas sobre el Comercio de Distribución. UN. 2010
- Marco conceptual, metodológico y de clasificación de los Censos Económicos.
- Utiliza el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN 2007), con base en la función de producción.

IV. Metodología científicamente sustentada

B. Unidad de observación

- Empresa y establecimiento comercial

C. Cobertura geográfica

- Nacional y por Entidad Federativa

D. Cobertura sectorial

- 40 ramas de actividad
- 18 en el comercio al por mayor
- 22 en el comercio al por menor

E. Instrumento de captación

- Cuestionario electrónico e impreso

IV. Metodología científicamente sustentada

F. Cobertura temática

- Tiempo Efectivo de Trabajo
- Personal Dependiente de la Razón Social
- Personal No Dependiente de la Razón Social
- Remuneraciones
- Consumo de Bienes y Servicios
- Ingresos
- Firmas comerciales (detalle entidad federativa)

IV. Metodología científicamente sustentada

G. *Diseño Estadístico:*

Universo de estudio

Está conformado por las unidades económicas del país cuyo modo de producción está orientado a la compra, venta o compra-venta de bienes que se distribuyen en el mismo estado en que se adquirieron (sin transformación), ya sea al por mayor o al por menor.

Marco de la muestra

Está constituido por las unidades económicas comercializadoras de bienes, según el directorio de los Censos Económicos 2009, actualizado con base en la información que proviene del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) e información de la misma encuesta.

IV. Metodología científicamente sustentada

Esquema de muestreo

De acuerdo a las características particulares de los sectores de comercio al por mayor y comercio al por menor, se forman tres grandes grupos de actividades económicas (ramas de actividad); los dos primero para aplicar el diseño no probabilístico y el tercero utilizando el diseño probabilístico.

No probabilístico

El procedimiento consiste en ordenar de mayor a menor con base en la variable de ingresos a todas las unidades económicas dentro cada dominio (rama de actividad) y selecciona aquellos con mayor participación porcentual hasta alcanzar la cobertura establecida para cada dominio. En este caso se conforman 2 grupo, el primero con una cobertura alta en función de los ingresos, mayor o igual al 80% del total; el segundo con una cobertura media, mayor al 65% y menor al 80%. Total 20 ramas de actividad.

IV. Metodología científicamente sustentada

Esquema de muestreo

Probabilístico

Se desarrolló un esquema de muestreo probabilístico y establecido para cada una de las 20 ramas de actividad.

El número e intervalo de estratos se obtuvo aplicando el método de Dalenius y Hodges, en términos de la variable de ingresos totales, así como del personal ocupado. Con este esquema se investigan un total 20 ramas de actividad.

IV. Metodología científicamente sustentada

Esquema de muestreo, integración de grupos

Diseño	Grupos	Dominios (ramas)	Muestra
Muestra total		40	7,820 empresas
No probabilístico	Total	20	2,853
	1. Cobertura alta	11	2,085
	2. Cobertura media	9	768
Probabilístico	Total	20	4,967
	Estratificado Personal Ocupado		
	Estratificado por Ingresos		

IV. Metodología científicamente sustentada

Comparativo entre el Diseño 2003=100 y 2008=100

Características de diseño	Base 2003=100	Base 2008=100
Cobertura de ingresos	Comercio al por Mayor 42.5% Comercio al por Menor 49.1% <i>Respecto al CE 2004</i>	Comercio al por Mayor 87.9% Comercio al por Menor 99.4% <i>Respecto al CE 2009</i>
Esquema de muestreo	41 ramas de actividad No probabilísticas	20 ramas No probabilísticas 81.74% Ingresos 20 ramas probabilísticas 100% de los Ingresos
Tamaño de la muestra	*Empresas 8,764 Establecimientos 38,956	*Empresas 7,820 Establecimientos 77,000

IV. Metodología científicamente sustentada

Tamaño de muestra

El tamaño de la muestra total fue de 7,820 empresas comerciales. Los dominios con [diseño no probabilísticos](#) recogen información de 2,853 empresas y 4,967 empresas para los dominios en diseños probabilísticos, considerando para este último un nivel de confianza del 95%, error relativo de 10% y una tasa de no respuesta esperada del 15%

Evaluación estadística de la calidad de los datos

Para cada dominio de estudio con [diseño probabilístico](#) (20 ramas) se calcula el [coeficiente de variación](#) como una medida de la calidad de los datos, el cual indica que tan cerca se ubica la estimación del valor verdadero.

Nota: Para los dominios con diseño No probabilístico se presenta el cuadro de [cobertura sectorial](#) en función de ingresos)

IV. Metodología científicamente sustentada

Ficha técnica de los índices

Índices

- Tipo Laspeyres ponderado de base fija

Base del índice

- Promedio de 2008=100

Ponderadores

- Relativos censales a nivel de rama de actividad (Censos Económicos 2009)
- Según variables de diseño y rama de actividad

Variables monetarias expresadas en términos reales

- Remuneraciones, deflactadas con el INPC según rama de actividad y área geográfica
- Ingresos, deflactados con el INPC según rama de actividad y área geográfica
- Gastos, deflactados con el INPP según rama de actividad y área geográfica

Compromisos estipulados en algún Tratado Internacional

Derivado de la apertura comercial y la globalización, México ha suscrito tratados y convenios de adhesión con organismos internacionales en donde se atienden compromisos como miembro activo, entre los que destaca:



Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN 2007)



Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)



Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico

Propuesta de Información de Interés Nacional

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

SCIAN 2007	Descripción de sectores	Total	Subsector	Rama de Actividad
43	Comercio al por Mayor	1	7	18
46	Comercio al por menor	1	9	22
	Total	2	16	40

Propuesta de Información de Interés Nacional

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

Dominios de la variable	Cobertura Geográfica	
	Rama-Nacional	Sector –Entidad
Índice de Personal Ocupado (2008=100)	↩	↩
Índice de Remuneraciones totales (2008=100)	↩	↩
Índice de Remuneraciones por persona (2008=100)	↩	↩
Índice de Ingresos por suministro de bienes y servicios (2008=100)	↩	↩
Índice de Gastos por consumo de bienes y servicios (2008=100)	↩	
Índice de Mercancías compradas para su venta (2008=100)		↩

Propuesta de Información de Interés Nacional

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

Dominios de estudio:

4311	CMA de alimentos y abarrotos
4312	Comercio al por mayor de bebidas y tabaco
4321	CMA de productos textiles y calzado
4331	CMA de productos farmacéuticos
4332	CMA artículos de perfumería, cosméticos y joyería
4333	CMA de discos, juguetes y artículos deportivos
4334	CMA de papelería, libros, revistas y periódicos
4335	CMA electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca
4341	CMA de materias primas agropecuarias y forestales
4342	CMA de materias primas para la industria
4343	CMA de materiales de desecho
4351	CMA maq. y eq. agropec., fores. y para pesca
4352	CMA de maquinaria y equipo para la industria
4353	CMA maq. y eq. para los serv. y act. comer.
4354	CMA de mobiliario y equipo de cómputo y de oficina, y de otra maquinaria y equipo de uso general
4361	CMA de camiones y de partes y refacc. nvas. para automóviles, camionetas y camiones
4371	Intermediación de CMA, excepto a través de Internet y de otros medios elec.
4372	Intermediación de CMA, exclusivamente a través de Internet y otros medios elec.

Propuesta de Información de Interés Nacional

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

Dominios de estudio:

4611	CME de abarrotes y alimentos
4612	CME de bebidas, hielo y tabaco
4621	CME en tiendas de autoservicio
4622	CME en tiendas departamentales
4631	CME de productos textiles, excepto ropa
4632	CME de ropa, bisutería y accesorios de vestir
4633	Comercio al por menor de calzado
4641	CME de artículos para el cuidado de la salud
4651	CME de artículos de perfumería y joyería
4652	CME de artículos para el esparcimiento
4653	CME de artículos de papelería, libros, revistas y periódicos
4659	CME de mascotas, regalos, artículos religiosos, desechables y otros artículos de uso personal
4661	CME de muebles para el hogar y otros enseres domésticos
4662	CME de mobiliario, equipo y accesorios de cómputo, teléfonos y otros aparatos de comunicación
4663	CME de art. para la decoración de interiores
4664	CME de artículos usados
4671	CME art. de ferretería, tlapalería y vidrios
4681	CME de automóviles y camionetas
4682	CME de partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones
4683	CME motocicletas y otros vehículos de motor
4684	CME combustibles, aceites, grasas lubricantes
4691	CME exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares

Actividades a desarrollar

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

- Se estudiará la posibilidad de retropolar la nueva serie estadística de la EMEC, utilizando métodos econométricos y considerando el apoyo de investigadores a través del Fondo CONACYT.
- A partir de las solicitudes de usuarios especializados de la Encuesta, se propone publicar datos con valores absolutos a nivel de los dominios de diseño; durante el segundo trimestre de 2016.
- Se desarrollará el portal del Informante de la Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales.
- Desarrollar un modelo para conocer anticipadamente el comportamiento del sector, a partir de los registros fiscales del Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Conociendo México

01 800 111 46 34

www.inegi.org.mx

atencion.usuarios@inegi.org.mx



@inegi_informa



INEGI Informa



INSTITUTO NACIONAL
DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA



Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

Diseño Probabilístico

Rama de Actividad Económica	
4341	Comercio al por Mayor de materias primas agropecuarias y forestales.
4353	Comercio al por Mayor de maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales.
4611	Comercio al por Menor de abarrotes y alimentos.
4612	Comercio al por Menor de bebidas, hielo y tabaco.
4631	Comercio al por Menor de productos textiles, excepto ropa.
4632	Comercio al por Menor de ropa, bisutería y accesorios de vestir.
4633	Comercio al por Menor de calzado.
4641	Comercio al por Menor de artículos para el cuidado de la salud.
4651	Comercio al por Menor de artículos de perfumería y joyería.
4652	Comercio al por Menor de artículos para el esparcimiento.
4653	Comercio al por Menor de artículos de papelería, libros, revistas y periódicos.
4659	Comercio al por Menor de mascotas, regalos, artículos religiosos, desechables y otros artículos de uso personal.
4661	Comercio al por Menor de muebles para el hogar y otros enseres domésticos.
4662	Comercio al por Menor de mobiliario, equipo y accesorios de cómputo, teléfonos y otros aparatos de comunicación.
4663	Comercio al por Menor de artículos para la decoración de interiores
4664	Comercio al por Menor de artículos usados.
4671	Comercio al por Menor de artículos de ferretería, tlapalería y vidrios.
4681	Comercio al por Menor de automóviles y camionetas.
4682	Comercio al por Menor de partes y refacciones para automóviles, camionetas y camiones.
4684	Comercio al por Menor de combustibles, aceites y grasas lubricantes.



Muestra de Diseño

Cobertura de la muestra no probabilística

Ingresos Totales

Código SCIAN 2007	Descripción	Cobertura de ingresos con respecto al marco de los Censos Económicos 2009
4311	Comercio al por Mayor de abarrotes y alimentos.	83.73
4312	Comercio al por Mayor de bebidas hielo y tabaco.	89.61
4321	Comercio al por Mayor de productos textiles y calzado.	78.96
4331	Comercio al por Mayor de productos farmacéuticos.	84.43
4332	Comercio al por Mayor de artículos de perfumería cosméticos y joyería.	80.74
4333	Comercio al por Mayor de discos juguetes y artículos deportivos.	85.16
4334	Comercio al por Mayor de artículos de papelería libros revistas y periódicos.	73.19
4335	Comercio al por Mayor de electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca.	91.27
4342	Comercio al por Mayor de materias primas para la industria.	88.73
4343	Comercio al por Mayor de materiales de desecho.	68.40
4351	Comercio al por Mayor de maquinaria y equipo agropecuario forestal y para la pesca.	69.27
4352	Comercio al por Mayor de maquinaria y equipo para la industria.	68.23
4354	Comercio al por Mayor de mobiliario y equipo de cómputo y de oficina y de otra maquinaria y equipo de uso general.	69.59
4361	Comercio al por Mayor de camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles camionetas y camiones.	80.83
4371	Intermediación de Comercio al por Mayor excepto a través de Internet y de otros medios electrónicos.	75.23
4372	Intermediación de Comercio al por Mayor exclusivamente a través de Internet y otros medios electrónicos.	94.06
4621	Comercio al por Menor en tiendas de autoservicio.	97.40
4622	Comercio al por Menor en tiendas departamentales.	96.48
4683	Comercio al por Menor de motocicletas y otros vehículos de motor.	75.88
4691	Comercio al por Menor exclusivamente a través de Internet y catálogos impresos televisión y similares.	70.28



Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

Diseño No Probabilístico

Rama de Actividad Económica Cobertura alta	
4312	Comercio al por Mayor de bebidas, hielo y tabaco.
4331	Comercio al por Mayor de productos farmacéuticos.
4332	Comercio al por Mayor de artículos de perfumería, cosméticos y joyería.
4333	Comercio al por Mayor de discos, juguetes y artículos deportivos.
4335	Comercio al por Mayor de electrodomésticos menores y aparatos de línea blanca.
4361	Comercio al por Mayor de camiones y de partes y refacciones nuevas para automóviles, camionetas y camiones.
4371	Intermediación de Comercio al por Mayor, excepto a través de Internet y de otros medios electrónicos.
4372	Intermediación de Comercio al por Mayor exclusivamente a través de Internet y otros medios electrónicos.
4621	Comercio al por Menor en tiendas de autoservicio.
4622	Comercio al por Menor en tiendas departamentales.
4683	Comercio al por Menor de motocicletas y otros vehículos de motor.
4691	Comercio al por Menor exclusivamente a través de Internet, y catálogos impresos, televisión y similares.

Son dominios con cobertura en ingresos mayor o igual al 80%.

Rama de Actividad Económica Cobertura media	
4311	Comercio al por Mayor de abarrotes y alimentos.
4321	Comercio al por Mayor de productos textiles y calzado.
4334	Comercio al por Mayor de artículos de papelería, libros, revistas y periódicos.
4342	Comercio al por Mayor de materias primas para la industria.
4343	Comercio al por Mayor de materiales de desecho.
4351	Comercio al por Mayor de maquinaria y equipo agropecuario, forestal y para la pesca.
4352	Comercio al por Mayor de maquinaria y equipo para la industria.
4354	Comercio al por Mayor de mobiliario y equipo de cómputo y de oficina, y de otra maquinaria y equipo de uso general.

Dominios con cobertura en ingresos menor al 80%.



Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

Coeficientes de Variación 2014



DOMINIO		CV PERSONAL OCUPADO			CV INGRESOS		
		BUENA	ACEPTABLE	CON RESERVA (Para fines descriptivos e identificación de tendencias)	BUENA	ACEPTABLE	CON RESERVA (Para fines descriptivos e identificación de tendencias)
		0 - 20%	>20% - 30%	>30%	0 - 20%	>20% - 30%	>30%
4341	Comercio al por Mayor de materias primas agropecuarias y forestales.	12	0	0	12	0	0
4353	Comercio al por Mayor de maquinaria y equipo para los servicios y para actividades comerciales.	12	0	0	12	0	0
4611	Comercio al por Menor de abarrotes y alimentos.	12	0	0	12	0	0
4612	Comercio al por Menor de bebidas hielo y tabaco.	12	0	0	12	0	0
4631	Comercio al por Menor de productos textiles excepto ropa.	12	0	0	12	0	0
4632	Comercio al por Menor de ropa bisutería y accesorios de vestir.	12	0	0	12	0	0
4633	Comercio al por Menor de calzado.	12	0	0	11	1	0
4641	Comercio al por Menor de artículos para el cuidado de la salud.	12	0	0	12	0	0
4651	Comercio al por Menor de artículos de perfumería y joyería.	12	0	0	12	0	0
4652	Comercio al por Menor de artículos para el esparcimiento.	12	0	0	12	0	0
4653	Comercio al por Menor de artículos de papelería libros revistas y periódicos.	12	0	0	9	2	1

Encuesta Mensual sobre Empresas Comerciales

Coeficientes de Variación 2014



DOMINIO		CV PERSONAL OCUPADO			CV INGRESOS		
		BUENA	ACEPTABLE	CON RESERVA (Para fines descriptivos e identificación de tendencias)	BUENA	ACEPTABLE	CON RESERVA (Para fines descriptivos e identificación de tendencias)
		0 - 20%	>20% - 30%	>30%	0 - 20%	>20% - 30%	>30%
4661	Comercio al por Menor de muebles para el hogar y otros enseres domésticos.	12	0	0	1	6	5
4662	Comercio al por Menor de mobiliario equipo y accesorios de cómputo teléfonos y otros aparatos de comunicación.	12	0	0	12	0	0
4663	Comercio al por Menor de artículos para la decoración de interiores.	12	0	0	11	1	0
4664	Comercio al por Menor de artículos usados.	12	0	0	0	1	11
4671	Comercio al por Menor de artículos de ferretería tlapalería y vidrios.	12	0	0	12	0	0
4681	Comercio al por Menor de automóviles y camionetas.	12	0	0	12	0	0
4682	Comercio al por Menor de partes y refacciones para automóviles camionetas y camiones.	12	0	0	12	0	0
4684	Comercio al por Menor de combustibles aceites y grasas lubricantes.	12	0	0	12	0	0