

CAPÍTULO 1

PRINCIPALES CONCEPTOS DEL SECTOR COMERCIO

1.1. CONCEPTO DE COMERCIO.

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica consistente en la compra y venta de bienes, sea para su uso, para su venta o para su transformación. Es el cambio o transacción de algo a cambio de otra cosa de igual valor. Por actividades comerciales o industriales entendemos tanto intercambio de bienes o de servicios que se afectan a través de un mercader o comerciante. El comerciante es la persona física o jurídica que se dedica al comercio en forma habitual, como las sociedades mercantiles. (SCIAN, 2002).

1.2. CLASIFICACIÓN DEL COMERCIO

Como ya se mencionó en la parte introductoria de este trabajo, para realizar el análisis y integrar indicadores sobre la actividad comercial para el estado de Sonora y determinar la evolución de las principales clases de actividad comercial, así como de los sectores comercio al por mayor y al por menor se utilizara la metodología de acuerdo con el Sistema de Clasificación Industrial para América del Norte (SCIAN)¹.

Las actividades comerciales se dividen en dos sectores: Comercio al por mayor (sector 43) Comercio al por menor (sector 46).

1.2.1. COMERCIO AL POR MAYOR

El Comercio al por mayor comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo intermedio (como bienes de capital,

¹ El Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN) fue desarrollado para generar estadísticas comparables entre los tres países de América del Norte, en un trabajo conjunto de sus dependencias gubernamentales. El objetivo es proporcionar un marco único, consistente y actualizado para la recopilación, análisis y presentación de estadísticas de tipo económico y que refleje la estructura económica de la economía mexicana. (SCIAN, 2002).

materias primas y suministros utilizados en la producción, y bienes de consumo final) para ser vendidos a otros comerciantes, distribuidores, fabricantes y productores de bienes y servicios; así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de ese proceso (la compra o la venta). (SCIAN, 2002)

Los comercios al por mayor que venden bienes de su propiedad son conocidos como distribuidores importadores-exportadores, distribuidores de fábrica, abastecedores de mercancías, entre otras denominaciones. Y los que venden y promueven, a cambio de una comisión o pago, la compra venta de bienes que no son de su propiedad, son conocidos como agentes de ventas, corredores de mercancías, comisionistas, consignatarios, intermediarios del comercio al por mayor o agentes importadores y exportadores.

LAS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL COMERCIO AL POR MAYOR SON:

- a) Operan desde una bodega u oficina de ventas.
- b) Tienen poca o nula exhibición de mercancías.
- c) Atraen clientes generalmente por vía telefónica, mercadeo personalizado o por medio de publicidad especializada a través de medios electrónicos, ferias y exposiciones.
- d) Normalmente venden grandes volúmenes, excepto tratándose de bienes duraderos, que generalmente son vendidos por unidad.

1.2.2. COMERCIO AL POR MENOR

Comprende “la reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos, destinados para consumo o uso personal o doméstico (consumidor final). Este sector comprende unidades económicas dedicadas principalmente a la compra-venta (sin transformación) de bienes de consumo final para ser vendidos a personas y hogares, así como unidades económicas dedicadas solamente a una parte de este proceso (la compra o la venta). (SCIAN, 2002).

Los comercios al por menor que venden bienes propios son conocidos como agencias, depósitos, tiendas, supermercados o derivan su nombre de los productos que comercializan. Y los comerciantes minoristas que venden o promueven la compra-venta a cambio de una comisión o pago son conocidos como agentes de ventas, corredores de mercancías, comisionistas, consignatarios, intermediarios del comercio al por menor, agentes importadores y exportadores.

LAS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DEL COMERCIO AL POR MENOR SON:

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

Los comercios al por menor pueden también proporcionar servicios integrados a la venta de los bienes, como empaquetado, envasado y entrega a domicilio. La venta con instalación incidental se clasificará en comercio al por menor. Este sector comprende también a los comerciantes al por menor sin establecimiento que realizan su labor mediante alguno de los siguientes métodos:

- El telemercadeo con ventas vía telefónica;
- La venta al por menor exclusivamente por catálogo;
- La venta al por menor por medios electrónicos (Internet, fax y correo electrónico).
- La venta de forma personalizada de venta.
- La puerta por puerta (cambaceo y multinivel).
- La venta con demostración de productos en hogares.
- La venta a través de puestos semifijos o máquinas expendedoras.

También se incluyen siempre en este sector las unidades económicas dedicadas principalmente al comercio de muebles para el hogar, artículos de mercería, artículos de

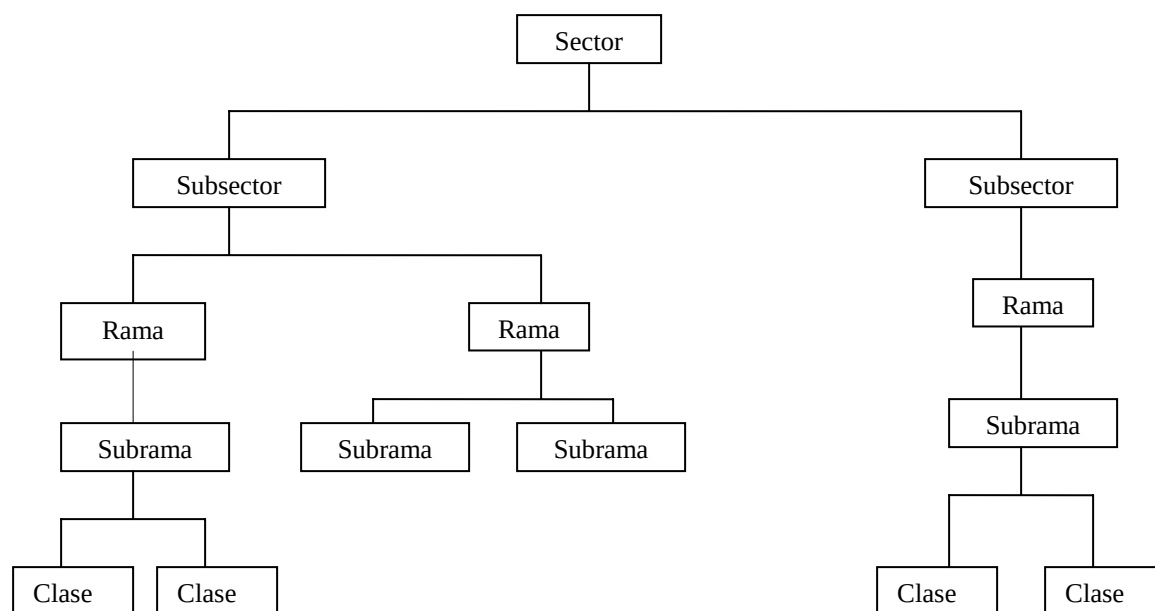
decoración, antigüedades, instrumentos musicales, vehículos automotores (excepto camiones), partes y refacciones de automóviles y camiones, aceites lubricantes y artículos usados. (SCIAN, 2002)

1.3 ESTRUCTURA DE LAS ACTIVIDADES DEL COMERCIO EN LA CLASIFICACIÓN SCIAN MÉXICO.

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

Esquema No.1.

Estructura del SCIAN en México



Fuente: Elaboración propia en base a información SCIAN, 2002.

En cuanto a la desagregación del sector, INEGI utiliza, además del criterio relativo a la función de producción, criterios como: importancia económica de la actividad; especialización en la venta de un producto o línea de productos (por ejemplo, comercio de carnes rojas; comercio de leche y productos lácteos; comercio de huevo), y uso del producto (por ejemplo, comercio al por mayor de materias agropecuarias; de equipo y maquinaria para la industria y los servicios). (Ver Tabla No.1).

Tabla No.1

Nivel de Agregación de la información de los establecimientos del sector Comercio

Nivel de Agregación	Número de dígitos	Código	Ejemplo de categorías
Sector	2	43-46	Comercio al por mayor y al por menor
Subsector	3	431	Comercio al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco
Rama	4	4311	Comercio Al por mayor de alimentos y abarrotes
Subrama	5	43111	Comercio al por mayor de abarrotes
Clase	6	431110	Comercio al por mayor de abarrotes

Fuente: (SCIAN, 2002)

1.3.1. ESTRUCTURA DE LAS ACTIVIDADES DEL COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR

El Comercio al por mayor se divide según el SCIAN en siete subsectores de actividad económica, en tanto que el Comercio al por menor en nueve subsectores; cada uno de los subsectores a su vez se divide en ramas de actividad económica, en total 42 ramas de actividad económica. (Ver Tabla No.2).

Tabla No.2

Principales Subsectores de las actividades del Comercio

Al por Mayor	Al por Menor
1. Alimentos, bebidas y tabaco 2. Productos textiles y calzado 3. Productos Farmacéuticos, de perfumería accesorios de vestir, artículos para el esparcimiento y electrodomésticos 4. Materias Primas agropecuarias para la industria y materiales de desecho. 5. Maquinaria, mobiliario y equipo para actividades agropecuarias, industriales y de servicios. 6. Camiones. 7. Intermediación y comercio al por mayor por medio masivos de comunicación y otros medios	1. Alimentos, bebidas y tabaco. 2. Tiendas de autoservicio y departamentales. 3. Productos textiles, accesorios de vestir y calzado. 4. Artículos para el cuidado de la salud 5. Artículos de papelería, para el esparcimiento y otros artículos de uso personal. 6. Enseres domésticos, computadoras y artículos para la decoración de interiores. 7. Artículos de ferretería, tlapalería y vidrios. 8. Vehículos de motor, refacciones, combustibles y lubricantes. 9. Intermediación y comercio al por menor por medios masivos de comunicación y otros medios.

Fuente: Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte, (SCIAN), INEGI, 2002

De lo anterior, se tiene la posibilidad de utilizar a este nivel de agregación importante información del sector comercio como son: Unidades económicas, Personal Ocupado, Personal Remunerado, Horas trabajadas, Valor agregado, Insumos, Activos fijos, Variación de existencias, etc.; para así poder contar con la información y cumplir con el objetivo del trabajo planteado en la parte introductoria de este trabajo y realizar el estudio de la evolución del comercio en Sonora.