

070764

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

"IZTAPALAPA"

CSA

U. A. M. IZTAPALAPA BIBLIOTECA

ELABORACION DE UN BANCO DE DATOS PARA EL AREA

DE MERCADOTECNIA

Administracion

MARTINEZ SALAS MARIA CONCEPCION
ROMERO MORENO MARIA DE LOURDES
SALTIJERAL MORENO MA. DE LOS ANGELES

ASESOR: FLORENCIO RODIL

SEMINARIO DE INVESTIGACION

PROFR. MIRIVALDO ROSIM

México, D.F., septiembre 26, 1984

INDICE GENERAL

070764

7. 111-88-111

	<u>Página</u>
INTRODUCCION	
I. BANCO DE DATOS	1
Antecedentes	6
Modelos	10
1. Modelo Jerárquico	11
2. Modelo de Red	13
3. Modelo Relacional	15
Citas	19
II. IMPORTANCIA DE LOS DATOS ESTADISTICOS	
NACIONALES PARA LA MERCADOTECNIA	20
Población	21
Producción	23
Comercio (Consumo)	25
Servicios	27
Publicidad	30
III. ANALISIS DE LA INFORMACION OBTENIDA	
Población (distribución demográfica, ingresos y gastos)	33
Producción (bienes duraderos y no duraderos)	43
Comercio (Consumo), (bienes duraderos y no duraderos)	73

Servicios (establecimientos de ventas de alimentos, tiendas departamentales, autotransporte público federal, hoteles y restaurantes)	97
Publicidad (gastos publicitarios e inversiones realizadas por las principales marcas)	107
IV. CITAS	120
V. GLOSARIO	123
VI. APENDICE	125
VII. BIBLIOGRAFIA	126

I N T R O D U C C I O N

El presente trabajo tiene como objetivo dar a conocer información sobre la población, producción, comercio (consumo), servicios y publicidad, en el período 1970-1980, elaboradas sobre la base de las publicaciones que editan: las Secretarías de estado, Cámaras de Comercio, Institutos, Banco de México, etc., con la finalidad de proporcionar datos estadísticos actualizados de interés para el Area de Mercadotecnia de nuestra Universidad.

La intención final de este trabajo es la de contar en el mediano plazo con un Banco de Datos sistematizado de las más importantes cifras nacionales relacionadas con los estudios de Mercadotecnia de nuestra carrera y así evitar en lo posible el uso de cifras extranjeras, particularmente norteamericanas, que contiene la mayor parte de la literatura utilizada actualmente.

El trabajo se inicia con un panorama general de lo que es un Banco de Datos, antecedentes, objetivo y modelos existentes (jerárquico, red y relacional). Además se comentan los aspectos generales sobre la población, producción, comercio (consumo), servicios y publicidad y la estrecha relación que cada una de éstas tiene con la Mercadotecnia. Finalmente se analiza la información obtenida sobre cada variable antes mencionada.

Queremos hacer notar que el análisis se hizo para el período 1970-1980, lo que quiere decir que no tendrá una aplicación precisa actualmente dados los profundos cambios registrados en la economía nacional, en los años 1982 y 1983 particularmente, sin embargo, ayudará a dar una mayor visión de la evolución de las variables que hemos considerado. La información actual no fue objeto de estudio debido a que solamente se tuvieron cifras preliminares. Una excepción

es la de los gastos publicitarios de los cuales se pudo conseguir información actualizada, en virtud de que el INCO (Instituto Nacional del Consumidor) -- lleva un registro permanente de los mismos.

En un principio el objetivo de este trabajo fue tratar de recopilar, procesar y almacenar información, con uso potencial que diera como resultado un Banco de Datos para el Area de Mercadotecnia, pero debido a que se contó con poco tiempo para la entrega del trabajo; la cantidad excesiva de información de las variables y el tener que recurrir a varios lugares para la obtención de los datos, no se llegó a cubrir el objetivo, solo se recopiló y analizó información, la cual queda como base fundamental para la posible elaboración de un Banco de Datos en computadora.

I. BANCO DE DATOS

En la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, dentro del área de Administración específicamente Mercadotecnia, existen algunos problemas - por los cuales el presente trabajo tiene como finalidad tratar de resolverlos: -- Los problemas son los siguientes:

- Inexistencia de un Banco de Datos que pueda proporcionar información al área de Mercadotecnia.
- Existe poca sistematización en cuanto a las fuentes de información para la elaboración del Banco de Datos.
- Manejo de literatura extranjera que no es aplicable a la situación de México, dicho de otra manera, toda o la gran mayoría de la literatura que existe de Mercadotecnia esta basada en datos del extranjero y no de México.

En la actualidad se genera una gran cantidad de información fuera de la Universidad (Secretarías de Estado, Camaras de Comercio, INCO, etc.) y para obtener un mayor beneficio de esta información, creemos será de importancia la creación de un Banco de Datos que servirá a estudiantes, profesores e investigadores como material de consulta para ayudar al desarrollo de investigaciones.

Expuestas la problemática, pasaremos a la secuencia que seguirá este trabajo:

- I.- Metodología - Esta será la forma de recopilación de datos, como obtener esos datos y de que fuentes.
- II.- Recopilación de datos - Obtener la información de las fuentes primarias. En este caso serán la Secretaría de Programación y Presupuesto, Institu

lo Mexicano de Comercio Exterior, Secretaría de Industria y Comercio Banco de México y Cámara Nacional de Comercio en Pequeño de la -- Cd. de México.

- III.- Análisis de la información para la elaboración de un Banco de Datos.
- IV.- Elaboración de un Programa de Computadora para sistematizar y Actualizar los datos.

Se trata de recopilar, procesar y almacenar información con uso potencial que actualmente existe de una manera fragmentada y desorganizada, pero abierta y disponible en varios sitios fuera de la Universidad.

El resultado de nuestra investigación será un Banco de Datos para el área Mercadotecnia.

A continuación se darán algunas definiciones y conceptos que serán útiles en el desarrollo de la creación del Banco de Datos:

Banco de datos (Date Base).- " Colección integral de ocurrencias de diversos tipos de registros en la que estos y sus ocurrencias están interrelacionados por varias relaciones específicas; se usan también como sinónimos: base de datos, base de datos integral, banco de datos integral y no existe un acuerdo general sobre el término mas apropiado" (1).

Banco de Datos. "Es el conjunto total de todos los archivos que contienen la información detallada sobre las actividades de una empresa" (2).

"Cuando se desarrolla un sistema de información para que satisfaga -- las diversas necesidades de las organizaciones actuales, la información y los conocimientos relacionados con la Administración y las operaciones de la Organización, pueden almacenarse en la memoria de la computadora. Esos conocimientos pueden describirseles y dárseles el nombre de Banco de Datos" (3).

Base de Datos. "Es la forma técnica que toman los bancos de información cuando se implantan en los dispositivos informáticos. Entendiendo por (banco de información lo siguiente: grandes conjuntos de datos de acceso de entrada, intermedios e históricos que pueden ser consultados en todo momento y utilizando una gran variedad de medios y métodos" (4).

Base de Datos. "Colección de todos los datos disponibles en una organización. La base de datos es una fuente de toda la información gerencial y por regla general está guardada en algún tipo de almacenamiento auxiliar" (5).

Expuestas las anteriores definiciones, nosotros consideramos que para este estudio el Banco de datos es: un archivo (en el caso que nos proponemos - electrónico) donde se registrará ordenadamente aquella información útil sobre -- Producción y Consumo de Bienes, estratos de Población, Gastos de Publicidad y otros datos de importancia sobre México, que servirán de base en estudios y consulta para el área de Mercadotecnia, lo que permitirá la elaboración de una serie de relaciones entre los diferentes datos obtenidos dependiendo del interés y utilidad que pueda representar para cada uno de los estudiosos.

Entre otros conceptos se tienen:

Archivo.- Colección de registros que se encuentran organizados y que corresponden a un mismo asunto general o específico.

Archivo plano.- Es aquel en el cual cada instancia de registro tiene un número - similar de campos.

Campo.- Conjunto de uno o más caracteres que pertenecen a un mismo elemento de datos.

Dato.- Hecho y cifras que cuando se procesan el resultado se conoce como información.

Esquema.- Es la descripción lógica del banco de datos global

Estructura arborescente. - Estructura de datos jerárquica nivel por nivel, semejante a un árbol.

Hardware. - Término utilizado para representar los elementos físicos de un sistema electrónico.

Manipulación de datos. - Son aquellas facilidades que se usan para procesar datos en la unidad central (CPU).

Modelo. - Es la representación sintética, por medio de variables lógicas y matemáticas, de una realidad económica.

Nodo. - Representa un dato elemental.

Registro. - Es la unidad de almacenamiento o memoria con capacidad para una palabra. Conjunto de campos.

Relación. - Es una indicación explícita de como se conecta un registro con otro.

Set. - Es una relación identificada con un nombre, entre tipos de registros.

Sistema operativo. - Tiene como función mantener una explotación óptima y eficaz de los programas. Introduce las rutinas adecuadas y mantiene a la computadora en funcionamiento sin necesidad de intervención manual.

Software. - Se refiere a los programas de la computadora, sistemas operativos, compiladores, etc.

Abreviaturas Utilizadas

COBOL. - Siglas de common Business Oriented Language (Lenguaje común orientado al comercio). Es un lenguaje de programación orientado a las empresas.

CODASYL. - Siglas de Conference on Data Systems and Languages (Conferencia sobre sistemas de datos y lenguajes). Es un pequeño grupo autónomo de expertos de las comunidades académicas, comerciales y de usuarios.

DBTG. - Siglas de Data Base Task Group (Grupo de Trabajo, para bancos de datos). Es un comité especial de CODASYL, con el fin de proponer un estándar -

para los sistemas modernos de manejo de bancos de datos.

CPU.- Siglas de Central Processing Unit (Unidad Central de Procesamiento). -

Parte de la computadora que comprende la unidad aritmética y lógica como la -
unidad de control y la memoria principal.

GDBMS.- Siglas de Generalized Data Base Management System (Sistema Generalizado para manejo de Bancos de Datos). Paquete de Software de muy amplia aplicación que permite la definición, uso y manejo de un banco de datos.

GFMS.- Siglas de Generalized File Management System (Sistema Generalizado para manejo de archivos). Paquete generalizado de aplicación muy amplia que integra diversas facilidades para entrada/salida y otras relaciones del COBOL.

IDS.- Siglas de Integrated Data Store

IMS.- Siglas de Information Management System.

ANTECEDENTES

La primeras tecnologías de manejo de datos fue el desarrollo de COBOL - por el grupo CODASYL alrededor de 1960.

A fines de los años sesenta y principios de los setenta se desarrollaron - los sistemas generalizados para manejo de archivos GFMS (Generalized File Ma- - nagement Systems). Su objetivo consiste en reemplazar al COBOL y a cualquier - - otro lenguaje similar de programación en aplicaciones relacionadas con entrada/sa - lida, y establecer comunicación directa con las facilidades básicas del manejo - - de archivos del sistema operativo para: definición y registro, creación, recopilación actualización y manipulación de archivo, así como el ordenamiento/compaginación - y generación de reportes.

A fines de los años sesenta las necesidades de integrar archivos grandes en un Banco de Datos y de los usuarios y/o programas de aplicaciones que desea- ban tener acceso efectivo y eficiente al banco condujeron hacia la creación de los primeros sistemas de manejo de banco de datos. Puesto que las estructuras de ar- chivos convencionales eran inadecuadas en esos medios tan exigentes y ocasiona- ban cargas en el tiempo de procesamiento, así como requerimientos excesivos del almacén auxiliar.

Los primeros conceptos y facilidades para el manejo de datos los intro- - dujo la Cía. General Electric en su sistema IDS (Integrated Data Store) a mediados de los años sesenta, y extendió el COBOL para permitir la definición de agregados encadenados o interconectados de datos y archivos. Este fue el primer modelo de - datos de tipo red.

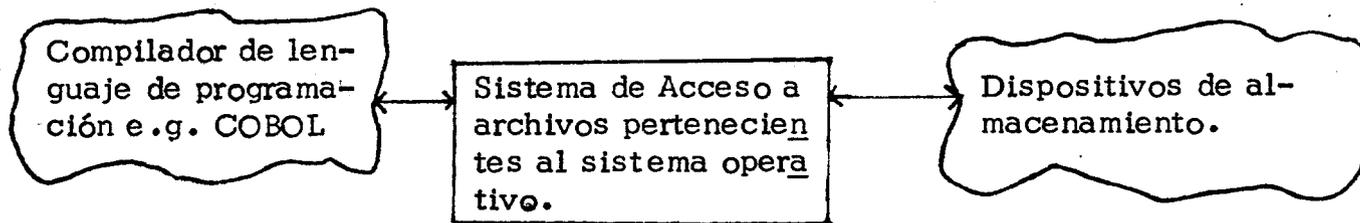
Las Compañías IBM y North American Aviation (hoy Rockwell Internatio- - nal), en confrontación por el programa de manejar la vasta información relaciona- da con el programa de exploración lunar Apolo a fines de los años setenta, inicia

ron un proyecto que conduciría al sistema IMS (Integrated Management System) de IBM y también al primer sistema en gran escala de Banco de Datos/comunicaciones de datos DB/DC.

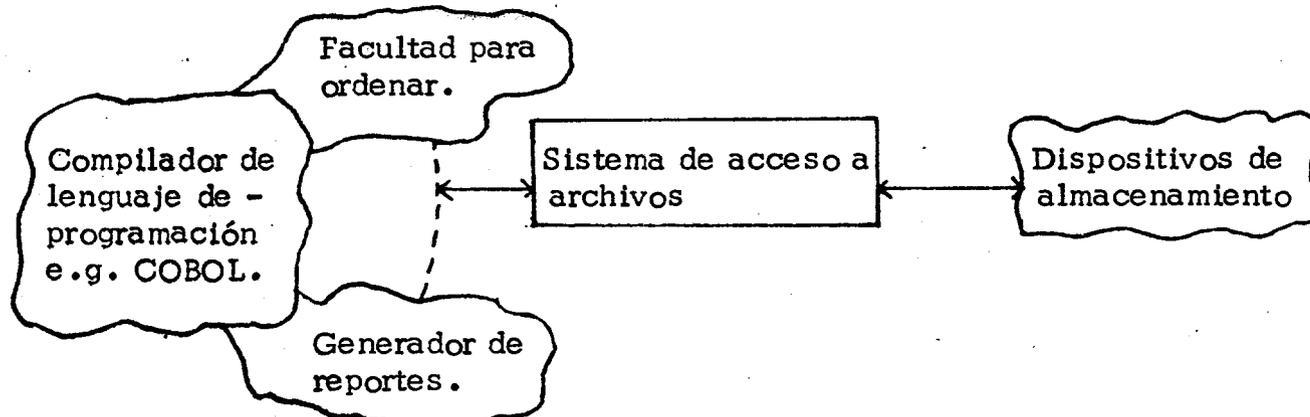
Posteriormente se desarrollaron otros sistemas DB/DC en los años setenta, -- siendo notables TOTAL (el GDBMS) y el ENVIRON/1 (el sistema DC generalizado) de CINCOM.

El sistema DBTG (Data, Base Task group) es el exponente principal de la arquitectura de red, de la cual IDS fue el pionero.

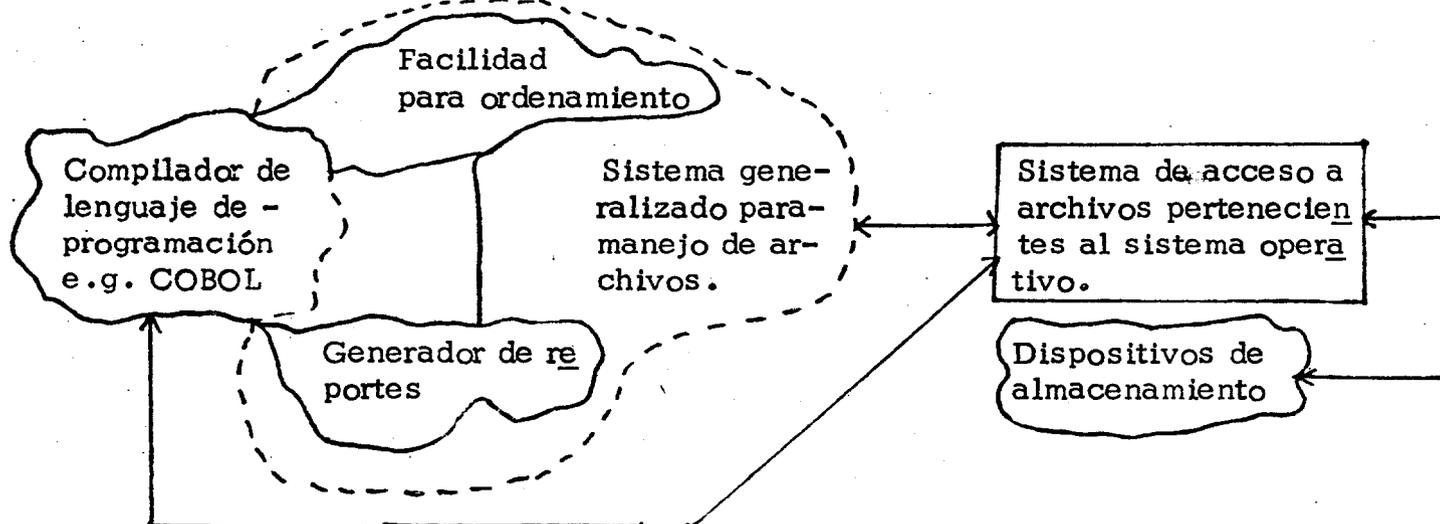
DESARROLLO CRONOLOGICO DE LA TECNOLOGIA PARA MANEJO DE DATOS



Inicio de la década de los años sesenta

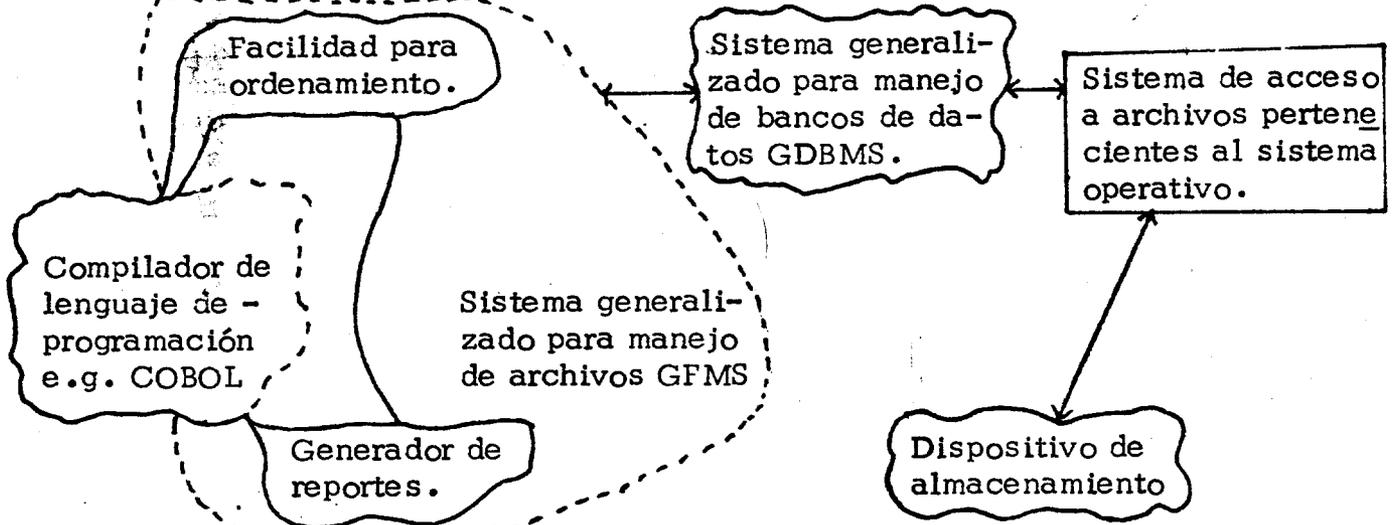


Mediados de la decada de los años sesenta



Los GFMS propuestos como sustitutos de los lenguajes de programación de archivos y de extensiones relacionadas (son débiles en manipulación computacionales).

Fines de la década de los años 60, principios de los años 70



Desde principios de los años 70 al presente.

OBJETIVOS GENERALES DE UN BANCO DE DATOS

Independencia de los datos : se refiere a la independencia o al aislamiento de los programas de aplicaciones y los usuarios, así como de criterios relativos al almacenamiento del banco de computarizado. La independencia física de datos es la propiedad que permite aislar las aplicaciones de los cambios en la organización de los datos empleados en aquéllas; por ejemplo, cambios en la localización de los datos (dispositivo XVS dispositivo Y) encadenamientos internos entre datos, estrategias de ordenamiento internas, rutas de acceso existentes y la colocación de los datos en los dispositivos de almacén.

En los sistemas operativos convencionales usados anteriormente, los medios disponibles para el manejo de archivos mediante lenguaje de programación tienen la desventaja de que no pueden proporcionar independencia de los datos. Como ejemplo un cambio en la descripción lógica de los registros de un archivo implica cargar nuevamente el archivo entero, modificar y volver a compilar cada uno de los programas que usan ese archivo (aún cuando el cambio sea simplemente un arreglo de los campos en la descripción del registro), la adición o eliminación de un campo en la especificación del tipo de registro ocasiona los mismos problemas.

Habilidad de compartir datos e irredundancia de los que se almacenen: el objetivo es permitir a las aplicaciones el compartir un banco de datos integrado que contenga todos los datos requeridos por las aplicaciones, y eliminar así, en la medida de lo posible, la necesidad de almacenar datos en forma redundante (repetir). Las aplicaciones requieren la facilidad de operar sin percatarse de la existencia de las demás.

Habilidad de relacionar: es precisamente la habilidad para definir rela-

ciones entre registros o entidades a nivel lógico.

El término integridad: se refiere a tareas; entre las principales se tienen: la coordinación del acceso a los datos que realizan las diferentes aplicaciones; la programación de los valores actualizados a otras copias y valores dependientes; - la preservación de un alto grado de consistencia y validez de los datos.

Flexibilidad de acceso: es la capacidad de lograr acceso a cualquier parte del banco de datos, en base a cualquier (cualesquier) llave (s) de acceso y calificación lógica, mediante un lenguaje de alto nivel para consultas, no por procedimientos, que permita curiosear en el banco.

Seguridad: deben existir los mecanismos apropiados para asignar, controlar y revocar los derechos de acceso.

Rendimiento y eficiencia: debido al gran tamaño de los bancos de datos y de las exigencias de los requerimientos de acceso al banco, el buen funcionamiento y la eficiencia son requisitos mayores.

Administración y control: la función del diseño, administración y control del banco, es un ingrediente importante para la introducción de los conceptos y del software de bancos de datos en cualquier empresa.

M O D E L O S

La tecnología de banco de datos ha introducido tres modelos o estructuras lógicas muy capaces para bancos, constituidos por registros interconectados, siendo estos:

- 1.- Modelo arbóreo o Jerárquico.
- 2.- Modelo de Red.
- 3.- Modelo Relacional.

"Los modelos Jerárquico, de Red y Relacional son tres formas alternati-

vas de visualizar los datos a nivel lógico, independientemente de la implementación y almacenamiento en la máquina" (6).

Los árboles y las Redes predominan en todos los sistemas comerciales (1979). De éstos el más importante es el de Red, ya que un árbol es un caso especial de una estructura de Red. Cualquier estructura de Red puede transformarse a un árbol o conjunto de árboles, aunque para llegar a esa transformación es necesario introducir valores de datos repetitivos, más adelante se da la razón de porque se presenta la situación anterior

1.- MODELO ARBOREO O JERARQUICO

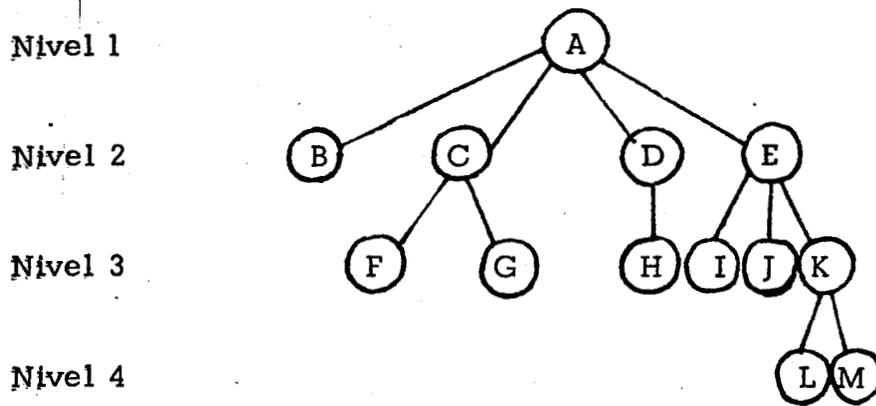
Las estructuras arbóreas se han usado durante muchos años. Se usan árboles en las descripciones y organizaciones tanto lógicas como físicas de datos.

"Un árbol se compone de nodos ordenados de acuerdo a una jerarquía -- (. . .), cada nodo representa un dato elemental. Cada nodo está relacionado con otro nodo en el siguiente nivel superior; a este último se le llama el nodo antecesor (o nodo padre). Cada antecesor o padre puede tener uno o más elementos en el nivel inferior siguiente; estos son los hijos o sucesores y la conexión al antecesor se llama rama. Un nodo sucesor no puede tener más de un nodo antecesor (un hijo no puede tener más de un Padre). La altura del árbol es el número de niveles jerárquicos implicados.

El nodo superior se llama la raíz y los elementos en los niveles ínfimos que no tienen sucesores se llaman hojas" (7).

El banco de datos considera cada nodo del árbol como un registro, esto a conducido al término archivo o banco de datos Jerárquico.

Ejemplo:



Nota: en la descripción convencional de registro de COBOL un nodo hoja es un dato elemental; otros nodos son agregados de datos de nodos hojas. En la tecnología de bancos de datos cada nodo representa un registro.

En el ejemplo el árbol tiene 4 niveles, 13 nodos incluyendo 8 nodos hojas (B, F, G, H, I, J, L, M) y 5 agregados de datos (A, C, D, E, K,).

"IMS utiliza este enfoque, donde cada nodo es un segmento o conjunto de campos. CODASYL introdujo en su reporte DBTG de 1971 el término set, para una relación que denota a un árbol de dos niveles de registro. La relación propietario-miembro" (8) o la relación antecesor-sucesor (padre-hijo) en el modelo Jerárquico, puede ser 1:1 y 1:N pero no M:N.

Un Banco de datos se describe por un esquema compuesto de uno o más sets arreglados como un árbol de niveles múltiples. Así un registro puede ser a la vez un miembro de un set y un propietario de otro set.

En resumen se tiene que las bases de datos Jerárquicos guardan la información en forma de árbol, es decir, es una particularización de una red, los datos están unidos o relacionados según una importancia preestablecida, normalmente para facilitar el acceso a los datos.

Relaciones

Pe

eI

Una relación entre dos entidades o registros puede ser de cuatro tipos.

- | | |
|---------------|-----------|
| 1.- Uno a Uno | (1 : 1) |
| 2.- Uno a N | (1 : N) |
| 3.- N a Uno | (N : 1) |
| 4.- M a N | (M : N) |

Ejemplos:

Tipo de relación entre Empresa y Proveedor.	Representación diagramática	Explicación
Uno a Uno	<pre> Empresa 1 : 1 Proveedor </pre>	Una Empresa tiene solo un proveedor y viceversa.
Uno a Varios	<pre> Empresa 1 : N Proveedor </pre>	Una Empresa tiene varios proveedores pero un proveedor tiene solo una Empresa.
Varios a Uno	<pre> Empresa N : 1 Proveedor </pre>	Varias Empresas-- tienen al mismo -- proveedor e inversamente, un proveedor tiene varias empresas.
Varios a Varios	<pre> Empresa M : N Proveedor. </pre>	Una empresa tiene - varios proveedores - y un proveedor tiene varias empresas.

2.- MODELO DE RED

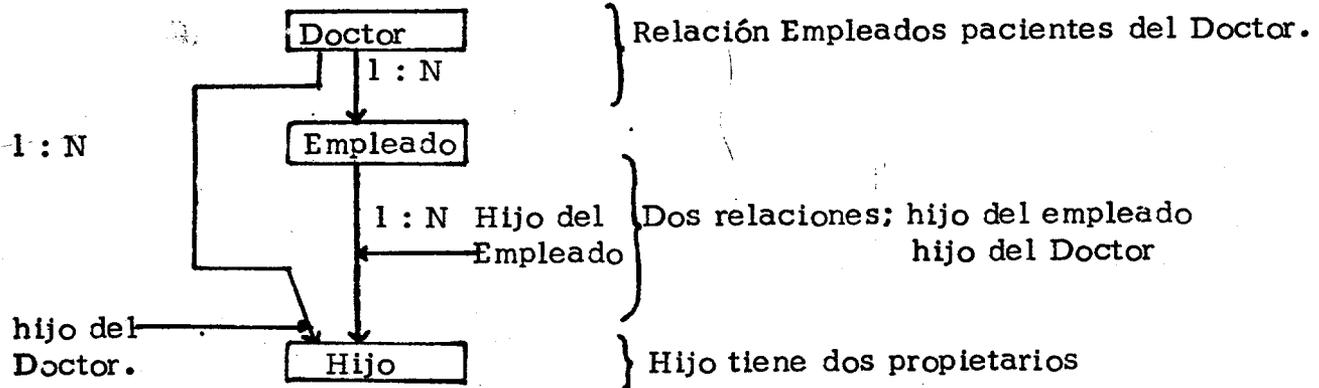
La estructura arborea clásica no permite que un registro miembro o sucesor en una relación dada tenga más de un antecesor o propietario.

Una estructura de Red es aquella que lo permite, y por tanto, es una organización de datos más general. Es importante observar que en el enfoque DBTG, --

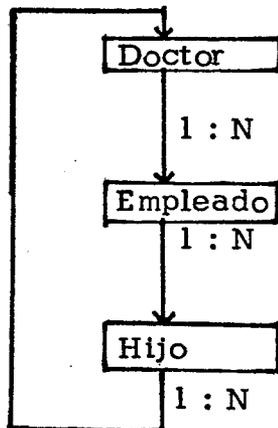
un miembro puede tener uno o más propietarios siempre y cuando cada propietario este en un set distinto.

El enfoque de red ha sido apoyado desde los esfuerzos iniciales en bancos de datos a mediados de los años sesenta y que han guiado a la actual tecnología para bancos de datos. Ejemplos de un modelo de Red.

a) Red



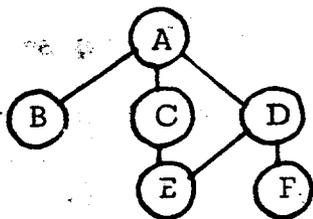
b) Red que a la vez es ciclo



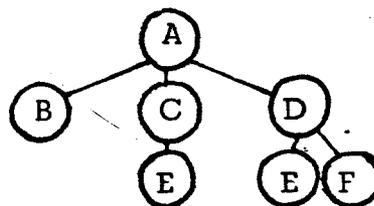
Nota: algunos sistemas de bancos de datos pueden representar ciclos directamente, otros no.

"La atractiva estructura visual Jerárquica de los árboles casi se ha perdido, aunque se pueden preservar en gran medida los niveles con un arreglo adecuado de la Red" (9).

Se puede transformar una Red a uno o más árboles introduciendo nodos duplicados, ver la siguiente figura.



RED



ARBOL

Podemos concluir que; el modelo de Red se apoya en la teoría de gráficas en las cuales hay que definir nodos, ramas y trayectorias. - En este manejo los datos forman listas multienclavadas y tomando la lista adecuada podemos encontrar la información buscada.

3.- MODELO RELACIONAL

Es una proposición más reciente que muestra numerosas ventajas, particularmente mayor conveniencia para el usuario al tratar con el banco de datos y mayor independencia de los datos. Los datos se visualizan como un conjunto de tablas bidimensionales. Aún no se ha implementado ni está disponible comercialmente ningún sistema GDBMS completamente relacional (1979) pero han comenzado a aparecer algunas ofertas con orientación relacional.

"El enfoque relacional a bancos de datos concebido por E. F. Codd y que continúa evolucionando desde 1970, constituye un enfoque muy diferente para la descripción y manipulación lógica de los datos" (10).

En forma concisa, visualiza el Banco de Datos lógico como una simple -- colección de tablas bidimensionales llamadas relaciones. Estas Tablas son planas en el sentido de que no hay grupos repetitivos. Los usuarios las comprenden y manejan fácilmente con poco o ningún entrenamiento en programación y no implican -- consideración alguna sobre aspectos posicionales, de apuntadores o rutas de acceso. De igual manera que puede transformarse cualquier banco de datos de tipo Red -

a tipo árbol, mediante la introducción de redundancias, así también puede transformarse cualquier banco de datos a uno de tipo tabla plana o relacional.

Uno de los más grandes desafíos para el enfoque relacional es su implementación eficiente y efectiva en cuanto a costos.

El enfoque Relacional se fundamenta en la teoría matemática de las relaciones; por lo cual posee un buen fundamento teórico, sin embargo, los términos de la teoría de las relaciones se han adoptado para el ambiente de bancos de datos, presentando así, en ocasiones una terminología difícil para ideas más bien simples.

En resumen podemos decir que la base de datos Relacional consiste en manejar diversas tablas o relaciones.

Tabla: consiste en un renglón con los encabezados de las columnas y otros renglones que contienen los valores de los datos para una tabla dada.

"a) El renglón encabezado de columnas especifica una o más columnas.

b) Cada renglón de datos contiene exactamente un valor para cada una de las columnas especificadas en el renglón de encabezados " (11).

El modelo Relacional contiene las siguientes ventajas en comparación con los otros dos modelos (Jerárquico y de Red).

1.- Presenta relaciones que son tablas bidimensionales siendo éstas más fáciles de comprender y manejar para la gran mayoría de los usuarios que no tienen tanta inclinación a la programación, es decir, cualquier persona que no tenga conocimiento sobre programación puede utilizar la información registrada en la computadora

2.- Se tiene una mejora en cuanto a los programas de aplicación; a cambio en el modelo, en el submodelo, en la organización física y en las rutas de acceso físicas de los datos, o sea, es más fácil cambiar el modelo, las rutas de acceso, hacer modificaciones en el banco de datos, solicitar o pedir la información, todo lo anterior es fácil lograrlo debido a que existe mayor independencia en los datos.

3.- Toda la información se presenta mediante valores de datos y no existe un tipo preferencial de consulta, esto es, no se necesita jerarquizar los datos, de esta manera será más fácil pedir o solicitar la información.

4.- Se tiene gran flexibilidad en cuanto a derivar fácilmente una gran variedad de tablas de las ya existentes, esto permite satisfacer a una gran variedad de usuarios así como a sus diversos requerimientos.

Una vez descritos los modelos (Jerárquico, Red y Relacional) para banco de datos y conocidas sus respectivas características principales; nos resultará más fácil la elección de uno de ellos.

Para nuestro estudio elegimos el modelo Relacional por las siguientes razones:

Manejo de tablas bidimensionales, que son aplicables a nuestra información obtenida en las ramas de: Producción y Consumo de bienes, Población y gastos de publicidad.

Las personas que hagan uso de las tablas mencionadas anteriormente, no necesitan tener amplio conocimiento sobre programación.

Se pueden realizar modificaciones en los programas, rutas de acceso, solicitar o pedir información, etc., más fácilmente debido a la independencia que presentan los datos en este modelo.

Toda la información se presenta mediante valores de datos y no existe una jerarquía en ellos. Ejemplo: si se solicita el gasto en publicidad del mes -- de julio de cierto producto, no necesariamente la computadora de los gastos de los meses anteriores, sino que, específicamente da la información del mes soli citado.

Se pueden derivar fácilmente una gran variedad de tablas de las ya --

existentes, esto es, se puede relacionar una tabla con otra, obteniendo una tercera. Ejemplo: de la relación entre las tablas de Población y Consumo, - se tiene el consumo promedio por número de habitantes.

C I T A S

- 1) Cárdenas, Sistemas de Administración de Bancos de datos, p. 601
- 2) Clark, Procedimientos informáticos en sistemas empresariales, p. 125 .
- 3) Murdick, Sistemas de información basadas en computadoras para la --
administración moderna, p. 256
- 4) Rincón, La informática como instrumento de la gestión, p. 291
- 5) Forkner, Aplicaciones de la computadora a los sistemas administrati--
vos; Introducción al procesamiento de datos, p. 518
- 6) Cárdenas, Sistemas de administración de banco de datos p. 129
- 7) IBID. p. 130
- 8) El registro antecesor se le llama el propietario. El propietario puede --
tener uno o más registros sucesores , a cada uno de los cuales se le --
llama registro miembro.
- 9) Cárdenas, Sistema de administración de banco de datos, p. 132
- 10) IBID p. 399
- 11) Date J. C., Database a primer, p. 249

II LA IMPORTANCIA DE LOS DATOS ESTADÍSTICOS NACIONALES PARA LA MERCADOTECNIA

Desde el punto de vista económico, la primera gran división que han presentado las sociedades humanas es la del trabajo. Como consecuencia de esta división, los distintos grupos sociales se especializan en determinadas labores que integran el proceso productivo de la comunidad, conforme se va desarrollando la economía de esa sociedad, es posible dedicar al intercambio una parte de los bienes y servicios que ésta crea, al fin de obtener de otras sociedades los satisfactores que ella misma no produce. La economía se ha desarrollado hasta llegar a estructurarse en función del mercado.

Se ha elaborado una clasificación que comprende a todas las actividades económicas del país. Esta clasificación está constituida por tres grandes sectores:

- 1) El primario incluye la agricultura, ganadería, pesca y silvicultura.
- 2) El secundario incluye las actividades mineras o extractivas, de transformación o manufactureras, la generación de energía eléctrica y la industria de la construcción.
- 3) El sector terciario incluye a las actividades tales como el comercio, servicios, transporte y comunicaciones.

En las últimas décadas, en México, las actividades agropecuarias han mostrado una tendencia declinante en su participación dentro de la producción de bienes y servicios, a pesar de esto sigue manteniendo un papel muy importante en el sector económico tradicional. También se observa que la industria a mostrado una vigorosa expansión. En el caso de los servicios,

coexisten actividades dinámicas y con un funcionamiento moderno, como son los servicios turísticos y financieros, con otros escasamente desarrollados o de carácter familiar.

Para la realización del presente trabajo se tomaron algunas ramas que se encuentran dentro de los sectores económicos antes citados, los cuales resultan básicos para las actividades de Mercadotecnia; siendo éstas: Población, Producción, Comercio (Consumo), Servicios y Publicidad.

La importancia que representan en la Mercadotecnia las ramas que se analizarán es la siguiente, la población, producción, comercio (consumo), servicios y publicidad están estrechamente relacionadas. Elijamos tan sólo una de ellas, por ejemplo, dentro del comercio (consumo) lógicamente se ve la población, cuántos consumidores potenciales existen en el mercado, que ingresos perciben, la segmentación del mercado es importante, también a su vez con la información obtenida del comercio la producción toma forma o sentido, de esta manera se podrá satisfacer las necesidades de nuestros consumidores, dentro de la producción entran los bienes duraderos, los no duraderos y los servicios (éstos últimos de igual forma satisfacen necesidades). Para una mejor venta de nuestros productos nos valemos de la publicidad logrando así nuestro objetivo.

Como puede observarse las ramas elegidas guardan una estrecha relación y el análisis que tratamos de llevar a cabo no quedaría completo si faltara una de las ramas.

P O B L A C I O N

Se tratará el panorama demográfico del país, analizándolo de tal forma que permita comprender las características demográficas de la población mexi

cana, las repercusiones de éstas y la estrecha relación que guardan con el área de Mercadotecnia.

En los últimos años se ha tomado conciencia de la gran importancia que los estudios sobre los fenómenos demográficos representan dentro del desarrollo económico y social de México. Para nuestro estudio la población es uno de los mayores componentes de un mercado, por ello es necesario conocer entre otras cosas la población total, su distribución por grupo de edad, sexo y geográficamente, la concentración que en algunas ciudades importantes se da, tales como Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal y además los ingresos y gastos de las familias mexicanas, esto último permitirá conocer de manera más exacta las condiciones de vida de la población ya que éstas quedan determinadas en gran parte por el monto y destino de los ingresos que recibe una familia.

A continuación se describirán los factores más importantes de la población que afectan el mercado de consumo como son la distribución por grupo de edad y sexo, sirve para una mejor comercialización de muchos productos debido a que facilita la segmentación del mercado de consumidores.

Se clasificó a la población en los siguientes grupos de edades: 0-4 años se consideran niños, de 15-24 adolescentes, de 25-49 adultos, de 50-64 maduros y de 65 años en adelante ancianos.

Se necesita dinero para adquirir diversos productos por lo que es esencial realizar un estudio del ingreso, su distribución y como se gasta.

Al conocerse los elementos más importantes de la población (grupo de edad, ingresos, gastos, sexo, etc.) proporciona a la Mercadotecnia distinguir diversos grupos potenciales en el mercado y desarrollar productos y

servicios que respondan a sus múltiples necesidades, por ejemplo: actualmente hay tres mercados que merecen atención especial (debido a que la población mexicana es joven).

- . El mercado de niños que incluye los productos de alimentos para bebé, -
prendas infantiles, pañales, etc.
- . El mercado de adolescentes o menores de 24 años que incluye los produc-
tos tales como discos, estilos de peinados, ropa, artículos para depor--
tes, zapatos, etc.
- . El mercado para adultos, éstos tienen gastos y necesidades específicas
en cuanto a alimentos, vivienda, vestido, recreo y atención médica, las
personas entradas en años tienden a ser conservadoras.

P R O D U C C I O N

La producción es un término empleado en el lenguaje económico para indi-
car el conjunto de actividades mediante las cuales se ponen a disposición de -
los consumidores bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.

El trabajo humano en sus diferentes variedades, desde la simple realiza-
ción de trabajos manuales hasta las actividades profesionales altamente espe-
cializadas constituyen la base de toda actividad productiva.

Se definen como factores de la producción a la naturaleza, al capital y -
al trabajo, Los economistas modernos tienden a incluir también al Estado, debi-
do al papel que desempeña en beneficio de todo el cuerpo social y que expresa
mente reconoce el ordenamiento jurídico.

Cada factor de la producción por su participación dentro del proceso pro-
ductivo percibe remuneración específica; el que ha contribuido con su trabajo

recibe un salario, los que han proporcionado el capital y permitido el uso del factor natural reciben respectivamente el interés y la renta, el que ha ideado el proceso productivo (empresarios) obtienen el beneficio y, finalmente el Estado percibe los impuestos.

En relación con el predominio de un factor de la producción sobre los demás, se pueden diferenciar varias formas de actividad productiva, por ejemplo: Cuando el Capital y el Trabajo están destinados al aprovechamiento del elemento natural se obtienen las actividades primarias, como la agricultura, la ganadería, la caza, la pesca y la silvicultura. Estas actividades constituyen la base, sobre la que se realizan otras formas de producción que por esta razón se denominan secundarias.

La actividad secundaria más importante es la industria, que transforma los bienes suministrados por la producción primaria, entre éstas se encuentran la industria minera o extractiva, la de transformación o manufacturera, la de la construcción y la de generación de energía eléctrica.

La producción, sin embargo, no se limita a la obtención de los recursos ofrecidos por la naturaleza y a su elaboración sucesiva; comprende también otras actividades colaterales que tienen la finalidad de ayudar a los procesos productivos primarios y secundarios, entre los que destacan el comercio, los transportes y comunicaciones y los servicios. Estas actividades forman parte del sector terciario.

El proceso de producción culmina con la obtención del producto, que es el bien para la satisfacción de las necesidades humanas.

Para efectos de éste trabajo, se clasificó la producción en bienes duraderos y bienes no duraderos.

Como bienes duraderos se analizan aparatos domésticos y enseres menore

res, electrónica de consumo, etc., como bienes no duraderos se tienen el trigo, maíz, arroz, etc.

La producción tiene importancia para la Mercadotecnia porque a través de ella (producción) se producen los bienes necesarios para que la mercadotecnia realice actividades tales como promoción, ventas, distribución, etc.) y así lograr obtener los diferentes objetivos que se plantean las empresas, por ejemplo: introducir su producto al mercado.

C O N S U M O

La actividad comercial ha tenido una evolución paralela al desarrollo de las economías. En épocas anteriores se le conoció como trueque, o sea, el cambio directo de un producto por otro. A través del desarrollo de las sociedades surgió y evolucionó la división social del trabajo que dió como resultado la actividad de intermediación siendo ésta el comercio actual, donde los intermediarios juegan un papel importante al hacer llegar los bienes al consumidor en la forma, tiempo y lugar que los requieren.

"El comercio es la actividad económica que consisten en la compraventa de bienes que realiza un intermediario, entre una unidad que los produce y otra que los consume, independientemente del carácter intermedio o final que posean las mercancías, ya sean materias primas para los distintos productores o artículos terminados". (1)

La economía requiere de un sistema de distribución que haga llegar los diversos bienes al consumidor final, este sistema está constituido principalmente por el comercio y algunos servicios tales como el transporte y lo relacionado al almacenamiento de productos.

En este contexto la actividad comercial permite la integración de mercados que a nivel regional y nacional, al presentar el eslabón esencial que establece el intercambio de mercancías entre los productores y consumidores de diferentes regiones del país.

La intermediación comercial es una actividad necesaria dentro del proceso económico siempre y cuando no se le lleve a cabo a los extremos ya que sería nociva dando como consecuencia un encarecimiento en los bienes. Ejemplo: en algunos productos cuyo mercado se encuentra bajo el control de una larga cadena de intermediarios que van desde el productor al último consumidor pasando por distribuidores mayoristas y minoristas- los cuales en cada etapa de la comercialización agregan una fracción al precio final, el incremento que hacen al precio sin haberle hecho alguna transformación al producto representa un alto porcentaje.

En la matriz de insumo-producto elaborada para México con datos de 1970, se definió al sector comercio como el conjunto de establecimientos que se dedican a la compra y venta sin transformación de productos nuevos y usados, en el mercado interno o en el exterior. (2)

El comercio se clasifica en seis grandes rubros, según el catálogo mexicano de actividades económicas, siendo estos:

1) Alimentos, bebidas y productos del tabaco, donde se incluye la compraventa de bienes alimenticios provenientes de la agricultura, ganadería y pesca en estado natural o industrializados, así como los expendios y distribuidores de bebidas alcohólicas y no alcohólicas y de productos del tabaco.

2) Artículos para el hogar y de uso personal, entre otros, comprende la compraventa de aparatos eléctricos, estufas, muebles, productos de tocador

y prendas de vestir.

3) Material primas y auxiliares elaboradas y no elaboradas para todas las actividades económicas.

4) Maquinaria, implementos, herramientas, equipo y aparatos así como sus refacciones y accesorios.

5) Equipo de transporte, sus refacciones y accesorios, principalmente considera la compraventa de automóviles, camiones, partes automotrices, motocicletas y bicicletas.

6) Artículos y bienes diversos, constituidos básicamente por la compra venta de combustibles, lubricantes, inmuebles y otros artículos de naturaleza muy diversa.

Se pretende analizar solo los siguientes rubros: alimentos, bebidas y productos del trabajo, artículos para el hogar y de uso personal, equipo de transporte, sus refacciones y accesorios, debido a que tienen una gran participación en algunas actividades de la Mercadotecnia, como por ejemplo, la publicidad que se da en los productos, tales como alimentos, bebidas y tabaco.

S E R V I C I O S

Junto con el comercio, la prestación de servicios integran las llamadas actividades del sector terciario. Los servicios constituyen el sector económico más representativo por las características que presenta y las actividades que lo conforman ya que agrupan desde la prestación de servicios bancarios y financieros hasta los de transporte y comunicaciones.

En términos generales, esta actividad representa la contrapartida del comercio, puesto que la función del sector servicios es producir materiales

básicamente intangibles en cambio el sector comercial se encarga de la compra-venta de productos tangibles.

Los servicios han ido ligados al desarrollo histórico de las economías y se dice que su evolución ha sido resultado del proceso económico. " (...) se caracteriza por la división social del trabajo y la especialización de las diversas ramas." (3)

Otro factor importante en la expansión de los servicios es el avance de la urbanización porque presenta mejores niveles de bienestar. Entre mayor sea el grado de urbanización que presenta una economía, será mayor la necesidad de contar con servicios de diferente naturaleza como por ejemplo, esparcimiento, educación y asistencia social.

Los servicios se clasifican en dos grupos, el primero abarca la prestación de servicios otorgados principalmente por las empresas, las personas y los hogares, éste a su vez se subdivide en 9 rubros, los que se describen a continuación:

- 1) Servicios bancarios y financieros.
- 2) Servicios colaterales a las instituciones financieras y de seguros que consiste básicamente en el asesoramiento en materia de inversiones, -- agencias de bolsa de valores, montepíos y casas de cambio.
- 3) Servicios relacionados con el arrendamiento, administración y corretaje de inmuebles.
- 4) Servicios profesionales y técnicos, tales como los prestados por las nota rías públicas, bufetes jurídicos; servicios de contaduría, arquitectura e -- ingeniería y otras de tipo similar.
- 5) Servicios de alquiler de bienes muebles entre los que destacan los destinados a empresas, tales como el arrendamiento de maquinaria, equipo mo

bilario para las diversas actividades productivas. Los contratados por el público en general consisten esencialmente en el alquiler de automóviles y salones para fiestas, conferencias y convenciones, entre otros.

- 6) Servicios de alojamiento temporal constituidos principalmente por hoteles y moteles.
- 7) Servicios de preparación de alimentos y bebidas, como restaurantes y bares.
- 8) Servicios recreativos y esparcimiento tales como el cine, teatro y espectáculos deportivos, por citar algunos.
- 9) Servicios personales, para el hogar y diversos, entre los que destacan los de reparación de vehículos y sus partes, de aparatos y artículos de uso personal y para el hogar; de aseo, limpieza, sanitarios y diversos, excluidos los servicios domésticos.

El segundo grupo se refiere a los de naturaleza social y comunal que se subdividen en tres grandes rubros como son:

- 1) Los relativos a la enseñanza, investigación científica y difusión cultural.
- 2) Servicios médicos y de asistencia social.
- 3) Los prestados por asociaciones patronales, gremiales de profesionistas, cívicas, partidos políticos y organizaciones religiosas.

Dentro de los servicios consideraremos únicamente:

- Establecimientos de ventas de alimentos
- Tiendas departamentales.
- Autotransporte público federal
- Hoteles y Restaurantes.

PUBLICIDAD

El objetivo de la publicidad es atraer la atención del público hacia el consumo o utilización de determinados bienes y servicios, para lo cual se sirve de un conjunto de medios, técnicas y contenidos comunicativos. Se encuentra clasificada por el catálogo mexicano de actividades económicas - bajo la rama 68, correspondiente a "Servicios profesionales y de publicidad"

Los servicios que presta esta actividad consisten en el diseño de campañas publicitarias y creación, producción y colocación de anuncios comerciales. Estos servicios se realizan primordialmente a través de agencias publicitarias las que realizan el 60% del gasto en este rubro; en menor medida, algunas empresas anunciantes disponen de sus propios departamentos especializados.

En las economías de mercado la publicidad resulta especialmente relevante para la promoción de productos no básicos tales como perfumes, artículos de lujo, bebidas alcohólicas, refrescos, tabaco y golosinas y para aquellos bienes y servicios en donde existe una gran competencia: alimentos industrializados, detergentes, automóviles y servicios bancarios, entre otros. En el primer caso, la publicidad resulta decisiva para la creación de mercado y en el segundo, es un recurso indispensable para mantener y ganar participación en él.

Por su parte, la publicidad ha sido determinante en muchos aspectos de la evolución sufrida por los principales medios de comunicación masiva - prensa, radio y televisión.

La publicidad se ha usado como instrumento de carácter comercial que establece las relaciones y la comunicación entre la población y que a su vez

ofrece un servicio de orientación que modifica, en ocasiones, los patrones de conducta, al promover estilos de vida y promover bienes y servicios.

"Los publicistas utilizan los siguientes medios (...) para comunicar sus mensajes:

- Medios al aire libre: letreros, cartelones
- Medios impresos: periódicos, revistas, revistas comerciales.
- Medios electrónicos: radio, televisión. (4)

070764

El radio es el medio más antiguo de comunicación masiva. Se inició en México a principio de la década de los años 20's casi en forma similar al resto del mundo.

La industria de la radio funciona a través de dos mecanismos:

a) Concesiones que otorga el gobierno a particulares o a las instituciones para que establezcan estaciones radiodifusoras y transmitan en una determinada frecuencia.

b) Estaciones radiodifusoras que establece el mismo gobierno, por ejemplo, actualmente el 95% de las estaciones de radio operan bajo concesiones y únicamente el 5% corresponde a estaciones estatales.

En cuanto a medio de comunicación las características de la radio son comunes a otros medios, así como sus rasgos distintivos. Entre las primeras se encuentran los propósitos de esparcimiento, información, educación, publicidad y propaganda. En cuanto a las características específicas cabe resaltar el hecho de que la radio en México es el medio de mayor alcance, porque alrededor del 97% de la población del país disponen de radio receptores. Además el bajo costo de instalar las estaciones emisoras, han tenido una gran proliferación en todos los estados de la República convirtiéndose en el medio de comunicación regional por primacía, con ello obtiene la oportunidad de convertirse en un auxiliar

excelente para promover el desarrollo económico y cultural de las distintas regiones del país.

El costo relativamente reducido de los servicios de comunicación radiofónica hace posible su acceso a los pequeños y medianos anunciantes. Apesar de esta característica el medio solo cubre el 15% de los recursos -- destinados a la publicidad y es superado en mucho por la televisión, a través de ésta se realiza el 70% del gasto publicitario del país.

En base a las características técnicas de la radiodifusión, se distinguen los siguientes tipos:

- Amplitud modulada (AM)
- Frecuencia modulada (FM)
- Onda Corta (OC)

La FM logra sintonizar con más facilidad en los aparatos receptores, - por esta característica resulta ser la más adecuada para transmisiones musicales, en cambio la AM es apropiada para transmisiones habladas como anuncios, noticieros, crónicas, etc.

La televisión es considerada como un servicio electrónico de comunicación masiva, éste produce, comercializa y transmite emisiones de voz e imagen al público.

En 1980 existían en el país nueve canales comerciales y culturales, un canal educativo y aproximadamente 228 repetidores. Existe un alto grado de concentración en la industria de la televisión lo cual muestra pocas posibilidades de éxito de mercado para nuevos concesionarios.

Uno de los principales aspectos de la industria de la televisión, desde el punto de vista económico radica en su carácter promotor de ventas para -- los demás sectores.

La radio y la televisión constituyen los medios de comunicación de mayor penetración. "En la actualidad cubren 32 entidades federativas y llegan a más - del 96% de la población nacional." (5)

Los resultados que se obtienen, a través de éste análisis, es información de como está integrada la publicidad en México, sus gastos, que empresas tienen prioridad dentro de "x" mercado, esto último se puede determinar de acuerdo al gasto realizado en sus medios publicitarios.

III.- ANALISIS DE LA INFORMACION OBTENIDA

P O B L A C I O N

La población es uno de los componentes mayores de un mercado, Por tanto, dentro de la mercadotecnia se debe estudiar la distribución geográfica y la composición demográfica de la población (edad, sexo, ingresos, gastos, tamaño de la familia, etc.).

El total de habitantes de la República Mexicana fue de 48'225,238 en el año de 1970 de los cuales el 49.90% son nombres y el 50.10% son mujeres; en 1980 la población registrada fue de 67'382,581 de los cuales el 49.41% son hombres y el 50.59% son mujeres. Comparando las cifras obtenidas en los años arriba mencionados se observa un incremento en la población total del 39.72%, existiendo un mayor crecimiento en la población femenina. (6)

Del total de la población registrada para 1970 en las entidades federativas se observó que diez de éstas se concentra el 62.7% de la población y en las -- veintidos restantes el 37.3%, esto significa que en las diez entidades de mayor concentración se presentan mercados atractivos, con un potencial de ventas con

siderable. De esta manera las empresas cuentan con una amplia visión para poder elegir sus mercados en los cuales pretenden introducirse, ampliarse o permanecer.

Según datos de 1970, la mayor concentración se encontraba en:

Distrito Federal (6'874,165), Estado de México (3'833,185), Veracruz - - - (3'815,422), Jalisco (3'296,586), Puebla (2'508,226), Michoacán (2'324,226), Guanajuato (2'275,370), Oaxaca (2'015,424), Nuevo León (1'694,689) y Chihuahua (1'612,525), las cuales están ordenadas de mayor a menor de acuerdo al grado de concentración que presenta cada una de ellas.

Para 1980 (datos preliminares) se observó la siguiente situación, la mayor concentración se dió en diez entidades federativas y fue del 63.82%, en las restantes veintidos entidades federativas del 36.18%.

En este caso, la mayor concentración se encuentra registrada en las siguientes entidades (ordenadas en forma descendente):

Distrito Federal (9'373,353), Estado de México (7'545,692), Veracruz - - - - - (5'264,611), Jalisco (4'293,549), Puebla (3'279,960), Michoacán (3'048,704), Guanajuato (3'044,402), Oaxaca (2'518,157), Nuevo León (2'463,298) y Guerrero (2'174,162).

Es importante destacar que Quintana Roo, Estado de México y Baja California Sur fueron los estados cuya población creció más rápidamente en la década de 1970-1980, en los cuales el incremento poblacional llegó a 138.07%, --- 96.85% y 72.93% respectivamente. Dichos datos se presentan en la tabla 1.

Los mercados de consumo generalmente se segmentan en base a los ingresos, edades y tamaño de las familias. La segmentación del mercado de consumidores por grupo de edades es un método útil en la comercialización de muchos

productos, pero en mercadotecnia es conveniente observar las diferentes variaciones que se presentan en los grupos de edades para poder distinguir hacia que parte de la población se dirigirán los productos, ejemplo: los artículos para bebé se dirigen sólo al intervalo comprendido de 0 a 4 años. Además es importante tomar en cuenta el sexo, porque es una base fundamental para clasificar el mercado de los consumidores.

La población por grupo de edad y sexo es de utilidad para enfocar la publicidad a cualquiera de ellos, obteniendo resultados benéficos para las empresas debido a que existe más facilidad en la elaboración de ciertos productos dirigidos a un grupo específico de personas que a la población en general, además el costo resulta menor, si se dirige a un sector concreto de la población que a la población general.

Como puede observarse, en las tablas 2 y 3, la población mexicana es joven debido a que en los rangos de 0 a 4 años hasta el de 35 a 39 años hay una mayor concentración de la población para 1970. En 1980 los rangos de concentración van de 0 a 4 años hasta los de 45 a 49 años. En este mismo año se tiene -- que en el rango de 0 a 4 años la natalidad fue menor en comparación con el rango siguiente (5 a 9 años). Estas variaciones deben considerarse porque afectan al mercado, particularmente al de aquellos productos dirigidos a los niños.

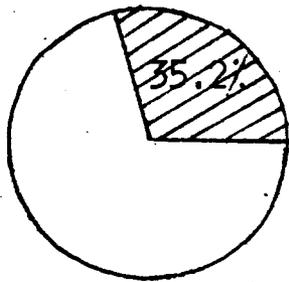
Por lo que respecta al sexo es importante determinar cuantos hombres y cuantas mujeres conforman la población mexicana, puesto que el comportamiento de compra difiere en uno y otro. Así tenemos que en 1970 se registraron - - - - - 24'065,614 hombres y 24'159,624 mujeres, es decir, el 49.9% y 50.1% respectivamente; para 1980 el total de hombres es de 33'295,260 y de mujeres 34'087,321 con un porcentaje del 49.4 y 50.6 para cada uno de ellos. (Tablas 2 y 3).

La población económicamente activa (7) es de 12'909,540 y la inactiva y

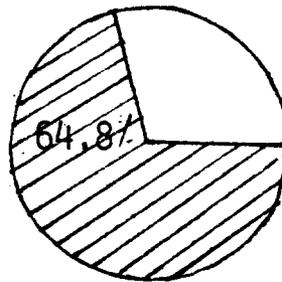
menor de 12 años es de 35'315,698, la primera cifra esta compuesta del 79.4% hombres y 20.6% mujeres; la segunda se compone de 39.1% hombres y 60.9% - mujeres, para el año de 1970.

Por lo que corresponde a 1980 sólo se cuenta con la información global preliminar, la población económicamente activa es 23'687,684 e inactiva y menor de 12 años es 43'694,897 siendo el 35.2% y el 64.8% de la población total respectivamente. (Tabla 4).

1 9 8 0



Población económicamente activa %



Población económicamente inactiva y población menor de 12-años %

Cantidades tomadas del X Censo General de Población y Vivienda.

Resultados Preliminares.

En cuanto a la población económicamente activa por entidad federativa existe una mayor concentración, de población ocupada, en diez de las entidades siendo éstas: Distrito Federal (16.7%); Veracruz (7.8%); Estado de México (7.4%); Jalisco (6.9%); Puebla (5.3%) Guanajuato (4.4%); Michoacán (4.3%); Oaxaca (4.1%); Nuevo León (3.7%); y Chihuahua (3.2%). La población desocupada está distribuida de la siguiente forma; Distrito Federal (22.5%); Estado de México (9.5%); Jalisco (5.3%); Veracruz (5.2%); Guanajuato (4.1%); Chihuahua (4.1%); Puebla (4.0%); Sinaloa (3.8%); Nuevo León (3.6%) y Michoacán -- (3.2%).

Concluyendo, de las diez entidades antes mencionadas, la población ocupada asciende a un total de 63.8% y de población desocupada es del -- 65.3%. (Tabla 5)

Además la población económicamente activa se ha clasificado por grupo de edad y sexo, dándose como resultado una mayor participación de trabajadores en el rango de 25 a 34 años, de éste, el porcentaje del total de hombres es mayor (82.6%). También se puede ver que existe mayor participación del total de mujeres trabajando entre los 12 y 19 años, para el año de 1970.

La situación que se presentó en el primer trimestre de 1979 fue similar a la del año de 1970, excepto, en las mujeres, el mayor rango de concentración se dió entre los 25 y 34 años. (Tabla 6)

En cuanto a la población ocupada podemos decir que son las personas que tienen un empleo, un negocio o trabajan por su cuenta. Por lo que se refiere a la Tabla 7, se puede apreciar un mayor número de personas en la rama de agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca, concentrándose en ésta el mayor porcentaje del total de hombres; en la rama de servicios el porcentaje, del total de mujeres, resultó ser mayor. Esta actividad ocupa el segundo pues

to en cuanto al número de personas ocupadas, además la cantidad de hombres es aproximadamente igual a la de mujeres.

En lo referente a la rama de actividad que ocupó menor personal tanto de hombres como de mujeres fue la de Generación y Distribución de Energía - Eléctrica.

En la distribución de la población, por ocupación principal y sexo, - (Tabla 8) se tiene lo siguiente: nuevamente observamos mayor número de trabajadores en labores agropecuarias representando el 28.6% del total; en contraste los funcionarios superiores y personal directivo público y privado tuvieron el menor porcentaje (2.7%).

El personal ocupado según el tipo de actividad comercial por entidad federativa esta concentrado principalmente en el Distrito Federal siguiéndole Estado de México, Jalisco y Nuevo León. La mayor cantidad de personas ocupadas se da en la actividad comercial de alimentos, bebidas y productos del tabaco representando ésta el 48.5%, le prosiguen las actividades: artículos para el hogar y de uso personal con 28.9%; materias primas y auxiliares 8.1% equipo de transporte sus refacciones y accesorios 6.0%; artículos y bienes - diversos 5.4% y maquinaria, implementos, herramientas, equipos y aparatos 3.1%. En todas estas actividades el Distrito Federal ocupa mayor población. (Tabla 9).

Para 1970 la población total registrada en las tres ciudades más importantes fue: Distrito Federal (6'874,165) de la cual 3'319,038 correspondieron a hombres y 3'355,127 a mujeres; Guadalajara (1'199,391) de este total 579,470 fueron hombres y 619,921 mujeres; en Monterrey (858,107) de los cuales se tuvo 425,665 hombres y 432,442 mujeres.

En 1980 la población total en las mismas ciudades correspondieron así D.F. (8'831,079) del cual se registraron 4'234,602 hombres y 4'596,477 mujeres, Guadalajara (1'626,152) con 782'275 hombres y 843'877 mujeres y por último Monterrey (1'090,009) con 537,119 hombres y 552,890 mujeres. Los incrementos experimentados por cada ciudad, en el período 1970-1980, resultaron ser: Distrito Federal con el 28.47%, Guadalajara con el 35.58% y Monterrey con el 27.02% de éstos, el de mayor incremento, en población total, fue Guadalajara. (Tabla 10)

En las tres ciudades principales (Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey) la población ocupada según la rama de actividad económica tuvo estas características: en el Distrito Federal presenta una mayor ocupación de personal en la actividad de servicios después en la Industria de Transformación, esto sucede para los tres años 1975, 1976 y 1977; en cambio en Guadalajara y Monterrey es lo contrario, es decir, hay mayor ocupación de personal en la Industria de Transformación que en Servicios excepto en 1977 para Guadalajara que presentó mayor concentración en Servicios que la Industria de transformación.

La población ocupada fue menor en la Industria extractiva y en la del petróleo durante los años antes mencionados, así como en las tres ciudades.

(Tablas 11 a, b y c)

De acuerdo a la ocupación principal, el personal ocupado se clasificó de esta forma: en primer lugar el porcentaje más elevado de ocupación lo tuvieron los trabajadores no agrícolas, en segundo lugar el de los trabajadores en servicios diversos y conductores de vehículos, lo anterior se da para los años 1975, 1976 y 1977 y en las ciudades de Guadalajara, Monterrey y Distrito Federal. No obstante las de menor ocupación son las de trabajadores en labores agropecuarias, funcionarios superiores y personal directivo público y privado.

Es importante destacar que en la ocupación principal de comerciantes, vendedores y similares existe un promedio similar de población ocupada para los tres años. (Tablas 12 a, b y c)

Como se mencionó anteriormente los ingresos y gastos de las familias mexicanas, permiten conocer de manera más exacta las condiciones de vida de la población mexicana ya que éstas quedan determinadas en gran parte por el monto y destino de los ingresos que recibe una familia.

En consecuencia se presentará información sobre el origen de los ingresos y la forma en que se distribuyen entre los diferentes sectores de la población, complementándose con la presentación de estadísticas sobre el destino del gasto familiar.

Los esquemas de gasto y ahorro se ven afectados directamente por el tamaño de la familia o núcleo familiar y por el monto de sus ingresos.

El tamaño de la familia es importante porque de alguna manera afecta al gasto y ahorro, es decir, entre mayor sea la familia mayor va a ser el gasto y menor o nulo el ahorro.

Para un análisis del ingreso, se debe estudiar con cuidado las variaciones y tendencias en la distribución del ingreso en diferentes grupos demográficos. "La información de ingreso en ciudades y aún en secciones de ciudades pueden indicar la mejor localización para centros comerciales y rams suburbanas de tiendas establecidas en el centro de la ciudad." (8)

En la tabla 13, predominan las familias que se integran de 4 a 6 personas, esto representa el 44.6% del total de las familias, la información obtenida ayudará a conocer el número de consumidores potenciales por núcleo familiar.

070764

Para 1975 el origen del ingreso, promedio familiar fue el siguiente: 63.6% provenía de los ingresos por sueldos y salarios, 15.7% por empresas propias no agrícolas, 8.6% por empresas propias agropecuarias, 5.6% por operación de bienes muebles o inmuebles, 0.4% por operaciones en bienes de capital, 5.2% por transferencias y el 0.9% por imprevistos. (Tabla 14).

Cabe señalar, que esta estructura es diferente para cada nivel de ingreso. En el caso de la población de bajo ingreso la mayor parte de éste proviene básicamente de sueldos y salarios, de empresas propias no agrícolas y de la venta de productos agrícolas; situación explicable ya que es en estos niveles donde se ubican la mayoría de los obreros, peones, jornaleros, ejidatarios y pequeños agricultores. En cambio en los niveles de altos ingresos, las empresas agropecuarias disminuye su importancia y en los ingresos provenientes por sueldos y salarios existe un incremento considerable al igual que en operaciones de bienes muebles e inmuebles, no obstante también hay un aumento en los restantes rubros. (Tablas 15 y 16).

Concluyendo, en este año se observó que el promedio total de los ingresos por sueldos y salarios representan el 63.6%. En el estrato más bajo de ingresos esa proporción desciende a 26.9%; ello se explica por la elevada participación de los ingresos de los trabajadores por cuenta propia básicamente pequeños empresarios.

En la tabla de ingreso promedio familiar por estrato de ingreso y tamaño de la familia, en el año 1977 se vió que en el nivel de ingresos altos el promedio mayor se da en las familias de 10 y más personas. Es importante señalar que en los niveles de ingreso de la tabla, se presentan muchas variaciones, por ejemplo: en el estrato de 5201-7000 pesos mensuales, en familias de 1 a 3 inte-

grantes el ingreso promedio fue de 5,863.31, de 4 a 6 fue de 6121.63, de 7 a 9 fue de 6003.88 y para las de 10 y más fue de 6026.21. (Tabla 17). La información anterior sirve para conocer el poder adquisitivo de las familias.

Es mayor el número de familias en los niveles de ingreso bajo (1-500), considerando el tamaño de éstas, se da una mayor concentración en donde existe de 4 a 6 integrantes. En los niveles de ingreso medio (entre 1701 y 3000) hay una mayor concentración de familias, para los niveles de ingresos altos (9201-12251 y más) el número de familias que integran estos rangos son pocas. (Tabla 18).

Los gastos familiares varían de acuerdo al ingreso percibido por las familias en éste se incluye una gran diversidad de artículos y servicios, por esta razón es necesario clasificarlos en grupos que faciliten su análisis.

La agrupación más adecuada corresponde a los siguientes rubros:

- Alimentos, bebidas y tabaco.
- Vivienda, energía eléctrica, combustible y teléfono.
- Servicio doméstico.
- Ropa, calzado y otros artículos.
- Servicio de transporte.
- Educación.
- Servicios médicos.
- Otros servicios.
- Muebles, equipo y otros artículos domésticos.
- Vehículos.
- Otros gastos.

El gasto de las familias mexicanas, principalmente la de bajos ingresos, se destinaba en una gran proporción a cubrir necesidades esenciales, lo que limita --

otro tipo de gastos, ejemplo: las familias que percibieron de 1 a 500 pesos tuvieron un gasto promedio de 1174.95 pesos mensuales, el destino de éste fue el siguiente: 692.12 pesos en alimentos, bebidas y tabaco; vivienda, energía eléctrica, combustible y teléfono 191.37 pesos; servicio doméstico 0.30 pesos; ropa, calzado y otros artículos 130.82 pesos; servicio de transporte 41.85 pesos; educación 5.43 pesos; servicios médicos 27.41 pesos; otros servicios 58.78 pesos; muebles, equipo y otros artículos domésticos 18.81 pesos; vehículos 4.09 pesos; y otros gastos 3.99 pesos.

Como puede apreciarse en las tablas 19 y 20 una considerable parte de la población no tiene acceso a una gran cantidad de bienes y servicios y a medida que su ingreso es mayor la distribución de su gasto es mejor.

Esta información permite una mejor elección del mercado al cual se pretende dirigir el producto. También se ve, en las tablas, que hay una mayor cantidad de personas en los estratos de ingresos de 1701 a 3000 pesos mensuales, por lo que presenta un mercado potencial más importante.

PRODUCCION

La rama de la producción es otra de las que se analizarán en el presente trabajo. La mercadotecnia tiene una influencia determinante sobre la producción, ya que ésta (la mercadotecnia) proporciona información básica a la dirección de la empresa, esto puede significar menos clientela insatisfecha y a la larga mayor volumen de ventas, claro si ambas se relacionan, es por esta razón que creemos es de vital importancia el estudio de esta rama.

Para efectos del estudio de esta rama se tomaron en consideración el número de empresas, la localización de dichas empresas, el personal ocupado, la pro-

ducción en general y las utilidades sobre ventas existentes en cada uno de los rubros seleccionados para el análisis.

Se consideraron dos tipos de bienes: los no duraderos y los duraderos, dentro de los primeros están el trigo, maíz, arroz, aceites y grasas comestibles, leche y sus productos industrializados, refrescos embotellados, vinos, cervezas, tabaco, frutas y legumbres, café, cacao y sus productos, celulosa y papel, industria textil y de la confección, y calzado y curtiduría. En los segundos se encuentran los aparatos domésticos y enseres menores, electrónica de consumo, muebles de madera, industria automotriz y llantas.

El período analizado es de 1970 a 1980.

Con la información obtenida sobre la producción se puede determinar cual es el grado de concentración, en toda la Republica Mexicana, en cuanto a la producción en que lugares y cuantas empresas existen, donde es más -- factible, de acuerdo a la localización de la planta, colocar una nueva empresa, donde no esta muy saturado el mercado, etc.

TRIGO Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

La rama está constituida por aquellas empresas que utilizan el grano como principal insumo para la elaboración de diversos productos para consumo humano.

El número de empresas que integraron la rama fueron 8,723 en 1970 y -- 8,913 en 1980, como se ve hay un incremento del 2.18%, en la Tabla 21, se observó también que las unidades de fabricación de pan y pasteles representan el 97.5% del total para 1980.

Relacionando el número de empresas y la producción que generaron, se

da un notable grado de concentración, el 0.7% de las empresas aportaron el 33.5% del valor total de la producción y el 95.3% de las empresas generaron el 37.4%, en el año de 1975, para 1980, el 0.7% de las empresas aportaron el 39.1% del valor total de la producción y el 95.8% de las empresas generaron el 33.4%. (Tabla 22).

Esta rama es una fuente de ocupación para un número elevado de personas, en especial para las empresas productoras de pan y pasteles. En 1970 creó 49,102 empleos lo que representa el 76.26% del total ocupado en esta rama, en el año de 1980 proporcionó empleo a 50,360 personas. El total de empleos generados por esta rama fue de 64,389 en 1970 y para 1980 fue de 71,682 (Tabla 23 y 24).

A partir de 1971 a 1980 el ritmo de crecimiento de la producción del grano disminuyó notablemente, en comparación con el período 1960-70, situándose a un nivel de 4.8% en promedio. En 1980 se observó una significativa recuperación, como consecuencia de las medidas del gobierno federal orientadas a estimular la producción del grano, como consecuencia de lo anterior se incrementó la producción en un 22% respecto al año precedente.

Como la producción no ha satisfecho la demanda se ha importado. En 1978 las importaciones representaron el 19.2% de la producción nacional y en 1979, año en que las condiciones climatológicas fueron adversas, las importaciones alcanzaron casi el 63% de la producción nacional.

Las utilidades sobre ventas han mostrado una tendencia creciente, al pasar de 14.5% en 1975 a 15.6% en 1980. En el caso de fabricación de harina, el margen de utilidades ha sido un poco menos de la mitad de los alcanzados por las otras subramas. (Tabla 25)

Los productos de la rama están sujetos a un precio oficial.

MAIZ Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

La rama industrial del maíz comprende a aquellas empresas que procesan el grano mediante su molienda y nixtamalización, para obtener insumos y productos de consumo directo. En este caso sólo se consideran únicamente los molinos de nixtamal, las fábricas de harina y las tortillerías.

Esta rama estaba integrada, en 1970, por 35,207 establecimientos de los cuales el 57.22% eran molinos de nixtamal, el 42.65% se dedicaron a la fabricación de tortillas y únicamente el 0.13% a la elaboración de harina de maíz. Para el año de 1980, el 48.51% estaba dedicado a la fabricación de tortillas, el 51.46% a nixtamal y el 0.03% a la elaboración de harina de maíz. (Tabla 26).

Dentro de la industria alimentaria representa, la rama, la fuente de empleo más importante. En 1970 creó 68,866 empleos y en 1980 proporcionó ocupación a 73,057 personas. Sin embargo, el empleo promedio por establecimiento es muy reducido, situándose en sólo dos personas, salvo en las fábricas de harina, en las cuales existe un nivel promedio de 85 empleados por empresa. (Tabla 24).

En el período 1970-1980, la producción de nixtamal aumentó a una tasa media del 3.9% y el de las tortillerías a 6.1%, en cuanto a la producción de harina experimentó un notable impulso, alcanzando una tasa media anual de 16.9%. (Tabla 27).

De 1970 a 1975, el índice de precios se incrementó rápidamente. A partir de 1976 se experimentó un comportamiento contrario. Lo anterior se explica por el mayor control de precios que se ejerció en los productos de la rama durante el último quinquenio (1976 a 1980).

En tanto que en la década de los sesenta, la producción nacional de maíz logró una tasa de crecimiento promedio anual de 5.4%, para 1970-1978 disminuyó en forma notable a 2.6% en promedio anual. Incluso en 1979 la producción del grano se redujo en casi 23% en relación al año precedente. Para 1980 se observó una notable recuperación alcanzándose un incremento de 44.5%.

La insuficiencia en la producción nacional de maíz ha obligado a importar volúmenes crecientes del grano. En 1975, las importaciones representaron un poco más del 30% de la producción nacional, en 1980, no obstante el elevado nivel de producción logrado, se importaron 3,349 miles de toneladas, lo que representó el 27% de la producción nacional.

Los márgenes de utilidad sobre ventas son reducidos para el caso de los molinos de nixtamal y tortillerías fluctúan entre 1 y 2%, y entre el 3% y 4% para fábricas de harina, las inversiones realizadas han podido ser cubiertas con los recursos generados por la propia industria.

En 1980 las utilidades representaron tres veces el nivel de inversiones realizado. En tales resultados influyó definitivamente el apoyo que proporcionó el Estado a través de los subsidios.

ARROZ Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

Las empresas que participan en esta rama someten a la materia prima a los procesos de descascarillado, limpieza y pulido final, antes de ofrecerlo al consumo.

Durante el período 1970-90, el número de establecimientos ha variado, en 1970 se registraron 59 empresas beneficiadoras, en 1975 disminuyeron a 46

y en los años siguientes aumentaron, hasta llegar o alcanzar 94 empresas en 1980. El fenómeno anterior explica en cierta medida el comportamiento de la producción. De 1970 a 1974, los aumentos en la producción fueron poco significativos e incluso en 1971 hubo una disminución. En 1975 se logró un aumento de 46% en relación a 1974, lo que estimuló la creación de nuevas empresas y la reapertura de otras.

La ubicación de las empresas se encuentran en las entidades productoras de grano y sólo muy pocas donde están los principales centros de demanda. Así, Sinaloa, Veracruz, Morelos, Michoacán y Chiapas son los principales estados productores de arroz, en tanto que el Distrito Federal y el Estado de México, comprenden el 6% del total; el 24% restante se encuentra distribuido en otros siete estados productores.

La participación de las empresas en el volumen producido se observa una concentración. En 1970 las empresas chicas, que representaban el 49% del total, generaron el 9.3% de la producción, en 1980 pese a representar el 52.1% del total disminuyeron su contribución a un 4.7% de la producción. Las grandes empresas, que significaron 16% del total de empresas generaron 37% del valor en 1980. (Tabla 28)

Los empleos generados por esta rama aumentó a un promedio anual del 4.9% durante el período considerado, al pasar de 2,536 a 4,084 personas. En 1975 se observa una disminución del 21% como consecuencia de la salida de varias empresas. (Tabla 24).

La producción nacional de arroz experimento dos tendencias: la primera durante el lapso 1970-75, se presentó una tasa media anual de crecimiento del 4.9%, al pasar de 254.2 a 449.3 miles de toneladas. El segundo comporta

miento se da en el lapso de 1976-80, donde se registro una tasa negativa de 8.6%; en el último año, la producción descendió a 286 mil toneladas.

Como la producción no fue lo suficiente para cubrir la demanda fue necesario recurrir a las importaciones. (Tabla 29).

Las ventas de la rama se multiplicaron 6.2 veces, al pasar de 460.2 millones de pesos, en 1970, a 2884.9 millones de pesos en 1980. Las utilidades sobre ventas, por su parte, aumentaron a un menor ritmo, 5.4 veces (Tabla 30)

ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES

La industria de aceites y grasas comestibles está integrada por aquellas empresas que procesan fundamentalmente semillas oleaginosas, utilizando diversos procesos para obtener aceite, manteca vegetal y margarina, y con subproductos las harinas o pastas.

Existe una reducción, en el número de empresas, de 1970 a 1980. En 1970 existían 112 empresas y en 1980 sólo 90. Para el año de 1975, la cifra disminuyó a 83, debido a la salida de aquellas empresas que resultaron más afectadas por la escasez de materia prima, (Tabla 31)

La localización de los establecimientos o empresas se encuentran en las principales zonas de producción y consumo. El Distrito Federal, Jalisco, Estado de México, Nuevo León y Sonora representan el 67% de las empresas dedicadas a la producción de aceites y grasas comestibles.

Las empresas grandes predominan en la rama, tanto por su número como por su participación en el valor de la producción, en 1975 el 43.4% del total de las empresas generaron un valor de 6328.2 millones de pesos que es el 62.6% -- del total del valor de la producción y para 1980 la mitad del total de las empresas generaron el 67% del valor de la producción. En cambio las empresas chicas, en

1980, 24 de estas produjeron un valor de 1090.3 millones de pesos, es decir, - el 4.2% del total. (Tabla 32)

En 1970, el personal ocupado fue de 10340 y para el año de 1980, ascendió a 14250 personas de las cuales el 72% eran obreros y el 28% empleados. (Tabla 24).

La producción de subproductos ha crecido más rápidamente que la de -- artículos finales. Durante 1970-80, la producción de pastas de incrementó a una tasa media anual de 13.9%, en tanto la de aceites y grasas comestibles creció a sólo 2.7%; la producción global lo hizo a 8.6%. (Tabla 33).

Por tipo de artículos, el comportamiento de la producción favorece a los aceites de cártamo, manteca y soya, ya que van en aumento. (Tabla 34)

La utilidad es sobre ventas se han duplicado de 1975 a 1980, alcanzando en el último año 1844 millones de pesos.

LECHE Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

La rama esta formada por aquellas empresas que utilizan leche como principal insumo y que a través de diversos procesos le añaden valor agregado o bien obtienen productos de consumo final.

En 1970, la rama estaba integrada por 500 empresas de las cuales el 29.6% está dedicada a la pasteurización, rehidratación, homogeneización y envasado de leche, el 2.4% a la fabricación de leche condensada, evaporada y en polvo y el 68% a la fabricación de quesos, crema y mantequilla. Para 1980, el 21% estaba dedicado a la pasteurización, rehidratación, homogeneización y envasado de leche, y un aumento en el número de empresas que fabrican queso, crema y mantequilla. (Tabla 35)

La localización de los establecimientos productores se concentra en las -

entidades de mayor producción ganadera, en aquellas que por su población e ingresos representan los mercados más importantes, en Chihuahua, Veracruz, Chiapas, Sonora y Tamaulipas son las entidades de mayor producción ganadera, en el Distrito Federal, Estado de México, Nuevo León y Jalisco por su alta concentración demográfica.

Las empresas grandes predominan notablemente en su aportación a la producción global. En 1980, este tipo de establecimientos, que representaron el 9% del total de empresas, generaron el 68% del valor de la producción. (Tabla 36).

El crecimiento promedio anual de generación de empleos en la rama, ha sido del 3.1% durante 1970 y 1980. En 1970 el total de personal ocupado es de 11,541, para el 80 ascendió a 15,590 personas. El promedio de personas ocupadas por establecimiento se sitúa en 28 empleados. Las fábricas de leche condensada, evaporada y en polvo presenta un promedio de 300 empleados por empresa. (Tabla 24).

Se observaron diferentes comportamientos en cuanto a la tendencia de la producción de las tres clases de establecimientos o empresas. La producción de leche pasteurizada, rehidratada, homogeneizada y envasada, ha crecido a una tasa media anual de 4.2%, la de leche condensada, evaporada y en polvo registró 7.4% y la de crema, queso y mantequilla 8.2% (Tabla 37)

La tasa de crecimiento media anual de la producción de leche durante el período 1970-80, fue de 46%, al pasar de 4,483 millones de litros a 7,021 millones de litros. Este crecimiento fue insuficiente para satisfacer los requerimientos internos por lo que fue necesario recurrir a fuentes externas de abastecimiento. (Tabla 38)

De 1975 a 1980, las utilidades sobre ventas se incrementaron de 6.6% a 9.3%, destacando particularmente el caso del queso, crema y manteguita - que de 8.2% se elevó a 12.3%, en leche condensada, evaporada y en polvo se experimentó una reducción de 7.1% a 5.3% y en leche pasteurizada, rehidratada, homogeneizada y envasada logro ascender del 2.6% a 4.9%. (Tabla 39)

REFRESCOS EMBOTELLADOS

La industria refresquera se constituye por empresas que elaboran bebidas embotelladas, utilizando en sus procesos frutas naturales, esencias y concentrados.

Desde 1975 se ha observado una disminución del número de empresas, lo que favorece a los grandes grupos, al desplazar a las empresas pequeñas y medianas, que en su mayoría son de propietarios mexicanos. En efecto, en 1975 existían 267 empresas que disminuyeron a 249 en 1980; de éstas, 76 pertenecen al grupo Coca-Cola, 50 a Pepsi-Cola, 42 mixtas, 72 a diversos empresarios mexicanos y las 9 restantes a otras firmas extranjeras. (Tabla 40)

En cuanto a la localización, las plantas embotelladoras de refresco se ubican en función del mercado, la franquicia, los costos de producción y las vías de comunicación. Por su parte las embotelladoras de aguas minerales se establecen en las cercanías de los manantiales de aguas minerales. Veracruz cuenta con el mayor número de embotelladoras (24); le siguen en importancia Chihuahua, el Distrito Federal y Puebla con 13 plantas cada uno; Guanajuato con 10, Michoacán con 9, San Luis Potosí, Sinaloa, Querétaro y Coahuila con 8 cada uno y los demás estados tienen entre una y siete plantas, excepto Tlaxcala que no cuenta con ninguna.

La rama alcanzó un crecimiento medio anual de 7.3% en el personal --

que ocupó entre 1975 y 1980, que fue de 46,342 y de 70,406 trabajadores, respectivamente, (Tabla 24).

La estructura de la producción de refrescos por marcas es de los 20666 millones de botellas producidas en 1980, correspondieron 11862 millones, 57.4%, a refrescos de cola (Coca-Cola y Pepsi-Cola); 2377 millones, 11.5%, a marcas propiedad de esas franquiciadoras (9) (Mirinda, Fanta y otras marca de Coca-Cola y Pepsi-Cola); 1633 millones, 7.9%; a otras internacionales (orange-Crush, Canadá-Dry, Seven-Up, Squirt, etc.) y 4794 millones a marcas nacionales, de las cuales 4.5% son aguas minerales y 18.7% refrescos de sabores. (Tabla 41).

La producción de refrescos a tendido a incrementarse entre los años de 1975-1980, excepto en 1976 que tuvo un decrecimiento del 12% respecto al año anterior. (Tabla 42).

El nuevo precio autorizado en 1980 generó a la industria un ingreso adicional, que le permitió una cierta recuperación del deterioro sufrido en los últimos tres años del período analizado (1978, 1979 y 1980).

INDUSTRIA VITIVINICOLA

Se entiende por industria vitivinícola al conjunto de empresas y actividades que producen bebidas alcohólicas a partir de la uva. Los principales productos obtenidos son el vino y el brandy.

En 1979, la industria vitivinícola constaba de 68 empresas, la mayoría de las cuales se localizaron en los estados de Coahuila, Aguascalientes, Durango, Baja California, Zacatecas y Querétaro, entidades en donde se concentra la producción de uva.

Durante el período 1970-80, la fuerza laboral de la industria vitivinícola aumentó a una tasa media de 14.5% anual, de tal suerte que en 1980 empleó

casi cuatroyes veces al personal de 1970. Como se observa en la tabla 25, la fuerza laboral en 1970 fue de 945 empleos y en 1980 esta industria generó 3,863 empleos.

De 1970 a 1980, la producción de la industria vitivinícola creció a una tasa de 13.5% anual totalizando 152.0 millones de litros en 1980. (Tabla 43)

El índice de precios de esta industria creció a una tasa media de 3.4% --- anual durante el período de 1970-76, en los últimos cuatro años del período el crecimiento aumentó a 20.6% anual.

El índice de precios al consumidor, por su parte, tuvo un crecimiento del 13% en promedio anual en el período 1970-75, a partir de 1975 el crecimiento de los precios de éstos se aceleró a 18.9%.

En la Industria Vitivinícola existen los brandies, vinos de mesa y vinos generosos.

La producción de brandies que es el producto más importante en la industria vitivinícola creció a una tasa media de 13.5% anual, alcanzando 125.5 millones de litros en 1980. (Tabla 44a)

Los precios de los brandies tuvieron un crecimiento de 15.4% anual.

La producción de vinos de mesa creció consistentemente a una tasa media de 17.0% anual, en el período antes mencionado, totalizando 20.6 millones de litros en el último año, representando alrededor del 14% de la producción total de la industria vitivinícola. (Tabla 44b)

En cuanto a los precios aumentaron a una tasa media de 15.4% anual durante 1970-1980.

La producción de vinos generosos creció a una tasa de 7.4% promedio anual, al pasar de 2.9 millones de litros en 1970 a 5.9 millones de litros en 1980. (Tabla 44c).

Los precios de los vinos generosos crecieron a una tasa media de 14.5% --

anual durante 1970-80.

CERVEZA .

La cerveza es una bebida efervescente elaborada de malta de cebada, con o sin adición de otros cereales como lúpulo, arroz, gritz, azúcar y agua potable, que se fermentan mediante cultivos puros de levadura.

Se conoce como industria cervecera, al conjunto de empresas y actividades que se dedican a su elaboración, a través de los procesos de criba, molienda, calentamiento, enfriamiento, fermentación y pasteurización.

La industria cervecera en México se inició hace ochenta y cuatro años, --- aproximadamente. La integran cuatro empresas, tres de las cuales generan el 99% de la producción nacional y operan 16 de las 17 plantas que existen el país. (Tabla-45).

Tres son las compañías que controlan el mercado nacional: Cervecería Modelo, Cuauhtémoc y Moctezuma.

Durante el período 1970-80, la fuerza laboral creció, en 1970, hubo un total de 13,972 empleos, registrándose en 1980 un total de 21555 empleos de los cuales - el 70%, aproximadamente son obreros y el resto empleados (30 %). (Tabla 24).

La producción de cerveza se desarrolló a una tasa media de 6.5% anual --- mientras que la demanda evoluciono a un ritmo de 6.1% de promedio anual, esto -- quiere decir que la producción fuera suficiente para satisfacer el mercado interno y generar excedentes exportables. En 1970 se tuvo una producción de 14600 hectolitros y para 1980 se produjo 27333 hectolitros. (Tabla 46).

El precio de la cerveza se elevó a una tasa media de 19.8% anual, al pasar de 2.6 pesos por litro, en 1970, a 15.8 pesos en 1980. En esta industria el precio es un factor importante en la determinación de su demanda, dado que el precio del refresco fue mayor, esta situación se observó al tener un incremento del 12.5% en

el consumo de cerveza y una reducción de 2.7% en el refresco, es decir, prefieren consumir cerveza en lugar de refresco debido al precio.

La industria de la cerveza mantuvo un incremento en ventas de 22.8% entre 1974 y 1979; en el mismo período, las utilidades lo hicieron en 43.23%. (Tabla 47).

T A B A C O .

Esta industria se integra por el conjunto de establecimientos dedicados al beneficio del tabaco en sus propias instalaciones y los que fabrican productos a base de este insumo como son cigarrillos, puros y picaduras para pipa.

La empresa paraestatal TABAMEX fomenta en todas sus formas la producción del tabaco desde su cultivo y cosecha hasta su industrialización y comercialización.

La industria cigarrera nacional se encuentra concentrada sólo en tres empresas, las cuales controlan las siete plantas existentes. (Tabla 48).

Debido a los rápidos crecimientos en la automatización como consecuencia del avance tecnológico, el nivel de empleo a decrecido considerablemente, en el período 1970-78 fue de 1.4% anual, estimándose que éste caerá aún más en el próximo decenio. (Tabla 24).

El insumo principal de la industria cigarrera es el tabaco en rama, su producción nacional es suficiente para abastecer los distintos establecimientos de la industria cigarrera nacional.

La producción fluctuó irregularmente alrededor de 68 mil toneladas debido tanto a factores climatológicos, como a la demanda de la industria cigarrera. (Tabla 49).

Ahora se verá como se dió la producción de cigarrillos, se expandió a una tasa media anual de 2.5% durante el período de 1970-80. (Tabla 50).

La superficie cosechada varió entre 43 y 49 mil hectáreas entre el período antes mencionado, respectivamente, de la cual un 75% corresponde al estado de Nayarit y el resto a Veracruz, Oaxaca y Chiapas, alcanzando una productividad global máxima en 1975, de 1.70 toneladas por hectárea.

CELULOSA Y PAPEL

El conjunto de empresas y actividades, que a partir de materiales fibrosos, madera de coníferas y de residuos agrícolas e industriales, se obtiene celulosa, papel y cartón. Esta compuesta por 65 empresas de las cuales 13 producen celulosa, 38 papel y 14 ambos productos.

Si bien esta industria se caracteriza por ser intensiva en capital (751 mil pesos empleo generado), entre 1970 y 1980, su fuerza de trabajo creció a una tasa media de 6.5% anual, hasta generar 29,700 empleos, aproximadamente, en 1980. (Tabla 24).

La producción, por su parte, creció a un ritmo de 4.9% en promedio anual durante el lapso 1971-80; también en este caso la mayor participación la tuvo la celulosa química al sulfato, con el 49% de la producción en promedio, siguiéndole en importancia la celulosa química de bagazo de caña, con una participación del 23.4% en promedio del total.

En cuanto al papel, la producción creció al 8.3% en promedio anual en el mismo período, dentro de la producción de papel, el mayor aporte fue el del papel para empaque con 587.7 toneladas para 1970, y en 1980 aportó 1109 toneladas casi se duplicó la producción. (Tabla 51).

Durante los sesentas el índice de precios de la industria creció a un ritmo 2.3 veces menor que el de la economía en su conjunto. En los años setentas el precio disminuyó, la industria aumento a una tasa media de 16.1% anual, en tanto que la economía lo hiciera al 17.0%.

FRUTAS Y LEGUMBRES INDUSTRIALIZADAS

Para la preparación y envase de las frutas y legumbres se requiere algún tipo de procesamiento industrial sobre la materia prima fresca; las principales frutas consideradas son: fresa, piña, naranja, durazno, aceituna y mango y las legumbres: tomate, chile y chicharo.

El número de empresas que participaron en esta industria en 1970 fue de 289 y para 1980 de 225. Esta disminución es reflejo de los efectos de la concentración industrial de las grandes empresas nacionales y extranjeras. De las 225 empresas existentes en 1980; " el 5.3% correspondían a las de conservación de frutas y legumbres por deshidratación; 48.9% a las de preparación, conservación y elaboración de conservas y encurtidos de frutas y legumbres; 37.8% a los fabricantes de ates, jaleas, frutas cubiertas o cristalizadas y otros dulces y el 8.0% a la de fabricación de salsas, sopas y otros alimentos colados y envasados "

El mayor grado de concentración se presentó en la conservación de frutas y legumbres por deshidratación y en la fabricación de alimentos colados. En la primera actividad cuatro empresas aportaron el 94.8% de la producción total. Cinco empresas de la segunda (alimentos colados) aportaron el 95.6% del producto bruto, (11). En relación a la concentración geográfica, el 60.4% de las 225 empresas existentes en 1980, se localizan en los estados de Jalisco, México, Guanajuato, Michoacán y el D.F.

Durante el período 1970 a 1980 el empleo generado por la industria pasó de 23,604 personas a 20,079 significando en términos relativos un decremento de 14.9%, Tabla 24.

La oferta de frutas y legumbres no es continua durante todo el año, se caracteriza por su alto grado de perecibilidad. Debido a lo anterior y a la falta de frigoríficos y centros de abastecimiento adecuados, así como la ausencia de otras

líneas de producción en las empresas, la industria utilizó en promedio el 40% de su capacidad instalada.

"Durante el período 1970-1980, el 27% de la producción total de fruta fresca se destinó al uso industrial; en consecuencia la producción nacional de frutas procesadas se incrementó hasta alcanzar 221 mil toneladas en 1980 con una tasa media anual de 1.3%. Además el 37.7% de esta producción correspondió a la piña y el 38.1% a la fresa congelada", (12).

De la producción total de legumbres frescas, en promedio el 24.6% se destinó al uso industrial, así la producción nacional aumentó al pasar de 153 mil toneladas en 1970 a 172 mil en 1980, su tasa media anual de crecimiento fue del 1.2%. - En 1980 la transformación de productos de tomate constituyó el 27.9% de la producción total de legumbres procesadas, mientras que los productos de Chile aportaron el 70.9%, (13).

CAFE INDUSTRIALIZADO

La industria del café se integra por las empresas que procesan café beneficiado para obtener productos de consumo directo como el café tostado y molido, y el café soluble.

El número de empresas creció de 356 en 1970 a 366 en 1980, lo que significó una tasa media anual de crecimiento de 0.31%. En el último año, 7 empresas estaban dedicadas a la fabricación de café soluble y 359 a la elaboración de café tostado y molido, Tabla 52.

La distribución geográfica de los establecimientos productores se acentúa en el centro de la República, localizándose el 63% del total en el D.F. y el Edo. de México, dado el alto poder de compra y la elevada población existente en estas zonas.

El grado de concentración, en lo que se refiere a producción, es muy nota-

ble, en 1980 el 6.8% del total de las empresas grandes generó el 88.1% del valor de la producción total de la rama, Tabla 53.

El número de personas empleadas en el período (1970-1980) descendió a una tasa media anual de 8.5%, pasando de 12,508 a 6,110 personas. El decremento más rápido se dió en la fabricación de café soluble siendo de 13.3% anual en el período y para el café tostado y molido fue de 7.1%, Tablas 24 y 54.

La producción en el período creció a una tasa media anual de 2.1% al pasar de 35,703 toneladas en 1970 a 44,100 toneladas en 1980. Sin embargo en 1975 se observó un mayor auge en la elaboración de café soluble, tostado y molido; el primer producto aumento 26.8% y el segundo 26.5% respecto a 1970. No obstante en el período el producto de mayor incremento, es el café soluble Tabla 55.

El café tiene gran importancia dentro de la economía del país. Del cultivo, comercialización e industrialización dependen un poco más de dos millones de personas; como generador de divisas ocupa una posición importante. Así se tiene que en 1980 se destinaron al mercado internacional 115,700 toneladas de café, lo que representó casi el 60% de la producción nacional. Al mercado doméstico se dirigieron 77,000 toneladas; en 1979 se exportaron 170,300 toneladas o sea 75% de la producción, tabla 56.

Durante los últimos cinco años (1975-1980) las cifras de venta no han crecido. Por su parte las utilidades sobre ventas de 1980 se situó en 35.2% para tostado y molido y 24.1% para café soluble Tabla 57.

CACAO Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

La industria elaboradora de cocoa y chocolate comprende aquellas empresas que procesan cacao beneficiado para obtener insumos como la manteca y polvo de cocoa y productos de consumo directo, chocolate macizo y chocolate en polvo.

61

"En México coexisten unidades productoras de cocoa y chocolate con niveles de operación reducida, con modernas empresas de tecnología avanzada" (14). Las grandes empresas predominan notablemente. En 1980 la rama estaba integrada por 52 establecimientos de los cuales 6 tenían altos niveles de mecanización y participaban con el 67% del valor de la producción total. Las restantes empresas eran pequeñas unidades artesanales, cuya producción representó el 14% del total, Tabla 58.

070764

La localización geográfica de la industria esta muy concentrada. El grueso de las pequeñas unidades y las mas modernas fabricas elaboradoras de cocoa y chocolate se encuentran en tres entidades; el D.F., Jalisco y Michoacán en las cuales se ubica casi el 60% de los establecimientos. Esto se debe principalmente a la existencia de grandes nucleos de población, altos niveles de mano de obra calificada y la existencia del mercado más amplio del país. En los principales estados productores de cacao Tabasco y Chiapas sólo se elaboro un tercio de la producción nacional de cocoa y chocolate.

En 1980 la rama empleo e 1920 personas, cifra reducida en relación a -- otras ramas de la industria manufacturera. Sin embargo en promedio se emplearon 37 personas por establecimiento, tabla 24.

La producción de la rama en el período 1970-1980 paso de 18,490 a 30,680 toneladas lo que signífico un incremento promedio de 5.2% anual. Sin embargo en 1975 se observo un desplazamiento de la producción, tanto de manteca de cacao como de cocoa y chocolate; el primero decreció 41.1% y el segundo 38.9%." Respecto a 1970 el descenso que se presento se debio a la decisión de la mayoría de los productores de cacao por retener la vanta de una buena parte de su cosecha - ante la expectativa del alza de precio internacional del grano" (15).

Para 1980 la producción se recuperó; se incrementó el 39.1% en manteca -

de cacao y 91.6% en cocoa y chocolate en relación a los niveles de 1970, Tabla 59.

El comportamiento de la rama está estrechamente vinculado al de la producción de cacao. Durante 1970-1980 el cultivo de cacao ha experimentado una tendencia escendente aunque en algunos años se observan reducciones.

El Período considerado la tasa de crecimiento anual fue de 2.2% alcanzando en 1980; 35,800 toneladas.

En 1979 se destinaron a las exportaciones 15,500 toneladas de cacao, lo que representó casi el 44% de la producción nacional. Al mercado doméstico se dirigieron 20,200 toneladas. Sin embargo en 1980. (16), se estimó una reducción de casi 30% en el volumen exportado debido a la contracción del mercado internacional, Tabla 60.

En el lapso considerado, las utilidades sobre ventas aumentaron del 15.1% a 17.8% gracias al crecimiento de los precios, Tabla 61.

INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCION

La industria textil está integrada por el conjunto de empresas y actividades que se dedican a la producción de hilos y telas principalmente a partir de fibras blandas, naturales y químicas.

Durante el período 1970-1980 en el número de establecimientos textiles se observó un comportamiento irregular, siendo 1976 el año en que se registró el menor número de empresas, para 1980 existían 2,327 establecimientos textiles, agrupándose varios de ellos en grupos de empresas, en este año se identificaron veinte grupos siendo estos los de mayor importancia, llegaron a observar el 50% del total de las fibras blandas, tabla 62.

"La industria textil se caracteriza por su alto grado de concentración en 1975 el 5.1% de las unidades fabriles generaron el 42.5% del valor de la --

producción. En contraste el 59% de los establecimientos aportó el 3.6% del valor de la producción" (17). El número de personas empleadas creció durante el lapso 1970-1980 a una tasa media anual de 2.3% pasando de 195 mil a 245 mil personas de las cuales el 84.2% fueron obreros y 15.8% empleados, tablas 24 y 63.

La producción textil se desarrolló a una tasa media de 6.5% anual - durante el período 1970-1980; de 1970 a 1975 la tasa fue de 7.4%; a partir de 1975 se redujo su dinamismo a 5.7% en promedio anual y en 1980 fue de 435 mil toneladas, tabla 64. El dinamismo se sustentó en el desarrollo de los productos elaborados con fibras sintéticas.

CALZADO Y CURTIDURIA

La industria de la curtidería y el calzado está constituida por el conjunto de empresas que a partir de procesos independientes o integrados, transforman el cuero crudo en pieles o insumos industriales, fabricando todo tipo de calzado a partir de este insumo y otras materias primas textiles, plásticos y metálicos.

Durante el período 1970-1980 en la industria de la curtidería el número de empresas disminuyó al pasar de 530 en 1970 a 357 en 1980, por la desaparición de las pequeñas empresas.

La industria del calzado estaba integrada en 1980 por cerca de 2,350 empresas, existiendo además un número estimado en 2,600 pequeños talleres artesanales en el país. (18).

La mayor zona industrial de calzado en el país es la Cd. de León Guajalajara con un 37% de la producción total y se especializa en el segmento de calzado para hombres y niños. La Cd. de Guadalajara, Jalisco es también un importante centro industrial (26%), productor principal de calzado para damas

y niñas, por último el área metropolitana de la Cd. de México (27%) se ha caracterizado por la fabricación de calzado sintético con altos niveles de productividad y tecnología; el restante 10% de la producción de calzado, de cualquier tipo, se distribuye en los demás Edos. de la República.

Dentro de la rama existe una elevada proporción de empresas de carácter familiar (pequeñas y artesanales), ya que del total, el 46% tiene una producción diaria de 1 a 100 y de 100 a 500 pares y sólo el 28% produce más de 1000 pares diarios, tabla 65. "La empresa más grande del país aporta el 6% de la producción total diaria, y es cuatro veces superior en tamaño al siguiente productor" (19).

La generación de empleo en la industria de la curtiduría y el calzado creció a un ritmo del 4% en el lapso 1970-1980, ocupando aproximadamente a 59,276 empleados al final del período, además de este total el 88% fue captado por la fabricación de calzado y el restante 12% por la curtiduría, tablas 24 y 66.

Los márgenes de utilidad para la industria en 1980 se situaron entre el tres y diez por ciento de las ventas, dependiendo de la talla y calidad del zapato, tabla 68.

La producción de cuero crudo en el período 1970-1980 creció a una tasa media anual de 3.7%, al pasar de 105.5 miles de toneladas en 1970, a 152.0 en 1980; destacando el lapso 1975-1979 en el que se presentó un dinamismo mayor y se obtuvo una tasa de crecimiento del 5%. Los cueros procesados aumentaron su producción a una tasa media anual de 6.2% en el mismo lapso, donde resaltan los incrementos logrados en 1977 de 17%.

Por su parte, la producción de calzado logró un ritmo de crecimiento de 7.8% anual durante 1970-1980, pasando de 100.7 millones de pares en 1970 a 214.0 en 1980, tabla 67.

APARATOS DOMESTICOS Y ENSERES MENORES

La industria de aparatos domésticos está constituida por empresas que a

través de procesos de troquelado, estampado, y ensamble, fabrican bienes de consumo duradero para uso en el hogar.

En 1980, la industria estaba integrada por 24 empresas; catorce de enseres mayores, seis de enseres menores y cuatro de ambos tipos de productos en este mismo año, tabla 69. "Cinco fabricantes, representaban el 28% del total del segmento de enseres mayores, generando el 69% del valor de la producción; en enseres menores, tres empresas que significaban el 30% del segmento fabricaron el 79% del total" (20). En el total del segmento de enseres mayores, aceros esmaltados, general Electric e Industrias Mabe participaron con el 51%. En cuanto al segmento de enseres menores, las empresas Philips, Sumbeam y General Electric participaron con el 79%, Tabla 70.

El personal ocupado, en el decenio, por la industria de aparatos domésticos registró una tasa media anual de crecimiento de 8.9%; en 1980 ascendió a 25,349 trabajadores, tabla 24. "Durante el período 1974-1980 las ventas de la industria crecieron a una tasa media de 17.8% en promedio anual, mientras que las utilidades en 18.5%" (21).

ELECTRONICA DE CONSUMO

Se entiende por industria electrónica de bienes de consumo al conjunto de empresas que se dedican a la fabricación de televisores, radios, equipos de sonido y otros bienes.

En 1980 la industria electrónica de consumo estaba integrada por su volumen de producción. De estas el 47% se dedicaban a la fabricación de equipos modulares, 42% a las consolas y el 36% a los televisores blanco y negro. Las actividades menos frecuentes son: la fabricación de radios en donde sólo participaban nueve empresas; en televisores cromáticos y audio componentes, ocho; en radios para automóviles y tocadiscos, seis; en sinfonolas, cuatro y en toca

cintas participaban dos (22).

El personal ocupado por la industria aumentó durante el período considerado a un ritmo promedio anual de 3.4% llegando en 1980 a 11,811 personas, sin embargo en su evolución se presentan variaciones. El comportamiento irregular en esta rama se explica principalmente por los problemas de mercado y por los progresos tecnológicos que se reflejan en menores requerimientos de mano de obra, conforme aumenta la capacidad de circuitos integrados, tabla 24.

La producción de los principales artículos de la industria electrónica de consumo (23), evolucionó a un ritmo de 3.6% anual casi en todo el período pero a fines de 1970-1980 se incrementó notablemente y pasó a 19.8% en promedio anual, con lo que se alcanzó en 1980 los 2.9 millones de unidades. Los equipos receptores de televisión participaron con 27.7% de la producción en 1970, pasando en 1975 a 32.2% y en 1980 a 34.9% (399; 1,765 y 2,870 mil unidades respectivamente).

Los equipos de audio mantuvieron su participación mayoritaria en la producción; así en 1970 con el 72.3%; 1975 con 67.8% y 1980 con 65.1%.

Cabe mencionar que el volumen de la producción en esta industria está asociada al grado de saturación de los mercados que lo integran, tabla 71.

MUEBLES DE MADERA

Se constituye esta rama por las empresas que a través de diversos procesos de corte, torneado, pintado, barnizado y pulido, fabrican mobiliario de madera para uso en el hogar.

En 1970 se tuvieron registrados 3,594 establecimientos, cifra que disminuyó a 2,823 en 1975, para 1980 se estimaron 2,290 unidades. La disminución en el número de empresas de 1970 a 1975 se explica por la insuficiencia de materia prima que se presentó en 1974 y 1975. Este problema afectó al número de empresas

pequeñas en mayor proporción, para 1980 se experimento nuevamente esta situación lo que determinó el cierre de más empresas, tabla 72.

La rama presenta la siguiente concentración: en 1980 (cifras estimadas) - cien grandes empresas, que representaban el 4.3% del número de establecimientos generaron el 66.4% de la producción bruta total de la rama, de lo anterior se desprende que la rama tiene un alto nivel de concentración. Las empresas pequeñas significaron el 54.4% y participaron con el 2.2% de la producción bruta total tabla 73.

En cuanto a la distribución geográfica de la empresa, cinco entidades de la República Mexicana concentran el 56.3%, a saber en el D.F. (32.6%) Jalisco (8.9%), Michoacán (5.5%), el Edo. de México (4.7%) y Nuevo León (4.6%); el restante 43.7% se localiza en diferentes zonas del país. Es importante señalar que el D.F., participa con el 59% de la producción nacional de muebles.

En 1980 las personas empleadas por la rama fueron 31,227 con una tasa media en el período de 2.1% tabla 24, "el mayor dinamismo en la generación de empleos se presenta en las empresas medianas y pequeñas, en tanto que en las empresas grandes los aumentos en la producción se han basado en la utilización más intensa de capital" (24).

Durante el período 1970-1980 la oferta nacional de muebles de madera -- agrupada en los diversos tipos de juegos, creció a una tasa media anual de 3.4% ascendiendo en 1980 a 1,980 miles de juegos. El valor de la producción se multiplico 8.9 veces en el período considerado, al pasar de 2,094 a 18,651 millones de pesos, tabla 74.

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

La industria automotriz en México está integrada por dos ramas principalmente; la industria automotriz terminal que comprende a los establecimientos --

que se dedican a la fabricación y ensamble de automóviles, autobuses integrales, camiones, tractocamiones y tractores agrícolas. La industria de autopartes incluye a los establecimientos que se dedican a la fabricación nacional de componentes y sus partes, que se utilizan en el ensamble de vehículos o en el mercado de repuestos, así como los fabricantes nacionales de remolques o cualquier otro tipo de carrocería.

La industria disminuyó su volumen de producción de 1976 y 1977 (25), debido principalmente a problemas de financiamiento y a la reducción de sus ventas a causa de los ajustes de precios, a excepción de esos años la industria -- presenta una expansión continua.

El empleo generado por la industria automotriz, creció aceleradamente -- 1970-1980 pasando de un total de 66 mil empleados en 1970 a 138 mil en 1980, -- cuyo resultado medio es del 7.6%.

La industria de autopartes generó en promedio alrededor del 60% de ocupación total, correspondiendo el 40% restante a la industria terminal, tabla 24. La industria automotriz es una destacada fuente generadora de ingresos y empleos indirectos, en virtud de que propicia el establecimiento de una serie de pequeñas empresas tales como talleres mecánicos, de hojalatería, lubricación, gasolineras, vulcanizadoras, servicios eléctricos, etc.

La industria terminal Mexicana se compone en total de 16 empresas, que operan simultáneamente en uno o más de los mercados siguientes; automóviles, camiones, tractocamiones, autobuses integrales y tractores agrícolas.

En términos de unidades producidas el segmento más importante de la -- industria es el de automóviles que en 1980 produjo 303 mil unidades con el 60% de la producción total; le sigue la producción de camiones con 178 mil unidades (35%) y el 5% restante lo forman los tractocamiones y autobuses, tabla 75.

En cuanto a los automóviles y camiones ligeros, de manera más específica presentan la siguiente situación; en este segmento de la industria automotriz participaron en 1980 ocho empresas, cuatro de ellas produjeron automoviles, vehículos comerciales y camiones ligeros; Chrysler de México, S.A., Ford Motor Company, S.A., General Motors de México, S.A. de C.V., y vehículos automotores. Las cuatro empresas restantes tienen una mayor especialización: Volkswagen de México y Nissan Mexicana producen automóviles y vehículos comerciales; Renault de México produce solamente automóviles y por último Diesel Nacional, S.A., se concentra en la producción de vehículos comerciales y camiones ligeros.

La elevada inversión necesaria para operar a escala económica puede considerarse como una barrera de entrada en la industria, tabla 76.

La producción de automóviles, vehículos automotores y camiones ligeros creció al 9.9% anual entre 1970 y 1980, pasando de 170 mil unidades en el primer año a 438 mil en el último. Durante los años 1970 - 1975 el crecimiento anual fue del 13.4% en promedio y para la segunda mitad de la década el crecimiento de la industria se redujo al 6.6% anual. Esta situación se dió principalmente a que de 1976 y 1977 la industria en general pasó por una etapa de reajuste (disminución de la demanda y la devaluación de la moneda). No obstante de los tres segmentos mencionados el más dinámico fue el de la producción de vehículos comerciales, que se incremento al 15.7% anual durante el período, pasando de 25 mil unidades en 1970 a 107 mil en 1980, tabla 77.

Durante el período 1970-1980 las ventas de automóviles se incremento al 8%, pasando de 133 mil unidades vendidas en el primer año a 286 en el último, tabla 78.

Las empresas de mayor importancia y participación en las ventas de auto

móviles fueron: Volkswagen como la de más penetración en el mercado de automóviles (26.7%) en 1970 y en 1980 (37.6%); le sigue Chrysler de México con -- 19.2% y 19.9% respectivamente; el tercer lugar lo ocupó Ford Motor Company de México, que alcanzó su penetración máxima en 1970 con 17.1%, disminuyó ésta en 1980 siendo de 13.5% del mercado. Las cuatro empresas restantes, Nissan - General Motors, VAM y Renault tenían en 1970 una penetración individual entre 8.9% y 9.9%; para 1980, Nissan se despegó del resto alcanzando el 12.6% de las unidades vendidas, mientras que General Motors descendió al 6.0%, VAM al 7.3% y Renault al 7.5%, tabla 79.

Como se puede observar, durante 1970-1980 se presenta una clara tendencia de aumento en la penetración del mercado por los automóviles populares y compactos, representando en 1970 el 72.5% de las ventas totales de automóviles, las que aumentaron al 85.8% en 1980, tabla 80.

La industria terminal se integra por los fabricantes nacionales que realizan el ensamble de vehículos automotores y que utilizan componentes de producción nacional, tanto fabricados por ellos mismo, como por la industria de autopartes, completadas con componentes de importación.

"En 1980 existían nueve empresas, de las cuales cinco fabrican camiones pesados de estas nueve cinco producían tractocamiones y tres autobuses integrales" (26).

La rama muestra un elevado grado de concentración; en la producción de camiones dos empresas aportaron el 67.8% de la producción; de tractocamiones dos participaron con el 68.9%; prácticamente dos empresas aportaron el 100% de la -- producción de autobuses. Cabe mencionar que DINA es la única empresa que participa en la producción de los tres tipos de unidades mencionados, tabla 81.

La rama ha tenido un promedio anual de generación de empleo de 6% du--

rante el lapso 1970-1980, en el último año se estimó que se ocuparían 15,043 personas de las cuales 4,470 serían empleados y 10,573 obreros no obstante, en 1976-1977 por la concentración en la inversión el empleo disminuyó 40% en relación a la fuerza de trabajo empleada en 1975, es decir, paso de 14,479 a 12,355 y posteriormente a 8,625, tabla 24 y 82

La producción de camiones medianos y pesados creció a una tasa de 9.1% anual durante el período; se observó más dinamismo en la producción de unidades pesadas, siendo en 1970 del 81.0% (14,377 unidades) del segmento y en 1980, 100% (42,342 unidades).

La mayor penetración de estas unidades se debe a las ventajas que -- presentan para el consumidor, dada sus menores gastos de operación por tonelada transportada.

Por lo que respecta a la producción de tractocamiones, en el lapso -- 1970-1980 registro un crecimiento de 20.2% en promedio anual. En 1980 la producción fue de 6,819 unidades.

"En 1980, Kenwoorth y FAMSA produjeron en conjunto el 66% del total. Para 1980 ambas empresas produjeron el 69%"(27). En cuanto a la producción de autobuses integrales ésta creció a un ritmo de 6.0% anual durante el período considerado; en 1970 produjo 947 unidades y en 1980 1,695 unidades, tabla 83.

L L A N T A S

Se le llama industria productora de llantas al conjunto de empresas -- que a través de procesos de manufactura y vulcanización, combinan y transforman productos de origen natural y petroquímico en bienes de consumo intermedio y final, que se incorporan a vehículos destinados a la transportación de pasajeros, carga y efectos. En 1980 la industria llantera estaba integrada

por seis empresas, cuatro de ellas cuentan con participación mayoritaria de capital extranjero y una con participación minoritaria, tabla 84.

El crecimiento promedio anual de generación de empleos de la rama ha sido el 57% anual en el período 1970-1980, en el último año, el personal ocupado ascendió a 10,570 personas. El promedio de personas ocupadas por empresas es 1,762 personas, tabla 24.

El índice de precios de la producción de la industria llantera creció a una tasa media de 9.9% anual. En el período 1974-1980, las ventas de una muestra de empresas de la industria llantera aumentaron a una tasa media de 27% anual en tanto que las utilidades lo hicieron al 32.2% en promedio anual, sobresaliendo 1976 cuando disminuyeron 66% respecto al año anterior y 1978 cuando se incrementaron 127%.

Durante el período 1970-1980 la producción creció a una tasa media 9.7% anual, de manera que en el último año se obtuvieron 8,538 mil de las cuales 5,077 mil unidades correspondieron a la producción de llantas para automóviles y 3,461 mil a llantas para camión. En 1979 la producción se mantuvo prácticamente igual a la de 1978 en virtud de los problemas de producción que enfrentó la industria, tabla 85.

En la tabla 86 se hace una agrupación de acuerdo al tipo de producto. En el grupo de fabricación de alimentos se puede observar que entre los de mayor valor de la producción se encuentran la fabricación de aceites, margarinas y otras grasas vegetales alimenticias con un total de 9'187,864 miles de pesos, la fabricación de azúcar y productos similares con \$ 6'045,983, la fabricación de alimentos para animales \$ 7'275,893, la pasteurización, rehidratación, homogeneización y envasado de leche \$ 5'328,105 y la fabricación de pan y pasteles. Este grupo aportó un valor de 72'248,837 miles de pesos.

Otro grupo que es el de la construcción, reconstrucción y ensamblado

de equipo de transporte y sus partes con un valor en la producción de \$ 39'544,380 donde la fabricación y ensamble de automóviles, autobuses y camiones aportaron \$24'519,788 que indica un porcentaje elevado del total del grupo. También la elaboración de bebidas es un grupo que tuvo un mayor valor en la producción, la que ascendió a \$23'784,950 dentro de este grupo la elaboración de cerveza tuvo un valor considerable (\$10'437,914) que es el 43.88% del total. Por último de entre los de mayor aporte del valor de la producción fue la industria textil (\$25'372,800). En contraste los grupos de menor valor de la producción fueron la fabricación y reparación de muebles y accesorios; excepto los de metal y los de plástico moldeado (\$3'459,972) y la de otras industrias manufactureras con un valor en la producción de 4'723,654 miles de pesos.

Quizas el elemento macroeconómico de más fuerza que afecta la mercadotecnia es el factor de crecimiento económico. Algunas industrias pueden continuar creciendo a paso acelerado; sin embargo, muchas industrias clave tienen un crecimiento marcadamente reducido y afectarán la economía en general.

A través de la tabla 87, se tiene información para determinar los líderes y retrasados en el crecimiento industrial, entre las ramas de crecimiento alto se encuentran las comunicaciones, los aparatos electrodomésticos, la petroquímica básica, entre otros.

Las ramas de crecimiento medio están las cervezas, papel y cartón y otras, por lo que respecta a las de crecimiento bajo están la de los refrescos embotellados, cuero y sus productos, lolienda de trigo y sus productos, etc.

C O N S U M O

A continuación se analiza la actividad de consumo, así como la rela-

ción que ésta guarda con la población, notando que la población es un factor importante en el consumo como por ejemplo: los ingresos que perciben las familias, representan mercados de consumo potenciales, dentro del análisis se verá el consumo nacional y el per cápita.

Para efectos de este trabajo se consideran bienes no duraderos y duraderos, dentro de los primeros están: el trigo, maíz, arroz, aceites y grasas comestibles, leche y sus productos industrializados, refrescos embotellados, vinos, cerceza, tabaco, frutas y legumbres, café, cacao y sus productos, celulosa y papel, industria textil y de la confección, y calzado y curtiduría. En cuanto a los duraderos se encuentran los aparatos domésticos y enseres menores, electrónica de consumo, muebles de madera, industria automotriz y llantas. La elección de los productos antes mencionados se debió a que son los más comunes y existe una mayor disponibilidad de información, ésta abarca el período 1970-1980.

TRIGO Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

En el consumo de harina de trigo se toma en cuenta el consumo de los productos elaborados a base de trigo tales como pan, pasteles, galletas y pastas.

El consumo nacional aparente de harina de trigo corresponde prácticamente a la producción total. Las importaciones y exportaciones de este producto en el período fueron mínimas. Por otra parte este consumo de harina de trigo creció un 40%, al pasar de 2135.4 miles de toneladas a 2,989.1 miles de toneladas. (Tabla 88).

MAIZ Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

En 1980 se destinaron al consumo humano alrededor de 12.0 millones -

de toneladas de maíz, procedentes en un 80% de la producción nacional y 20% de las fuentes externas. La insuficiencia en la producción nacional ha provocado que se importen crecientes volúmenes de grano.

De los 12.0 millones de toneladas de maíz, el 58% fue captado por la industria de molinos de nixtamal y por fabricantes de harina.

El consumo nacional aparente de tortillas se ha incrementado en 6.1% en promedio anual, en tanto que los niveles de consumo per cápita se han -- elevado en un ritmo de 3.1%, en el mismo período. (Tabla 89).

De la producción total de maíz se destina aproximadamente el 80% al consumo humano, 15% a forrajes y semillas y el restante 5% a la elaboración de almidones, glucosas, féculas y otros derivados.

ARROZ Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

La estructura de la demanda nacional de arroz en 1980, se constituyó en un 92% para consumo humano y el restante 8% para consumo como semilla de siembra. El ritmo de crecimiento de la demanda durante el período considerado ha sido del 4.3% anual, o sea similar a la producción.

El consumo per cápita de arroz ha presentado fluctuaciones, al oscilar entre 3.1 y 7.7 Kgr. El comportamiento de la demanda depende de la disponibilidad y de los precios, debido a éste último el consumo de grano ha -- tendido a concentrarse en los estratos medios. (Tabla 29).

ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES .

El consumo aparente ha tenido una reducción, en el caso de aceites, -- de 7.8 Kgrs. per cápita en 1970 a 7.4 Kgr. en 1980; manteca de 3.1 a 2.7 Kgr. y para margarina y otras grasas de 1.8 a 1.1 Kgr. en los años citados. (Tabla -- 90).

LECHE Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

El consumo nacional de los productos, casi se ha duplicado de 1970 a 1980. Por su parte, el consumo aparente per cápita muestra incrementos sensibles. En el caso de la leche pasteurizada, rehidratada, homogeneizada y envasada, de 25.7 litros paso a 34.0 litros, para la leche condensada, evaporada y en polvo de 2.4 a 3.6 litros, para la crema, mantequilla y queso fue de 1.4 a 2.4 litros, (Tabla 37).

El nivel de ingresos y precios influye para el consumo de la población, en este caso los de mayores niveles económicos son los que consumen los productos y se concentran en las áreas urbanas, estimándose que su mercado lo constituye un tercio de la población urbana. Esto incluye a los malos hábitos de consumo alimentario de la población de escasos recursos, cuyas preferencias se canalizan a productos de amplia publicidad y de reducido valor nutritivo.

En 1980 se destinaron 2995 millones de litros al consumo directo en estado natural, es decir, el 31.8% del consumo nacional aparente total, y 6423.3 millones de litros (68.2%) a la industria, este último se constituye de esta forma: el 29.7% correspondió a las plantas de pasteurización, rehidratación y homogeneización, el 14.6% a las fábricas de leche condensada, evaporada y en polvo y el 23.9% a la elaboración de crema, mantequilla y queso. (Tabla 38 y 9)

REFRESCOS EMBOTELLADOS

El consumo es prácticamente igual a la producción, la demanda de refrescos depende de la inducción al consumo que las empresas logran mediante extensas campañas publicitarias. Los refrescos se han convertido en un producto de consumo masivo. En 1979 este consumo fue de 98.3 litros por persona

y para 1980 ascendió a 119 litros, cifra que representa un aumento de 14% en un sólo año.

INDUSTRIA VITIVINICOLA

El consumo aparente, por su parte, creció 8.9% en promedio anual durante el lapso 1970-75, aumentando su crecimiento a 20.3% anual en el resto del período, con lo que en 1980 totalizó 164.3 millones de litros. (Tabla 43).

La estructura de la demanda evoluciono similar a la de la producción. Los vinos de mesa incrementaron su participación en el mercado de 12% en 1970, a 15.9% en 1980, los vinos generosos disminuyeron su participación de 7.1% en 1970, a 4.1% en 1980 y la participación de los brandies se redujo de 81.4% en 1970, a 80% en 1980.

Por otra parte, el consumo per cápita de productos vitivinícolas creció a una tasa media de 9.2% anual, al pasar 0.84 litros en 1970, a 2.44 litros en 1980.

Si se considera exclusivamente a la población mayor a quince años, el consumo per cápita se eleva a 4.25 litros en 1980, correspondiendo 3.40 litros a brandies, 0.67 litros a vinos de mesa y 0.17 litros a vinos generosos.

BRANDIES

El crecimiento fue de 14.3% en promedio anual, totalizando 131.5 millones de litros en 1980. Se distinguen dos ritmos de consumo; el primero de 1970 a 74 su crecimiento de 5.3% en promedio anual y el segundo para el resto del período, con un incremento de 20.8%

La oferta nacional fue suficiente para cubrir 4 años, 1970, 1971, 1973 y 1974, del período, sin embargo, a partir de 1975 el balance del mercado re-

gistro un déficit promedio de 2.5 millones de litros de brandy por año, por lo que se importaron 2.4 millones de litros anuales promedio. (Tabla 44a).

Vinos de mesa.

El consumo aparente creció 18.2% en promedio anual, este promedio se descompone en dos fases: la primera, en el período 1970 a 1975, con un crecimiento de 11.9% anual y la segunda, en el resto del período con 24.9%. (Tabla 44b).

Vinos generosos

El consumo aparente, por su parte, creció 8.4% en promedio anual, con lo que en 1980 totalizó 6.7 millones de litros.

La producción fue insuficiente para cubrir la demanda durante todo el período, se importaron vinos generosos alrededor de 300 mil litros en promedio anual. (Tabla 44c).

CERVEZA.

La producción de cerveza fue mayor a la demanda, por lo que la producción fue suficiente para satisfacer el mercado interno y generar excedentes exportables. (Tabla 46).

El consumo per cápita de cerveza aumentó a una tasa media de 3.6% anual al pasar de 28.3 litros, en 1970, a 40.5 litros en 1980.

Se consume más cerveza que refresco debido al aumento de precios.

TABACO.

El principal producto del tabaco es el cigarro, y su consumo está relacionado con el crecimiento de la población. Además, los consumidores se ubican dentro de un determinado grupo de edades, por lo que el aumento del consumo depende del crecimiento natural de dicho grupo. En México se obser

va una disminución en el consumo de cigarro a partir de los 45-50 años de edad, en tanto que en la población joven, se generaliza el consumo, a partir de los 15 años promedio y en ambos sexos.

Los resultados del consumo anual es de 80 cajetillas per cápita para --- 1970, mientras que en el último año disminuye a 74 cajetillas per cápita. (Tabla 50).

CELULOSA Y PAPEL

PAPEL

La estructura del consumo experimentó cambios notables. El papel para escritura, para empaque y el sanitario, incrementaron su penetración en el mercado de 80% en 1971, a 86% en 1980. Por lo contrario, el papel periódico, libros de texto fue el elemento menos dinámico disminuyendo y aumentando ligeramente durante el mismo lapso. (Tabla 92).

FRUTAS Y LEGUMBRES INDUSTRIALIZADAS

Las principales frutas consideradas son: fresa, piña, naranja, durazno, aceituna y mango y legumbres tales como tomate, chile y chicharo.

El diagnóstico del mercado de esta industria parte del análisis de la producción nacional de las frutas y legumbres frescas que contribuyen el 46.9% y - 46.2% respectivamente de la materia prima consumida por la industria.

Durante el período 1970-1980 la producción nacional de frutas y legumbres frescas aumentó a una tasa media anual de 4.2%. "De la producción total, el 26% se destinó al uso industrial, el 59.9% al consumo del producto fresco y a las exportaciones el 13.9%". (28). La orientación para uso industrial mostró el mayor dinamismo, habiendo crecido a una tasa anual de 5.7%.

En el período mencionado el consumo nacional aparente de frutas procesadas aumentó a una tasa media anual de 3.1%; por otra parte las exportaciones

decrecieron a una tasa de 2.1%. El máximo consumo por persona se alcanzó en 1976 con 2.776 Kgr., 30.0% mayor al de 1980, que fue de 2.136 Kgr.

"El consumo de fresa congelada se incrementó a una tasa media anual de 6.1% representando en 1980 el 32.6% de la demanda de frutas procesadas. Por su parte el consumo per cápita aumentó el 3.2%. La piña significó en promedio el 47.8% del consumo de frutas procesadas incrementándose al 1.9% en promedio anual". (29).

De la producción total, en 1980, de legumbres frescas, en promedio el 24.6% se destinó a uso industrial, la transformación de productos de tomate constituyó el 27.9% de la producción total de legumbres procesadas mientras que los productos de Chile aportaron el 70.9%. (30).

El consumo nacional aparente de legumbres procesadas, de 1970 a 1980 disminuyó a 7% en promedio anual. Hasta 1974 se recurrió a las importaciones para satisfacer el mercado interno en total de 147 toneladas. El consumo por persona alcanzó su nivel más alto en 1970 con 2.910 Kgr., y el más bajo en 1980 con 1.988 Kgr. Del consumo de estos productos, el 25.4% correspondió a productos del tomate y 70.2% a productos de Chile. En 1980 el consumo per capita fue de 0.608 Kgr. y 1.350 para cada uno de los anteriores productos. (31).

CAFE INDUSTRIALIZADO

Los productos de consumo directo considerados son el café tostado y molido y café soluble.

Durante 1970-1980, la demanda nacional de café soluble se ha duplicado al pasar de 6463 toneladas en 1970, a 12400 toneladas en 1980, gracias a los importantes programas de mercadotecnia y publicidad que realizaron las empresas que dominan el mercado. Esto ha afectado la demanda de café tostado y mo-

lido 100% puro y también la de café mezclado, cuyos consumos han disminuido, (cuadro 93).

El comportamiento del consumo nacional aparente de café soluble casi se ha duplicado de 1970 a 1980. Por su parte el consumo per cápita se ha incrementado en 33.3% al pasar de 0.12 Kgr. en 1970 a 0.16 Kgr. en 1980, en tanto que el café tostado y molido se ha reducido de 0.48 a 0.38 Kgr., (cuadro 94).

CACAO Y SUS PRODUCTOS INDUSTRIALIZADOS

Los productos considerados de consumo directo, son: el chocolate macizo y el chocolate en polvo. Los insumos que utiliza esta industria son la manteca y el polvo de cocoa. En 1980 la demanda del exterior captó el 21% de la oferta total de los productos que genera la rama, absorbiendo 6.4 miles de toneladas, este volumen significó un aumento de 60% sobre el correspondiente a 1970. Por su parte el mercado doméstico captó 24,280 toneladas de productos derivados del cacao, correspondientes a el consumo directo un 60% de esa cifra y el restante 40% fue utilizado como insumo por la industria farmacéutica y de perfumería, por fabricantes de dulces y confituras, elaboración de pasteles y helados, etc., En 1970 y 1980 el consumo nacional aparente de los productos que genera la rama fue de 14,490 y 24,280 toneladas respectivamente, lo que significó un incremento promedio anual de 5.3% (cuadro 95).

Con los precios de 1980, que fueron relativamente elevados, de chocolate macizo y en polvo, limitaron su consumo en los estratos mayoritarios de la población (cuadro 96).

INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCION

Los productos considerados en el consumo de esta rama son los hilos y telas; principalmente obtenidos a partir de fibras blandas, naturales y químicas.

cas.

El consumo de los productos textiles, aumento a un ritmo de 6.0% en promedio anual durante 1970-1980, alcanzando 418 mil toneladas en 1980. La industria fue suficiente para atender en términos globales el mercado interno.

No obstante de que los excedentes generados por esta industria disminuyeron en forma continua de 1973 a 1980, alcanzando en este último año 17,800 toneladas.

Finalmente en términos per cápita, el consumo de productos textiles aumento a una tasa media de 2.5 % anual, pasando de 4.6 Kgr. en 1970 a 5.9 Kgr. en 1980 (cuadro 64).

CALZADO Y CURTIDURIA

El producto que consume esta industria es el cuero crudo del cual obtiene pieles (cuero procesado), a partir de este insumo y otras materias primas textiles, plasticos y metálicos produce el calzado que es consumido por el mercado interno y externo.

De 1970 a 1980 el mercado del calzado se desarrolló a un ritmo similar al de la oferta. No obstante, se vió afectado por la situación económica que prevaleció en la economía mexicana en el período, por ejemplo la de presión económica nacional de 1976 se materializó en una caída de la demanda agregada, pero la producción nacional de calzado supero la demanda interna generando excedentes exportables.

El consumo per cápita de calzado evolucionó a una tasa media anual de 11.0% en el lapso 1970-1980; de 1975 a 1980 este consumo fluctuó entre 3.32 y 3.13 pares de zapatos. El comportamiento del consumo nacional aparente de calzado se ha suplicado de 1970 a 1980 (cuadro 97).

APARATOS DOMESTICOS Y ENSERES MENORES .

Los bienes de consumo duradero para uso en el hogar que se consideraron son los aparatos electrodomésticos.

La demanda de aparatos domésticos se origina por la necesidad de los hogares en adquirir estos bienes; por la formación de nuevos hogares y por el reemplazo de unidades. Con el propósito de establecer criterios en la producción es necesario construir valores del mercado potencial, para ello se puede seleccionar como indicador la cantidad anual de nuevas familias que se formaron en el período 1970-1980 (número de matrimonios registrados). Según los censos de Población del período, la creación de nuevas familias creció a una tasa media de 4.5% anual, ritmo inferior al registrado por la producción de los tres principales enseres mayores (refrigeradores, estufas, lavadoras). No obstante, en los casos de refrigeradores y lavadoras, la oferta fue insuficiente para atender el total de la demanda potencial, aún cuando el déficit disminuyó de 39% y 50% en 1970 respectivamente a 9% y 24% en 1980.

En cuanto a las estufas, su producción resultó mayor, en un 28% para 1980, a la demanda potencial. Según se expuso anteriormente al establecer criterios de suficiencia y mejor abastecimiento del mercado en comparación a los otros productos analizados. (32).

Por otra parte en 1970 a 1980 se observó una tendencia creciente en la proporción de familias que consumen refrigeradores y lavadoras; si en 1971 existían disponibles 2.4 refrigeradores por cada 100 familias, en 1980 esta proporción fue de 4.6. En cuanto a las lavadoras la proporción fue para 1970 de 2 y 3.8 unidades en 1980. En relación a las estufas, en 1970 la disponibilidad fue de 4.9 unidades por cada 100 familias y de 6.0 en 1980, (33).

ELECTRONICA DE CONSUMO

Los productos electrónicos que se consideran en el consumo son: televisores, radios, equipos de sonido y otros bienes, todos ellos permiten que se incremente la cultura, se logre mejor comunicación de una manera más fácil y además proporcionan entretenimiento.

Durante 1970-1980, "la demanda de aparatos electrónicos de consumo creció a una tasa media de 6.5% anual, alcanzando en 1980 2.8 millones de unidades. Los equipos de audio así como la producción mantuvieron su participación mayoritaria en el período" (34). En general la demanda fue casi idéntica a la producción.

MUEBLES DE MADERA

El consumo de estos bienes los constituyen los mobiliarios de madera para uso en el hogar.

La mayor parte de la producción de muebles y accesorios de madera para el hogar está orientada a los estratos de consumidores de altos y medianos ingresos. Los mayores niveles de población tienen limitadas posibilidades de adquirir estos bienes, dados sus elevados precios en relación a su capacidad de compra, "se estima que en 1978 el 25% de la producción fue adquirida por estratos de consumidores de ingresos reducidos" (35).

En la estructura de la demanda (1980) se observa una participación similar en los juegos de salas, comedores y accesorios diversos representando cada uno de estos tipos entre el 21% y el 23% del total; el 33% restante corresponde a juegos de recámaras, (cuadro 98). En base al crecimiento de la construcción de viviendas en el país y al de nuevos hogares. (36), se estima que el crecimiento de la demanda de muebles (excepto los de reposición) ha superado al de la oferta.

El déficit entre oferta real y demanda potencial se situó entre 14% y 19% en 1980. (37), es decir, entre 277 y 376 mil juegos de muebles, en su mayoría línea económica.

INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

La industria automotriz en México está integrada por dos ramas principalmente. La primera denominada industria automotriz terminal cuyos mercados son: el del automóvil, camiones, tractocamiones, autobuses integrales y tractores -- agrícolas. La segunda, la industria de autopartes a su vez tiene en su mercado los componentes y partes de ensamble (repuestos) y remolques o carrocerías.

El resultado de las estrategias comerciales y disponibilidad de productos, como las variaciones en las preferencias del mercado hacia los distintos tipos -- de automóviles; populares, compactos, estandar, de lujo y deportivos; es reflejo de los cambios registrados en la participación de las empresas en la venta de automóviles.

A lo largo de toda la década (1970-1980) se presenta una clara tendencia al aumento en la penetración del mercado, por parte de los automóviles populares y compactos. Estas dos categorías representaron en 1970 el 72.5% de las ventas totales de automóviles los que aumentaron al 85.8% en 1980.

"La demanda de camiones pesados, evolucionó a un ritmo de 9.0% en -- promedio anual durante 1970-1980, aunque cabe señalar que las cifras absolutas representaron alrededor del 80% de la producción" (38).

Por lo que respecta a la demanda de tractocamiones esta se desarrolló a un ritmo de 19.8% en el período considerado, propiciando que la industria fuera insuficiente para atender el mercado interno a partir de 1980, "teniendo que recurrir a las importaciones en 1978 y 1979 que representaron el 33% y 18% del mercado doméstico" (39), debido principalmente al fuerte crecimiento experimentado

por el transporte carretero.

"La demanda nacional de autobuses integrales aumentó 3.8% en promedio anual en el lapso 1970-1980. En 1980 decayo la demanda 30% en relación al año - presidente" (40), esta situación se puede asociar a la negativa de las autoridades del ramo de transporte para que se incrementaran las tarifas de pasajeros.

L L A N T A S

La demanda de llantas evolucionó a un ritmo mayor que el de la producción al registrar un crecimiento de 10.3% en promedio anual. Es importante señalar que en 1977 la demanda se contrajo 1.9% y el año siguiente logró una recuperación de 26%. Durante los últimos diez años el consumo de llantas para automoviles representó el 63% del mercado, no obstante, en términos de valor sólo significó el 37% de las ventas.

La tabla 99 que se refiere a la estructura de la población que consume carne, huevo, leche, pescado y pan de trigo, por lo menos una vez a la semana se dan los siguientes resultados, en cuanto a carne, en toda la República Mexicana, un 79.4% de la población la consume y el 20.6% no consume carne; ahora bien, en huevo 76.8% consume y el 23.2% no consumen; leche el 62.0% la consumen por lo menos un día a la semana y el 38.0% no consumen; en cuanto al pescado lo consume el 29.9% de la población y el 70.1% no lo consumen; y por último el consumo de pan de trigo, el 76.6% lo consume por lo menos una vez a la semana y el 23.4% no consume pan de trigo. De la información obtenida se puede concluir que la mayor parte de la población no consume pescado y hay un porcentaje considerable en el consumo de carne, huevo y pan de trigo, en el consumo de leche aproximadamente más del 60% de la población la consume, con lo anterior se puede realizar campañas publicitarias para incrementar el consumo tanto de pescado como de leche.

Por lo que respecta a la situación que se presenta por entidad federativa, los más altos porcentajes de consumo de carne, huevo, leche y pan de trigo se dan en el Distrito Federal; y de pescado lo consume casi la mitad de la población. En los demás estados el mayor porcentaje de consumo de carne se da en Tabasco, Campeche y Morelos, donde existe menos consumo es en Zacatecas y San Luis Potosí; en el consumo de huevo, los estados, que la mayor población consume dicho producto, son Nuevo León, Quintana Roo y Campeche, los de menor población consumidora fueron Zacatecas y Querétaro; el consumo mayor de leche fueron los estados de Nuevo León, Baja California Norte y Jalisco, y los que menos consumieron leche fueron Hidalgo, Tlaxcala y Oaxaca; ahora en cuanto al consumo de pescado fueron Campeche y Tabasco los estados que el mayor porcentaje de su población total consumen dicho producto, en este caso hay tres estados con un porcentaje mínimo de población que consume pescado -- y son Aguascalientes, Durango y Zacatecas; el consumo de pan de trigo se presentó que los de mayor población consumidora fueron los estados de Morelos, Colima, Nayarit y Yucatán y los de menor fueron Zacatecas, Guerrero y Guanajuato. La información presentada se dió en el año de 1970.

Como se mencionó anteriormente con la información obtenida se puede saber que estados tienen menos población consumidora de cualquier producto de primera necesidad, para que de esta manera se pueda hacer una campaña publicitaria para aumentarse consumo. Es importante tomar en cuenta que el que menor porcentaje tiene de población total es el consumo de pescado y consideramos que es un recurso natural, con el que cuenta el país, pero que no ha sido muy explotado. Por esta razón se debe estimular el consumo de este producto.

En la tabla 100 se puede observar que la distribución porcentual de los gastos de consumo que realizaron las familias en 1977 por grupo socio-económi-

co, en México, y por tipo fue de la siguiente manera:

- 1.- Los Patrones, Profesionistas y Empleados de Ingresos Altos; gastan mayor proporción de éste en el consumo de otros servicios, otros bienes y en vehículos automoviles correspondiendoles a cada uno de ellos el 19.4%, 20.3% y 7.3% respectivamente.
- 2.- Los Patrones, Profesionistas y Empleados de Ingresos Medios consumieron en mayor proporción y en forma proporcional los siguientes bienes: otros servicios, calzado y prendas de vestir, productos cárnicos y lácteos, siendo este de 11.7%, 11.6%, 10.1% respectivamente. Dentro de los productos que consume y a los que dedican más cantidad se incluyen otros tipos de bienes puesto que dedican un 31.7% de él.
- 3.- Los Patrones, Profesionistas y Empleados de Ingresos Bajos dedican mayor parte de su ingreso a los productos cárnicos y lácteos, calzado y prendas de vestir y otros bienes, respectivamente a cada uno de éstos les corresponde el 19.3%, 9.7%, 37.3% de su ingreso.
- 4.- Obreros, este grupo familiar destina la mayor cantidad de su ingreso a el consumo de productos cárnicos y lácteos, calzado y prendas de vestir y otros bienes siendo para cada uno de ellos el 11.3%, 11% y 34.5% respectivamente.
- 5.- Campesinos de Ingresos Medios y Altos este grupo en los bienes en los que gastan mayor proporción de su Ingreso y proporcionalmente son: productos petroliferos de uso doméstico, calzado y prendas de vestir, productos cárnicos y lácteos a los cuales les correspondio el 6.8%, y 6.7% respectivamente. Otros de los bienes a los que le dedicaron más cantidad de su ingreso fue a otros tipos de bienes con un 20.8%.

6.- Campesinos de Ingresos Bajos, consumen mayor cantidad de Productos: cárnicos y lácteos (16.8%), agricultura y ganadería (14.6%), calzado y prendas de vestir (12.2%) y en otros bienes no especificados con un -- 35.4%

7.- Jornaleros, los tipos de bienes que consumen y gastan más, son: productos cárnicos y lácteos (14.5%), calzado y prendas de vestir (11.0%) -- otros productos alimenticios elaborados (8.7%) y en otros bienes con un 36.3%.

De lo anterior se puede concluir que el gasto que realizan las personas dependerá del grupo socio-económico a que ellos pertenezcan, es decir, la distribución que hagan de su ingreso, en los diferentes bienes que consumen, será de distinta manera a la realizada por los demás grupos, puesto que las necesidades, de seos, gustos, etc., son diferentes de un grupo a otro, y éstas se determinan básicamente por la capacidad de compra de los grupos.

EL COMERCIO AL MAYOREO Y AL MENUDEO

Existen 2 tipos de establecimientos que son los mayoristas y los minoristas, para el siguiente análisis nuevamente se clasificaron algunas clases de actividad, las cuales fueron: c/v (41) de frutas y legumbres frescas, c/v de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y miscelaneas; excepto en - supermercados, distribución de refrescos, aguas gaseosas y purificadas, Distribución de cerveza, Distribución y c/v de vinos y licores; incluye introducción de - alcohol y pulque, Distribución y c/v de cigarros, puros y demás productos de tabaco combinados con otros artículos, c/v de calzado de todo tipo, c/v de juguetes, Distribución y c/v de periódicos y revistas, c/v de equipo y material fotográfico, cinematográfico y de dibujo, c/v de estufas y aparatos eléctricos para el hogar, c/v de muebles; excepto de baño, oficina y comercios, c/v de discos

y cintas magnetofónicas grabadas, c/v de otros artículos para el hogar, c/v en supermercados y tiendas de autoservicio, c/v aceites lubricantes, aditivos y similares, c/v de automoviles y camiones nuevos, c/v de llantas y cámaras y c/v de refacciones y accesorios nuevos para automóviles y camiones.

La clase de actividad que mayor número de establecimientos registrados tiene es la de c/v de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y miscelaneas; excepto en supermercados, en donde hay 1,063 establecimientos de tipo mayoristas y de minoristas 190,837 haciendo un total de 191,900 establecimientos. La de menor número de establecimientos es la de c/v de cigarros, pueros y demás productos de tabaco combinados con otros artículos con 550 establecimientos, 43 mayoristas y 547 minoristas.

Haciendo una relación, del número establecimientos y el total de ventas netas obtenidas, se da la siguiente situación, la actividad que presentó mayor concentración en el número de establecimientos no es la de mayor ventas netas. De hecho teniendo menos establecimientos, la de mayor ventas netas es la de c/v en supermercados y tiendas de autoservicio con 2,396 establecimientos y ventas de 30'107,552 miles de millones continuándole la de compra/v de automóviles y camiones nuevos con 1,008 establecimientos y ventas de 28'898,435. (Tabla - 101).

Con la información que dicha tabla presenta se podrá saber si es posible entrar al mercado al cual uno pretende introducirse, es decir, en que mercados hay muchos establecimientos y en cuales no (que mercados estan saturados y cuales no), además en cierta forma relacionarlo con las ventas netas obtenidas y los ingresos diversos que se dan por los intereses por ventas a crédito y por otros conceptos.

De igual forma, que en la tabla anterior, se clasificaron los mismos ---

rubros, pero ahora se verá la relación con el personal ocupado por cada clase de actividad.

Entre mayor sea el número de personas ocupadas menor van a ser los establecimientos, nótese en el último rango de cada clase de actividad los establecimientos van de 6 a 3 como mínimo, excepto tres clases de actividad que cuentan con 50, 23 y 13 establecimientos, lo anterior quiere decir que son pocas las empresas que cuentan con un mayor número de empleos.

Analizaremos a fondo solo dos clases de actividad, la primera es la de c/v de frutas y legumbres frescas con hasta dos personas se obtienen unas ventas netas totales de 981,405 millones de pesos y lo aportan 1,673 establecimientos, dando un promedio de ventas netas de 586.61 millones de pesos por establecimiento; en el rango de 101 a 750 personas se dan ventas netas totales de 266,225 millones de pesos y sólo lo constituyen o aportan tres establecimientos dando como resultado un promedio de ventas netas de 88,741.67 millones de pesos; y la segunda clase de actividad es la de distribución de cerveza, en su primer rango de hasta dos personas ocupadas generaron unas ventas de 284,860 millones de pesos y existen 528 establecimientos que crean esas ventas netas totales, dando un promedio de ventas netas de 539.51 millones de pesos por establecimiento; ahora en el rango de 101 a 500 personas sólo hay 23 establecimientos y generaron unas ventas netas totales de 1'705,601 millones de pesos sacando un promedio de 74,156.56 millones de pesos por establecimiento. Comparando ambas actividades se nota que en la primera clase de actividad analizada, con el mismo rango de hasta dos personas, obtiene mayor ventas netas promedio, en cambio en los últimos rangos de las dos clases de actividad presentadas la que obtiene mayores ventas netas promedio es la de distribución de cerveza, podemos concluir de lo anterior que no necesariamente se van a obtener mayores ventas dependiendo del número de personas ocupadas sino que --

también influye la clase de actividad a que se pertenece y de otros factores. (tabla 102).

En el comercio al mayoreo y al menudeo (Tabla 103) la actividad y tipo de establecimiento que ocupó la mayor cantidad de personal en relación a las demás actividades fue la de compra y venta al menudeo de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas excepto en supermercados, siendo de 283, 458 personas las actividades que le siguen son las de compra y venta de frutas y legumbres frescas (58,710 personas), en Supermercados y tiendas de auto servicios (46,109 personas) y de automóviles y camiones nuevos (30,843 personas), etc., las cifras se refieren al personal ocupado en establecimientos minoristas.

Cabe mencionar que la concentración más alta de personas se presenta específicamente en las actividades de c/v al menudeo de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas excepto supermercados y en c/v en frutas y legumbres frescas debido principalmente a la gran cantidad de personas sin empleo que se dedican al comercio en detalle.

En cuanto a las reenumeraciones que se hicieron al personal ocupado, la actividad que realizó el mayor desembolso fue la de compra y venta de automóviles y camiones nuevos en establecimientos minoristas con 1,778,325; posteriormente la de c/v en supermercados y tiendas de autoservicio 1,530,130; - c/v de refacciones y accesorios nuevos para automóviles y camiones 561,994; c/v de estufas y aparatos eléctricos y electrónicos para el hogar, 561,670; - c/v de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas (excepto supermercados) 518,919, etc., todas ellas en establecimientos al detalle.

En las actividades con mayor cantidad de ventas netas e ingresos diversos, en establecimientos al menudeo, se encuentran las de c/v: de auto-

móviles y camiones nuevos (28,491,517) en supermercados y tiendas de autoservicio (27,753,303) y de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas excepto supermercados 20,784,209.

Los establecimientos al mayoreo que tuvieron mayor cantidad en ventas netas e ingresos diversos se encuentran las actividades de: distribución de cerveza (7,307,717), c/v de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes ultramarinos y misceláneas, excepto supermercados (6,067,250), c/v de refacciones y accesorios nuevos para automóviles y camiones (2,684,874) c/v en supermercados y tiendas de autoservicio (2,586,790) y c/v de frutas y legumbres frescas (1,908,713).

Los establecimientos minoristas que tuvieron un mayor costo de las mercancías vendidas fueron ; c/v en Supermercados y tiendas de autoservicios 21,094,478, c/v de automóviles y camiones nuevos 19,116,104 y c/v de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas excepto supermercados 14,234,740.

En la tabla 104, el grupo y subgrupo de actividad de compra y venta el que presenta el mayor dinamismo (datos referentes a 1975) es el grupo c/v de alimentos y bebidas y productos de tabaco, puesto que además de ser esta actividad en donde se censó la mayor cantidad de establecimientos, ocupó el primer lugar en cuanto a: personal ocupado con 491,268 personas y cuyas remuneraciones pagadas fueron de 2,866,710, la inversión fija bruta de 1,039,856 las ventas netas más ingresos diversos de 70,387,278, el costo de mercancías vendidas de 49,930,657 y el valor agregado censal de 17,874,059.

Además es importante destacar que el subgrupo de compra y venta de alimentos elaborados, bebidas y productos de tabaco, excepto en supermercados que es parte del grupo analizado arriba también ocupó la primasía sobre los demás subgrupos.

El grupo que ocupó el segundo lugar es el de compra y venta de prendas de vestir y artículos de uso personal, presentó lo siguiente: los establecimientos censados fueron 86,600, personal ocupado 206,436, renumeraciones al personal ocupado 3,906,161, inversión fija bruta 551,834, ventas netas más ingresos diversos 49,546,951, costo de las mercancías vendidas 32,768,002 y valor agregado censal 14,038,907.

Los grupos que tuvieron menor dinamismo en el año de 1975 fueron los de compra y venta en: bienes inmuebles y arts. diversos; maquinaria, equipo, instrumentos, aparatos, herramientas sus refacciones y accesorios; gases combustibles y lubricantes; entre otros.

La información que se puede obtener al analizar la tabla puede servir para conocer cual o cuales son los grupos o subgrupos de las diferentes actividades de compra y venta que tienen un mayor dinamismo en cada uno de los rubros presentados en la tabla, así como cual es la actividad más atractiva, dependiendo de los deseos e intereses de las organizaciones.

Para el siguiente análisis de los gastos diversos en el comercio al mayoreo y al menudeo se tomarán solo los rubros de c/v de frutas y legumbres frescas, c/v de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas; excepto en supermercados, distribución de refrescos, aguas gaseosas y purificadas y la distribución de cerveza. (Tabla 105).

En forma general se manejaron 475,264 establecimientos, 11,652 de tipo mayorista y 463,612 de tipo minorista. Estos establecimientos tuvieron un total en gastos diversos de 217'332,934 millones de pesos de los cuales 62'329,977 corresponden a los mayoristas y 168'504,558 a minoristas.

En la c/v de frutas y legumbres frescas hay un total de 48,389 establecimientos, 1,751 mayoristas y 46,638 minoristas con gastos totales de - - - -

\$ 4'102,295, siendo \$ 1'530,412 de los mayoristas y de los minoristas. - - - -
 \$ 2'571,883.

En la c/v de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas; excepto en supermercados se tienen 191,900 establecimientos - divididos en 1,063 y 190,837 mayoristas y minoristas respectivamente con gastos de \$ 4'760,421 y \$ 14'911,275 dando un total de \$19'671,696.

Hay 1,416 establecimientos en la distribución de refrescos, aguas ga-- seosas y purificadas, 299 de tipo mayorista y 1,117 minoristas, siendo sus gas-- tos de \$ 939,596 y \$ 158,128 conformando un total de \$ 1.097,724.

En la distribución de cerveza encontramos 2,071 establecimientos, 598 mayoristas y 1,473 minoristas cuyos gastos son de \$ 5'186,626 y \$ 464,530 su-- mando un total de \$ 5'651,156.

Es importante señalar que en la distribución de cerveza es uno de los - rubros de mayor gasto en pagos por servicio de propaganda y publicidad.

En la tabla 106 se aprecia el comportamiento que tuvieron las ventas en el año de 1975.

En el Distrito Federal éstas fueron: en alimentos, bebidas y productos del tabaco de 31,726.4; artículos para el hogar y de uso personal 37,938.1; - materias primas y auxiliares 18,522.0; maquinaria, implementos, herramientas, equipos y aparatos 9,847.9; equipo de transporte, sus refacciones y acceso-- rios 14,350.2; y artículos y bienes diversos 13,823.9 millones de pesos. En - base a esta información nos damos cuenta que el Distrito Federal presenta la mayor concentración de las ventas (126,208.5 millones de pesos); le siguen en orden de importancia Jalisco con 22,023.8 y Estado de México con 20,245.8 mi-- llones de pesos.

Las entidades con menores ventas son Quintana Roo y Tlaxcala con --

593.9 y 644.9 millones de pesos respectivamente.

Los alimentos, bebidas y productos del tabaco son las que tienen las mayores ventas en toda la república mexicana (100,727.4 millones de pesos). El segundo lugar lo ocupan los artículos para el hogar y de uso personal con 85,969.9 millones de pesos.

Esta información se puede utilizar para distinguir o seleccionar nuestro mercado potencial, ya que se observa una mayor concentración de las ventas en donde hay más población, en este caso el Distrito Federal.

Las ventas son un indicador muy importante para saber si nuestro producto está teniendo éxito en el mercado, así también sabremos que tipo de producto lanzar para tener cierta seguridad en su venta.

Para este análisis nuevamente se clasifican las mismas clases de actividad que se mencionan en la tabla 101.

En forma general se tienen 475,264 establecimientos, que dan empleo a 1'118,028 personas cuyas remuneraciones ascienden a 22'542,318 millones de pesos. Estos establecimientos tienen ventas netas de 328'553,739 millones de pesos.

Se analizarán solamente dos clases de actividad de la c/v de alimentos y bebidas en tiendas de abarrotes, ultramarinos y misceláneas; excluyendo en supermercados y la de distribución y c/v de periódicos y revistas.

En la primera se tiene un total de establecimientos de 191,900 con ventas netas de 26'851,459 millones de pesos. Es mayor en número de establecimientos que ocupa solo dos personas, y es en éstos donde se registran las ventas más altas (2'069,870 millones de pesos).

Las ventas son menores en los establecimientos que ocupan de 101 a 250 personas; siendo éstos solo ocho con ventas de 746,795 pesos.

Hay cuatro establecimientos con 251 y más personas que registran ventas de 1'720,628 pesos.

En la distribución y c/v de periódicos y revistas hay 1,284 establecimientos que tienen ventas de 1'215,315 millones de pesos, Se observa la misma situación que en la clase de actividad anterior, es decir, hay más establecimientos - (150) con dos personas, pero ya no presentan las ventas más altas siendo éstas de \$62,304.

Existen 51 establecimientos con 3 a 5 personas y son los que muestran -- las mayores ventas netas (84,889 millones de pesos). (Tabla 108).

La información presentada en esta tabla, nos da una visión clara de cual es la clase de actividad que esta más saturada en relación al número de establecimientos que tiene, para así determinar en el cual mercado me voy a desarrollar.

S E R V I C I O S .

Otra rama a tratar es la de los servicios, siendo éstos "aquellas actividades identificables por separado, esencialmente intangibles que proporcionan la - satisfacción de deseos y que no están necesariamente unidos a la venta de un producto u otro servicio. Para introducir un servicio se puede o no requerir el empleo de bienes tangibles." (42).

Las organizaciones de servicios son aquellas que no orientan su enfoque principal hacia la producción de productos tangibles que los compradores poseerán en forma permanente.

Hay dos tipos de servicios los comerciales, cuyo objetivo es la obtención de utilidades y aquéllos vendidos por organizaciones no lucrativas, como iglesias, escuelas públicas y el gobierno.

Se analizarán algunos de los servicios comerciales como son:

Establecimientos de ventas de alimentos.

Tiendas departamentales

Autotransporte público federal y

Hoteles y Restaurantes

Los servicios poseen características distintivas que crean retos y oportunidades especiales de Mercadotecnia. Estas características dan por resultado programas de Mercadotecnia que a menudo son distintos de aquellos que encontramos en la mercadotecnia de producto. Entre algunas características están:

La intangibilidad, dado que los servicios son esencialmente intangibles a menudo no es posible (en muchos casos resulta imposible) que los clientes -- prueben, sientan, vean, oigan o huelan los servicios antes que los compren. -- Esto ejerce alguna tirantez en las organizaciones de Mercadotecnia, que puede ser resuelta por un programa promocional de la compañía donde la fuerza de ventas y el departamento de publicidad deben concentrarse sobre los beneficios -- que pueden derivarse del servicio en vez de subrayar el servicio mismo.

Demanda perecedera y fluctuante. Los servicios son altamente perecederos y no pueden ser almacenados, también presentan una alta fluctuación. Esta combinación ofrece retos a la planeación, precio y promoción a los ejecutivos -- de una compañía de servicios.

Se puede concluir que la Mercadotecnia es de gran utilidad tanto para -- los productos, como para los servicios.

Pasaremos al análisis de los servicios antes mencionados:

Establecimientos de ventas de alimentos.

Esta actividad está integrada por aquellos establecimientos que se dedican ala compra y a la venta de alimentos, sean estos procesados o en estado natural, y los que además realizan actividades de transporte, almacenamiento, clasificación y empaque de los productos, con el objeto de formar el enla-

ce entre el productor y el consumidor.

En 1970 existían en el país 288,068 establecimientos que comercializaban alimentos. En 1980 la cifra ascendió a 309,695, lo que significa una tasa media anual de crecimiento de 0.7%

En el período considerado la creación de nuevas unidades comerciales en esta actividad registro un menor dinamismo que el del sector comercio en general ya que en éste el número de establecimientos aumento a una tasa media anual -- de 1.9%. (Tabla 109). Sin embargo, dentro de la estructura de esta actividad destaca el crecimiento acelerado de los supermercados y tiendas de autoservicio, cuyo número se ha multiplicado 6.6 veces.

La ubicación de los establecimientos muestra una notable concentración, aunque en los últimos cinco años el fenómeno ha experimentado una ligera disminución. En 1980, cinco entidades comprendían el 51% del total; Distrito Federal, 21%; Estado de México y Veracruz, con el 10% cada uno; Jalisco 7% y Nuevo León 3%. En 1975 en esas entidades se localizaba el 54% del total. (Tabla 110).

Lo anterior se debe fundamentalmente a que los establecimientos tienden a ubicarse en aquellas zonas donde la demanda, las condiciones de almacenaje y las facilidades de transporte y tráfico presentan condiciones favorables.

El número de personas empleadas creció a una tasa media anual de 1.8% casi similar a la del sector comercio. En 1980 ésta actividad proporcionó ocupación a 553,500 personas, cifra que representa el 45.3% del personal ocupado en el sector comercio. (Tabla 111).

La oferta de servicio de la actividad cuantificada de acuerdo al número de unidades existentes muestra una evolución más lenta que el crecimiento de la población, En 1975 el número de establecimientos por cada cien mil habitantes -- era de 506, para 1980 esa cifra se redujo a 453. Las tiendas de autoservicio y -- supermercados constituyen la excepción, ya que mientras en 1975 existían cua-

tro comercios de este tipo por cada cien mil habitantes, para 1980 esa relación se duplicó.

En 1980, el Distrito Federal alcanzó el mayor cociente en la relación, establecimientos por número de habitantes, registrando una cifra de 663 unidades por cada cien mil habitantes. Le siguen Veracruz con 574, Jalisco con 442, Estado de México con 434 y Nuevo León con 338.

El valor de los alimentos disponibles en los establecimientos de la actividad, ha crecido 5.8 veces, al pasar de 42,966 millones de pesos en 1970 a 249,333 millones de pesos en 1980. En este último año, dos tipos de establecimientos participaron con el 71.9% del valor de las disponibilidades de productos: tiendas de autoservicios y supermercados, con el 46.6% y tiendas de abarrotes, con el 25.3%. (Tabla 112).

El gasto promedio por habitante en estos establecimientos pasó de 1,433 pesos en 1975 a 3,150 en 1980. El nivel más alto que se observa corresponde a supermercados, tiendas de autoservicio y tiendas de abarrotes; para el primer tipo de comercio correspondió un gasto promedio anual de 507 pesos, el cual se elevó a 1469 pesos en 1980; para las tiendas de abarrotes las cifras fueron de 449 a 884 pesos.

Los precios experimentaron un crecimiento más acelerado que el índice general de precios al consumidor; en 1970, el precio de los alimentos fue de \$ 487.1, en tanto que el índice general al consumidor fue de \$ 465.9

El índice de precios de los alimentos no elaborados fue mayor al de los elaborados en el período 1970-1980. En los primeros fue de \$ 518.2 y en los segundos de \$ 413.2. Esto se explica principalmente por la implantación de las políticas de fomento a la producción agropecuaria adoptadas por el Estado, que tendieron a incrementar los ingresos de los campesinos al elevarse los precios de garantía.

La inversión anual de la actividad creció a una tasa media anual del 17.4%, alcanzando en 1980 una cifra de 6,140.1 millones de pesos.

Las ventas brutas se multiplicaron 5.5 veces, al pasar de 38,471 millones de pesos, en 1970, a 211,905 millones de pesos en 1980.

TIENDAS DEPARTAMENTALES .

Se analiza el papel que desempeñan las tiendas de departamentos especializados por líneas de mercancías, que venden en forma directa al consumidor muebles, enseres domésticos y prendas de vestir y accesorios, excluyendo comestibles.

El número de tiendas departamentales existentes en el país crece en forma conservadora, pero similar a la dinámica del total de establecimientos del sector comercio; así lo demuestran sus tasas registradas en 1970 y 1980, años en que ambas variables alcanzaron un crecimiento de 2 y 2.1% de promedio anual, respectivamente.

El número de establecimientos que conforman el grupo seleccionado muestra una tendencia a reducirse, tanto en relación al total de establecimientos del sector comercio, como al total de tiendas departamentales, acentuándose en este último caso, al pasar de un 42.2% en 1970, a un 35.8% en 1980. (Tabla 113).

En la tabla 114 se observa que la distribución geográfica de las tiendas departamentales está directamente relacionada con la distribución de la población y del ingreso en el territorio, por lo cual se les localiza principalmente en las áreas urbanas de mayor densidad. Así, en el aspecto geográfico, cinco estados de la República concentran en promedio el 50.4% del total de -- tiendas departamentales durante 1970-80, porcentaje que alcanza un 56.7% en el último año.

El Distrito Federal concentra alrededor de una cuarta parte del total de establecimientos de la actividad, aunque esta participación tiende a disminuir, ya que la mencionada entidad comprendió el 26.3% del total en 1970, porcentaje que se estima se ha reducido al 24.4% para 1980. A la inversa, los estados de Nuevo León, Jalisco, Puebla y el Estado de México incrementan su participación en el total de tiendas, de lo cual deriva una mayor concentración por parte de los cinco estados mencionados.

En cuanto a la distribución geográfica de las ventas realizadas por las tiendas departamentales, los mismos cinco estados absorbieron en promedio el 73.7% del total durante 1970-80, lo cual muestra un grado de concentración para esta variable en relación con el número de establecimientos aunque se aprecia una tendencia a reducir esta participación, la cual varía del 76.9% registrado en 1970, al 70.6% en 1980. Dentro de esta disminución, juega un papel relevante el Distrito Federal, cuya participación en las ventas totales decrece de un 59.4 a 42.2% en los años señalados.

Para conocer la oferta del servicio que presentan las tiendas departamentales, se correlacionó el número de establecimientos con que cuenta cada entidad federativa con el respectivo número de hogares, obteniéndose así un panorama regional de la disponibilidad relativa del servicio, la cual es susceptible de compararse con el promedio a nivel nacional.

Así, a nivel nacional se observa una disminución relativa de la oferta, ya que el índice hogares/tiendas aumenta con una tasa del 1.9% en promedio, anual entre 1970-80, que se origina por un mayor crecimiento de la población en relación con el número de establecimientos.

Las entidades cuya oferta supera al promedio nacional, son el Distrito Federal, Baja California Norte, Coahuila y Nuevo León. Con una disponibilidad similar al promedio nacional se encuentran los estados de Jalisco,

Puebla y Tamaulipas, destacando la dinámica del primero de ellos en cuanto a su crecimiento en el período analizado.

Por su parte, las entidades cuya oferta es menor que el promedio nacional, señalando los casos más representativos, son Durango, Guerrero, Estado de México, Michoacán y Tabasco; aunque debe señalarse que las restantes entidades de la República (no incluidas en los niveles alto y medio), se ubican también en este rango.

Si se considera la disponibilidad que promedian las cinco entidades mencionadas en el nivel inferior, se observa una creciente reducción en la oferta relativa del servicio, ya que su índice pasa de 42.2 a 64.5 miles de hogares por establecimiento entre 1970 y 1980. (Tabla 115).

Las ventas promedio por establecimiento a nivel nacional han registrado un acelerado crecimiento, al pasar de 24.8 millones de pesos en 1970, a 89.4 millones de pesos en 1980, con una tasa de crecimiento del 13.7% promedio anual.

Únicamente tres entidades, Jalisco, Edo. de México y Distrito Federal, se ubican en el nivel superior al promedio nacional de ventas por establecimiento. El nivel inferior, para el caso de los estados incluidos en la tabla, sus ventas promedio se encuentran un 57.7% por debajo de dicho promedio, lo que contrasta con los estados del nivel superior, que lo rebasan en un 76.8%. (Tabla 116)

Por lo que se refiere a los precios, la actividad ha registrado niveles de inflación superiores al índice de precios al consumidor en un 6.0% ya que, en promedio, los índices de precios de las prendas de vestir y de los muebles y enseres domésticos registran un crecimiento del 17.7% anual entre 1970 y 1980, contra un 16.7% del índice general de precios al consumidor.

Las tiendas departamentales muestran reducciones en el personal ocupado con una tasa promedio anual del 1.2% entre 1970 y 80. Esta reducción en el nivel de ocupación se acentúa para el caso del grupo seleccionado, registrándo-

se un descenso del 2.0% anual en promedio durante el período señalado. (Tabla 117)

AUTOTRANSPORTE PUBLICO FEDERAL

El autotransporte es el modo que moviliza personas y bienes mediante vehículos automotores a través de los caminos nacionales. Su accesibilidad a los espacios geográficos, flexibilidad, facilidad operativa y menores requerimientos de inversión en relación a otros modos de transporte, le colocan en una posición sobresaliente dentro del Sistema de Transporte Nacional.

En 1980, operaban 2,518 sociedades del servicio de carga del autotransporte público federal (ATPE), de las cuales 1,460 realizaban servicio de carga regular, 949 de carga especializada y 109 de carga varia.

En el ATPF de pasajeros, por su parte, existían en el mismo año 466 empresas con una flota vehicular de 24,910 unidades. (Tabla 118)

Se estima que en 1970 el ATPF ocupaba un poco menos de 220 mil trabajadores, cantidad que se incrementó en 158% en once años, al alcanzar una cifra de 568 mil empleados en 1980, lo que aunado a los 1.5 millones de empleos indirectos que se estima genera el ATPF, significa que en esta actividad participan un poco más de dos millones de personas, imprimiéndole al ATPF una importancia particular como fuente de generación de empleos y de distribución del ingreso.

En 1980, el ATPF obtuvo ingresos por 155 mil millones de pesos, de los cuales el servicio de carga participó con el 67.5% y el de pasajeros con el 32.5%

En ese año se estima que los ingresos del ATPF de carga fueron cercanos a los 105 mil millones de pesos; el 53% de ellos lo generaron los camiones, mientras que el restante 47% correspondió a los tractocamiones. (Tabla 119)

Los ingresos alcanzados por ATPF del servicio de pasajeros durante 1980 ascendieron a 50 mil millones de pesos; el servicio de segunda clase generó el 62% de esa cifra, siguiéndole en orden de importancia el servicio de primera cla-

se con 26%, el mixto, el exclusivo de turismo y otros, con el 12% restante.

(Tabla 120).

Para 1980 se estima que el ATPP generó utilidades brutas por 25869 millones de pesos, que representan el 16.7% de los ingresos totales.

HOTELES Y RESTAURANTES .

El perfil de hoteles y restaurantes comprende el conjunto de instalaciones, establecimientos y empresas dedicadas a la prestación de los servicios de alojamiento temporal y a la preparación de alimentos y bebidas. Esta delimitación obedece a la estrecha correlación existente entre ambos servicios y el desarrollo de la actividad turística, en el cual tienen una destacada participación.

El número de establecimientos de la actividad en su conjunto (hoteles y restaurantes), ha registrado un crecimiento relativamente bajo durante 1970-80, años en los cuales su tasa se incrementó a un promedio del 2.5% anual. La construcción de sitios de alojamiento resulta ser la variable más dinámica, pues aumenta a un ritmo anual del 5.9% en el período. (Tabla 121).

De acuerdo con las cifras correspondientes a 1979, la actividad hotelera se concentra básicamente en cinco entidades federativas que comprendían el 40.4% del total de establecimientos: Jalisco 8.9% Veracruz 8.8%; Distrito Federal 8.6%; Guerrero 8.3% y Baja California Norte 5.8%.

Asimismo, al considerar la distribución geográfica del total de habitaciones, destaca que solo cinco entidades concentran el 48.3%, siendo los más relevantes el Distrito Federal con un 14.9%, Jalisco con el 10.1% y Guerrero con 9.7%. Les siguen en importancia Veracruz y Baja California Norte con el 8.1% y el 5.5%, respectivamente.

Por su parte, la actividad restaurantera se concentró fundamentalmen-

te en tres entidades, las cuales constituyen el 36.9% del total, destaca el Distrito Federal con un 21.3%. siguiéndole Jalisco y Veracruz, que agrupan el 15.6% de los establecimientos registrados en 1979.

Es importante señalar que para 1980 se estima que los establecimientos hoteleros, representaron alrededor de un 80% del total, lo que manifiesta su -- predominio sobre otras formas de hospedaje; les siguen los moteles, con un -- 9.4% y las casas de huéspedes con un 6.5%.

En cuanto al origen de la inversión, es significativo el Predominio del capital privado, que para 1980 significó alrededor del 92.0% del total, correspondiendo el resto a la inversión pública. Además, se estima que la inversión en alojamiento en ese mismo año se dirigió a la actividad hotelera en un 65.6% del total y en un 17.1% para los restaurantes.

La capacidad instalada para el alojamiento temporal, la cual se mide -- en relación a la disponibilidad de camas anuales en el país, creció durante -- 1970-80 a una tasa anual del 5.8% al pasar de 96.9 millones de plazas ofreci -- das, a 169.6 millones para el período señalado. (Tabla 122).

En lo referente a los precios durante 1975-80, las tarifas aplicadas en hoteles y moteles se incrementan en un 151.2%, que resulta inferior al crecimiento de los precios de la economía en su conjunto, el que registró para el mismo período, un aumento del 169.3%.

En forma complementaria, si se consideran los precios de un conjunto de bienes y servicios turísticos seleccionados, cuyo aumento fue del 166.3% entre los años mencionados, se observa una mayor similitud con respecto al comportamiento del índice general de la economía.

Por su parte, los precios de los restaurantes aumentaron en un 177.1% en el período, superior al índice general de la economía. (Tabla 123).

El empleo generado en alojamiento y restaurantes creció entre 1970 y

1980 a una tasa del 7.0% promedio anual, hasta alcanzar 483,438 personas ocupadas en 1980.

Cabe señalar que el empleo generado por la actividad durante los primeros cinco años de la década de los setentas, mostró un crecimiento del 9.1% en promedio anual, lo cual contrasta con el segundo quinquenio en que alcanzó una tasa media del 4.8% anualmente (Tabla 124).

La inversión total en el alojamiento creció a una tasa promedio del 12.8% durante el período de 1970-80, lo que originó que ésta se multiplicará en 4.9 veces a precios corrientes, en relación con el primer año (Tabla 125)

PUBLICIDAD

La publicidad es otra de las ramas que se analizará en este estudio, poniendo especial importancia a los gastos de publicidad en la televisión.

"la publicidad se compone por todas las actividades involucradas en la presentación hacia un grupo de un mensaje impersonal, oral o visual, patrocinado abiertamente acerca de un producto, servicio o idea. Este mensaje llamado anuncio, es diseminado a través de uno o más medios y es pagado por un patrocinador identificado" (44).

El único propósito de la publicidad es vender algo, un producto, un servicio o una idea. Dicho de otra manera, la meta real de la publicidad es una comunicación efectiva. Esto es, el efecto último de la publicidad debe ser modificar las actitudes y el comportamiento del receptor del mensaje.

En la tabla 126 se ve de una manera muy general el grado de concentración de la industria de la radio para el año de 1979. Así, el 66% de las estaciones de AM son controladas por las ocho cadenas radiofónicas más importantes. En el caso de las estaciones de FM la concentración es menor, ya que éstas mismas cadenas controlan tan sólo el 26% del total de las estaciones.

En la tabla 127 se presenta la clase de producto que con mayor frecuencia se anuncia por los principales canales de la televisión, entre ellos están: bebidas alcohólicas, tabaco, refrescos, etc.

En el contenido correspondientes a la programación televisiva se destaca una diferencia entre los de origen para estatal y privado. Los programas de la televisión privada se componen de series filmadas, telenovelas y variedades, en ese orden; mientras que el canal 13 difunde en mayor proporción material de tipo cultural. (Tabla 128).

En lo que se refiere a la penetración de la TV a nivel regional, en la tabla 129 se muestra el mayor porcentaje se encuentra ubicado en el Distrito Federal. En segundo lugar, destaca el Estado de México, seguido de Jalisco y Nuevo León. La penetración registrada por tele-hogar en 1978, alcanzó 3.7 millones en promedio por canal. Es importante destacar la decidida participación del Estado en la actividad, pues de 12.7% que representaba en 1975, pasa a participar en la penetración por tele-hogares con un 29.9% del total de 1978.

En este trabajo se analizan básicamente los gastos publicitarios realizados en los años de 1981, 1982 y 1983 y el primer trimestre de 1984.

A través de los gastos publicitarios se puede determinar cuales son las empresas líderes dentro de cada giro.

Los giros seleccionados para efectos de este trabajo son Bancos; cervezas; automóviles, camiones y camionetas; brandies y coñacs; almacenes; tiendas de autoservicio; cigarros; detergentes y detergentes especiales; revistas; calzado y zapaterías; refrescos; panes y pastelitos; shampoos y botanas entre otros.

A continuación se analizarán únicamente aquellos giros que realizan un mayor desembolso en publicidad en los años anteriormente mencionados. Estos giros se describen, de acuerdo a su monto, en forma descendente y dentro de cada

uno de ellos, que empresa o marca aportó un mayor gasto.

Para 1981 se presenta la siguiente situación:

- 1) Bancos cuyo monto total asciende a \$ 799'900,690 conformado éste por 15 bancos, de los cuales los que más gastaron en publicidad fueron -- Bancomer (338'884,390), Banamex (150'380,820) y Banrural (53'521,610).
- 2) Cervezas siendo su monto de \$ 796'095,030 el cual esta integrado por 9 marcas, las principales fueron Carta Blanca (177'239,550), Superior (159'605,730) y Corona de Barril (146'871.270)
- 3) Automóviles, camiones y camionetas con un total de \$ 638'371,380 y esta compuesto por 9 marcas, las más importantes de acuerdo a su - gasto publicitario fueron Volkswagen con 140'282,200; Chrysler con - 117'798,130 y General Motors con 114'852.450
- 4) Periódicos con un total de \$ 579'665,210 compuesto por 11 periódicos - de los cuales los de mayor aporte fueron. El Heraldó (127'248,420), Excelsior (104'316,220) y Novedades (100'425,210).
- 5) Brandies con un monto de \$ 532'277,050 lo forman 10 marcas, entre - éstas las de mayor aporte estan Presidente 142'786,810), Viejo Vergel (119'245,030) y Pedro Domecq (110'224,560).
- 6) Almacenes con un gasto de \$ 489'407,020 formado por 11 almacenes de los cuales los de mayor importancia Cía. Hermanos Vázquez con --- 199'720,180; Puerto de Liverpool con 90'622,240 y Suburbia con ---- 48'702,880.
- 7) Tiendas de autoservicio cuyo gasto fue de \$ 280'753,510 constituido principalmente por Comercial Mexicana con 90'314,840 Blanco con -- 81'927,860 y Aurrera con 51'861,300 siendo éstas las que mayor gasto tuvieron de las siete que conforman el total.

8) Cigarros con un total de \$ 268'006,420 compuesto por 9 marcas, de los cuales destacan Viceroy (52'850,250), Raleigh (44'815,290) y Marlboro -- (37'718,900)

9) Detergentes y detergentes especiales con un monto de \$ 299'507,290 integrado por 10 marcas, siendo las más importantes Ariel (40'951,020) Fuerza Viva (31'214,600) y Axión (28'474,040)

10) Revistas con un gasto de \$ 211'499,700 constituido por 9 revistas, sobresaliendo Magicuento con 61'585,370, Claudia con 34'809,290 y -- T.V. novelas con 28'504,760.

En el año de 1982 se observo lo siguiente: en gastos por publicidad:

1) Bancos, siendo su monto total en gastos publicitarios de - - - - - 1'993,417.288 integrandose éste por 16 bancos, entre los cuales sobresalen por su mayor participación: Bancomer 827,566.752 Banamex - - - - 770,394,970 y American Express 154,390,390 (Tarjetas de crédito).

2) Cervezas con un monto de 1313,633,029, formado por: Cervecería -- Cuauhtémoc con 750,663,046; Cervecería Moctezuma con 399,771,520 y Cervecería Modelo con 163,198.463.

3) Automóviles, camiones y camionetas gastando un total de 1043,323,676 compuesto por nueve marcas, destacando: Chrysler 378,187,500; Volkswa- gen 223,091,463 y Ford Motor 167,406,986.

4) Cigarros con 1,025,518,805 conformada esta cantidad por once marcas siendo las de mayor aportación: Raleigh 253,108,270; Vicerroy 227,048,120 y Malboro 110,947,100

5) Almacenes con un total del,014,074,177 compuesto por once almace-- nes siendo los de mayor aporte: Cía. Hermanos Vázquez 447,653,270; El Puerto de Liverpool 221,235,816 y Suburbia 94,864.126

6) Brandies cuyo monto ascendió 911,533,763 conformado por diez marcas

de las cuales las de mayor gasto fueron: Presidente 404,155,990; Pedro Domecq 200,777,100 y Bobadilla 103 etiqueta negra 152,684,974.

7) Periódicos formado con un total de 750,286,869 con quince periódicos de éstos los tres más importantes, en cuanto al gasto realizado fueron: Novedades 125,816,500; Excélsior 117490,289 y el Universal 111,538,880.

8) Detergentes y detergentes especiales con 658,053,100 destacando: Fuerza Viva con 135,307.270; Ariel 110, 101.070 y Suavitel con 96,717 590, siendo estas tres marcas las de mayor gasto de las diez que forman el total.

9) Panes y pastelitos con un monto de 606,978,810 . De las cinco marcas que lo componen tres son las que predominan: Bimbo 314,952,860; Marinela 248,354,980 y Suandy 22,769.770

10) Botanas con 594,126.320, integrada ésta cantidad por: Barcel 344, 165,210; Sabritas 247,068,810 y Mafer 2,892,800.

Para el año de 1983 sucedio lo siguiente:

1) Bancos con un gasto publicitario de 5184'572,400 y lo conforman 13 -- bancos, de los cuales, los de mayor gasto fueron Bancomer - - - - - (1823'711,000), Banamex (1298"989,530) y Carnet (tarjeta de crédito) con 405'160,090.

2) Almacenes su gasto de \$3583'630,990 y lo integran 11 almacenes sien do los de mayor aporte Cía. Hermanos Vázquez (1727,025,500) Puerto de Liverpool (470'865,520) y Sear Boebuck (333'365,150).

3) Automoviles, camiones y camionetas con un total de 3351,011,330 y esta compuesto por 6 compañías, las más importantes, de acuerdo a su gasto - publicitario estan Vdkswagen de México (832'469,510), General Motor

Chevrolet (808'557,900) y Ford Motor Company (749'885,210)

4) Botanas con un total de 2396'682,300 compuesto por 3 marcas unicamente Sabritas (1530'355,600) Barcel (768'316,750) y Mafer (98'009,950)

5) Discos con un monto total de 2187'112,790 lo forman 12 marcas, entre éstas la de mayor aporte CBS con 430'244,720; Melody con 323'483,410 y Mussart con 296'986,500.

6) Detergentes y detergentes especiales siendo su monto de 2181'211,450 formado por 9 marcas de las cuales las más importantes Ariel (588'479,720), Fuerza Viva (413'078,320) y Salvo Plus (297'836,040).

7) Brandies con un gasto publicitario de 1934'641,020 y que esta integrado por 7 marcas y las de mayor aporte; Presidente (1054'696,500), Don Pedro (723'621,030) y Bobadilla 103 etiqueta negra (56'933,900)

8) Cervezas siendo su monto, en gastos publicitarios, de 1825'251,260 el cual esta integrado por 3 empresas cerveceras Cuauhtémoc (971'243,340), Modelo (498'702,010) y Moctezuma (355,305,910).

9) Cigarros con un gasto publicitario de 1766'981,200 que lo forman 10 marcas de éstas las de mayor desembolso fueron Raleigh (342'290,000), Marlboro (303'440,450) y Baronet (259'598,700).

10) Shampoos su monto asciende a 1757'239,830 compuesto por 17 marcas, de las cuales sobresalen Alert (286'788,740), Splendor (220'956,600) y Caprice (210'463,860).

Para el primer trimestre de 1984 (información disponible en el momento de recabar la información para el trabajo) se realizaron las siguientes desembolsos en publicidad:

1.- Almacenes, con un monto de 1,448,929,040 el cual se integro por ocho marcas, de las cuales las principales fueron: Cía. Hnos. Vázquez con 1,072,985,580. El Puerto de Liverpool 147,545.070 y -

el Palacio de Hierro 91,780,660.

- 2.- Discos, con un total de 1,048,753.730 el cual se compone de nueve marcas y de éstas las más importantes de acuerdo a su gasto publicitario fueron: - discos CBS con 194,203.700, Melody 191,459,820 y Poligram 158,036,440.
- 3.- Bancos, cuyo monto fue de 994,159,490 y se compone de diez marcas de las cuales las más importantes son: Bancomer con 394,581,500; Banamex - - - - 221,070,950 y Banca Serffn 99,831,300
- 4.- Automóviles, Camiones y Camionetas, con un total por gastos publicitarios de 726,703.659, compuesto por ocho marcas de los de mayor aporte fueron; Chrysler de México con 198,417,270, Nissan de México 168,063,350 y -- Ford Motor Company 127,134,820.
- 5.- Botanas siendo su monto de 677,525.00 el cual lo forman 2 marcas siendo - estas Sabritas con 425,150.00 y Barcel 241,825.00 por concepto de gastos publicitarios.
- 6.- Brandies, cuyo monto total para el trimestre fue de 634,998,660 el cual lo - formaron dos marcas; Don Pedro con 341,779,860 y Presidente con 293,218.800
- 7.- Cervezas, el monto total por gastos publicitarios que le correspondió a este - producto fue de 580,219,900 integrado por tres cervecerías las cuales aporta- ron 241,410,490 (Cervecería Cuauhtémoc) 191,550,00 (Cervecería Modelo) y 147,259,410 (Cervecería Moctezuma)
- 8.- Shampoos, su monto por pagos publicitarios fue de 509,137,480 integrado -- por 13 marcas de las cuales al gasto publicitario realizado fueron: Alert con 90,629,300, Caprice 80,692,500 y Splendor 75,451.000.
- 9.- Detergentes y detergentes especiales con un total de 766,328,250 integrado por 9 marcas, las más importantes fueron: Ariel con 197,425,000, Fuerza - Viva 132,265,000, y Axión con 127,420.000
- 10.- Cremas para la piel, cuyo monto total fue de 369,418.500, el cual lo con-

formen cinco marcas de las cuales las que gastaron más en publicidad fueror.: Pnds con 135,939,000, Nivea 117,104.500 y Vasenol 67,572.000 durante el primer trimestre de 1984..

(Tabla 130).

En la tabla 131a se aprecian las marcas que invirtieron mayor cantidad de dinero en anuncios pasados en la T.V. en el año de 1981, así como el número de spots y rating que obtuvieron.

A continuación se describen las tres marcas de mayor inversión en cada mes del año mencionado con su número de spots y su rating.

En enero están: Cía. Hnos. Vázquez cuya inversión fué: 26,094.100, 614 spots y un rating de 4,447 personas; Viejo Vergel 12,603,730, 187 -- spots y un rating 2,003 y Bancomer con 11,585,450 spots 243, rating 1943 -

Febrero, se encuentran: Presidente, Viejo Vergel y Carta Blanca con 19 413,000; 13,878.000; 13,618,850 de inversión, 186,158; 203 de spots y --- 2,812, 2,112 y 903 de rating.

Marco: Carta Blanca, Cía. Hnos. Vázquez y Vidaminas con 23,153,040; - 22,477,970; 19,166,880 de inversión; 285; 639; 236 de spots y 1,154; 3913 y - 1858 de rating.

Abril: Superior, Viejo Vergely Bancomer con 20,056,420; 19,795,200 -- y 15,567,030 de inversión; 350; 152; 293 de spots y de rating 3,393; 2,358; 1,217

Mayo: Cía. Hnos. Vázquez, Excélsior y Bancomer con 31,762,300; 18,991, 100; 16,699,770 de inversión; 1,281; 760; 311 de spots y 4,968; 3,253 y 1,085 de rating.

Junio: Cía. Hnos. Vázquez, Vidaminas, y Carta Blanca con 23,089,260; -- 19,379,260; 18,790,960 de inversión 656; 504 y 268 de spots y 2,515; 3,778 y 1496 de rating.

Julio: Superior, Vidaminas, y el Heraldó de México con: 21,046,430; ---
19,936,870 y 18,393,200 de inversión; 502; 524 y 585 de spots y 3,752; --
4,167; 2,252 de rating.

Agosto: Cía. Hnos. Vázquez, Bancomer y Corona de Barril con 27,268,890
14,967,450 y 14,880,600 de inversión, 1,143; 349; y 237 de spots y 5,036 ---
1,797 y 721 de rating.

Septiembre: Bancomer, Cía. Hnos. Vázquez y Corona de Barril con: - - -
18,833,300; 17,951,270; y 17,198.100 de inversión, 357; 640; 242 de spots y -
1,904; 2,299; 905 de rating.

Octubre: Corona de Barril, Bancomer y Banamex con: 29,345,600; 21,084.
000; 21,047,700 de inversión 359; 369 y 164 de spots y 1,864; 1,875 y 1,106 de
rating.

Noviembre: El Heraldó, Banamex y Excélsiór con 20,399.290; 20,265,600;
18,798.700 de inversión, 779,311,440 de spots y 879; 1,363 y 975 de rating.

Diciembre: Cía. Hnos. Vázquez, Comercial Mexicana y Banamex con 35,388
820; 31,030,740 y 30,241.750 de inversión, 1,094; 351; 255 de spots y 3,117; --
2,395; 838 de rating, respectivamente

En base a estos datos, se observa que Cía. Hnos. Vázquez y Bancomer son
los que mantuvieron su inversión en los primeros lugares, Cía. Hnos. Vázquez
siete meses y Bancomer seis meses.

La inversión que realizaron las principales marcas, para el año de 1982 en
anuncios pasados en T.V. D.F. fue de la siguiente manera. (Tabla 131B)

Para los meses del año 1982 las marcas que ocuparon los primeros lugares
en cuanto a la inversión realizada en sus diferentes productos fueron:

Enero: Bancomer (tjta. de crédito) con 24,783,410, rating de 1937 y --
spots 370, Cía. Hnos. Vázquez (Almacén) 24,453,340, rating

- 1730 y spots 370; Bancomer (Inversión) 18,850,360, rating 1514 y spots 195.
- Febrero** Superior (Cerveza) con 23,743,690, rating 2331, spots 244; -- Banamex (Institución) 22,662,980, rating 2780, spots 217; Bancomer (tjta. de crédito) 20,917,270, rating 1836, spots 294.
- Marzo** Chrysler (Institución) con 27,936.200, rating 2,265 y spots -- 164; Banamex (Inversión) 22,591,500, rating 2,136, spots 174; Cfa. Hnos. Vázquez (Almacén) 21,760,380, rating 4,033 y -- spots 643.
- Abril** Bancomer (Si caja permanente) con 29,212.260, rating 2,538 - spots 270; Banamex (Inversión) 26,713,500, rating 2,013, spots 189; Don Pedro (Brandy) 21,939,000, rating 1,053, spots 88.
- Mayo** K2 Modular (Línea Electrónica) con 42,934,650, rating 4,682 y spots 639; Cfa. Hnos. Vázquez (Almacén) 33,021,450, rating. 6,211, spots 842; Excélsior (Periódico) 29,704.599, - rating 3,092 y spots 514.
- Junio** Superior (Cerveza) con 68,105,980, rating 1,563 y spots --- 519; Coca Cola (Refresco) 60,423,900, rating 3133, spots, 424; Carta Blanca (Cerveza) 59,860,960, rating 3,325, -- spots 536.
- Julio** Coca Cola (Refresco) con 43,477.00, rating 3,813, spots 339; Cfa. Hnos. Vázquez (Almacén) 43,014,860, rating 6,692, --- spots 981; Presidente (Brandy) 40,960,990, rating, 2,641, spots 282.
- Agosto** Cfa. Hnos. Vázquez (Almacén) con 56,781,850, rating 6,533, spots 1,256; Presidente (Brandy) 53,141,000, rating 2,741, --

- spots 256; Bancomer (tjta de crédito), rating 1,030, spots 218
- Septiembre . Presidente (Brandy) 50,418,100, rating 2,110, spots 247; Chrysler (institución) 42,716,500, rating 1,895, spots 141; Cía. Hnos. Vázquez (Almacén) 40,085,700, rating 4,290, spots 712.
- Octubre . Presidente (Brandy) con 74,626,200, rating 3744, spots, 365; Cía. Hnos. Vázquez (Almacenes) 65,289,250, rating 7,115, -- spots 1,310, Banamex (Institución) 42,411.200, rating 3,414, - spots 369.
- Noviembre . Presidente (Brandy) con 82,366,200, rating 3,494, spots 382; - Banamex (Institución) 59,887.900, rating 3,403, spots 376 Lili Ledy (Juguetes) 55,938.500, rating 8,229 , spots 953.
- Diciembre . Lili Ledy (Juguetes) con 141,936,000, rating 17,836, spots 1,559 Cía. Hnos. Vázquez (Mueblería) 105,620,200, rating 8,249, -- spots 1979; El Puerto de Liverpool (Almacenes) 64,936, 310; rating 4,869, spots 645.

Con el análisis anterior se puede saber en forma más específica cuales son las marcas y productos que ocupan un lugar preponderante en anuncios pasados en T.V. D.F. en los diferentes meses de 1982 y con ello la superioridad (Comercialización, Financiero, Liderato) que muestran sobre las demás marcas y productos.

Cía. Hermanos Vázquez (almacén) con 94'581,000 , rating 3475 y 389 - spots; Don Pedro (brandy) con 86'228,170, rating 1565 y 89 spots.

- Septiembre Cía. Hermanos Vázquez (almacén) con 182'503,500, rating 2535 y 411 spots; Presidente (brandy) con 154'979.310, rating 2388 y 218 spots; Don Pedro (brandy) con 104'927,470, rating 2102 y - 110 spots.
- Octubre Cía. Hermanos Vázquez (almacén) con 196'148,270, rating 2721

- y 482 spots; Presidente (brandy) con 153'765,780, rating 2392 y 216 spots; Banamex (inversión) con 132'183,440, rating 1304 y 155 spots.
- Noviembre · Banamex (inversión) con 284'183,340, rating 4117 y 436 spots, Cía. Hnos. Vázquez (almacén) con 228'196,000, rating 4242 y 735 spots; Presidente (brandy) con 179'738,200, rating 2318 y 195 spots.
- Diciembre · Lili Ledy (juguetes) con 315'696,000, rating 5,486 y 752 --- spots; Cía. Hnos. Vázquez (almacén) con 291'174,830 rating, 4,038 y 884 spots; Presidente (brandy) con 210'652,300 rating 2,471 y 213 spots.

Para el primer trimestre de 1984 la situación fue la siguiente: (Tabla 131d)

- Enero · Cía. Hnos. Vázquez (almacén) con 420'058,330, rating 7,490 y 1,334 spots; Presidente (brandy) 146'069,300, rating 2,847 y 164 spots; Don Pedro (brandy) 103'660,250 rating 1,452 y 74 spots.
- Febrero · Cía. Hnos. Vázquez (almacén) con 298'114,500, rating 5,330 y 999 spots; Don Pedro (brandy) con 165'219,610, rating 2,210 y - - 145 spots; Banamex (Inversión) con 121'837,390, rating 1,684 y 221 spots.
- Marzo · Cía. Hnos. Vázquez (almacén) con 354'812,750, rating 7,112 y -- 1,251 spots; Melody (disco) con 98'202,620, rating 4,102 y 343 -- spots; Novedades (periódico) con 97'456,750, rating 2,533 y 222 spots.

De la información anterior se concluye que quienes realizaron el mayor gasto publicitario en los años 1981, 1982 y 1983 y el primer trimestre de 1984 fueron Bancos, almacenes, automóviles, camiones y camionetas, bebidas alcohólicas, detergentes, entre otros.

A través del desarrollo de la investigación que se hizo sobre gastos publicitarios se observó que en algunos casos, la publicidad varía de acuerdo a la estación del año (primavera, verano, otoño e invierno) o a los días especiales (10 de mayo, 24 de diciembre, 6 de enero, etc.) como por ejemplo: en las aguas frescas la mayor publicidad se da en primavera y verano; los artículos eléctricos para el hogar, baterías, vajilla y utensilios de cocina en abril y mayo son los meses donde es más intensiva su publicidad; en los juguetes, su mayor gasto publicitario lo realizan en los meses de octubre, noviembre, diciembre y enero.

Existen otros productos que mantienen su publicidad todos los meses del año como son: Bancos, almacenes, automóviles, camiones y camionetas, cervezas, cigarrillos, brandies, desodorantes, detergentes y detergentes especiales, cremas para la piel, jabones de tocador, refrescos, shampoos, revistas, periódicos, tiendas de autoservicio, etc.

NOTA: Rating es la medida de la audiencia de un programa de radio o televisión dado, en número de hogares alcanzados o porcentaje del total de hogares en donde se tenía en operación el medio.

Spot mensaje publicitario en radio o televisión." (45).

290

C I T A S :

- (1) Serie Manuales de Información básica de la Nación, las actividades económicas en México, p. 54
- (2) S.P.P., Banco de México y programa de las Naciones Unidas para el desarrollo, Matriz de insumo-producto de México, p. 249
- (3) Serie manuales de información básica de la Nación, Las actividades económicas en México, p. 71
- (4) Taylor y Shaw, Mercadotecnia, un enfoque integrador, p. 632
- (5) S.P.P., Escenarios económicos de México, perspectivas de desarrollo para ramas seleccionadas, 1981-1985, p. 760
- (6) Datos obtenidos en los Censos IX y X de Población. 19
- (7) Son las personas que por su edad, capacidad física y mental y disponibilidad de tiempo, están en condiciones de desempeñar un trabajo.
- (8) Stanton, Fundamentos de Marketing., p. 95
- (9) Franquiciadores: son las empresas propietarias de las fórmulas para la elaboración de concentrados base para producir los refrescos.
- (10) S.P.P., Escenarios económicos de México, perspectivas de desarrollo para ramas seleccionadas 1981-1985, p. 39
- (11) Ibid, p. 40
- (12) Ibid, p. 41
- (13) Ibid, p. 41
- (14) Ibid, p. 53
- (15) Ibid, p. 54
- (16) Cifras preliminares
- (17) Ibid, p. 375

- (18) Ibid, p. 385
- (19) Ibid, p. 385
- (20) Ibid, p. 396
- (21) Ibid, p. 401
- (22) Incluye Televisores de blanco y negro y color, equipos de audio, integrado por consolas, radios, tocadiscos, sinfonolas, conjuntos modulares, radios de mesa, portátiles y para automóviles.
- (23) S.P.P., Escenarios económicos de México, perspectivas de desarrollo para ramas seleccionadas 1981-1985, p. 410
- (24) Ibid, p. 525
- (25) Ibid, p. 531
- (26) Ibid, p. 532
- (27) Ibid, p. 40
- (28) Ibid, p. 41
- (29) Cifras de la tabla de producción total de legumbres frescas.
- (30) Cantidades tomadas de los Censos Industriales, 19
- (31) S.P.P., Escenarios económicos de México, perspectivas de desarrollo para ramas seleccionadas 1981-1985, p. 395
- (32) Ibid.
- (33) Ibid, p. 403
- (34) Estimación hecha por el FONACOT
- (35) S.P.P., Censo de Población, 1970, 1980
- (36) Cantidad calculada por FONACOT
- (37) S.P.P., Escenarios económicos de México, perspectivas de desarrollo para ramas seleccionadas 1981-1985, p. 533
- (38) Ibid, p. 534

- (39) Ibid, p. 534
- (40) C/V es igual a compra y venta.
- (41) Stanton, Fundamentos de Marketing, p. 518
- (42) P. 90
- (43) Stanton, Fundamentos de Marketing, p. 482
- (44) Mecamétrica Ediciones, S.A., Manual para selección de medios publicitarios, p. 96

V. G L O S A R I O

Población económicamente activa: son las personas que por su edad, capacidad física y mental y disponibilidad de tiempo, están en condiciones de desempeñar un trabajo. Para la elaboración de estadísticas de empleo se considera, actualmente, que comprende a la población ocupada y a la desocupada abierta.

Población económicamente inactiva: son las personas que no tienen edad o carecen de facultades físicas mentales o no tienen tiempo para trabajar. Para la elaboración de estadísticas de empleo este concepto incluye, actualmente, a los desocupados encubiertos, estudiantes, amas de casa, jubilados, pensionados e incapacitados, entre otros.

Población ocupada: son las personas que tienen un empleo, un negocio o trabajan por su cuenta.

Ingreso por sueldos y salarios: incluye, como su nombre indica, sueldos y salarios, pero también comprende comisiones, compensaciones horas extras, aginaldo, reparto de utilidades, vacaciones y otras percepciones anuales. No incluye los pagos en especie, regalos o premios que no son dinero, que el patrón o la empresa proporcionó al trabajador.

Ingresos provenientes de empresas agropecuarias: se refiere a aquellos ingresos netos obtenidos en efectivo por la venta de productos agrícolas, ganaderos, forestales y pesqueros, así como los ingresos imputados por autoconsumo de la producción.

Ingresos provenientes de operaciones en bienes de capital: comprende los ingresos netos que obtiene una persona por concepto de dividendos o intereses (por cédulas, cuentas de ahorro, prestamos, etc.)

Ingresos por transferencias: incluye todos aquellos pagos que no corresponden a servicios económicos realmente prestados por los beneficiarios, ni proviene de la partida de una prestación productiva, pero que se reciben con cierta periodicidad; tal es el caso de las pensiones, jubilaciones, beneficios de seguros, remesas familiares y becas.

Ingresos imprevistos: incluye los ingresos netos inesperados que recibe una persona por concepto tales como herencia, loterías, y juegos de azar.

Origen del ingreso: se hace una distinción de las diferentes fuentes de ingreso. Se distinguen los siguientes tipos.

Ingreso proveniente de empresas no agrícolas; incluye los ingresos netos que obtiene una persona que trabajo en una empresa o negocio familiar, o por prestación de servios personales o técnicos y profesionistas independientes. Incluye también el monto que la persona estimó que ahorró en pesos por la actividad que realiza en una empresa y que aprovecha de alguna manera para su familia.

Ingresos provenientes de operaciones en bienes muebles e inmuebles: comprenden los ingresos netos obtenidos de la venta, renta o alquiler de bienes muebles e inmuebles. Incluye también, en el caso de las familias con casa o condominio propio, la estimación de la renta pagaría si no fuera de su propiedad.

VI. APENDICE

100
101
102
103
104
105
106
107
108
109
110
111
112
113
114
115
116
117
118
119
120
121
122
123
124
125
126
127
128
129
130
131
132
133
134
135
136
137
138
139
140
141
142
143
144
145
146
147
148
149
150
151
152
153
154
155
156
157
158
159
160
161
162
163
164
165
166
167
168
169
170
171
172
173
174
175
176
177
178
179
180
181
182
183
184
185
186
187
188
189
190
191
192
193
194
195
196
197
198
199
200

TABLA 1

ENTIDAD FEDERATIVA	1970	1980 *	PORCENTAJE DE INCREMENTO -- 1970-80
República Mexicana	48'225,238	67'382,581	39.72
Aguascalientes	338.142	503,410	48.88
Baja California Norte	870.421	1'225,436	40.79
Baja California Sur	128.019	221,389	72.93
Campeche	251.556	372,277	47.99
Coahuila	1'114.956	1'558,401	39.77
Colima	241.153	339,202	40.66
Chiapas	1'569,053	2'096,812	33.64
Chihuahua	1'612.525	1'933,856	19.93
Distrito Federal	6'874.165	9'373,353	36.36
Durango	939.208	1'160,196	23.53
Guanajuato	2'275.370	3'044,402	33.80
Guerrero	1'597,360	2'174,162	36.11
Hidalgo	1'193.843	1'516,511	27.03
Jalisco	3'296.586	4'293,549	30.24
México	3'833.185	7'545,692	96.85
Michoacán	2'324.226	3'048,704	31.17
Morelos	616.119	931,675	51.21
Nayarit	544.031	730,024	34.19
Nuevo León	1'694.689	2'463,298	45.35
Oaxaca	2'015.424	2'518,157	24.94
Puebla	2'508.226	3'279,960	30.77
Querétaro	485.523	726,054	49.54
Quintana Roo	88.150	209,858	138.07
San Luis Potosí	1'281.996	1'670.639	30.32
Sinaloa	1'266.528	1'880.098	48.45
Sonora	1'098.720	1'498,931	36.43
Tabasco	768.327	1'149,756	49.64
Tamaulipas	1'456.858	1'924,934	32.13
Tlaxcala	420.638	547,261	30.10
Veracruz	3'815.422	5'264,611	37.98
Yucatán	758.355	1'034,648	36.43
Zacatecas	951.462	1'145,327	20.38

*Datos Preliminares

Fuente: S.P.P.Coord.Gral.de los servicios nacionales de estadística e informática, X Censo Gral.de Población y Vivienda, 1980 resultados preliminares. México, agosto 1981, IX Censo Gral.de Población y Vivienda 1970

POBLACION POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO EN
1970

TABLA 2

GRUPO DE EDADES	ABSOLUTOS			RELATIVOS %		
	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL DEL PAIS	48'225.238	24'065.614	24'159.624	100.	100.	100.
0-4	8'167.510	4'151.517	4'015.993	16.94	17.25	16.62
5-9	7'722.996	3'934.729	3'788.267	16.01	16.35	15.68
10-14	6'396.174	3'271.115	3'125.059	13.26	13.59	12.94
15-19	5'054.391	2'491.047	2'563.344	10.48	10.35	10.61
20-24	4'032.341	1'930.300	2'102.041	8.36	8.02	8.70
24-29	3'260.418	1'575.414	1'685.004	6.76	6.55	6.97
30-34	2'596.263	1'285.461	1'310.802	5.38	5.34	5.43
35-39	2'511.647	1'235.283	1'276.364	5.21	5.13	5.28
40-44	1'933.340	959.477	973.863	4.01	3.99	4.03
45-49	1'637.018	829.719	807.299	3.39	3.48	3.34
50-54	1'192.043	589.788	602.255	2.47	2.45	2.49
55-59	1'011.859	501.529	510.330	2.10	2.08	2.11
60-64	917.853	451.069	466.784	1.90	1.87	1.93
65-69	702.563	345.379	357.184	1.46	1.44	1.48
70-74	488.253	242.008	246.245	1.01	1.01	1.02
75-79	252.648	119.571	133.077	0.52	0.50	0.55
80-84	180.934	80.738	100.195	0.38	0.34	0.42
85 y Más	166.987	71.470	95.517	0.35	0.30	0.40

FUENTE: S. P. P. Coord. Gral. de los Servicios Nacionales de estadística e informática - X Censo General de Población y Vivienda. Resultados preliminares, México, Agosto 1981. IX Censo General de Población y Vivienda 1970.

POBLACION POR GRUPO DE EDAD Y SEXO EN
1980*

TABLA 3

GRUPO DE EDAD	TOTAL	ABSOLUTOS		RELATIVOS		
		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	% MUJERES
TOTAL DEL PAIS	67'382.581	33'295.260	34'087.321	100	100	100
0-4	9'283.243	4'658.995	4'624.248	13.78	13.99	13.57
5-9	10'275.025	5'196.186	5'078.839	15.25	15.61	14.90
10-14	9'298.627	4'689.988	4'608.639	13.80	14.09	13.52
15-19	7'689.190	3'765.639	3'923.551	11.41	11.30	11.51
20-23	6'183.602	3'005.768	3'177.834	9.18	9.03	9.32
25-29	4'698.824	2'274.698	2'424.126	6.97	6.83	7.11
30-34	3'835.775	1'866.704	1'969.071	5.69	5.61	5.78
35-39	3'389.129	1'632.663	1'756.466	5.03	4.90	5.15
40-44	2'825.258	1'404.058	1'421.200	4.19	4.22	4.17
45-49	2'363.757	1'157.171	1'206.586	3.51	3.48	3.54
50-54	1'911.137	935.829	975.308	2.84	2.81	2.86
55-59	1'486.098	736.729	749.369	2.21	2.21	2.19
60-64	1'123.177	541.369	581.808	1.67	1.63	1.71
65 y Más	2'818.388	1'325.391	1'492.997	4.18	3.98	4.38
No especificado	201.351	104.072	97'279	0.29	0.31	0.29

*DATOS PRELIMINARES

FUENTE: X Censo General de Población y Vivienda, 1980.
Resultados Preliminares, México, Agosto 1981

COMPOSICION PORCENTUAL DE LA POBLACION POR CONDICION DE ACTIVIDAD
Y SEXO

TABLA 4

AÑO	SEXO	POB. TOTAL	POB. ECONOMI CAMENTE AC- TICA.	POB. ECONOMICAMENTE INACTIVA Y MENOR - DE 12 AÑOS.
1970	HOMBRES	48' 225.238	12' 909.540	35' 315.698
	MUJERES	49.9	79.4	39.1
1980	HOMBRES	67' 382.581	23' 687.684	43' 694.897
	MUJERES	50.1	20.6	60.9

FUENTE: S.P.P. Coord. Gral. de los servicios nacionales de estadística e informática
X Censo General de población y vivienda. Resultados preliminares. México, --
Agosto 1981.
IX Censo General de población y vivienda 1970

TABLA 5

ESTRUCTURA DE LA POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA Y TASAS DE OCUPACION Y DESOCUPACION POR ENTIDAD FEDERATIVA.

1970

ENTIDAD FEDERATIVA	POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA		OCUPADOS		DESOCUPADOS		TASA DE - OCUPACION	TASA DE DE SOCUPACION ABIERTA.
	PERSONAS	%	PERSONAS	%	PERSONAS	%		
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	<u>12 909 540</u>	<u>100.0</u>	<u>12 424 353</u>	<u>100.0</u>	<u>485 187</u>	<u>100.0</u>	<u>96.2</u>	<u>3.8</u>
AGUASCALIENTES	86 332	0.7	81 465	0.7	4 867	1.0	94.4	5.6
BAJA CALIFORNIA	221 779	1.7	211 091	1.7	10 688	2.2	95.2	4.8
BAJA CALIFORNIA SUR	34 292	0.3	32 234	0.3	2 058	0.4	94.0	6.0
CAMPECHE	71 681	0.6	68 931	0.6	2 750	0.6	96.2	3.8
COAHUILA	283 351	2.2	270 598	2.2	12 753	2.6	95.5	4.5
COLIMA	68 122	0.5	63 673	0.5	4 449	0.9	93.5	6.5
CHIAPAS	413 294	3.2	405 671	3.3	7 623	1.6	98.2	1.8
CHIHUAHUA	416 852	3.2	396 748	3.2	20 104	4.1	95.2	4.8
DISTRITO FEDERAL	2 189 521	17.0	2 080 430	16.7	109 091	22.5	95.0	5.0
DURANGO	227 241	1.8	219 012	1.8	8 229	1.7	96.4	3.6
GUANAJUATO	567 774	4.4	547 706	4.4	20 068	4.1	96.5	3.5
GUERRERO	372 477	2.9	362 503	2.9	9 974	2.0	97.3	2.7
HIDALGO	307 810	2.4	300 070	2.4	7 740	1.6	97.5	2.5
JALISCO	888 468	6.9	862 431	6.9	26 037	5.3	97.1	2.9
MEXICO	965 625	7.5	919 599	7.4	46 026	9.5	95.2	4.8
MICHOACAN	553 778	4.3	538 026	4.3	15 752	3.2	97.2	2.8
MORELOS	166 251	1.3	156 001	1.3	10 250	2.1	93.8	6.2
NAYARIT	144 914	1.1	139 759	1.1	5 155	1.1	96.4	3.6
NUEVO LEON	483 269	3.7	465 730	3.7	17 639	3.6	96.4	3.6
OAXACA	628 135	4.1	514 634	4.1	13 501	2.8	97.4	2.6
PUEBLA	676 770	5.2	657 269	5.3	19 501	4.0	97.1	2.9
QUERETARO	127 216	1.0	120 934	1.0	6 282	1.3	95.1	4.9
QUINTANA ROO	25 262	0.2	24 614	0.2	648	0.1	97.4	2.6
SAN LUIS POTOSI	331 888	2.6	321 787	2.6	10 101	2.1	97.0	3.0
SINALOA	343 947	2.7	325 643	2.6	18 304	3.8	94.7	5.3
SONORA	289 799	2.2	278 798	2.2	11 001	2.3	96.2	3.8

TABASCO	200 232	1.6	192 889	1.6	7 343	1.5	96.3	3.7
TAMAULIPAS	383 380	3.0	369 495	3.0	13 885	2.9	96.4	3.6
TLAXCALA	104 455	0.8	99 166	0.8	5 289	1.1	94.9	5.1
VERACRUZ	1 004 809	7.8	979 767	7.8	25 042	5.2	97.5	2.5
YUCATAN	207 538	1.6	203 410	1.6	4 128	0.9	98.0	2.0
ZACATECAS	223 278	1.7	214 269	1.7	9 009	1.9	96.0	4.0

FUENTE: S.I.C., Dirección General de Estadística IX Censo General de Población 1970 México, D. F., 1972.

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO
1970 - 1979 (A) (MILES)

TABLA 6

GRUPOS DE EDAD	TOTAL	1970			1979 (A)			%
		HOMBRES	MUJERES	%	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	
TOTAL	12909	10255	2654		19839	14976	4863	
12 a 19 años	2328	1597	731	18.0	3391	2359	1032	17.1
20 a 24 años	2037	1511	626	15.8	3120	2162	958	15.7
25 a 34 años	3066	2532	534	23.8	4772	3612	1160	24.1
35 a 44 años	2351	1976	375	18.2	3704	2901	803	18.7
45 a 54 años	1496	1263	233	11.6	2529	2020	510	12.7
55 a 64 años	945	800	145	7.3	1440	1192	248	7.3
65 y más	686	576	110	5.3	861	716	145	4.3
Edad no indicada	---	---	---	---	21	14	7	0.1

(A) Datos para el 1er. trimestre de 1979

FUENTE: SIC. Dirección General de Estadísticas. IX Censo General de Población, 1970: México 1972
S.P.P. Coordinación General de los servicios nacionales de Est. Geografía e informática,
encuesta continúa sobre ocupación, serie 1, Vol. 7 trim. 1/1979.

TABLA 7

POBLACION OCUPADA POR RAMAS DE ACTIVIDAD Y SEXO ENERO-MARZO DE 1979

RAMA DE ACTIVIDAD	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	PERSONAS	%	PERSONAS	%	PERSONAS	%
T O T A L	19174203	100	14555712	100	4618491	100
AGRICULTURA, GANADERIA, SILVICULTURA, CAZA Y PESCA	5539207	28.9	5279287	36.3	259920	5.6
INDUSTRIAS EXTRACTIVAS	192831	1.0	181163	1.2	11668	0.2
INDUSTRIAS DE TRANSFORMACION	3729340	19.5	2747190	18.9	982150	21.3
INDUSTRIA DE CONSTRUCCION	1228090	6.4	1201899	8.3	26191	0.6
GENERACION Y DISTRIBUCION DE ENER GIA ELECTRICA.	127554	0.7	119729	0.8	7825	0.2
COMERCIO	2649290	13.8	1645920	11.3	1003370	21.7
TRANSPORTE	634450	3.3	612362	4.2	22088	0.5
SERVICIOS	4'973516	25.9	2692296	18.5	2281220	49.4
ACTIVIDADES INSUFICIENTEMENTE ESPECIFICADAS	99925	0.5	75866	0.5	24059	0.5

FUENTE: S. P.P. C.G.S.N.E. G.e.I. Encuesta continúa sobre ocupación
Serie 1, Vol. 7 trimestre 1/ 1979.

POBLACION OCUPADA POR OCUPACION PRINCIPAL Y SEXO
ENERO - MARZO DE 1979.

TABLA 8

OCUPACION PRINCIPAL	TOTAL		HOMBRES		MUJERES	
	PERSONAS	%	PERSONAS	%	PERSONAS	%
TOTAL	19174203	100	14555712	100	4618491	100
PROFESIONISTAS Y TECNICOS	1465364	7.6	916434	6.3	548930	11.9
FUNCIONARIOS SUPERIORES Y PERSONAL DI RECTIVO PUB. Y PRIV.	516231	2.7	416635	2.9	99596	2.1
PERSONAL ADMINISTRATIVO	1658867	8.6	902631	6.2	756236	16.4
COMERCIANTES VENDEDORES Y SIMILARES	2107045	11.0	1205692	8.3	901353	19.5
TRABAJADORES EN SERVICIOS DIVERSOS Y CONDUCTORES DE VEHICULOS.	3059596	16.0	1767167	12.1	1292429	28.0
TRABAJADORES EN LABORES AGROPECUARIAS	5481264	28.6	5232239	35.9	249025	5.4
TRABAJADORES NO AGRICOLAS	4877560	25.4	4107945	28.2	769615	16.6
INSUFICIENTEMENTE ESPECIFICADO	8276	0.1	6969	0.1	1307	0.1

FUENTE: S. P.P. Coordinación General de los servicios nacionales de estadística, geografía, e informática
Encuesta continúa sobre ocupación serie 1, Vol. 7, Trim. 1/1979.

TABLA 9

PERSONAL OCUPADO POR ENTIDAD FEDERATIVA, SEGUN TIPO DE ACTIVIDAD COMERCIAL

1975

ENTIDAD FEDERATIVA	T O T A L			ALIMENTOS, BE- BIDAS Y PRODUC TOS DEL TABACO.		ARTICULOS PARA EL HOGAR Y DE USO PERSONAL.		MATERIAS PRI MAS Y AUXI-- LIARES.		MAQUINARIA, IMPLEMOTOS HERRAMIENTAS EQS. Y APAR- TS.		EQUIPO DE TRANS PORTE SUS REFAC. Y ACCESORIOS.	
	Abs.	Part	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
				541 640	48.5	323 610	28.9	90 934	8.1	34 572	3.1	66 701	6.0
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	1 118 028	100.0	100.0	541 640	48.5	323 610	28.9	90 934	8.1	34 572	3.1	66 701	6.0
AGUASCALIENTES	8 689	0.8	100.0	4 089	47.1	2 758	31.7	691	8.0	120	1.4	551	6.3
BAJA CALIFORNIA	27 287	2.4	100.0	9 108	33.4	10 267	37.6	2 694	9.9	413	1.5	2 462	9.0
BAJA CALIFORNIA SUR	5 255	0.5	100.0	2 758	52.5	1 414	26.9	303	5.8	109	2.1	431	8.2
CAMPECHE	5 544	0.5	100.0	3 489	62.9	1 102	19.9	329	5.9	100	1.8	268	4.9
COAHUILA	28 580	2.6	100.0	13 165	46.1	8 217	28.8	2 553	8.9	947	3.3	2 122	7.4
COLIMA	6 561	0.6	100.0	3 638	55.4	1 430	21.8	319	4.9	75	1.1	381	5.8
CHIAPAS	14 939	1.3	100.0	8 607	57.6	3 644	24.4	759	5.1	214	1.4	1 207	8.1
CHIHUAHUA	33 857	3.0	100.0	15 377	45.4	9 857	29.1	2 958	8.7	867	2.6	2 556	7.6
DISTRITO FEDERAL	315 172	28.2	100.0	114 242	36.2	117 018	37.1	29 890	9.5	16589	5.3	19 838	6.3
DURANGO	16 971	1.5	100.0	9 555	56.3	2 920	17.2	2 335	13.7	265	1.6	1 063	6.3
GUANAJUATO	40 441	3.6	100.0	21 898	54.1	10 542	26.1	2 985	7.4	889	2.2	1 981	4.9
GUERRERO	19 388	1.7	100.0	10 818	55.8	5 842	30.1	1 031	5.3	168	0.9	699	3.6
HIDALGO	14 724	1.3	100.0	9 724	66.0	2 473	16.8	797	5.4	98	0.7	794	5.4
JALISCO	81 485	7.3	100.0	37 690	46.2	25 793	31.7	6 923	8.5	2588	3.2	4 576	5.6
MEXICO	82 042	7.3	100.0	46 814	57.1	17 132	20.9	7 241	8.8	2095	2.5	3 290	4.0
MICHOACAN	37 495	3.4	100.0	24 030	64.1	8 331	22.2	1 666	4.4	394	1.1	1 700	4.5
MORELOS	10 974	1.0	100.0	6 344	57.8	2 612	23.8	886	8.1	47	0.4	575	5.2
NAYARIT	10 986	1.0	100.0	6 743	61.4	2 388	21.7	543	4.9	188	1.7	535	4.9
NUEVO LEON	52 330	4.7	100.0	21 968	42.0	15 861	30.3	5 272	10.1	2495	4.7	3 812	7.3
OAXACA	24 408	2.2	100.0	17 569	72.0	4 594	18.8	897	3.7	87	0.3	650	2.7
PUEBLA	40 381	3.6	100.0	22 826	56.5	10 197	25.3	2 520	6.2	747	1.9	2 073	5.1
QUERETARO	10 763	1.0	100.0	6 351	59.0	2 157	20.0	737	6.8	216	2.0	522	4.9
QUINTANA ROO	3 503	0.3	100.0	1 935	55.2	1 226	35.0	122	3.5	31	0.9	107	3.1
SAN LUIS POTOSI	21 714	1.9	100.0	14 201	65.4	4 528	20.9	1 155	5.3	203	0.9	984	4.5
SINALOA	27 326	2.4	100.0	12 061	44.1	8 109	29.7	2 455	9.0	1 216	4.5	2 053	7.5
SONORA	28 886	2.6	100.0	12 112	41.9	7 532	26.1	3 282	11.4	1 249	4.3	2 671	9.2
TABASCO	11 403	1.0	100.0	6 691	58.7	3 001	26.3	544	4.8	204	1.8	490	4.3
TAMAULIPAS	35 368	3.2	100.0	16 694	47.2	9 086	25.7	3 518	9.9	633	1.8	2 853	8.1

ARTICULOS Y BIENES
DIVERSOS A

Abs.	%
<u>60 571</u>	<u>5.4</u>
480	5.5
2 343	8.6
240	4.5
256	4.6
1 576	5.5
718	11.0
508	3.4
2 242	6.6
17 595	5.6
833	4.9
2 146	4.3
830	4.3
838	5.7
3 915	4.8
5 470	6.7
1 374	3.7
510	4.7
589	5.4
2 922	5.6
611	2.5
2 018	5.0
780	7.3
82	2.3
643	3.0
1 432	5.2
2 040	7.1
473	4.1
2 584	7.3

	T O T A L		ALIMENTOS, BEBIDAS Y PRODUCTOS DEL TABACO.		ARTICULOS PARA EL HOGAR Y DE USO PERSONAL.		MATERIAS PRIMAS Y AUXILIARES.		MAQUINARIA IMPLEMENTOS HERRAMIENTAS, EQS. Y APARATS.		EQUIPO DE TRANSPORTE SUS REFAC. Y ACCESORIOS.		ARTICULOS Y BIENES DIVERSOS A.		
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%	
TLAXCALA	7 010	0.6	100.0	5 135	73.3	996	14.2	329	4.7	4	0.0	160	2.3	386	5.5
VERACRUZ	62 472	5.6	100.0	36 231	58.0	15486	24.8	3 510	5.6	825	1.3	3 744	6.0	2 676	4.3
YUCATAN	18 473	1.7	100.0	10 490	56.8	4659	25.2	1 118	6.1	352	1.9	932	5.0	922	5.0
ZACATECAS	13 601	1.2	100.0	9 287	68.3	2438	17.9	572	4.2	144	1.0	621	4.6	539	4.0

A Incluye combustibles y lubricantes para uso industrial o doméstico; terrenos, edificios, casas, apartamentos, locales; emisión, distribución y ventas de billetes de lotería; farmacias veterinarias; armerías; gases para uso industrial y medicinal y; otros artículos no especificados en otros grupos.

FUENTE: Secretaría de Programación y Presupuesto. Coordinación General de los Servicios Nacionales de Estadística, Geografía e Informática. VII Censo Comercial 1976, Datos 1975. México 1980.

TABLA 10.

POBLACION TOTAL POR SEXO DE LAS PRINCIPALES CIUDADES

1970

CIUDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
DISTRITO FEDERAL	6874,165	3'319038	3'355127
GUADALAJARA	1199 391	579470	619921
MONTERREY	858 107	425665	432442

1980

CIUDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
DISTRITO FEDERAL	8831079	4234602	4596477
GUADALAJARA	1626152	782275	843877
MONTERREY	1090009	537119	552890

FUENTE: Elaboradas por las autoras de la tesina en base a los datos del IX, X Censo de la Población y Vivienda 1970 1980; de los Estados de Nuevo León, Jalisco y México, D. F.

TABLA 11 A

POBLACION OCUPADA, SEGUN RAMA DE ACTIVIDAD ECONOMICA POR REGIONES

1975

RAMA DE ACTIVIDAD	D.F. NUMERO	PORCIENTO	AREA METROPOLITANA DE GUADALAJARA.		AREA METROPOLITANA DE MONTERREY	
			NUMERO	PORCIENTO	NUMERO	PORCIENTO
TOTAL	11'541.105	100	2 392057	100	18 68593	100
AGRICULTURA, GANADERIA, SILVICULTURA, PESCA Y CAZA.	145083	1.2	28132	1.2	33636	1.8
INDUSTRIA DEL PETROLEO	40771	0.3	2126	0.1	4403	0.2
INDUSTRIA EXTRACTIVA	14802	0.1	921	0.1	2775	0.1
INDUSTRIA DE TRANSFORMACION	3196311	28.0	734821	30.7	688880	36.9
CONSTRUCCION	638964	5.5	177664	7.4	160947	8.6
GENERACION Y DISTRIBUCION DE ENERGIA ELECTRICA.	103828	0.9	12653	0.5	14614	0.8
COMERCIO	1821680	15.6	482367	20.1	328053	17.5
SERVICIOS	4071284	35.3	711922	29.8	493605	26.4
TRANSPORTES	521058	4.5	125175	5.2	85172	4.6
GOBIERNO	874183	7.6	100147	4.2	49966	2.8
INSUFICIENTEMENTE ESPECIFICADO	113141	1.0	16129	0.7	6542	0.3

TABLA 11 B

1976

TOTAL	11756040	100	2577444	100	1990867	100
AGRICULTURA GANADERIA SILVICULTURA PESCA Y CAZA	131831	1.1	24824	1.0	26022	1.3
INDUSTRIA DEL PETROLEO	50434	0.4	4287	0.2	4141	0.2
INDUSTRIA EXTRACTIVA	11230	0.1	1607	0.1	2613	0.1
INDUSTRIA DE TRANSFORMACION	3228200	28.0	788433	30.6	738976	37.1
CONSTRUCCION	619932	5.3	204540	8.0	174179	8.8
GENERACION Y DISTRIBUCION DE ENER GIA ELECTRICA:	111991	1.0	12833	0.5	9672	0.5
COMERCIO	1955373	16.6	526709	20.4	320152	16.1
SERVICIOS	4034476	34.3	764189	29.6	546474	27.5
TRANSPORTES	561505	5.0	129282	5.0	99914	5.0
GOBIERNO	934233	8.0	107075	4.2	56888	2.9
INSUFICIENTEMENTE ESPECIFICADO	116832	0.1	13665	0.5	11836	0.6

TABLA 11 C

1977

TOTAL	11869159	100	2642914	100	2191372	100
AGRICULTURA, GANADERIA, SILVICULTURA						
PESCA Y CAZA	116647	1.0	35379	1.3	26656	1.2
INDUSTRIA DEL PETROLEO	64879	0.5	2166	0.1	2402	0.1
INDUSTRIA EXTRACTIVA	17169	0.2	----	----	415	0.0
INDUSTRIA DE TRANSFORMACION	3187527	26.8	779101	29.5	783036	35.7
CONSTRUCCION	601416	5.1	205546	7.7	181156	8.3
GENERACION Y DISTRIBUCION DE ENER- GIA ELECTRICA	100859	0.9	13482	0.5	7658	0.4
COMERCIO	1975225	16.6	492987	18.7	354275	16.2
SERVICIOS	4126666	34.8	870251	32.9	628749	28.7
TRANSPORTES	560930	4.7	115212	4.4	124792	5.6
GOBIERNO	1006612	8.5	110318	4.2	69151	3.2
INSUFICIENTEMENTE ESPECIFICADO	111229	0.9	18472	0.7	13082	0.6

FUENTE: S. P. P. Coord. Gral. de los Servicios Nacionales de estadística e informática, X Censo General de población y vivienda, 1980, resultados preliminares, México, Agosto 1981. IX Censo General de población y vivienda 1970.

TABLA 12

POBLACION OCUPADA, SEGUN OCUPACION PRINCIPAL POR REGIONES
1975

A) OCUPACION PRINCIPAL	D. F.		AREA METROP. DE GUADALAJARA.		AREA METROP. DE MONTE RREY.	
	NUMERO	PORCIENTO	NUMERO	PORCIENTO	NUMERO	PORCIENTO
TOTAL	11541105	100	2392057	100	1868253	100
PROFESIONALES Y TECNICOS	1435101	12.43	242905	10.15	169317	9.06
FUNCIONARIOS SUPERIORES Y PERSONAL DIRECTIVO PUBLICO Y PRIVADO	721404	6.25	144967	6.06	112963	6.05
PERSONAL ADMINISTRATIVO	1660638	14.39	271891	11.37	246147	13.18
COMERCIANTEs, VENDEDORES Y SIMILARES.	1491488	12.92	366330	15.31	249272	13.34
TRABAJADORES EN SERVICIOS DIVERSOS Y CONDUCTORES DE VEHICULOS.	2964322	25.68	522707	21.85	360983	19.32
TRABAJADORES EN LABORES AGROPECUARIAS.	151376	1.31	30924	1.29	33841	1.81
TRABAJADORES NO AGRICOLAS	3104016	26.9	812333	33.97	695379	37.22
INSUFICIENTEMENTE ESPECIFICADO	12760	.12			351	.02
B)						
TOTAL	11756038	100	2577450	100	1991875	100
PROFESIONALES Y TECNICOS	1590625	13.53	258949	10.05	229846	11.54
FUNCIONARIOS SUPERIORES, PERSONAL DIRECTIVO PUBLICO Y PRIVADO.	689638	5.87	148233	5.75	118117	5.93
PERSONAL ADMINISTRATIVO	1818204	15.47	298768	11.59	299794	15.05
COMERCIANTEs VENDEDORES Y SIMILARES	1557455	13.24	384586	14.92	252793	12.7
TRABAJADORES EN SERVICIOS Y CONDUCTORES DE VEHICULOS.	2858849	24.32	559985	21.73	393784	19.77
TRABAJADORES EN LABORES AGROPECUARIAS	146812	1.25	32128	1.25	25986	1.30
TRABAJADORES NO AGRICOLAS	3073314	26.14	890962	34.57	670735	33.67
INSUFICIENTEMENTE ESPECIFICADO.	21141	.18	3839	.14	820	.04

1977

C)

TOTAL	11941159	100	2642918	100	2191368	100
PERSONAL Y TECNICOS	1716878	14.38	289974	10.97	262952	12.0
FUNCIONARIOS SUPERIORES Y PERSONAL DIRECTIVO PUBLICO Y PRIVADO.	658582	5.52	110501	4.18	140877	6.43
PERSONAL ADMINISTRATIVO	1857534	15.56	307279	11.63	316632	14.45
COMERCIANTES, VENEDORES Y SIMILARES	1583048	13.26	370614	14.02	281688	12.85
TRABAJADORES EN SERVICIOS DIVERSOS Y CONDUCTORES DE VEHICULOS.	2841484	23.79	618065	23.39	433654	19.79
TRABAJADORES EN LABORES AGROPECUARIAS.	130549	1.09	38762	1.47	27964	1.28
TRABAJADORES NO AGRICOLAS	3135856	26.26	905786	34.27	727082	33.18
INSUFICIENTEMENTE ESPECIFICADO.	17228	.14	1937	.07	519	.02

NUMERO DE FAMILIAS DE ACUERDO A LA CANTIDAD DE INTEGRANTES

TABLA 13

TAMAÑO	No.DE FAMILIAS	PORCENTAJE DE FAMILIAS
TOTAL	10'208925	100.0
1 a 3	2'404356	23.5
4 a 6	4'552143	44.6
7 a 9	2'390238	23.4
10 a más	862188	8.5

FUENTE: Encuesta Nacional de Ingresos y gastos familiares S. P. P. Coordinación Gral. de los Servicios Nacionales de Estadística, Geografía e Informática 1981.

TABLA 14

INGRESO PROMEDIO FAMILIAR POR ORIGEN DEL INGRESO
(PESOS MENSUALES)

ORIGEN DEL INGRESO FAMILIAR	INGRESO PROMEDIO FAMILIAR	%
TOTAL	3260.34	100.0
POR SUELDO Y SALARIOS	2072.83	63.6
POR EMPRESAS PROPIAS NO AGRICOLAS.	510.68	15.7
POR EMPRESAS PROPIAS AGROPECUARIAS	280.95	8.6
POR OPERACION EN BIENES MUEBLES O INMUEBLES.	183.46	5.6
POR OPERACIONES EN BIENES DE CAPITAL.	11.89	.4
POR TRANSFERENCIAS	170.36	5.2
IMPREVISTOS	30.21	.9

FUENTE: Encuesta Nacional de Ingresos y Gtos Familiares. S.P.P. Coordinación Gral. de los Servicios Nacionales de estadística, geografía e informática, 1981.

INGRESO PROMEDIO FAMILIAR POR ORIGEN Y ESTRATOS DE INGRESO FAMILIAR
(PESOS MENSUALES)

TABLA 15

ESTRATOS DE INGRESO FAMILIAR.	TOTAL	POR SUEL DOS Y SÁ LARIOS.	POR EMPRE SAS PRO-- PIAS NO -- AGRICOLAS.	POR EMPRESAS AGROPECUA--- RIAS.	POR OPERACIONES EN BIENES MUE-- BLES E INMUEBLES	POR OPERACIO NES EN BIE-- NES DE CAPITAL	POR TRANS FERENCIAS	IMPREVISTOS
TOTAL	3260.34	2072.83	510.68	280.95	183.46	11.89	170.36	30.21
0	*	*	*	*	*	*	*	*
1-500	215.98	58.01	33.55	99.26	1.28	0.67	23.22	0.01
501-700	606.03	248.11	29.09	227.38	2.58	0.0	48.47	0.41
701-950	828.68	388.50	120.43	264.68	4.66	0.0	50.02	0.41
951-1250	1099.01	611.38	221.84	174.89	6.48	2.38	81.91	0.16
1251-1700	1479.17	996.30	210.88	161.30	6.00	0.05	103.43	1.24
1701-2200	1967.04	1412.91	255.84	159.60	19.75	2.59	115.93.	0.44
2201-3000	2610.93	1902.71	354.56	214.51	15.80	3.76	117.48	2.12
3001-4000	3519.67	2564.56	469.92	325.72	21.85	1.35	131.93	4.36
4001-5200	4584.26	3403.94	629.71	369.68	18.29	4.95	149.03	8.68
5201-7000	6024.41	4777.12	551.61	384.48	49.96	25.65	223.55	12.05
7001-9200	7987.63	6206.31	1199.20	256.15	119.32	38.47	167.12	1.08
9201-12250	10531.41	6942.30	1920.21	347.38	253.11	27.13	1005.19	36.09
12251 y más	24385.46	10304.67	5063.80	1908.94	4693.50	198.07	1427.83.	789.32

* Información muestral insuficiente para estimar el promedio.

FUENTE: Encuesta Nacional y gastos de los hogares 1977;
primera observación gasto semanal y mensual; S.P.P.

ESTRATO DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL. (PESOS MENSUALES)	NUMERO DE FAMILIAS.	PORCENTAJE DE FAMILIAS	INGRESO PROMEDIO FAMILIAR.	ORIGEN DEL INGRESO						IMPREVISTOS
				SUELLOS Y SALARIOS. A	POR EMPRESAS PROPIAS NO AGRICOLAS.	POR EMPRESAS AGROPASTORILES.	POR OPERACIONES EN BIENES -- MUEBLES E INMUEBLES.	POR OPERACIONES EN BIENES DE CAPITAL.	TRANSFERENCIAS.	
TOTAL	10208925	100.0	3260.37	63.6	15.7	8.6	5.6	0.4	5.2	0.9
0	16547	0.2	*	*	*	*	*	*	*	*
1 -500	1533407	15.0	215.98	26.9	15.5	46.0	0.6	0.3	10.7	0.0
501 - 700	578756	5.7	606.03	40.9	13.1	37.5	0.4	0.0	8.0	0.1
701 - 950	794472	7.8	828.68	46.9	14.5	31.9	0.6	0.0	6.0	0.1
951 - 1250	889555	8.7	1099.01	55.6	20.2	15.9	0.6	0.2	7.5	0.0
1251-1700	918944	9.0	1479.17	67.4	14.2	10.9	0.4	0.0	7.0	0.1
1701-2200	1063504	10.4	1967.04	71.9	13.0	8.1	1.0	0.1	5.9	0.0
2201-3000	1249808	12.2	2610.93	72.9	13.6	8.2	0.6	0.1	4.5	0.1
3001-4000	865596	8.5	3519.67	72.9	13.3	9.3	0.6	0.0	3.8	0.1
4001-5200	695026	6.8	4584.26	74.3	13.7	8.1	0.4	0.1	3.2	0.2
5201-7000	625835	6.1	6024.41	79.3	9.2	6.4	0.8	0.4	3.7	0.2
7001-9200	345941	3.4	7987.63	77.7	15.0	3.2	1.5	0.5	2.1	0.0
9201-12250	282537	2.8	10531.41	65.9	18.2	3.3	2.4	0.3	9.6	0.3
12251 y más	348997	3.4	24385.46	42.3	20.8	7.8	19.2	0.8	5.9	3.2

A. La reducida participación de los sueldos y salarios en el ingreso familiar de los estratos bajos puede ser aplicada por el hecho de que en un gran número de familias el jefe de éstas trabaja por cuenta propia y no tiene asignado un sueldo en su negocio o empresa; las percepciones de estas familias se computan como ingreso por empresas propias. En su mayoría se trata de pequeños comerciantes, vendedores, prestadores de servicios personales diversos y pequeños agricultores.

* Información muestral insuficiente para estimar el promedio

FUENTE: STPS, Centro Nacional de Información y Estadísticas del trabajo
Encuesta ingreso y gasto familiares, 1975

TABLA 17

INGRESO PROMEDIO FAMILIAR POR ESTRATOS DE INGRESO FAMILIAR
Y TAMAÑO DE LA FAMILIA

(PESOS MENSUALES)

ESTRATO DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL.	TOTAL	1 A 3	4 A 6	7 A 9	10 Y MAS
TOTAL	3260.34	2855.83	3067.50	3337.99	5191.85
0	*	*	*	*	*
1 - 500	215.98	237.62	193.17	246.29	221.36
501 - 700	606.03	597.70	611.48	603.18	*
701 - 950	828.68	841.76	815.35	823.75	*
951 - 1250	1099.01	1108.03	1098.45	1083.48	1112.79
1251 - 1700	1479.17	1490.34	1478.09	1471.92	1474.79
1701 - 2200	1967.04	1963.66	1956.58	1974.79	2007.16
2201 - 3000	2610.93	2642.21	2600.25	2617.20	2559.75
3001 - 4000	3519.67	3563.66	3516.18	3497.20	3511.38
4001 - 5200	4584.26	4717.90	4562.01	4555.15	4499.31
5201 - 7000	6024.41	5863.31	6121.63	6003.88	6026.21
7001 - 9200	7987.63	8033.48	7930.56	7983.71	8123.47
9201 - 12250	10531.41	10600.77	10650.79	10299.88	10550.40
12251 Y MAS	24385.46	23417.43	21647.48	21578.04	37427.63

FUENTE: Encuesta Nacional de Ingresos y gastos de los hogares 1977; primera observación gas to semanal y mensual; S. P. P.

TABLA 18

NUMERO DE FAMILIAS POR ESTRATOS DE INGRESO FAMILIAR Y TAMAÑO DE LA FAMILIA.

ESTRATOS DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL	TOTAL	PORCENTAJE DE FAMILIAS %	TAMAÑO DE LA FAMILIA			
			1 A 3	4 A 6	7 A 9	10 Y MAS
TOTAL	10 208925	100	2404356	4552143	2390238	862188
0	16547	0.2	2186	1014	13023	324
1-500	1533407	15.0	376632	753482	275915	127378
501-700	578756	5.7	136368	269338	162075	10975
701-950	794472	7.8	215639	335313	200938	42582
951-1250	889555	8.7	266814	419781	168494	34466
1251-1700	918944	9.0	208950	430263	201606	78125
1701-2200	1063504	10.4	274639	457909	232140	98816
2201-3000	1249808	12.2	287799	542228	318654	101127
3001-4000	865596	8.5	169021	366429	239638	90508
4001-5200	695026	6.8	136750	282273	205356	70647
5201-7000	625835	6.1	152068	274531	113675	85561
7001-9200	345941	3.4	67181	145738	91763	41259
9201-12250	282537	2.8	51091	123984	81347	26115
12251 y Más	348997	3.4	59218	149860	85614	54305

FUENTE: Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares 1977; primera observación gasto semanal y mensual, S. P.P., Coordinación General de los Servicios Nacionales de Estadística, Geografía e Informática, 1981

TABLA 19

GASTO PROMEDIO FAMILIAR POR DESTINO DEL GASTO Y ESTRATO DE INGRESO FAMILIAR
1975
(PESOS MENSUALES)

ESTRATO DE INGRESOS FAMILIAR MENSUAL.	NUMERO DE FAMILIAS.	PORCENTAJE DE FAMILIAS.	GASTO PROMEDIO FAMILIAR.	DESTINO DEL GASTO						
				ALIMENTO BEBIDAS Y TABACO	VIVIENDA ENER- GIA ELECTRICA COMBUSTIBLE Y TELEFONO.	SERVI- CIO - DOMES- TICO.	ROPA CAL- ZADO Y - OTROS AR- TICULOS.	SERVICIO DE TRANS- PORTE.	EDUCACION	SERVICIOS MEDICOS.
TOTAL	10 208 925	100.0	3 382.96	1 382.59	685.46	67.10	382.43	179.54	43.66	86.02
0	16 547	0.2	*	*	*	*	*	*	*	*
1 - 500	1 533 407	15.0	1 174.95	692.12	191.37	0.30	130.82	41.86	5.43	27.41
501 - 700	578 756	5.7	1 302.95	694.20	215.10	1.60	146.33	48.34	6.59	56.09
701 - 950	794 472	7.8	1 602.05	931.90	229.49	0.96	162.07	53.67	8.69	66.58
951 - 1250	889 555	8.7	1 834.18	982.98	312.58	4.59	208.94	56.94	15.20	54.96
1251 - 1700	918 944	9.0	2 257.38	1 152.99	464.73	3.10	206.76	77.35	18.65	58.03
1701 - 2200	1 063 504	10.4	2 757.75	1 342.65	583.02	32.21	226.39	131.00	27.84	67.73
2201 - 3000	1 249 808	12.2	3 139.62	1 525.78	649.91	11.57	330.06	131.53	32.77	57.10
3001 - 4000	865 596	8.5	4 152.02	1 889.29	924.77	68.90	518.01	186.30	50.45	121.63
4001 - 5200	695 026	6.8	4 634.34	1 891.73	761.54	36.02	557.85	252.13	50.07	155.37
5201 - 7000	625 835	6.1	6 333.68	2 106.78	1 197.26	133.43	866.56	376.75	86.98	167.64
7001 - 9200	345 941	3.4	7 079.26	2 352.12	1 050.87	576.69	864.28	535.97	119.03	141.14
9201 - 12250	282 537	2.8	9 764.15	2 711.55	2 579.67	465.41	1 017.28	668.32	151.16	159.83
12251 y más	348 997	3.4	11 667.67	2 714.96	2 323.30	366.86	1 244.39	933.60	310.15	264.88

FUENTE: ENCUESTA DE GASTOS E INGRESOS DE LOS HOGARES S.P.P. C.G.S.N.E.G.I.

OTROS SERVICIOS.	MUEBLES EQUIPOS Y OTROS ARTICULOS DOMESTICOS.	VEHICULOS	OTROS GASTOS.
316.91	146.14	54.35	68.04
*	*	*	*
58.78	18.81	4.09	3.99
85.31	33.27	7.53	8.57
99.09	37.85	6.97	4.81
145.83	35.85	0.90	15.43
149.41	96.98	4.53	24.87
206.16	84.80	8.33	37.63
246.25	112.97	14.48	27.27
330.96	169.99	45.37	46.36
525.85	260.18	86.86	96.70
752.41	378.80	137.00	110.93
667.53	335.30	191.90	244.37
859.28	513.95	423.45	214.22
1 788.7%	642.97	427.80	649.95

ESTRUCTURA DEL GASTO PROMEDIO FAMILIAR POR DESTINO DEL GASTO Y ESTRATO DE INGRESO FAMILIAR.

1975

(POR CIENTO)

ESTRATO DE INGRESOS FAMILIAR MENSUAL	NUMERO DE FAMILIAS.	PORCENTAJE- DE FAMILIAS	GASTO PROME- DIO FAMI- LIAR (PESOS)	ALIMENTOS BEBIDAS Y TABACO	DESTINO DEL GASTO							
					VIVIENDA ENERGIA ELECTRI- CA COM- BUSTIBLE Y TELEFO- NO.	SERVI- CIO - DOMES- TICO.	ROPA,CAL- ZADO Y - OTROS AR- TICULOS.	SERVI- CIO - DE -- TRANS- PORTE	EDUCA- CION.	SERVI- CIOS MEDI- COS.	OTROS SERVI- CIOS.	MUEBLES EQUIPO Y OTROS ARTICU- LOS DO- MESTI- COS.
TOTAL	10 208925	100.00	3 382.96	40.9	19.5	2.0	11.1	5.3	1.3	2.6	9.4	4.3
0	16547	0.2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
1 - 500	1 533407	15.0	1 174.95	58.9	16.3	0.0	11.1	3.5	0.5	2.3	5.0	1.6
501 - 700	578756	5.7	1 302.95	53.3	16.5	0.1	11.2	3.7	0.5	4.3	6.6	2.5
701 - 950	794472	7.8	1 602.05	58.2	14.3	0.1	10.1	3.4	0.5	4.2	6.2	2.3
951 - 1250	889555	8.7	1 834.18	53.5	17.0	0.3	11.4	3.1	0.8	3.0	8.0	2.0
1251 - 1700	918944	9.0	2 257.38	51.1	20.6	0.1	9.2	3.4	0.8	2.6	6.6	4.3
1701 - 2200	1 063504	10.4	2 757.75	48.7	21.1	1.2	8.2	4.7	1.0	2.5	7.5	3.4
2201 - 3000	1 249808	12.2	3 139.62	48.6	20.7	0.4	10.5	4.2	1.0	1.8	7.8	3.6
3001 - 4000	865596	8.5	4 152.02	40.7	22.3	1.7	12.5	4.5	1.2	2.9	8.0	4.1
4001 - 5200	695026	6.8	4 654.34	40.6	16.4	0.8	12.0	5.4	1.1	3.3	11.3	5.6
5201 - 7000	625835	6.1	6 333.68	33.3	18.9	2.1	14.0	6.0	1.4	2.6	11.9	6.0
7001 - 9200	345941	3.4	7 079.26	33.2	14.8	8.2	12.2	7.6	1.7	2.0	9.4	4.7
9201 - 12250	282537	2.8	9 764.15	27.8	26.4	4.8	10.4	6.8	1.6	1.6	8.8	5.3
12251 y más	348997	3.4	11 667.67	23.3	19.9	3.1	10.7	8.0	2.7	2.3	15.3	5.5

VEHICULOS

OTROS
GAS—
TOS.

1.6
*
0.4
0.6
0.4
0.1
0.2
0.3
0.5
1.0
1.4
2.1
2.7
4.3
3.7

2.0
*
0.3
0.7
0.3
0.8
1.1
1.4
0.9
1.1
2.1
1.7
3.5
2.2
5.5

NUMERO DE EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DEL TRIGO

SUBRAMAS	1970	1975	1980
FABRICACION DE HARINA DE TRIGO	175	158	155
FABRICACION DE PAN Y PASTELES	8463	7596	8692
FABRICACION DE GALLETAS Y PASTAS ALIMENTICIAS.	85	69	66
TOTAL DE LA INDUSTRIA	8723	7823	8913

FUENTE: S.P.P., Censos industriales 1970 y 1975; Cámara Nacional de la Industria del Trigo y CONASUPO.

TABLA 22

GRADO DE CONCENTRACION DE LA INDUSTRIA DEL TRIGO

MILLONES DE PESOS

TIPO DE EMPRESA*	1 9 7 5				1 9 8 0			
	No.DE EM PRESAS.	%	VALOR DE LA PRODUCCION.	%	No.DE EM PRESAS.	%	VALOR DE LA PRODUC CION.	%
PEQUEÑAS	7457	95.3	5847.7	37.4	8541	95.8	12015.2	33.4
MEDIANAS	313	4.0	4538.9	29.1	312	3.5	9892.8	27.5
GRANDES	53	0.7	5230.3	33.5	60	0.7	14065.8	39.1
T O T A L	7823	100.0	15616.9	100.0	8913	100.0	35973.8	100.0

* Se consideran como "pequeñas" aquellas empresas con menos de 25 empleados; "medianas" con 26 a 100 empleados y "grande" con 101 empleados y más.

FUENTE: S.P.P. Censos Industriales 1970 y 1975; Cámaras Nacionales de la Industria del Trigo y CONASUPO.

TABLA 23

EVOLUCION DEL NIVEL DE EMPLEO

CONCEPTO	1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980
HARINA DE TRIGO	6226	7522	9038	8215	8412	8734	8907
PAN Y PASTELES	49102	48009	48346	48685	49028	49372	50360
GALLETAS Y PASTAS	9061	10158	11739	11401	11779	12172	12415
TOTAL DE LA INDUSTRIA	64389	65689	69123	68301	69219	70278	71682

FUENTE: Elaborado en base a los Censos Industriales 1970 y 1975, S.P.P. CANACINTRA.

PERSONAL OCUPADO

CONCEPTO	1970	1975	1980 *
TRIGO Y SUS PRODUCTOS	64389	65689	71682
MAIZ Y SUS PRODUCTOS	68866	---	73057
ARROZ Y SUS PRODUCTOS	2536	2002	4084
ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES	10340	14896	14250
LECHE Y SUS PRODUCTOS	11541	12123	15590
REFRESCOS EMBOTELLADOS	---	46342	70406
INDUSTRIA VITIVINICOLA	945	2136	3663
CERVEZAS	13972	17349	21555
TABACO	12533	9442	---
CELULOSA Y PAPEL	15801	22002	29651
FRUITS Y LEGUMBRES INDUSTRIALIZADAS	23604	21520	20079
CAFE	12508	13709	6110
CACAO	1605	1051	1920
INDUSTRIA TEXTIL	195000	218000	245000
CALZADO	40065	47499	59276
APARATOS DOMESTICOS	10832	17712	25349
INDUSTRIA ELECTRONICA	9588	11770	11811
MUEBLES DE MADERA	25488	24257	31227
LLANTAS	6083	8490	10570
INDUSTRIA AUTOMOTRIZ	66158	---	137928

FUENTE: Elaborada por las autoras de la tesina en base a los datos obtenidos en escenarios económicos de México, 1981-1985, S.P.P., Subsecretaría de Programación, en la Dirección General de Análisis de Rama Económicas, consultas y distribución.
México, D. F., Noviembre de 1981.

TABLA 25

UTILIDADES SOBRE VENTAS DE LA INDUSTRIA DEL TRIGO
PORCENTAJES

CONCEPTO	1975	1980
	UTILIDAD- SÓBRE VEN TA.	UTILIDAD- SOBRE VEN TA.
FABRICACION DE HARINA DE TRIGO	9.0	9.6
FABRICACION DE PAN Y PASTELES	18.8	19.8
FABRICACION DE GALLETAS Y PASTAS ALIMENTICIAS.	17.7	18.4
PROMEDIO DE LA RAMA	14.5	15.6

FUENTE: S.P.P. Censo Industrial 1975; Cámara Nacional de la Industria del Trigo.

TABLA 26

EVOLUCION DEL NUMERO DE EMPRESAS DE LA INDUSTRIA
DEL MAIZ.

SUBRAMAS	1970	1976	1980
TORTILLERIAS *	15017	20825	23216
MOLINOS DE NIXTAMAL *	20146	19797	24628
FABRICAS DE HARINA	44	14	17
T O T A L	35207	40636	47860

* Los molinos tortillerias se contabilizan en los dos rubros.

FUENTE: S.P.P. Censo Industrial 1970 y 1975 y Comisión Nacional de la Industria del Maíz.

TABLA 27

DESARROLLO DE LA PRODUCCION DE LA INDUSTRIA DEL MAIZ
MILES DE TONELADAS

CONCEPTO	1970	1976	1980
MOLINOS DE NIXTAMAL	3200	4400	5400
TORTILLERIAS	2600	3700	4700
FABRICAS DE HARINAS	262	623	1250

FUENTE: CONAIM Y S.P.P.

TABLA 28

GRADO DE CONCENTRACION DE LA PRODUCCION EN LA INDUSTRIA DEL ARROZ

	1970				1980			
	No. DE EMPRE- SAS.	%	VALOR DE LA PRODUCCION MILES DE PESOS	%	No. DE EMPRE- SAS.	%	VALOR DE MI- LES DE PE- SOS.	%
GRANDES	8	13.6	193141	41.6	15	16.0	1066900	37.0
MEDIANAS	22	37.3	228463	49.1	30	31.9	1681000	58.3
CHICAS	29	49.1	43401	9.3	49	52.1	135500	4.7
TOTAL	59	100.0	465005	100.0	94	100.0	2883400	100.0

NOTA: SE CONSIDERAN COMO "PEQUEÑAS" AQUELLAS EMPRESAS CON MENOS DE 15 EMPLEADOS: "MEDIANAS" CON 16 A 75 EMPLEADOS Y "GRANDES" CON 76 EMPLEADOS Y MAS.

FUENTE: S. P. P. CENSOS INDUSTRIALES 1970 y 1975: DIRECCION GENERAL DE ECONOMIA AGRICOLA, SARH: DIRECTORIO DE ESTABLECIMIENTOS QUE PROCESAN PRODUCTOS DE ORIGEN AGROPECUA--
RIO, 1980, Y CANACINTRA.

TABLA 29

CONSUMO NACIONAL APARENTE DE ARROZ

MILES DE TONELADAS

CONCEPTO	1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980
PRODUCCION	254.2	449.3	290.6	355.7	248.6	301.6	286.0
IMPORTACION	16.3	---	0.1	0.6	0.9	19.6	103.6
EXPORTACION	---	---	--	2.7	54.2	--	---
CONSUMO NACIONAL APARENTE	270.5	449.3	290.7	353.6	195.3	321.2	389.6
PER CAPITA (KG)	5.3	7.7	4.8	5.7	3.1	4.9	5.8

FUENTE: SARH, DIRECCION GENERAL DE ECONOMIA AGRICOLA, CONASUPO, GERENCIA COMERCIAL DE ARROZ, MAIZ Y FRIJOL.

TABLA 30EVOLUCION DE LAS VENTAS Y UTILIDADES DE LA INDUSTRIA DEL ARROZ
(MILLONES DE PESOS)

CONCEPTO	1970	1975	1980
VENTAS	466.2	814.1	2884.9
UTILIDADES	51.2	87.9	274.1
POR CIENTO	11.0	10.8	9.5

FUENTE: ELABORADO EN BASE AL IX Y X CENSO INDUSTRIAL 1970 Y 1975, S.P.P. Y DATOS DE CANACINTRA.

NUMERO DE EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DE ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES

1970	1975	1980
112	83	90

FUENTE: CENSOS INDUSTRIALES DE 1970 Y 1975, S.P.P.: ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES DE ACEITES Y MANTECAS COMESTIBLES, A.C.

CONCENTRACION DE LA PRODUCCION DE ACEITES Y GRASAS COMESTIBLES
(MILLONES DE PESOS)

TIPO DE EMPRESA.	1 9 7 5				1 9 8 0			
	No.DE EMPRESAS	%	VALOR DE LA PRODUCCION.	%	No.DE EMPRESAS	%	VALOR DE LA PRODUCCION.	%
PEQUEÑAS	27	32.5	578.2	5.7	24	26.7	1090.3	4.2
MEDIANAS	20	24.1	3212.2	31.7	21	23.3	7502.2	28.9
GRANDES	36	43.4	6328.2	62.6	45	50.0	17366.5	66.9
TOTAL	83	100.0	10118.6	100.0	90	100.0	25959.0	100.0

FUENTE: CENSOS INDUSTRIALES DE 1970 Y 1975, S.P.P.: ASOCIACIONES NACIONAL DE INDUSTRIALES DE ACEITES Y MANTECAS COMESTIBLES, A.C.

EVOLUCION DEL VOLUMEN Y VALOR DE LA PRODUCCION EN LA INDUSTRIA DE ACEITES
Y GRASAS COMESTIBLES.

CONCEPTO	1970	1975	1980
ACEITES, MANTECAS Y GRASAS (MILES DE TONS.)	633.7	651.8	830.0
PASTAS (MILES DE TONS.)	497.8	860.2	1752.0
VOLUMEN TOTAL (MILES DE TONS.)	1131.5	1512.0	2582.0
VALOR TOTAL (MILLONES DE PESOS)	5395.3	10118.6	25959.0

FUENTE: CENSOS INDUSTRIALES DE 1970 Y 1975, S.P.P.: CONASUPO: ASOCIACION DE INDUSTRIALES DE
ACEITES Y MANTECAS COMESTIBLES, A.C.

TABLA 34

PRODUCCION NACIONAL DE ACEITES Y MANTECAS COMESTIBLES
(MILES DE TONELADAS)

CONCEPTOS	1970	1975	1980 *
ACEITES			
CARTAMO	82.6	92.2	181.4
ALGODON	101.8	91.2	89.9
SOYA	47.5	56.2	120.2
AJONJOLI	60.0	34.8	45.3
GIRASOL	5.9	0.8	0.7
COCO	7.9	4.5	7.2
MEZCLADOS	76.9	131.5	100.5
MANTECA VEGETAL	158.6	168.6	203.7
MARGARINA	11.9	12.8	18.6
OTROS	80.6	59.2	62.5
TOTAL	633.7	651.8	830.0

*CIFRAS PRELIMINARES

FUENTE: CONASUPO: ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES DE ACEITES Y MANTECAS COMESTIBLES, A. C.:
ECONOTECNIA AGRICOLA, SARH.

TABLA 35

EVOLUCION DEL NUMERO DE EMPRESAS DE LA INDUSTRIA DE LA LECHE

SUBRAMA	1970	1975	1980
PASTEURIZACION, REHIDRATACION, HOMOGENEIZACION Y ENVASADO DE LECHE.	148	81	116
FABRICACION DE LECHE CONDENSADA, EVAPORADA Y EN POLVO.	12	10	11
FABRICACION DE QUESO, CREMA Y MANTEQUILLA	340	361	431
TOTAL RAMA	500	452	558

FUENTE: S.P.P.: CENSO INDUSTRIAL DE 1970 Y 1975; CANACINTRA: INSTITUTO NACIONAL DE LA LECHE SARH.

TABLA 36

CONCENTRACION DE LA PRODUCCION DE LA INDUSTRIA DE LA LECHE

TIPO DE EMPRESA	1 9 7 5		1 9 8 0					
	NO. DE EMPRESAS.	%	VALOR DE LA PRODUCCION. (MILLONES DE PESOS).	%	NUMERO DE EMPRESAS	%	VALOR DE LA PRODUCCION (MILLONES DE PESOS)	%
PEQUEÑAS	330	73	895	9	402	72	2212.1	7
MEDIANAS	81	18	2783	28	106	19	7900.5	25
GRANDES	41	9	6261	63	50	9	21489.3	68
TOTAL	452	100	9939	100	558	100	31601.9	100

FUENTE: S.P.P. CENSO INDUSTRIAL DE 1975

TABLA 37

PRODUCCION Y CONSUMO APARENTE DE LECHE Y PRODUCTOS LACTEOS 1

CONCEPTO	1970	1975	1980
LECHE PASTEURIZADA, REHIDRATADA, HOMOGENEIZADA Y ENVASADA (MILLONES DE LITROS).			
-PRODUCCION	1127	1323	1707
-IMPORTACIONES	179	138	585
-EXPORTACIONES	---	---	---
-CONSUMO NACIONAL APARENTE	1306	1461	2292
-CONSUMO APARENTE PER CAPITA (LITROS)	25.7	25.0	34.0
LECHE CONDENSADA, ENVASADA Y EN POLVO (MILES DE TONS.).			
-PRODUCCION	107	156	219
-IMPORTACIONES	16	11	36
-EXPORTACIONES	---	---	---
-CONSUMO NACIONAL APARENTE	123	167	255
-CONSUMO APARENTE PER CAPITA (KG).	2.4	2.9	3.6
CREMA, MANTEQUILLA Y QUESO (MILLONES DE TONS.).			
-PRODUCCION	70	123	154
-IMPORTACIONES	3	2	8
-EXPORTACIONES	---	---	---
-CONSUMO NACIONAL APARENTE	73	125	162
-CONSUMO APARENTE PER CAPITA (KG)	1.4	2.1	2.4

1 NO SE CONSIDERA LA PARTE DE LAS IMPORTACIONES QUE EXPENDE DIRECTAMENTE AL PUBLICO LA CONASUPO

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE LA LECHE SARH: CANACINTRA: ANUARIOS DE COMERCIO EXTERIOR, S.P.P.: CONASUPO.

OFERTA TOTAL Y CONSUMO NACIONAL APARENTE DE LA LECHE EN MEXICO*
(MILLONES DE LITROS)

AÑO	PRODUCCION	CONSUMO APARENTE TOTAL	CONSUMO APARENTE PER CAPI TA (LITROS).
1970	4483.0	4877.1	96.0
1971	4694.1	5208.5	99.7
1972	4915.2	5473.1	101.9
1973	5225.3	5713.9	103.5
1974	5500.1	6449.7	113.6
1975	5808.8	6068.4	103.9
1976	5907.3	6184.5	102.9
1977	6184.0	6950.7	112.5
1978	7011.1	7257.2	113.7
1979	6641.9	7793.3	119.0
1980	7021.0	9418.3	139.7

TASA PRO MEDIO DE RECIMIEN TO ANUAL.	4.6	6.8	3.8
--------------------------------------	-----	-----	-----

* EL CONCEPTO CONSUMO APARENTE NO INCLUYE EN ESTE CASO LAS EXISTENCIAS A PRINCIPIOS Y FINALES DE AÑO.
' CONSUMO NACIONAL APARENTE TOTAL ES IGUAL A LA PRODUCCION NACIONAL, MENOS EXPORTACIONES MAS IMPORTACIONES.

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE ECONOMIA AGRICOLA, SARH, INSTITUTO NACIONAL DE LA LECHE SARH: CONSEJO NACIONAL DE POBLACION SG; DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, S.P.P.

TABLA 39

EVOLUCION DE LAS UTILIDADES SOBRE VENTAS DE LA INDUSTRIA DE LA LECHE

CONCEPTO	1975	1980
PASTEURIZACION, REHIDRATACION, HOMOGENEIZACION Y ENVASADO DE LECHE	2.6	4.9
LECHE CONDENSADA, EVAPORADA Y EN POLVO	7.1	5.3
QUESO, CREMA Y MANTEQUILLA	8.2	12.3
PROMEDIO DE LA RAMA	6.6	9.3

FUENTE: S.P.P., CENSO INDUSTRIAL DE 1975; CANACINTRA.

TABLA 40

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA
1975-1980

AÑO	No. DE ESTABLECIMIENTOS
1975	267
1976	265
1977	242
1978	245
1979	249
1980	249

FUENTE: ASOCIACION NACIONAL DE EMBOTELLADORAS DE LA REPUBLICA MEXICANA
(ANERMEX).

TABLA 41

ESTRUCTURA DE LA PRODUCCION POR MARCAS DE LA INDUSTRIA REFRESQUERA

MARCAS	1980 MILLONES DE BOTE- LLAS.	%
COCA COLA	8204	39.7
PEPSI COLA	3658	17.7
FANTA	951	4.6
MIRINDA	351	1.7
OTRAS MARCAS DE COCA COLA Y PEPSI COLA	1075	5.2
MUNDET	703	3.4
GUAJARDO	682	3.3
SEVEN - UP	537	2.6
JARRITOS	413	2.0
SQUIRT	331	1.6
ORANGE-CRUSH	331	1.6
CHAPARRITAS, SANGRIA SEÑORIAL	289	1.4
TITAN	289	1.4
SABORES DE TEHUACAN (1)	558	2.7
MANZANITA SOL	207	1.0
CANADA-DRY	124	0.6
OTRAS MARCAS NACIONALES	723	3.5
OTRAS MARCAS INTERNACIONALES	310	1.5
AGUAS MINERALES (2)	930	4.5
TOTAL	20666	100
MARCAS EXTRANJERAS	15872	76.8%
MARCAS NACIONALES	4794	23.2%

(1) INCLUYE LA MARCA GARCI-CRESPO

(2) SE REFIERE A 24 MARCAS DE AGUA MINERALES, E INCLUYE AGUA ELECTROPURA

FUENTE: ASOCIACION NACIONAL DE PRODUCTORES DE AGUAS ENVASADAS; ASOCIACION NACIONAL DE EMBOTELLADORES DE LA REPUBLICA MEXICANA.

PRODUCCION DE LA INDUSTRIA EMBOTELLADORA DE REFRESCOS

AÑO	PRODUCCION MILLONES - DE BOTE--- LLAS.	CRECIMIENTO %	MILLONES DE PESOS CO--- RRIENTES.
1975	12767		6695
1976	11265	- 12	9145
1977	12762	13.3	11174
1978	15065	18.0	18400
1979	18126	20.3	20500
1980	20666	14.0	31600

TMCA (%)

FUENTE: ASOCIACION NACIONAL DE PRODUCTORES DE AGUAS ENVASADAS. ASOCIACION NACIONAL DE EMBOTELLADORES DE LA REPUBLICA MEXICANA.

MILLONES DE LITROS

TABLA 43

EVOLUCION DEL MERCADO DE LA INDUSTRIA VITIVINICOLA

	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
PRODUCCION	42.5	45.5	47.8	54.8	59.8	61.7	70.2	91.1	93.2	121.6	152.0
IMPORTACIONES	0.9	2.3	3.8	3.7	4.7	3.6	5.5	4.9	5.4	13.9	13.1
EXPORTACIONES	1.0	1.8	0.8	2.9	9.1	0.2	0.7	2.9	1.7	0.9	0.8
DEMANDA	42.4	46.0	50.8	55.6	55.4	65.1	75.0	93.1	96.9	134.6	164.3

FUENTE: ASOCIACION NACIONAL DE VITIVINICULTORES: S.P.P. ANUARIOS ESTADISTICAS DE COMERCIO EXTERIOR Y DGARE, INVESTIGACION DIRECTA.

TABLA 44 A

EVOLUCION DEL MERCADO DE LOS BRANDIES

MILLONES DE LITROS

CONCEPTO	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
PRODUCCION	35.3	37.7	39.6	45.0	49.0	50.5	57.0	74.9	73.7	95.6	125.5
IMPORTACIONES	0.1	1.1	1.9	1.9	2.2	1.7	2.7	2.4	1.7	4.2	6.5
EXPORTACIONES	0.9	1.7	0.5	2.4	8.8	---	0.5	1.1	1.5	0.7	0.5
DEMANDA	34.5	37.1	41.0	44.5	42.4	52.2	59.2	76.2	73.9	99.1	131.5

B)

EVOLUCION DEL MERCADO DE LOS VINOS DE MESA

PRODUCCION	4.3	4.7	5.0	6.1	6.8	7.1	8.4	11.2	14.0	21.1	20.6
IMPORTACIONES	0.7	1.0	1.6	1.6	2.3	1.7	2.6	2.2	3.4	9.0	6.8
EXPORTACIONES	0.1	0.1	0.2	0.5	0.2	0.2	0.2	1.8	0.2	0.2	0.3
DEMANDA	4.9	5.6	6.4	7.2	8.9	8.6	10.8	11.6	17.2	29.9	26.1

C)

EVOLUCION DEL MERCADO DE VINOS GENEROSOS

PRODUCCION	2.9	3.1	3.2	3.7	4.0	4.1	4.8	5.0	5.5	4.9	5.9
IMPORTACIONES	0.1	0.2	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.3	0.3	0.7	0.8
EXPORTACIONES	---	---	0.1	---	0.1	---	---	---	---	---	---
DEMANDA	3.0	3.3	3.4	3.9	4.1	4.3	5.0	5.3	5.8	5.6	6.7

FUENTE: ASOCIACION NACIONAL DE VITIVINICULTORES: S.P.P. ANUARIOS ESTADISTICOS DE COMERCIO EXTERIOR Y DGARE, INVESTIGACION PROPIA.

GRADO DE CONCENTRACION DE LA INDUSTRIA CERVECERA

EMPRESA	% DE LA PRODUC- CION.	NO. DE PLAN-- TAS.
MODELO	38	5
CUAUHTEMOC	32	8
MOCTEZUMA	29	3
YUCATECA	1	1
TOTAL	100	17

FUENTE: ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE CERVEZA

TABLA 46

CONCEPTO	INDUSTRIA CERVECERA ESCENARIO DE MERCADO										
	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
MILES DE HECTO- LITROS)											
CAPACIDAD INS- TALADA.	16730	16730	17830	19490	22480	23430	23400	23820	25750	30229	31010
PRODUCCION	14600	12374	14940	17500	19830	19865	19558	21744	22814	22814	27333
CONSUMO	14336	12453	14672	17019	19180	19372	18941	21051	21994	24649	26001
EXPORTACIONES	32.2	41.1	56.4	77.6	113.5	130.3	191.6	216.1	234.1	345.4	386.46

FUENTE: ASOCIACION NACIONAL DE FABRICANTES DE CERVEZA

TABLA 47

CONCEPTO	INDUSTRIA CERVECERA ESCENARIO FINANCIERO					
	1974	1975	1976	1977	1978	1979
UTILIDADES	295.3	348.0	661.5	1054.3	872.6	1780.5
VENTAS NETAS	7884.3	8967.7	10881.9	15455.9	12388.9	22510.0

FUENTE: ELEBORADO CON DATOS DE LA BOLSA MEXICANA DE VALORES, S.A., ANUARIO FINANCIERO Y BURSATIL 1978-1980

GRADO DE CONCENTRACION DE LA INDUSTRIA CIGARRERA
1979

EMPRESA	% PRODUCCION	NO. DE PLANTAS.
LA MODERNA	70.5	3
TABACALERA MEXICANA	28.5	3
LA LIBERTAD	1.0	1

FUENTE: DGARE, INVESTIGACION DIRECTA

TABLA 49

MERCADO DE TABACO EN RAMA
MILES DE TONELADAS

CONCEPTO	1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980	TMCA
PRODUCCION	69	68	67	55	70	80	76	1
CONSUMO APARENTE	59	50	49	37	44	51	55	-1
EXPORTACIONES	10	18	18	18	26	29	21	7.7

FUENTE: S.P.P., BOLETIN MENSUAL DE INFORMACION ECONOMICA

EVOLUCION DEL MERCADO DE CIGARROS

AÑO	PRODUCCION (MILES DE CAJETILLAS)	CONSUMO PER CA- PITA.	PRECIO PRO MEDIO POR CAJETILLA.
1970	2139	80	1.18
1975	2338	74	2.19
1976	2333	71	2.94
1977	2497	74	3.68
1978	2529	73	4.47
1979	2639	74	5.24
1980	2745	74	6.28
TMCA(%)	2.5	0.01	18.2

FUENTE: S.P.P., BOLETIN MENSUAL DE INFORMACION ECONOMICA, DGARE: INVESTIGACION DIRECTA

TABLA 51

EVOLUCION DE LA PRODUCCION DEL PAPEL

MILES DE TONELADAS

	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
PAPEL PARA ESCRITURA E IMPRESION.	210.6	236.4	251.3	291.3	293.4	319.2	333.9	372.5	423.6	416
PAPEL PARA PERIODICO Y LIBROS DE TEXTO.	51.0	50.9	43.2	57.0	46.6	74.0	104.1	108.7	131.5	143
PAPEL PARA EMPAQUE	587.7	622.4	729.5	805.4	758.9	824.8	888.9	955.9	1013.6	1109
PAPEL SANITARIO Y FA CIAL.	58.3	70.9	88.0	99.7	105.1	112.4	126.3	145.4	162.6	184
TOTAL	907.6	980.6	1112.0	1112.0	1253.3	1184.0	1330.4	1453.2	1583.0	1853

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE LAS INDUSTRIAS DE LA CELULOSA Y EL PAPEL. MERCANCIA ESTADISTICA 1981.

EVOLUCION DEL NUMERO DE EMPRESAS, EN LA INDUSTRIA
DEL CAFE.

CONCEPTO	1970	1975	1980
TOSTADORES Y MOLINOS	348	272	359
FABRICAS DE CAFE SOLUBLE	8	6	7
TOTAL RAMA	356	278	366

FUENTE: S.P.P. CENSOS INDUSTRIALES DE 1970 Y 1975, ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES DE CAFE CANACINTRA.

GRADO DE CONCENTRACION DE LA INDUSTRIA DEL CAFE

1 9 8 0

CONCEPTO	No. DE EMPRESAS	%	VALOR DE LA PRODUCCION. (MILES DE PÉ SOS).	%
PEQUEÑAS	301	82.2	209.1	3.6
MEDIANAS	40	11.0	464.4	7.9
GRANDES	25	6.8	5175.9	88.5
TOTAL	366	100.0	5849.4	100.0

FUENTE: DGARE, S.P.P. EN BASE A DATOS DE ANACAFE Y CONACINTRA

* SE CONSIDERAN PEQUEÑAS EMPRESAS LAS QUE CONTABAN CON 25 EMPLEADOS, MEDIANAS CON 26 o 100 EMPLEADOS Y GRANDES CON MAS DE 100 EMPLEADOS.

TABLA 54

PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIA DEL CAFE

CONCEPTO	1970	1975	1980
TOSTADO Y MOLIDO	10219	10515	4389
FABRICACION DE CAFE SOLUBLE	2289	3194	1721
TOTAL	12508	13709	6110

FUENTE: S.P.P. SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES DE MEXICO: ANACAFE Y CONACINTRA

TABLA 55

DINAMICA DE LA PRODUCCION DE LA INDUSTRIA DEL CAFE

CONCEPTO	1970		1975		1980	
	VOLUMEN (TONELADAS)	VALOR (MILLO NES).	VOLUMEN TONELA- DAS.	VALOR MILLO NES.	VOLUMEN TONELA- DAS.	VALOR MILLO NES.
TOSTADO Y MOLI DO.	29,240	444.0	36,983	860.5	31.700	2,613.3
CAFE SOLUBLE	6,463	493.8	8 292	961.9	12,400	3,236.1
TOTAL RAMA	35,703	937.8	45,275	1 822.4	44,100	5,849.4

FUENTE: S.P.P., CENSOS INDUSTRIALES 1970, 1975, PARA 1980, ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES DE CAFE, INMECAFE Y CONACINTRA.

TABLA 56

PRODUCCION NACIONAL Y EXPORTACION DE CAFE (MILES DE TONELADAS)

AÑOS	PRODUCCION	EXPORTACION	MERCADO DOMESTI CO.
1970	185.3	87.5	97.8
1971	187.5	99.9	87.6
1972	203.5	105.6	97.9
1973	221.7	137.3	84.4
1974	220.8	122.2	98.6
1975	228.3	145.1	83.2
1976	212.2	159.3	52.9
1977	182.0	102.3	79.7
1978	241.0	108.0	133.0
1979	228.0	170.3	57.7
1980*	192.7	115.7	77.0

*CIFRAS PRELIMINARES

FUENTE: ECONOTECNIA AGRICOLA, SARH

TABLA 57

EVOLUCION DE LAS UTILIDADES SOBRE VENTAS DE LA INDUSTRIA DEL CAFE %

CONCEPTO	1975	1980
CAFE TOSTADO Y MOLIDO	36.1	35.2
CAFE SOLUBLE	32.8	24.1
PROMEDIO RAMA	34.5	29.7

FUENTE: ELABORADO EN BASE A LOS CENSOS INDUSTRIALES DE 1970 Y 1975 DE LA S.P.P.: 1980
CON DATOS DEL INMECAFE.

CONCEPTO	1970 - 1980		
	1970	1975	1980
FABRICACION DE COCOA Y CHOCOLATE.	69	33	52

FUENTE: S.P.P. CENSOS INDUSTRIALES 1970 Y 1975 CONADECA Y UNPC.

TABLA 59

EVOLUCION DE LA PRODUCCION DE LA INDUSTRIA DEL CACAO Y SUS PRODUCTOS

CONCEPTO	TONELADAS					
	1970		1975		1980	
	VOLUMEN	%	VOLUMEN	%	VOLUMEN	%
MANTECA	9042	48.9	5325	48.0	12580	41.0
COCOA Y CHOCOLATE	9448	51.1	5769	52.0	18100	59.0
TOTALES	18490	100.0	11094	100.0	30680	100.0

FUENTE: ELABORADO POR LA D.G.A.R.E., S.P.P., EN BASE A INFORMACION DE CONADECA Y UNPC.

TABLA 60

PRODUCCION NACIONAL Y EXPORTACION DE CACAO

MILES DE TONELADAS

AÑOS	PRODUCCION	EXPORTACION	MERCADO DOMESTICO
1970	28.8	14.0	14.8
1971	26.1	13.8	12.3
1972	38.0	26.1	11.9
1973	32.8	13.7	19.1
1974	34.8	15.9	18.9
1975	33.6	8.0	25.6
1976	31.0	24.7	6.3
1977	25.6	12.1	13.5
1978	34.7	14.3	20.4
1979*	35.7	15.5	20.2
1980*	35.8	10.9	24.9

*CIFRAS PRELIMINARES

FUENTE: D.G.E.A., SARH, COMISION NACIONAL DEL CACAO Y UNION NACIONAL DE PRODUCTORES DE CACAO

TABLA 61

EVOLUCION DE LAS UTILIDADES SOBRE VENTA EN LA INDUSTRIA DEL CACAO

%

AÑOS	%
1975	15.1
1976	15.8
1977	16.6
1978	17.8
1979	17.8
1980	17.8

FUENTE: ELABORADO POR LA D.G.A.R.E, S.P.P., EN BASE AL CENSO INDUSTRIAL DE 1976 E INVESTIGACION DIRECTA.

EVOLUCION DEL NUMERO DE EMPRESAS EN LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA CONFECCION.

1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980
2210	1930	1907	1969	2049	2315	2327

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL: MEMORIA ESTADISTICA 1980.

TABLA 63

FUERZA LABORAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL
(MILES DE PERSONAS)

AÑO	PERSONAL OCUPADO	OBROS %	EMPLEADOS %
1970	195	84.1	15.9
1975	218	84.5	15.5
1976	219	83.7	16.3
1977	223	83.9	16.1
1978	230	84.0	16.0
1979	242	84.0	16.0
1980	245	84.2	15.8

FUENTE CANAINTEX, MEMORIA ESTADISTICA 1980; S.P.P., ESTADISTICA INDUSTRIAL MENSUAL

TABLA 64

CONSUMO NACIONAL APARENTE DE LOS PRODUCTOS TEXTILES
(MILES DE TONELADAS)

CONCEPTO	1970	1975	1980
PRODUCCION	231.4	330.0	435.4
IMPORTACIONES	13.7	16.3	8.5
EXPORTACIONES	11.3	36.7	26.3
CONSUMO NACIONAL APARENTE	233.8	309.6	417.6
CONSUMO PER CAPITA (KG)	4.6	5.2	5.9

FUENTE: CANAINTEX. MEMORIA ESTADISTICA, 1980

ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO
1980

INDUSTRIA	CALZADO DE MECANIZACION %	PRODUCCION PARES DIA	NUMERO DE OBREROS	% DEL TOTAL DE EMPRESAS
GRANDE	70-90	MAS DE 1000	MAS DE 100	28
MEDIANA	40-70	500-1000	50-100	26
PEQUEÑA	20-40	100-500	20-50	29
ARTESANAL	0-20	1-100	1-20	17

FUENTE: CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO DEL ESTADO DE GUANAJUATO.

TABLA 66

EVOLUCION DEL PERSONAL OCUPADO EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO
EMPLEADOS

INDUSTRIA	1970	1975	1980*
CURTIDURIA	7431	5450	7081
CALZADO	32634	42049	52195
TOTAL	40065	47499	59276

*ESTIMADO

FUENTE: S.P.P., IX Y X CENSO INDUSTRIAL, 1970 Y 1975

EVOLUCION DE LA PRODUCCION DE CUERO Y CALZADO

CONCEPTO	1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980
CUERO (MILES DE TONELADAS)							
CRUDO	105.5	120.3	104.8	136.5	141.6	146.9	152.0
PROCESADO	60.4	81.2	83.9	97.0	101.9	106.5	110.1
CALZADO (MILLONES DE PARES)							
TOTAL	100.7	195.3	210.0	191.1	205.0	210.0	214.0
PIEL	76.1	135.7	144.5	129.3	136.9	138.5	140.7
TEXTIL	14.6	32.8	35.7	33.2	36.5	38.3	39.0
PLASTICO	10.0	26.8	29.8	28.5	31.6	33.2	34.8

FUENTE: S.P.P., IX Y X CENSO INDUSTRIAL 1970 Y 1975; CAMARAS REGIONALES DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO; CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA CURTIDURIA; CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ASISTENCIA -- TECNOLOGICA DEL EDO. DE MEXICO.

TABLA 68

MARGEN DE UTILIDADES SOBRE VENTAS EN LA INDUSTRIA DEL CALZADO, 1980

CONCEPTO	BEBES 11-14	NIÑOS 14-21	ADULTOS 21-30
ZAPATO ECONOMICO	3	3-4.5	4.5-5.0
ZAPATO ENTREFINO	4	4-5.5	5.5-7.5
ZAPATO FINO	5	5-7.5	7.5-10.0

FUENTE: CAMARA DE LA INDUSTRIA DEL CALZADO DE GUANAJUATO

TABLA 69

NUMERO DE EMPRESAS EN LA INDUSTRIA DE APARATOS DOMESTICOS
1980

CONCEPTO	NUMERO DE EMPRESAS
ENSERES MAYORES	14
ENSERES MENORES	6
AMBOS (ENSERES)	4
TOTAL	24

FUENTE: S.P.P. CENSOS INDUSTRIALES 1970 Y 1975

GRADO DE CONCENTRACION EN LA INDUSTRIA DE APARATOS DOMESTICOS 1980
% DEL VALOR DE LA PRODUCCION.

EMPRESA	SEGMENTO ENSERES MAYORES	EMPRESA	SEGMENTO ENSERES MENORES.
ACEROS ESMALTADOS	23	PHILIPS	36
INDUSTRIA MABE	15	SUMBEAM	26
GENERAL ELECTRIC	13	GENERAL ELETRIC	17
FREM	9	IND. MAN.	7
TROQUETES Y ESMALTES	9	ELIMEX	4
MANUFACTURERA CORPOMEX	8	HOOVER	2
CIA. INDUSTRIAL DEL NORIE	5	OTROS	8
OTROS	18		

FUENTE: ELABORADO EN BASE A DATOS PROPORCIONADOS POR LAS PRINCIPALES EMPRESAS

TABLA 71

EVOLUCION DE LA PRODUCCION DE LA INDUSTRIA ELECTRONICA DE CONSUMO
(MILES DE UNIDADES)

CONCEPTO	1970	1975	1980*
EQUIPO DE AUDIO			
CONSOLAS Y RADIO	158	225	229
TOCADISCOS	64	54	26
SINFONOLAS	3	3	5
CONJUNTOS MODULARES	---	64	259
RADIOS DE MESA Y PORTATILES	675	616	1016
RADIOS PARA AUTOS	142	234	334
SUBTOTAL	1042	1196	1869
RECEPTORES DE TELEVISION			
BLANCO Y NEGRO	349	504	826
COLOR	50	65	175
SUBTOTAL	399	569	1001
TOTAL	1441	1765	2870
TOTAL VALOR (MILLONES DE PESOS DE 1970	4921.3	7470.5	13678.4

*ESTIMADO

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA ELECTRONICA Y COMUNICACIONES ELECTRONICAS: S.P.P., ESTADISTICAS INDUSTRIAL MENSUAL.

TABLA 72

EVOLUCION DE EL NUMERO DE EMPRESAS DE MUEBLES DE MADERA
1970 1980

AÑOS	NUMERO DE EMPRESAS
1970	3594
1975	2823
1980*	2290

*ESTIMADO

FUENTE: CENSOS INDUSTRIALES, 1970 Y 1975

TABLA 73

CONCENTRACION DE LAS EMPRESAS FABRICANTES DE MUEBLES DE
MADERA.

1980*

CONCEPTO*	NUMERO DE EMPRESAS	%	PRODUCCION TOTAL %
GRANDES	100	4.3	66.4
MEDIANAS	947	41.3	31.4
PEQUEÑAS	1243	54.4	2.2
TOTAL	2290	100.0	100.0

*SE CONSIDERA "PEQUEÑAS" EMPRESAS A AQUELLAS QUE TIENEN MENOS DE 25 EMPLEADOS; "MEDIANAS" DE 26 A 100 EMPLEADOS, Y " GRANDES DE 101 EMPLEADOS O MAS.

FUENTE: S.P.P., X CENSO INDUSTRIAL 1975 CANACINTRA.

TABLA 74

EVOLUCION DE LA PRODUCCION DE MUEBLES DE MADERA
1970 1980

CONCEPTO	1970	1975	1980
PRODUCCION			
MILES DE JUEGOS DE MUEBLES	1422	1567	1980
VALOR (MILLONES DE PESOS)	2094	4922	18651

FUENTE: S.P.P. SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES DE MEXICO: ANUARIOS ESTADISTICOS DE COMERCIO EXTERIOR DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS: FONACOT Y CANACINTRA.

TABLA 75

EMPRESAS QUE PARTICIPAN EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ TERMINAL
1980

SEGMENTO DE MERCADO	UNIDADES PRODUCIDAS	%	No. DE EM PRESAS.
AUTOMOVILES	303 056	59.7	7
CAMIONES	178 456	35.4	8
TRACTO CAMIONES	6 819	1.3	5
AUTOBUSES INTEGRALES	1 675	0.3	3
TRACTORES AGRICOLAS	15 661	3.1	4
TOTAL	505 667	100.0	16b.

a).- VENTAS

b).- EL TOTAL DIFIERE DE LA SUMA DE PARCIALES DEBIDO A QUE ALGUNAS EMPRESAS PARTICIPAN SIMULTANEAMENTE EN VARIOS SEGMENTOS DEL MERCADO.

FUENTE: ASOCIACION MEXICANA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ A.C.

TABLA 76

ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
%

EMPRESAS	S E G M E N T O			O R I G E N D E L C A P I T A L	
	AUTOMOVILES	VEHICULOS COMERCIALES	LIGEROS	EXTRANJEROS	NACIONAL
-CHRYSLER DE MEXICO, S.A.	X	X	X	99	1
-FORD MOTOR COMPANY, S.A.	X	X	X	100	0
-GENERAL MOTORS DE MEXICO, S.A. DE C.V.	X	X	X	100	0
-VEHICULOS AUTOMOTORES MEXICANOS, S.A. DE C.V.	X	X	X	5	95
-VOLKSWAGEN DE MEXICO, S.A.	X	X	---	100	0
-NISSAN MEXICANA, S.A. DE C.V.	X	X	---	100	0
-RENAULT DE MEXICO, S.A.	X	---	---	40	60
-DIESEL NACIONAL, S.A.		X	X	0	100

FUENTE: S.P.P., SEPAFIN. LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN MEXICO COMPRENDE A LA INDUSTRIA QUE FABRICA AUTOMOVILES, CAMIONES COMERCIALES. (HASTA 3,000 KG PBV) Y CAMIONES LIGEROS (DE 3,001 A 5,000 KG. PBV).

TABLA 77

PRODUCCION DE AUTOMOVILES, VEHICULOS COMERCIALES Y CAMIONES LIGEROS 1970-1980

MILES DE UNIDADES

AÑOS	AUTOMOVILES	VEHICULOS COMERCIA- LES.	CAMIONES LIGEROS.	TOTAL
1970	132.9	25.0	12.0	169.9
1975	237.1	59.3	21.8	318.8
1976	212.5	62.8	20.4	295.7
1977	187.6	57.7	16.5	261.8
1978	242.5	85.4	29.7	357.6
1979	280.1	95.8	32.0	407.9
1980	303.1	107.3	27.7	438.1
TMCA (1970-80)	8.6	15.7	8.7	9.9

FUENTE: ASOCIACION MEXICANA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

TABLA 78

VENTAS DE AUTOMOVILES, VEHICULOS COMERCIALES Y CAMIONES LIGEROS

1970 1980

MILES DE UNIDADES

AÑOS	AUTOMOVILES	VEHICULOS COMERCIALES	CAMIONES LIGEROS.	TOTAL
1970	132.9	24.1	11.7	168.7
1975	231.1	58.8	20.6	310.5
1976	199.1	55.4	21.4	275.9
1977	194.5	56.1	19.0	269.6
1978	226.6	80.4	28.4	335.4
1979	266.9	90.9	32.5	390.3
1980	286.0	101.8	28.1	415.9
TMCA (1970-80)	8.0	15.4	9.2	9.4

FUENTE ASOCIACION MEXICANA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ

TABLA 79

PARTICIPACION RELATIVA POR EMPRESA EN LA VENTA DE AUTOMOVILES
(POR CIENTO)

	1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980 P
VOLKSWAGEN	26.7	35.1	29.1	28.0	28.4	31.0	33.2
CHRYSLER	19.2	14.4	16.7	20.2	19.3	18.9	19.9
FORD	17.1	14.5	11.0	12.8	14.7	13.5	13.5
NISSAN	8.8	10.7	11.8	12.3	12.5	13.2	12.6
GENERAL MOTORS	9.9	7.9	9.4	8.1	10.1	9.7	6.0
VAM	9.2	9.3	10.0	9.0	8.5	7.9	7.3
RENAULT	8.9	8.1	12.0	9.5	6.5	6.0	7.5
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

FUENTE: ASOCIACION MEXICANA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ
P) PRELIMINAR.

TABLA 80

VENTAS DE AUTOMOVILES POR CATEGORIAS

%

AÑOS	POPULARES	COMPACTOS	ESTANDAR	LUJO	DEPORTIVOS
1970	44.3	28.2	8.4	12.0	7.0
1975	53.9	32.6	2.7	8.1	2.8
1976	52.9	35.4	0.9	8.2	2.6
1977	49.9	38.8	---	8.5	2.8
1978	47.3	39.8	---	9.9	2.9
1979	50.1	35.6	---	10.6	3.7
1980	53.3	32.5	---	10.0	4.2

FUENTE: ASOCIACION MEXICANA DE LA INDSTRIA AUTOMOTRIZ, A.C.

CONCENTRACION DE LA PRODUCCION
1980

NUMERO DE EMPRESAS	PRODUCCION UNIDADES	PARTICIPACION %
CAMIONES		
CHRYSLER	17127	40.5
FORD	11551	27.3
GENERAL MOTORS	1824	4.3
DINA	9954	23.5
FAMSA	1886	4.4
TOTAL	42342	100.0
TRACTOCAMIONES		
FAMSA	2129	31.2
KENWORTH	2571	37.7
DINA	1243	18.2
TRAILERS DE MONTERREY, S.A.	224	3.3
VICTOR PATRON	652	9.6
TOTAL	6819	100.0
AUTOBUSES INTEGRALES		
MASA	764	45.6
DINA	908	54.2
TRAILERS DE MONTERREY, S.A.	3	0.2
TOTAL	1675	100.0

FUENTE: ELABORADO EN BASE A DATOS DE LA ASOCIACION MEXICANA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ, A.C.

INDUSTRIA DE TRANSPORTE AUTOMOTRIZ (TERMINAL)
FUERZA LABORAL

	1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980*
OBREROS	5633	10288	8494	5935	8343	9928	10573
EMPLEADOS	2728	4191	3861	2690	3782	4255	4470
TOTAL	8361	14479	12355	8625	12125	14183	15043

*DATOS ESTIMADOS

FUENTE: ASOCIACION MEXICANA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ, A.C. LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ EN CIFRAS.

TABLA 83

EVOLUCION DE LA PRODUCCION DE LA INDUSTRIA DE EQUIPO DE TRANSPORTE
AUTOMOTRIZ (TERMINAL)

CONCEPTO	UNIDADES		
	1970	1975	1980
CAMIONES MEDIANOS Y PESADOS*			
MEDIANOS	3363	979	---
PESADOS	14377	32515	42342
SUB-TOTAL	17740	33494	42342
TRACTOCAMIONES	1086	2724	6819
AUTOBUSES INTEGRALES	947	1707	1695
TOTAL	19773	37925	50856

*INCLUYE CHASIS

FUENTE: ASOCIACION MEXICANA DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ Y SEPAFIN

EMPRESA	% PARTICIPACION EN LA CAPACIDAD INSTALADA	INVERSION EXTRANJERA.
CIA. HULERA GOOD YEAR		
OXO, S.A.	29	100
CIA. HULERA EUZKADI, S.A.	27	66
HULERA EL CENTENARIO, S.A.	10	49
GENERAL POPO, S.A.¹	17	77
UNIROYAL, S.A.	15	100
TORNEL, S.A.	2	0

¹ INCLUYE MAQUILA A SEARS ROEBUCK DE MEXICO, S.A.

FUENTE: S.P.P. BOLETIN MENSUAL DE INFORMACION ECONOMICA, VARIOS NUMEROS

TABLA 85

PRODUCCION DE LLANTAS
(MILES DE UNIDADES)

CONCEPTO	1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980*
LLANTAS PARA AUTO MOVIL.	2068	3341	3934	3901	4952	4641	5077
LLANTAS PARA CA-- MION.	1301	1972	2218	2192	2890	3138	3461
TOTAL	3369	5313	6152	6093	7842	7779	8538

*CIFRAS PRELIMINARES

FUENTE: S.P.P., BOLETIN MENSUAL DE INFORMACION ECONOMICA, VARIOS NUMEROS.

GRUPO CLASE DE ACTIVIDAD	VALOR (MILES DE PESOS)
FABRICACION DE ALIMENTOS	72248837
- CONSERVACION DE FRUTAS Y LEGUMBRES POR DESHIDRATAACION	209509
- PREPARACION, CONGELACION Y ELABORACION DE CONSERVAS Y EN CURTIDOS DE FRUTAS Y LEGUMBRES: INCLUSO JUGOS Y MERMELA- DAS.	3504552
- FABRICACION DE ATEES, JALEAS, FRUTAS CUBIERTAS CRISTALIZA DAS Y OTROS DULCES REGIONALES.	37277
- FABRICACION DE SALSAS, SOPAS Y ALIMENTOS COLADOS, ENVASA DOS.	362995
- FABRICACION DE HARINA DE TRIGO	5776219
- FABRICACION DE HARINA DE MAIZ	1406301
- MOLIENDA DE NIXTAMAL	934702
- DESCASCARADO, LIMPIEZA Y PULIDO DE ARROZ	757284
- BENEFICIO DE CAFE	326783
- TOSTADO Y MOLIENDA DE CAFE	767288
- FABRICACION DE CAFE SOLUBRE Y ENVASADO DE TE	960614
- DESGRANE, DESCASCARADO, LIMPIEZA, PULIDO, SELECCION Y TOSTADO DE OTROS PRODUCTOS AGRICOLAS.	592877
- FABRICACION DE OTRAS HARINAS Y PRODUCTOS DE MOLINO A BA- SE DE CEREALES Y LEGUMINOSAS.	850851
- FABRICACION DE AZUCAR Y PRODUCTOS RESIDUALES	6045983
- FABRICACION DE PILONCILLO Y PANELA	19958
- DESTILACION DE ALCOHOL ETILICO	37344
- MATANZA DE GANADO	1700311
- PREPARACION, CONSERVACION Y EMPACADO DE CARNES	2414770
- PASTERIZACION, REHIDRATAACION, HOMOGENEIZACION Y ENVASADO DE LECHE	5328105
- FABRICACION DE CREMA, MANTEQUILLA Y QUESO	1196480
- FABRICACION DE LECHE CONDENSADA, EVAPORADA Y EN POLVO	3164285
- FABRICACION DE FLANES, GELATINAS Y PRODUCTOS SIMILARES	249524
- FABRICACION DE CAJETAS, YOGURTS Y OTROS PRODUCTOS A BASE DE LECHE.	278914
- PREPARACION: CONSERVACION Y ENVASADO DE PESCADO Y MARISCOS	2372726
- FABRICACION DE PAN Y PASTELES	5046449
- FABRICACION DE GALLETAS Y PASTAS ALIMENTICIAS	2963730
- FABRICACION DE COCOA Y CHOCOLATE DE MESA	517558
- FABRICACION DE DULCES, BOMBONES Y CONFITURAS	1416025

GRUPO

CLASE DE ACTIVIDAD

VALOR (MILES DE PESOS)

- FABRICACION DE CHICLES	708700
- TRATAMIENTO Y ENVASE DE MIEL DE ABEJA	46206
- FABRICACION DE CONCENTRADOS, JARABES Y COLORANTES PARA ALIMENTOS	2164613
- FABRICACION DE ACEITES, MARGARINAS Y OTRAS GRASAS VEGETALES ALIMENTICIAS.	9187864
- FABRICACION DE ALMIDONES, FECULAS, LEVADURAS Y PRODUCTOS SIMILARES.	1171726
- FABRICACION DE TORTILLAS	483555
- FABRICACION DE PALOMITAS DE MAIZ, PAPAS FRITAS, CHARRITOS Y PRODUCTOS SIMILARES.	918569
- REFINACION Y ENVASE DE SAL Y FABRICACION DE MOSTAZA, VINAGRES Y OTROS CONDIMENTOS.	537699
- FABRICACION DE HIELO	270890
- FABRICACION DE HELADOS Y PALETAS	208189
- FABRICACION DE ALIMENTOS PARA ANIMALES	7275893
- FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS	35519
ELABORACION DE BEBIDAS	23784950
- ELABORACION DE TEQUILA, MEZCAL Y OTRAS BEBIDAS A BASE DE AGAVES: EXCEPTO PULQUE	965305
- ELABORACION DE RON Y OTROS AGUARDIENTES DE CAÑA	734711
- ELABORACION DE VODKA, GINEBRA Y OTRAS BEBIDAS ALCOHOLICAS NO FERMENTADAS.	583174
- ELABORACION DE VINOS DE MESA Y AGUARDIENTES DE UVA	1145577
- FABRICACION DE SIDRA Y OTRAS BEBIDAS FERMENTADAS: EXCEPTO LAS MALTEADAS.	63758
- ELABORACION DE MALTA	1156522
- ELABORACION DE CERVEZA	10437914
- ELABORACION DE REFRESCOS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS.	8697969
BENEFICIO Y FABRICACION DE PRODUCTOS DE TABACO	6321416
- BENEFICIO DE TABACO	1019350
- FABRICACION DE CIGARROS	5262639
- FABRICACION DE PUROS Y OTROS PRODUCTOS DE TABACO	39427
INDUSTRIA TEXTIL	25372800
- DESPEPITE Y EMPAQUE DE ALGODON	567102
- FABRICACION Y PREPARACION DE HILADO DE FIBRAS BLANDAS	2086413

- FABRICACION DE HILO, PARA COSER, BORDAR Y TEJER	481764
- FABRICACION DE ESTAMBRES	983997
- FABRICACION DE CASIMIRES, PAÑOS, COBIJAS Y PRODUCTOS SIMILARES	1254491
- FABRICACION DE TELAS AFELPADAS Y TEJIDO DE COLCHAS Y TOALLAS	525083
- HILADO Y TEJIDO DE OTRAS TELAS DE FIBRAS BLANDAS	12141084
- FABRICACION DE ENCAJES, CINTAS Y OTROS TEJIDOS DE POCA ANCHURA: INCLUSO PASAMANERIA	788586
- BLANQUEO, TEÑIDO, ESTAMPADO Y ACABADO DE TELAS DE FIBRAS BLANDAS	244113
- FABRICACION DE MEDIAS Y CALCETINES	760468
- FABRICACION DE SUETERES	547817
- FABRICACION DE OTROS TEJIDOS Y ARTICULOS DE PUNTO	1559584
- PREPARACION DE HENEQUE	188822
- FABRICACION DE HILADOS, TORCIDOS Y TEJIDOS DE HEQUEN	1379162
- PREPARACION Y FABRICACION DE HILADOS Y TEJIDOS DE IXTLE, DE PALMA Y LECHUGUILLA.	38869
- PREPARACION Y FABRICACION DE HILADOS Y TEJIDOS DE YUTE, CAÑAMO Y - OTRAS FIBRAS DURAS.	39216
- FABRICACION DE TELAS IMPERMEABILIZADAS E IMPREGNADAS CON DIVERSOS MA TERIALES.	754555
- FABRICACION DE ALFOMBRAS, TAPETES Y TAPICES DE FIBRA BLANDA	661864
- FABRICACION DE FIELTROS Y ENTRETELAS	95925
- FABRICACION DE GUATA, BORRA Y PRODUCTOS SIMILARES Y RECUPERACION DE DESPERDICIOS	273885

FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR Y OTROS ARTICULOS CONFECCIONADOS CON TEXTILES Y OTROS MATERIALES,
EXCEPTO, CALZADO. 9707479

- CONECCION DE VESTIDOS, FALDAS, BLUSAS Y OTRA ROPA EXTERIOR DE MUJER	2464091
- CONFECCION DE TRAJES, SACOS, PANTALONES Y OTRA ROPA EXTERIOR PARA HOM BRE: EXCEPTO CAMISAS Y UNIFORMES.	2758777
- CONFECCION DE UNIFORMES MILITARES, DEPORTIVOS, ESCOLARES, INDUSTRIALES Y PARA OTROS USOS.	389136
- CONFECCION DE CAMISAS	1184118
- CONFECCION DE ROPA EXTERIOR PARA NIÑOS Y NIÑAS	492173
- FABRICACION DE GUANTES, PAÑUELOS, CORBATAS Y PRODUCTOS SIMILARES	135755
- FABRICACION DE SOMBREROS, GORRAS Y SIMILARES, EXCEPTO DE PALMA	25177
- FABRICACION DE SOMBREROS DE PALMA Y MATERIALES SIMILARES	43691
- FABRICACION Y ENSAMBLE DE OTRAS PRENDAS EXTERIORES DE VESTIR	372541
- FABRICACION DE BRASIERES, FAJAS, PORTALIGAS Y SIMILARES.	490438
- FABRICACION DE OTRA ROPA INTERIOR: EXCEPTO LA TEJIDA DE PUNTO.	613441
- FABRICACION DE SABANAS, MANIELES, SERVILLETAS Y PRODUCTOS SIMILARES	42322
- FABRICACION DE CUBREASIENTOS, VESTIDURAS, FORROS, FUNDAS Y OTROS PRO DUCTOS DE TAPICERIA.	77381

- FABRICACION DE ALGODON ABSORBENTE, VENDAS, TELAS ADHESIVA Y PRODUCTOS SIMILARES.	407229
- ELABORACION DE BORDADOS, DESHILADOS, PLIZADOS, TROU-TROU Y FORRADO DE BOTONES.	142488
- FABRICACION DE BANDERINES, CORTINAS Y OTROS ARTICULOS CONFECCIONADOS CON TEXTILES Y MATERIALES SUCEDANEOS.	68721
 FABRICACION DE CALZADO E INDUSTRIA DEL CUERO	 5730012
- FABRICACION DE CALZADO DE TELA CON SUELA DE HULE O PLATICO	685322
- FABRICACION DE GUARACHES, ALPARGATAS Y SIMILARES	68844
- FABRICACION DE CALZADO Y PANTUNFLAS: EXCEPTO LOS MOLDEADOS DE HULE O PLASTICO.	3105646
- CURTIDO Y ACABADO DE CUERO Y PIEL	1226881
- FABRICACION DE PROD. DE CUEROS, PIEL Y MATERIALES SUCEDANEOS: EXCEPTO CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR.	643319
 FABRICACION Y REPARACION DE MUEBLES Y ACCESORIOS: EXCEPTO LOS DE METAL Y LOS DE PLASTICO MOLDEADO	 3459972
- FABRICACION DE MUEBLES: EXCEPTO LOS DE METAL Y LOS DE PLASTICO MOLDEADO	2215639
- FABRICACION DE NAMPARAS Y PERSIANAS	1747
- FABRICACION DE COLCHONES, ALMOHADAS Y COJINES: INCLUYE REPARACION DE COLCHONES.	1214415
- FABRICACION DE PARTES Y PIEZAS PARA MUEBLES: INCLUYE REPARACION	28171
 INDUSTRIA DEL PAPEL	 15145519
- FABRICACION DE PASTA DE CELULOSA Y PAPEL	8215392
- FABRICACION DE CARTON Y CARTONCILLO: INCLUSO LAMINAS DE CARTON IMPERMEABILIZADAS.	1157541
- FABRICACION DE ENVASES DE PAPEL	849840
- FABRICACION DE ENVASES DE CARTON	3648546
- FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS DE PAPEL, CARTON Y PASTA DE CELULOSA	1274200
 INDUSTRIA EDITORIAL, DE IMPRESION Y CONEXAS	 7503613
- EDICION DE PERIODICOS Y REVISTAS	2584739
- EDICION DE LIBROS Y SIMILARES	1226455
- IMPRESION Y ENCUADERNACION	3545211
- FABRICACION DE FOTOGRAFIADOS, CLISES, TIPOS PARA IMPRENTA Y OTROS TRABAJOS RELACIONADOS CON LA IMPRESION Y LA EDICION.	147208

FABRICACION DE PRODUCTOS DE HULE Y DE PLASTICO

14704487

- FABRICACION DE LLANTAS Y CAMARAS	4919629
- REGENERACION DE HULE Y VULCANIZACION DE LLANTAS Y CAMARAS	518682
- FABRICACION DE LINEOS, CALZADO Y OTROS PRODUCTOS DE HULE	1434142
- FABRICACION DE LAMINAS, PERFILES, TUBOS Y OTROS MATERIALES SIMILARES DE PLASTICO.	1814990
- FABRICACION DE ENVASES, ENVOLTURAS Y ROLLOS DE PLASTICO	2073842
- FABRICACION POR MOLDEO O EXTRUSION DE CALZADO Y JUGUETES DE PLASTICO	1700220
- FABRICACION POR MOLDEO O EXTRUSION DE OTROS ARTICULOS DE PLASTICO	2242982

FABRICACION DE PRODUCTOS MINERALES NO METALICOS: EXCEPTO DEL PETROLEO Y DEL CARBON MINERAL.

18204009

- FABRICACION DE VAJILLAS Y OTROS PRODUCTOS DE ALFARERIA Y CERAMICA PARA EL HOGAR.	376741
- FABRICACION DE MUEBLES PARA BAÑO ACCESORIOS SANITARIOS, AZULEJOS Y --- OTROS ARTICULOS DE BARRO, LOZA Y PORCELANA.	802014
- FABRICACION DE VIDRIO PLANO, LISO Y LABRADO	875217
- FABRICACION DE FIBRA DE VIDRIO, PRODUCTOS DE FIBRA DE VIDRIO Y OTROS MATERIALES AISLANTES PARA CONSTRUCCION: INCLUYE CRISTAL INASTILLABLE	594149
- FABRICACION DE AMPOLLETAS Y OTROS ENVASES DE VIDRIO	2249745
- FABRICACION DE ESPEJOS, LUNAS, EMPLOMADOS Y BI-SELADOS Y SIMILARES	38364
- FABRICACION DE CRISTALERIA, CRISTAL REFRACTARIO Y OTROS PRODUCTOS DE VIDRIO.	1171748
- FABRICACION DE LADRILLOS, TABIQUES, TEJAS Y OTROS PRODUCTOS DE ARCILLA PARA LA CONSTRUCCION: EXCEPTO LOS REFRACTARIOS.	277914
- FABRICACION DE LADRILLOS, TABIQUES Y OTROS PRODUCTOS REFRACTARIOS.	1093233
- FABRICACION DE CEMENTO HIDRAULICO.	5297973
- FABRICACION DE YESO, BLOQUES, LAMINAS, TABLEROS, PLAFONES Y PRODUCTOS SIMILARES DE YESO.	157703
- FABRICACION DE CAL	668726
- FABRICACION DE PRODUCTOS DE ASBESTO	1498626
- FABRICACION DE ABRASIVOS	452058
- CORTE, PULIDO Y LAMINADO DE MARMOL Y OTRAS PIEDRAS INCLUSO FABRICACION DE PRODUCTOS A BASE DE ESTOS MATERIALES.	241792
- FABRICACION DE MOSAICOS, TUBOS, BLOQUES, POSTES Y SIMILARES A BASE DE CEMENTO.	2408006

- FABRICACION DE ALAMBRES CONDUCTORES, CONTACTOS, CLAVIJAS Y OTROS ACCESORIOS Y MATERIAL ELECTRICO.	1111120
- FABRICACION DE LAMPARAS ORNAMENTALES, CANDILES Y OTROS APARATOS ELECTRICOS Y SUS PARTES INCLUSO ANUNCIOS LUMINOSOS.	902368
 CONSTRUCCION, RECONSTRUCCION Y ENSAMBLE DE EQUIPO DE TRANSPORTE Y SUS PARTES.	 39544380
- FABRICACION Y ENSAMBLE DE AUTOMOVILES, AUTOBUSES Y CAMIONES	24519788
- FABRICACION Y ENSAMBLE DE CARROCERIAS Y REMOLQUES PARA VEHICULOS AUTOMOVILES.	1713635
- FABRICACION DE MOTORES Y SUS PARTES PARA VEHICULOS AUTOMOVILES	2656818
- FABRICACION DE PARTES PARA EL SISTEMA DE TRANSMISION DE VEHICULOS AUTOMOVILES.	2477742
- FABRICACION DE PARTES PARA EL SISTEMA DE SUSPENSION DE VEHICULOS AUTOMOVILES.	989791
- FABRICACION DE PARTES PARA EL SISTEMA DE FRENOS DE VEHICULOS AUTOMOVILES	746968
- FABRICACION DE PARTES Y ACCESORIOS PARA EL SISTEMA ELECTRICO DE VEHICULOS AUTOMOVILES.	981688
- FABRICACION DE OTRAS PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHICULOS AUTOMOVILES	3023484
- FABRICACION, ENSAMBLE Y REPARACION DE CARROS DE FERROCARRIL Y OTROS EQUIPOS FERROVIARIOS.	1195215
- FABRICACION Y REPARACION DE EMBARCACIONES	223324
- FABRICACION, ENSAMBLE Y REPARACION DE AERONAVES Y SUS PARTES	1163
- FABRICACION Y ENSAMBLE DE MOTOCICLETAS BICICLETAS Y OTROS VEHICULOS DE PEDAL.	687067
- FABRICACION DE PARTES, REFACCIONES Y ACCESORIOS PARA MOTOCICLETAS, BICICLETAS Y OTROS VEHICULOS DE PEDAL.	154527
- FABRICACION DE VEHICULOS DE TRACCION ANIMAL Y DE PROPULSION A MANO	173170
 OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	 4723654
- FABRICACION Y REPARACION DE BASCULAS Y OTROS APARATOS E INSTRUMENTOS DE MEDIDA, CONTROL, TECNICOS Y CIENTIFICOS: EXCEPTO APARATOS E INSTRUMENTOS OPTICOS.	503674
- FABRICACION Y REPARACION DE EQUIPO E INSTRUMENTAL MEDICO, DE CIRUGIA Y APARATOS ORTOPEDICOS: EXCEPTO APARATOS E INSTRUMENTOS OPTICOS	314133
- FABRICACION DE ANTEOJOS, LENTES Y SUS PARTES Y APARATOS E INSTRUMENTOS OPTICOS.	229684
- FABRICACION DE APARATOS, ACCESORIOS Y ARTICULOS FOTOGRAFICOS Y DE FOTOCOPIADO: INCLUSO PELICULAS, PLACAS Y PAPEL SENSIBLE.	630130
- FABRICACION Y ENSAMBLE DE RELOJES Y SUS PARTES	375372

ABRICACION DE PRODUCTOS METALICOS EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO	21903034
- FABRICACION DE CUCHILLERIA Y PRODUCTOS SIMILARES	499140
- FABRICACION DE UTENSILIOS AGRICOLAS Y HERRAMIENTAS DE MANO	870420
- FABRICACION DE TORNILLOS, PIJAS, TUERCAS, REMACHES Y PRODUCTOS SIMILARES	903506
- FABRICACION DE CLAVOS, TACHUELAS, GRAPAS Y PRODUCTOS SIMILARES	186661
- FABRICACION DE CHAPAS, CANDADOS, LLAVES Y PRODUCTOS SIMILARES: INCLUYE CERRAJERIAS.	420388
- FABRICACION DE CORTINAS, PUERTAS METALICAS Y OTROS TRABAJOS DE HERRERIA	738033
- FABRICACION DE MUEBLES METALICOS Y SUS ACCESORIOS: INCLUYE REPARACION	3885309
- FABRICACION DE ESTRUCTURAS METALICAS PARA LA CONSTRUCCION Y TANQUES METALICOS EN GENERAL.	2187416
- FABRICACION DE CALDERAS, QUEMADORES, CALENTADORES Y PRODUCTOS SIMILARES	877914
- FABRICACION DE ENVASES Y PRODUCTOS DE HOJALATA	2423729
- FABRICACION DE CORCHOLATAS Y OTROS PRODUCTOS TROQUELADOS Y ESMALTADOS	2206396
- FABRICACION DE ALAMBRES, TELAS METALICAS Y OTROS PRODUCTOS SIMILARES DE ALAMBRE	2688659
- FABRICACION DE BATERIAS DE COCINA	417662
- GALVANIZADO, CROMADO, NIQUELADO Y OPERACIONES SIMILARES EN PIEZAS METALICAS.	977901
- FABRICACION DE PIEZAS METALICAS POR FUNDICION Y MOLDEO: EXCEPTO PARA MAQUINARIA, EQUIPO Y MATERIAL DE TRANSPORTE.	1851152
- FABRICACION DE OTROS PRODUCTOS METALICOS: EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO DE MATERIAL DE TRANSPORTE.	779748
FABRICACION Y ENSAMBLE DE MAQUINARIA, EQUIPO, APARATOS, ACCESORIOS Y ARTICULOS ELECTRICOS Y ELECTRONICOS, Y SUS PARTES.	19332657
- FABRICACION DE ENSAMBLE Y REPARACION DE TRANSFORMADORES, MOTORES Y OTRA MAQUINARIA Y EQUIPO PARA GENERACION Y UTILIZACION DE LA ENERGIA ELECTRICA.	3669242
- FABRICACION Y ENSAMBLE DE RECEPTORES DE RADIO, TELEVISION, Y APARATOS REPRODUCTORES DE SONIDO	4299611
- FABRICACION DE DISCOS Y CINTAS MAGNETOFONICAS, GRABADAS Y SIN GRABAR	1126944
- FABRICACION Y ENSAMBLE DE EQUIPO Y APARATOS TELEFONICOS, TELEGRAFICOS, DE TRANSMISION Y SEÑALIZACION.	1546156
- FABRICACION DE PARTES, DISPOSITIVOS Y ACCESORIOS PARA EQUIPOS Y APARATOS DE RADIO, TELEVISION Y COMUNICACIONES.	1254389
- FABRICACION Y ENSAMBLE DE APARATOS ELECTRICOS DE USO DOMESTICOS Y SUS PARTES	3647252
- FABRICACION DE ACUMULADORES Y PILAS ELECTRICAS.	1648376
- FABRICACION DE TUBOS Y BOMBILLAS PARA ILUMINACION	427199

- FABRICACION DE JOYAS Y ORFEBRERIA DE PLATA	18446
- FABRICACION, GRABADO, TALLADO Y PULIDO DE JOYAS Y ORFEBRERIA A BASE DE OTROS METALES Y PIEDRAS PRECIOSAS.	244504
- FABRICACION DE JOYAS DE FANTASIA Y ARTICULOS SIMILARES	189784
- FABRICACION Y ENSAMBLE DE INSTRUMENTOS MUSICALES Y SUS PARTES	24152
- FABRICACION DE APARATOS Y ARTICULOS DEPORTIVOS, INCLUYE EQUIPO DE - BILLAR, BOLICHE Y DE PESCA.	124365
- FABRICACION DE JUGUETES: EXCEPTO LOS DE HULE Y PLASTICO MOLDEADO	82031
- FABRICACION DE LAPICES, GOMAS, PLUMAS Y OTROS ARTICULOS Y UTILES PARA -- OFICINA, DIBUJO Y PINTURA ARTISTICA.	919872
- FABRICACION DE SELLOS METALICOS Y DE GOMA.	5216
- FABRICACION DE ARTICULOS Y ACCESORIOS PARA MECANICA DENTAL.	56060
- FABRICACION DE HORMAS TACONES Y MATERIALES SIMILARES PARA CALZADO, EXCEPTO LOS DE HULE.	67667
- FABRICACION DE ESCOBAS, CEPILLOS Y ARTICULOS SIMILARES.	260431
- FABRICACION DE ARMAS PORTATILES DE FUEGO, CARTUCHO, MUNICIONES Y ACCESORIOS.	173055
- FABRICACION DE PRODUCTOS MANUFACTURADOS NO CLASIFICADOS EN OTRA PARTE.	505078

FUENTE: X CENSO INDUSTRIAL 1976, DATOS DE 1975. DESGLOSE DE PRODUCTOS OBTENIDOS POR CLASE DE ACTIVIDAD S.P.P., CGSNEGe I.

TASAS DE CRECIMIENTO DE LA PRODUCCION BRUTA POR RAMAS ECONOMICAS
1971 - 78

%

A) RAMAS DE CRECIMIENTO ALTO

COMUNICACIONES	14.7
APARATOS ELECTRO DOMESTICOS	13.6
PETROQUIMICA BASICA	12.5
EXTRACCION DE PETROLEO Y GAS	11.3
VEHICULOS AUTOMOVILES	10.6
CAZA Y PESCA	10.0
EQUIPO Y ACCESORIOS ELECTRONICOS	9.9
TRANSPORTE	9.2
OTRAS INDUSTRIAS TEXTILES	9.1
MAQUINARIA Y APARATOS ELECTRICOS	7.9
JABONES, DETERGENTES, PERFUMES Y COSMETICOS	7.4
BEBIDAS ALCOHOLICAS	7.2

B) RAMAS DE CRECIMIENTO MEDIO

CERVEZA	6.8
PAPEL Y CARTON	6.7
OTRAS INDUSTRIAS DE LA MADERA	6.6
RESTAURANTES Y HOTELES	6.3
OTROS EQUIPOS Y APARATOS ELECTRICOS	6.0
COMERCIO	5.6
HILADO Y TEJIDO DE FIBRAS BLANDAS	5.1

C) RAMAS DE CRECIMIENTO BAJO

REFRESCOS EMBOTELLADOS	4.8
CUERO Y SUS PRODUCTOS	4.8
MOLIENDA DE TRIGO Y SUS PRODUCTOS	4.5
EQUIPO Y MATERIAL DE TRANSPORTE	4.5
PRODUCTOS CARNICOS Y LACTEOS	4.3
ENVASADO DE FRUTAS Y LEGUMBRES	4.1
PRENDAS DE VESTIR	4.0
AGRICULTURA	3.8
GANADERIA	3.5
MOLIENDA DE NIXTAMAL Y PRODUCTOS DE MAIZ	3.5
SILVICULTURA	3.4
PROCESAMIENTO DE CAFE	3.4

AZUCAR Y SUB PRODUCTOS	3.4
ACEITE Y GRASAS VEGETALES COMESTIBLES	3.4
TABACO Y SUS PRODUCTOS	1.8

FUENTE: S.P.P., SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES TOMO I - IV

CONCEPTO	(MILES DE TONELADAS)						
	1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980
PRODUCCION	2135.4	2417.9	2430.7	2611.0	2615.4	2668.8	2989.1
NUMERO DE HABITANTES (MILLONES).	50.7	58.5	60.1	61.9	63.7	65.5	67.4
CONSUMO APARENTE PER CAPITA (KG.).	42.1	41.3	40.4	42.2	41.1	40.7	44.3

FUENTE: S.P.P., CENSOS INDUSTRIALES 1970, 1975; CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DEL TRIGO: CONSEJO NACIONAL DE POBLACION.

CONSUMO APARENTE DE LOS PRODUCTOS DEL MAIZ

(MILES DE TONELADAS)

CONCEPTO	1970	1975	1980
- PRODUCCION	3200	4400	5400
- IMPORTACIONES	-----	-----	-----
- EXPORTACIONES	-----	-----	-----
- CONSUMO NACIONAL APARENTE	3200	4400	5400
ELABORACION DE TORTILLAS			
- PRODUCCION	2600	3700	4700
- IMPORTACIONES	-----	-----	-----
- EXPORTACIONES	-----	-----	-----
- CONSUMO NACIONAL APARENTE	2600	3700	4700
- CONSUMO NACIONAL PER CAPITA (KG).	51.3	61.6	69.7
FABRICACION DE HARINA DE MAIZ			
- PRODUCCION	262	623	1250
- IMPORTACIONES	-----	-----	-----
- EXPORTACIONES	-----	-----	-----
= CONSUMO NACIONAL APARENTE	262	623	1250

FUENTE: ELABORADO POR LA DIRECCION GENERAL DE ANALISIS DE RAMAS ECONOMICAS EN BASE A INFORMACION DE CONAIM Y CONZ

TABLA 90

PRODUCCION Y CONSUMO NACIONAL APARENTE DE ACEITES X GRASAS COMESTIBLES

CONCEPTO	1970	1975	1980*
ACEITES (MILES DE TONS.)			
- PRODUCCION	383	411	545.2
- CONSUMO NACIONAL APARENTE	393.1	421.9	545.2
- CONSUMO NACIONAL APARENTE PER CAPITA	7.8	7.0	7.4
MANTECA VEGETAL (MILES DE TONS.)			
- PRODUCCION	158.6	168.6	203.7
- CONSUMO NACIONAL APARENTE	158.6	168.6	203.7
- CONSUMO NACIONAL APARENTE PER CAPITA.	3.1	2.8	2.7
MARGARINA Y OTRAS GRASAS			
- PRODUCCION	92.5	72.0	81.1
- CONSUMO NACIONAL APARENTE	92.5	72.4	81.2
- CONSUMO NACIONAL APARENTE PER CAPITA.	1.8	1.2	1.1

* CIFRAS PRELIMINARES

FUENTE: ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES DE ACEITE Y MANTECAS COMESTIBLES, A.C.: ANUARIO DE COMERCIO EXTERIOR; S.P.P.

TABLA 91

DESTINO DE LA LECHE EN MEXICO
MILLONES DE LITROS

CONCEPTO	1970	1975	1976	1977	1978	1979	1980	TMCA
CONSUMO APARENTE TOTAL (PROD+IMP-EXP)	4877.1	6068.4	6184.5	6953.8	7758.7	7793.3	9418.3	6.8
LECHE FRESCA:								
VOLUMEN	2053.3	2688.3	2647.0	2795.4	2932.8	2829.0	2995.0	3.9
POR CIENTO	42.1	44.3	42.8	40.2	37.8	36.3	31.8	
PASTEURIZACION, REHIDRATA CION, HOMOGENEIZACION Y - ENVASADO					1			

VOLUMEN	1263.2	1462.5	1527.6	1794.1	1908.7	2018.5	2797.2	8.3
POR CIENTO	25.9	24.1	24.7	25.8	24.6	25.9	29.7	
LECHE CONDENSADA EVAPORADA Y EN POLVO								
VOLUMEN	624.2	703.9	748.3	862.3	1062.9	1098.8	1375.1	8.2
POR CIENTO	12.8	11.6	12.1	12.4	13.7	14.1	14.6	
CREMA, MANTEQUILLA Y QUESO								
VOLUMEN	936.4	1213.6	1261.6	502.0	1854.3	1847.0	2251.0	9.2
POR CIENTO	19.2	20.0	20.4	21.6	23.9	23.7	23.9	

FUENTE: SARH. DIRECCION GENERAL DE ECONOMIA AGRICOLA: INSTITUTO NACIONAL DE LA LECHE, S.P.P., DIRECCION GENERAL DE ESTADISTICA, DIRECCION GENERAL DE ANALISIS DE RAMAS ECONOMICAS.

TABLA 92

EVOLUCION DE LA DEMANDA DEL PAPEL

MILES DE PESOS

CONCEPTO	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980
PAPEL PARA ESCRITURA E IMPRESION.	236.2	273.1	288.3	331.3	298.7	332.0	345.8	395.6	468.9	592.3
PAPEL PARA PERIODICO Y LIBROS DE TEXTO.	219.4	219.8	196.5	273.4	296.0	315.6	354.7	206.1	241.5	343.6
PAPEL PARA EMPAQUE	588.6	638.2	753.1	840.8	786.7	855.5	923.8	996.6	1099.0	1358.7
PAPEL SANITARIO Y FACIAL.	58.3	71.0	88.6	100.4	105.1	112.4	126.3	145.4	162.3	183.8
T O T A L	1102.7	1202.1	1326.5	1545.9	1486.5	1615.5	1750.6	1743.7	1971.7	2478.4

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE LAS INDUSTRIAS DE LA CELULOSA Y EL PAPEL. MEMORIA ESTADISTICA 1981

DINAMICA DEL CONSUMO DE CAFE

CONCEPTO	1970		1975		1980	
	VOLUMEN (TONELADAS)	VALOR (MILLONES)	VOLUMEN (TONELADAS)	VALOR (MILLONES)	VOLUMEN (TONELADAS)	VALOR (MILLONES)
TOSTADO Y MOLI						
DO	29240	444.0	36983	860.5	31700	2613.3
CAFE SOLUBLE	6463	493.8	8292	961.9	12400	3236.1
TOTAL RAMA	35703	937.8	45275	1822.4	44100	5849.4

FUENTE: S.P.P. CENSOS INDUSTRIALES 1970 Y 1975, PARA 1980, ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES DE CAFE, INMECAFE Y CONACINTRA.

TABLA 94

CONSUMO NACIONAL APARENTE DEL CAFE

(MILES DE TONELADAS)

CONCEPTO	1970	1975	1980
CAFE TOSTADO Y MOLIDO			
PRODUCCION	29.2	37.0	31.7
IMPORTACIONES	---	---	---
EXPORTACIONES	4.9	5.1	5.0
CONSUMO NACIONAL APARENTE	24.3	1.9	26.7
CONSUMO PER CAPITA (KG).	0.48	0.53	0.38
CAFE SOLUBLE			
PRODUCCION	6.5	8.3	12.4
IMPORTACIONES	---	---	---
EXPORTACIONES	0.6	1.7	1.0
CONSUMO NACIONAL APARENTE	5.9	6.6	11.4
CONSUMO PER CAPITA (KG).	0.12	0.11	0.16

FUENTE: ELABORADO POR LA DGARE, S.P.P. EN BASE A DATOS DE INMECAFE Y LA ASOCIACION NACIONAL DE INDUSTRIALES DE CAFE

TABLA 95

ESTRUCTURA DEL MERCADO DE PRODUCTOS DERIVADOS DEL CACAO (TONELADAS)

CONCEPTO	1970	1975	1980
OFERTA TOTAL	18490	11094	30680
CONSUMO INTERNO APARENTE	14490	8320	24280
CONSUMO DIRECTO	6955	4576	14082
USO INDUSTRIAL	7535	3744	10198
DEMANDA DEL EXTERIOR	4000	2774	6400

FUENTE: CONADECA, UNPC.

TABLA 96

CONSUMO NACIONAL APARENTE DE PRODUCTOS DEL CACAO
(MILES DE TONELADAS)

CONCEPTO	1970	1975	1980
MANTECA			
PRODUCCION	9.0	5.3	12.5
IMPORTACION	---	---	---
EXPORTACION	2.8	2.4	5.9
CONSUMO NACIONAL APARENTE	6.2	2.9	6.6
COCOA Y CHOCOLATE			
PRODUCCION	9.4	5.8	18.1
IMPORTACION	---	---	---
EXPORTACION	1.2	0.4	0.5
CONSUMO NACIONAL APARENTE	8.2	5.4	17.6
CONSUMO PER CAPITA (GR) .	162	80	341

FUENTE: ELABORADO EN BASE A INFORMACION DE CONADECA UNPC Y ANUARIOS DE COMERCIO EXTERIOR DE LA S.P.P.

TABLA 97

CONSUMO NACIONAL APARENTE DE CALZADO
(MILLONES DE PARES)

CONCEPTO	1970	1975	1980*
PRODUCCION	100.7	195.5	214.0
IMPORTACION	0.4	0.4	0.7
EXPORTACION	1.2	1.7	3.3
CONSUMO NACIONAL APARENTE	99.9	194.0	211.4
CONSUMO PER CAPITA (PARES)	-----	3.32	3.13

* ESTIMADO

FUENTE: CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ASISTENCIA TECNOLOGICA DEL ESTADO DE GUANAJUATO. AC: S.P.P., ANUARIOS ESTADISTICOS DE COMERCIO EXTERIOR, 1970 A 1979.

TABLA 98

ESTRUCTURA PORCENTUAL DE LA DEMANDA DE MUEBLES
DE MADERA (1970 - 1980)

CONCEPTO	1970	1975	1980
RECAMARAS	35.0	34.0	33.0
SALAS	22.0	21.0	21.0
COMEDORES	20.0	21.0	23.0
DIVERSOS	23.0	24.0	23.0
TOTAL	100.0	100.0	100.0

FUENTE: S.P.P., SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES DE MEXICO; ANUARIOS ESTADISTICOS DE COMERCIO EXTERIOR DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; FONACOT Y CANACINTRA.

ESTRUCTURA DE LA POBLACION QUE CONSUME CARNE, HUEVO, LECHE, PESCADO Y PAN DE TRIGO
NACIONAL
1 9 7 0
(POR CIENTO)

ENTIDAD FEDERATIVA	CONSUMO DE CARNE		CONSUMO DE HUEVO		CONSUMO DE LECHE		CONSUMO DE PESCADO	
	POR LO ME- NOS UN DIA A LA SEMA- NA.	NO CONSUMEN	POR LO ME- NOS UN DIA A LA SEMA- NA.	NO CONSUMEN	POR LO ME- NOS UN DIA A LA SEMA- NA.	NO CONSUMEN	POR LO ME- NOS UN DIA A LA SEMA- NA.	NO CONSUMEN
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	79.4	20.6	76.8	23.2	62.0	38.0	29.9	70.1
AGUASCALIENTES	62.5	37.5	62.3	37.7	69.9	30.1	8.0	92.0
BAJA CALIFORNIA	82.7	17.3	85.0	15.0	81.7	18.3	30.4	69.6
BAJA CALIFORNIA SUR	85.6	14.4	80.1	19.9	76.7	23.3	54.0	46.0
CAMPECHE	88.2	11.8	85.7	14.3	55.9	44.1	74.1	25.9
COAHUILA	77.8	22.2	81.1	18.9	71.9	28.1	10.9	89.1
COLIMA	84.9	15.1	74.1	25.9	69.5	30.5	41.5	58.5
CHIAPAS	83.0	17.0	81.3	18.7	42.4	57.6	41.2	58.8
CHIHUAHUA	70.4	29.6	75.0	25.0	73.1	26.9	12.3	87.7
DISTRITO FEDERAL	95.9	4.1	90.7	9.3	87.5	12.5	51.1	48.9
DURANGO	59.2	40.8	67.2	32.8	57.3	42.7	7.6	92.4
GUANAJUATO	63.6	36.4	55.6	44.4	53.3	46.7	10.0	90.0
GUERRERO	72.5	27.5	72.8	27.2	48.7	51.3	36.0	64.0
HIDALGO	72.9	27.1	68.1	31.9	37.8	62.2	21.1	78.9
JALISCO	79.4	20.6	72.1	27.9	75.3	24.7	18.8	81.2
MEXICO	87.0	13.0	78.5	21.5	59.7	40.3	37.2	62.8
MICHOACAN	71.1	28.9	60.4	39.6	53.4	46.6	19.1	80.9
MORELOS	87.8	12.2	83.2	16.8	57.7	42.3	24.9	75.1
NAYARIT	81.7	18.3	79.0	21.0	60.2	39.8	39.8	60.2
NUEVO LEON	87.1	12.9	91.2	8.8	82.6	17.4	12.1	87.9
OAXACA	75.6	24.4	73.2	26.8	31.7	68.3	35.9	64.1
PUEBLA	79.5	20.5	73.8	26.2	39.1	60.9	17.1	82.9
QUERETARO	58.4	41.6	58.8	41.2	39.3	60.7	9.5	90.5
QUINTANA ROO	84.5	15.5	89.2	10.8	62.1	37.9	38.9	61.1
SAN LUIS POTOSI	56.4	43.6	66.6	33.4	47.8	52.2	10.8	89.2
SINALOA	82.0	18.0	87.0	13.0	70.5	29.5	41.4	58.6
SONORA	78.0	22.0	84.0	16.0	73.4	26.6	32.3	67.7
TABASCO	90.1	9.9	79.7	20.3	49.9	50.1	62.3	37.7
TAMAULIPAS	77.4	22.6	83.4	16.6	72.9	27.1	21.3	78.7
TLAXCALA	77.9	22.1	68.9	31.1	35.9	64.1	20.4	79.6
VERACRUZ	81.0	19.0	79.2	20.8	58.2	41.8	40.9	59.1
YUCATAN	84.1	15.9	80.2	19.8	47.2	52.8	43.2	56.8
ZACATECAS	48.4	51.6	54.3	45.7	46.0	54.0	7.0	93.0

CONSUMO DE PAN DE TRIGO

POR LO ME- NO CONSUMEN
NOS UN DIA
A LA SEMA-
NA.

76.6	23.4
69.8	30.2
81.8	18.2
77.7	22.3
84.6	15.4
74.5	25.5
82.7	17.3
68.4	31.6
73.2	26.8
95.1	4.9
61.0	39.0
63.8	36.2
65.8	34.2
72.6	27.4
75.3	24.7
82.8	17.2
66.7	33.3
88.8	11.2
82.6	17.4
79.0	21.0
74.2	25.8
75.1	24.9
64.0	36.0
80.1	19.9
60.2	39.8
68.5	31.5
78.3	21.7
71.9	28.1
75.9	24.1
68.3	31.7
81.0	19.0
82.1	17.9
48.0	52.0

FUENTE: S.P.P. C.G.S.N.I. LA POBLACION EN MEXICO, SU OCUPACION Y SUS NIVELES DE BIENESTAR. SERIE: MANUALES DE INFORMACION BASICA DE LA NACION. MEXICO 1979.

CON BASE EN DATOS DE 1977

I. PATRONES, PROFESIONISTAS Y EMPLEADOS (INGRESOS ALTOS)		II. PATRONES, PROFESIONISTAS Y EMPLEADOS (INGRESOS MEDIOS).		III. PATRONES, PROFESIONISTAS Y EMPLEADOS (INGRESOS BAJOS).		IV. OBREROS	
TIPO DE BIEN	%	TIPO DE BIEN	%	TIPO DE BIEN	%	TIPO DE BIEN	%
OTROS SERVICIOS	19.4	OTROS SERVICIOS	11.7	PRODUCTOS CARNICOS Y LACTEOS	19.3	PRODUCTOS CARNICOS Y LACTEOS.	11.3
VEHICULOS AUTOMOVILES.	7.3	CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR	11.6	CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR	9.7	CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR.	11.0
CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR.	5.7	PRODUCTOS CARNICOS Y LACTEOS.	10.1	OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS ELABORADOS.	6.6	OTROS SERVICIOS	7.3
PRODUCTOS CARNICOS Y LACTEOS. SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO.	6.0	VEHICULOS AUTOMOVILES	6.7	MOLIENDA DE TRIGO Y NIXTAMAL	6.1	VEHICULOS AUTOMOVILES.	5.6
MANUFACTURAS DIVERSAS	2.4	PRODUCTOS PETROLIFEROS DE USO DOMESTICO.	5.2	OTROS SERVICIOS	5.6	OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS ELABORADOS.	4.8
OTROS	20.3	ALQUILER DE INMUEBLES	3.2	AGRICULTURA Y GANADERIA	5.0	AGRICULTURA Y GANADERIA.	3.9
SUBTOTAL	64.5	OTROS.	31.7	OTROS.	37.3	OTROS.	34.5
AHORRO	35.5	SUBTOTAL	80.2	SUBTOTAL	89.6	SUBTOTAL	78.4
TOTAL	100.0	AHORRO	19.8	AHORRO	10.4	AHORRO	21.6
		TOTAL	100.0	TOTAL	100.0	TOTAL	100.0

V. CAMPESINOS DE INGRESOS MEDIOS Y ALTOS.

TIPO DE BIEN	%
PRODUCTOS PETROLIFEROS DE USO DOMESTICO.	6.8
CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR	6.8
PRODUCTOS CARNICOS Y LACTEOS.	6.7
VEHICULOS AUTOMOVILES	5.2
OTROS SERVICIOS	4.5
ELECTRICIDAD	1.4
OTROS	20.8
SUBTOTAL	52.2
AHORRO	47.8
TOTAL	100.0

VI. CAMPESINOS DE INGRESOS BAJOS

TIPO DE BIEN	%
PRODUCTOS CARNICOS Y LACTEOS	16.8
AGRICULTURA Y GANADERIA	14.6
CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR	12.2
MOLIENDA DE TRIGO Y NIXTAMAL	5.4
BEBIDAS	4.4
TRANSPORTE	4.1
OTROS	35.4
SUBTOTAL	92.9
AHORRO	7.1
TOTAL	100.0

VII. JORNALEROS

TIPO DE BIEN	%
PRODUCTOS CARNICOS Y LACTEOS.	14.6
CALZADO Y PRENDAS DE VESTIR.	11.0
OTROS PRODUCTOS ALIMENTICIOS ELABORADOS.	8.7
MOLIENDA DE TRIGO Y NIXTAMAL.	5.4
OTROS SERVICIOS	5.3
AGRICULTURA Y GANADERIA.	3.7
OTROS.	36.3
SUBTOTAL	85.0
AHORRO	15.0
TOTAL	100.0

FUENTE: ENCUESTA DE INGRESOS Y GASTOS DE LOS HOGARES DE 1977. SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO 1980. ELABORACIONES DE LA DIRECCION GENERAL DE ANALISIS DE RAMAS ECONOMICAS DE LA SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO Y EL C.I.D.E.

VENTAS NETAS E INGRESOS DIVERSOS, COMPRAS Y EXISTENCIAS POR CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE ESTABLECIMIENTO

CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE ESTABLECIMIENTO.	DATOS REFERENTES A 1975		MILLARES DE PESOS			INGRESOS DIVERSOS		COMPRAS DE MERCANCIAS P/ LA REVEN- TA.
	No. DE ESTABLECIMIENTOS CENSADOS.	TOTAL	VENTAS NETAS		TOTAL	INTERESES X VENTAS A CREDITO	POR OTROS CONCEPTOS	
			AL MAYOREO	AL MENUDEO				
TOTAL	475264	323253365	63156191	260097174	5300374	2968352	2332022	230416819
MAYORISTA	11652	84232537	63143124	21089413	719319	332518	386801	62204761
MINORISTA	463612	239020828	13067	239007761	4581055	635834	1945221	168212058
C/V DE FRUTAS Y LEGUMBRES FRES CAS.	48389	5471969	1601167	3870802	3212	168	3044	4019868
MAYORISTAS	1751	1908041	1598823	309218	672	33	639	1464620
MINORISTAS	46638	3563928	2344	3561584	2540	135	2405	2546248
C/V DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS DE ABARROTES, ULTRAMA- RINOS Y MISCELANEAS: EXCEPTO EN SUPER.	191900	26823073	4606093	22216980	28386	9963	18423	20693338
MAYORISTA	1063	6057078	4604595	1452483	10172	5492	4680	4858989
MINORISTA	190837	20765995	1498	20764497	18214	4471	13743	15834349
DISTRIBUCION DE REFRESCOS, AGUAS Y PURIFICADAS.	1416	1681475	1368707	312768	5733	347	5386	1066693
MAYORISTA	209	1437056	1368707	68349	3032	337	2695	906917
MINORISTA	1117	244419	...	244419	2701	10	2691	159776
DISTRIBUCION DE CERVEZA	2071	7970652	645993	1564659	13902	224	13678	5588482
MAYORISTA	598	7296478	6401306	895172	11239	216	11023	5120279
MINORISTA	1473	674174	4687	669487	2663	8	2655	468203
DISTR. Y C/V. DE VINOS Y LICORES INCLUYE INTRODUCCION DE ALCHOL Y PULQUE.	2973	3271766	1242577	2029189	42541	197	42344	2283475
MAYORISTA	153	1557744	1242577	315167	36384	146	36238	1095235
MINORISTA	2820	1714022	1714022	6157	51	6106	1188240

DISTRIB. Y C/U. DE CIGARROS, PUROS y DEMAS- PRODUCTOS DE TABACO COMBINADOS CON OTROS ARTICULOS.	550	414829	111113	303716	522	72	450	327294
MAYORISTA	43	153431	111113	42318	253	72	181	122639
MINORISTA	547	261398	...	261398	269	..	269	204655
C/V DE CALZADO DE TODO TIPO	12403	5422414	2756164	5147250	5306	864	4442	4022986
MAYORISTA	174	426120	2756164	150956	80	14	66	330919
MINORISTA	12229	4996294	4996294	5226	850	4376	3692067
C/V DE JUGUETES	1446	467798	113423	354375	1109	...	1109	344179
MAYORISTA	42	250176	113423	136753	42	...	42	183333
MINORISTA	1404	217622	...	217622	1067	...	1067	160846
DISTRIB. Y C/U DE PERIODICOS Y REVISTAS	1284	1213703	242465	971238	1612	8	1604	939402
MAYORISTA	35	267967	242465	25502	1171	4	1167	232741
MINORISTA	1249	945736	945736	441	4	437	706661
C/V DE EQUIPO Y MATERIAL FOTOGRAFICO ,CINE MATOGRAFICO Y DE LUJO.	757	1959760	1036890	922870	40744	2383	38361	1263634
MAYORISTA	43	1174123	1036890	137233	38570	1854	36716	764253
MINORISTA	714	785637	785637	2174	529	1645	499381
C/V DE ESTUFAS Y APARATOS ELECTRICOS Y ELEC TRONICOS P/EL H.	1523	5492690	374299	5118391	172774	134102	38672	3385546
MAYORISTA	71	514047	374299	139748	5076	4806	270	342639
MINORISTA	1452	4978643	4978643	167698	129296	38402	3042907
C/V DE MUEBLES:EXCEPTO DE BANO,OFICINA Y CO MERCIOS.	5670	7578267	217606	7369661	148163	137214	10949	5007697
MAYORISTA	125	409351	217606	191745	4051	3387	664	268313
MINORISTA	5545	7168916	7168916	144112	133827	10285	4739384

C/V DE DISCOS Y CINTAS MAGNETOFONICAS GRABADAS.								
	1327	672089	112425	559664	3675	1838	1837	440371
MAYORISTA	20	131475	112425	19050	31	3	28	77259
MINORISTA	1307	540614	540614	3644	1835	1809	363112
C/V DE OTROS ARTICULOS PARA EL HOGAR								
	3842	691406	166223	525183	1187	146	1041	452278
MAYORISTA	111	213252	166223	47029	149	1	148	153284
MINORISTA	3731	478154	...	478154	1038	145	893	298994
C/V EN SUPERMERCADOS Y TIENDAS DE AUTOSERVICIOS.								
	2396	30107552	1524089	28583463	232541	11192	221349	24148720
MAYORISTA	152	2582658	1524089	1058569	4132	141	3991	1890659
MINORISTA	2244	27524894	27524894	228409	11051	217358	22258061
C/V ACEITES LUBRICANTES, ADITIVOS Y SIMILARES.								
	1013	1990182	392377	1597805	1565	631	934	1453343
MAYORISTA	59	442524	392377	50147	431	111	320	296858
MINORISTA	954	1547658	1547658	1134	520	614	1156485
C/V DE AUTOMOVILES Y CAMIONES NUEVOS								
	1008	28898435	408723	28489712	1268332	181245	87087	21297849
MAYORISTA	46	1589747	408723	1181024	85503	76361	9142	1213246
MINORISTA	962	27308688	27308688	1182829	104884	77945	20084603
C/V DE LLANTAS Y CAMARAS								
	725	1864555	201426	1663129	34150	4143	30007	1230590
MAYORISTA	29	284482	201426	83056	7151	363	6788	185326
MINORISTA	696	1580073	...	1580073	26999	3780	23219	1045264
C/V DE REFACCIONES Y ACCESORIOS NUEVOS PARA AUTOMOVILES Y CAMIONES.								
	2550	7889328	1651885	6237443	41695	22461	19234	5381913
MAYORISTA	357	2664466	1651885	1012661	20408	13168	7240	1820122
MINORISTA	4893	5224862	80	5224782	21287	9293	11994	3561791

FUENTE: VII CENSO GENERAL 1976. DATOS DE 1975 RESUMEN GENERAL MEXICO MARZO 1980.

CLASE DE ACTIVIDAD Y ESTRATO DE PERSONAL OCUPADO.	NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS - CENSADOS.	VENTAS NETAS			INGRESOS DIVERSOS			
		TOTAL	AL MAYOREO	AL MENUDEO	TOTAL	INTERESES P/VENTAS A CREDITO	POR OTROS CONCEPTOS	INGRESOS BRUTOS POR VENTAS DE MERCANCIAS
		M I L L A R E S	D E	P E S O S				
TOTAL	475264	323253365	63156191	260097174	5300374	2968352	2332022	312728342
SIN PERSONAL RENUMERADO	391116	34221003	1331119	32889884	196478	125233	71245	33720600
CON PERSONAL RENUMERADO	84148	289032362	61825070	227207290	5103896	2843119	2260777	279007742
HASTA 2 PERSONAS	50889	23083577	2374737	20708840	182730	81166	101564	22304261
DE 3 A 5 PERSONAS	15336	25613841	3753304	21860537	191181	78601	112580	24151423
DE 6 A 8 PERSONAS	5722	20816905	3980083	16836822	152202	70513	81689	19615399
DE 9 A 15 PERSONAS	5553	36034310	7596670	28437640	332895	176055	156840	34270835
DE 16 A 25 PERSONAS	2927	35573320	7791791	27781529	467796	292956	174840	34173232
DE 26 A 50 PERSONAS	2237	46597231	11990072	34607159	946090	680302	265788	45319715
DE 51 A 100 PERSONAS	944	39788274	11798605	27989669	1115317	655497	459820	39312105
DE 101 A 250 PERSONAS	431	32635681	6904908	25730773	839061	484847	354214	31781300
DE 251 A 500 PERSONAS	82	13556825	4379281	9177544	503455	136225	367230	13210302
DE 501 A 750 PERSONAS	14	3849026	454821	3394205	56920	42399	14521	3665878
DE 751 Y MAS PERSONAS	13	11483372	800800	10682572	316249	144558	171691	11203290
C/V DE FRUTAS Y LEGUMBRES FRESCAS.								
SIN PERSONAL RENUMERADO	48389	5471969	1601167	3870802	3212	168	3044	5329159
CON PERSONAL RENUMERADO	46423	3492896	619730	2873166	1588	98	1490	3457552
HASTA 2 PERSONAS	1966	1979073	981437	997636	1624	70	1554	1871607
DE 3 A 5 PERSONAS	1673	981405	472079	509326	415	22	393	927100
DE 6 A 8 PERSONAS	209	302680	125316	177364	460	3	457	278078
DE 9 A 15 PERSONAS	33	77225	33037	44188	45	45	---	72891
DE 16 A 25 PERSONAS	20	119058	77546	41512	314	---	314	106081
DE 26 A 50 PERSONAS	9	103659	71895	31764	---	---	---	93176
DE 51 A 100 PERSONAS	15	102516	86832	15684	329	---	329	98586
DE 101 A 750 PERSONAS	4	26305	23346	2959	61	---	61	23137
DE 101 A 750 PERSONAS	3	266225	91386	174839	---	---	---	272558
C/V DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS DE ABARROTES, UL TRAMARINOS Y MISCELANEAS: EXCEPTO EN SUPERMERCADOS.								
SIN PERSONAL RENUMERADO	191900	26823073	4606093	22216980	28386	9963	18423	25094478
CON PERSONAL RENUMERADO	183147	11829506	73241	11756265	11101	2073	9028	11743466
CON PERSONAL RENUMERADO	8753	14993567	4532852	10460715	17285	7890	9395	13351012

HASTA	2	PERSONAS	6988	2945022	275680	2669342	1877	403	1474	2838873
DE	3	A 5 PERSONAS	1067	1981493	475554	1505939	1011	170	841	1797037
DE	6	A 8 PERSONAS	290	1334824	525485	809339	1948	283	1665	1190343
DE	9	A 15 PERSONAS	217	1973763	867681	1106082	521	429	92	1706840
DE	16	A 25 PERSONAS	97	1631197	662981	968216	3345	1195	2150	1380084
DE	26	A 50 PERSONAS	64	1812326	816268	996058	2547	233	2314	1584430
DE	51	A 100 PERSONAS	18	851717	517112	334605	1838	979	859	784219
DE	101	A 250 PERSONAS	8	742711	250527	492184	4084	4084	----	406517
DE	251	Y MAS PERSONAS	4	1720514	141564	1578950	114	114	----	1662669

DISTRIBUCION DE REFRESCOS AGUAS

GASEOSAS Y PURIFICADAS.			1416	1681475	1368707	312768	5733	347	5386	1634773
SIN PERSONAL RENUMERADO			876	94535	24771	69764	77	10	67	91235
CON PERSONAL RENUMERADO			540	1586940	1343936	243004	5656	337	5319	1543538
HASTA	2	PERSONAS	242	135751	71483	64268	388	87	301	131802
DE	3	A 5 PERSONAS	104	133039	101031	32008	513	250	263	124001
DE	6	A 8 PERSONAS	49	99349	72771	26578	61	----	61	92518
DE	9	A 15 PERSONAS	45	145144	132757	12387	2403	----	2403	141921
DE	16	A 25 PERSONAS	41	220228	206692	13536	408	----	408	216767
DE	26	A 50 PERSONAS	34	257867	212663	45204	155	----	155	249957
DE	51	A 100 PERSONAS	16	234560	215059	19501	2	----	2	229821
DE	101	A 250 PERSONAS	6	186414	156892	29522	299	----	299	180532
DE	251	A 750 PERSONAS	3	174588	174588	-----	1427	----	1427	176219

DISTRIBUCION DE CERVEZA

SIN PERSONAL RENUMERADO			2071	7970652	6405993	1564659	13902	244	13678	7894590
CON PERSONAL RENUMERADO			951	133896	28135	105761	171	8	163	127855
HASTA	2	PERSONAS	1120	7836756	6377858	1458898	13731	216	13515	7766735
DE	3	A 5 PERSONAS	528	284860	102514	182346	3095	---	3095	268261
DE	6	A 8 PERSONAS	152	334768	242893	91875	652	11	641	326696
DE	9	A 15 PERSONAS	84	410748	311788	98960	450	---	450	380696
DE	16	A 25 PERSONAS	116	753673	630518	123155	1028	---	1028	753422
DE	26	A 50 PERSONAS	75	809350	680063	129287	205	---	205	804332
DE	51	A 100 PERSONAS	94	1859337	1609207	250130	7287	14	7273	1861038
DE	101	A 500 PERSONAS	48	1678419	1431895	246524	266	191	75	1680525
DE	251	A 750 PERSONAS	23	1705601	1368980	336621	748	---	748	1692423

DISTRIBUCION Y C/V DE VINOS Y LICORES: INCLUYE INTRODUCCION DE ALCOHOL Y PULQUE.

SIN PERSONAL RENUMERADO			2973	3271766	1242577	2029189	42541	197	42344	2969227
CON PERSONAL RENUMERADO			1538	202058	4185	197873	351	20	331	201133
			1435	3069708	1238392	1831316	42190	177	42013	2768094

HASTA	2	PERSONAS	1154	531589	28457	503132	5584	23	5561	525143
DE	3	A 5 PERSONAS	159	346792	97092	249700	173	30	143	320259
DE	6	A 8 PERSONAS	42	220507	71817	148690	218	--	218	206426
DE	9	A 15 PERSONAS	35	287425	118776	168649	922	--	922	253763
DE	16	A 25 PERSONAS	20	278529	100989	177540	124	124	---	244459
DE	26	A 50 PERSONAS	15	429984	92972	337012	3789	--	3789	393279
DE	51	A 100 PERSONAS	4	174361	101825	72536	---	--	---	148698
DE	101	A 250 PERSONAS	6	800521	626464	174057	31380	--	31380	676067

DISTRIBUCION Y C/V DE CIGARROS,
PUROS Y DEMAS PRODUCTOS DE TABA
CO Y COMBINADOS CON OTROS ARTI-
CULOS.

			550	414829	111113	303716	522	72	450	400540
SIN PERSONAL RENUMERADO			377	121131	27089	94042	88	--	88	112847
CON PERSONAL RENUMERADO			173	293698	84024	209674	434	72	362	287693
HASTA	2	PERSONAS	116	118097	19535	98562	172	--	172	114876
DE	3	A 5 PERSONAS	34	57353	14823	42530	---	--	---	54690
DE	6	A 8 PERSONAS	10	57789	31736	26053	253	72	181	57163
DE	9	A 15 PERSONAS	10	32793	10597	22196	9	--	9	33418
DE	16	A 25 PERSONAS	3	27666	7333	20333	---	--	---	27546

C/V CALZADO DE TODO TIPO			12403	5422414	275164	5147250	5306	864	4442	5039217
SIN PERSONAL RENUMERADO			8954	682039	2382	679657	454	122	332	679418
CON PERSONAL RENUMERADO			3449	4740375	272782	4467593	4852	742	4110	4359799
HASTA	2	PERSONAS	2055	653585	11013	642572	540	91	449	643795
DE	3	A 5 PERSONAS	778	1313075	22517	1290558	2553	562	1991	1193299
DE	6	A 8 PERSONAS	310	1119916	64355	1055561	1133	48	1085	1005163
DE	9	A 15 PERSONAS	211	886034	75847	810187	579	---	579	814161
DE	16	A 25 PERSONAS	66	500374	98738	401636	47	41	6	451166
DE	26	A 50 PERSONAS	24	239223	312	238911	---	--	---	222431
DE	101	A 250 PERSONAS	5	28168	---	28168	---	--	---	29784

C/V DE JUGUETES			1446	467798	113423	354375	1109	--	1109	464775
SIN PERSONAL RENUMERADO			1288	46501	711	45790	74	--	74	46333
CON PERSONAL RENUMERADO			158	421297	112712	308585	1035	--	1035	418442
HASTA	2	PERSONAS	79	28614	4004	24610	11	--	11	28671
DE	3	A 5 PERSONAS	29	33305	5755	27550	---	--	---	31997
DE	6	A 8 PERSONAS	9	22405	1440	20965	646	614	32	24563
DE	9	A 15 PERSONAS	7	26309	1705	24604	945	434	511	24558
DE	16	A 25 PERSONAS	5	134785	87528	47257	557	--	557	198446
DE	26	A 50 PERSONAS	5	104430	24493	79937	718	488	230	85896
DE	51	A 250 PERSONAS	4	274991	134669	140322	5252	2036	3216	346946

DISTRIBUCION Y C/V DE PERIODICOS Y REVISTAS.				1284	1213703	242465	971238	1612	8	1604	1200683	
SIN PERSONAL RENUMERADO				1037	73058	1133	71925	120	8	112	72696	
CON PERSONAL RENUMERADO				247	1140645	241332	899313	1492	---	1492	1127987	
HASTA 2 PERSONAS				150	62251	7132	55119	53	---	53	61819	
DE	3	A	5	PERSONAS	51	84889	5863	79026	---	---	82337	
DE	6	A	8	PERSONAS	16	33464	5720	27744	271	---	27734	
DE	9	A	15	PERSONAS	14	56915	---	56915	---	---	56550	
DE	16	A	25	PERSONAS	5	49244	13016	36228	---	---	48312	
DE	26	A	50	PERSONAS	5	76651	34760	41891	---	---	79496	
DE	51	A	250	PERSONAS	6	777231	174841	602390	1168	---	1168	771739

C/V DE EQUIPO Y MATERIAL FOTOGRAFICO, CINEMATOGRAFICO Y DE DIBUJO.

SIN PERSONAL RENUMERADO				757	1959760	1036890	922870	40744	2383	38361	1937823	
CON PERSONAL RENUMERADO				256	36892	2010	34882	92	---	92	35365	
HASTA 2 PERSONAS				501	1922868	1034880	887988	40652	2383	38269	1902458	
DE 3 A 5 PERSONAS				305	139238	4032	135206	1314	23	1291	136259	
DE	3	A	5	PERSONAS	95	174815	27935	146880	127	81	46	167733
DE	6	A	8	PERSONAS	32	95505	12396	83109	18	4	14	91368
DE	9	A	15	PERSONAS	35	188365	35403	152962	315	102	213	177146
DE	16	A	25	PERSONAS	15	286906	102795	184111	1271	565	706	287510
DE	26	A	50	PERSONAS	12	149584	32288	117296	1887	3	1884	153847
DE	51	A	100	PERSONAS	3	50036	9205	40831	1294	326	968	50352
DE	101	A	500	PERSONAS	4	838419	810826	27593	34426	1279	33147	838243

C/V DE ESTUFAS Y APARATOS, ELECTRICOS Y ELECTRONICOS PARA EL HOGAR.

SIN PERSONAL RENUMERADO				1523	5492690	374299	5118391	172774	134102	38672	4977917	
CON PERSONAL RENUMERADO				328	62201	5	62196	511	416	95	59931	
HASTA 2 PERSONAS				1195	5430489	374294	5056195	172263	133686	38577	4917986	
DE 3 A 5 PERSONAS				428	235334	5050	230284	3987	2600	1387	225761	
DE	3	A	5	PERSONAS	270	408713	53269	355444	6158	4737	1421	384081
DE	6	A	8	PERSONAS	151	484804	33416	451388	15019	11623	3396	451791
DE	9	A	15	PERSONAS	162	826513	40518	785995	22666	19319	3347	762564
DE	16	A	25	PERSONAS	101	982854	35795	947059	32406	29655	2751	943295
DE	26	A	50	PERSONAS	54	725318	2233	723085	27973	24629	3344	719326
DE	51	A	100	PERSONAS	18	462711	140527	322184	26408	11674	14734	354903
DE	101	A	250	PERSONAS	7	445399	63486	381913	26165	17968	8197	334848
DE	251	Y MAS		PERSONAS	4	858843	---	858843	11481	11481	---	741417

C/V MUEBLES: EXCEPTO DE BAÑO, OFICINA Y COMERCIO.

SIN PERSONAL RENUMERADO	5670	7578267	217606	7360661	148163	137214	10949	7270461
CON PERSONAL RENUMERADO	1963	402375	6103	396272	5550	4729	821	378348
HASTA 2 PERSONAS	3707	7175892	211503	6964389	142613	132485	10128	6892113
DE 3 A 5 PERSONAS	2064	935811	20901	914910	14606	12961	1645	895303
DE 6 A 8 PERSONAS	835	1071170	52191	1018979	11021	8722	2299	999084
DE 9 A 15 PERSONAS	302	726490	36989	689501	10136	9164	972	689176
DE 16 A 25 PERSONAS	277	1049950	29863	1020087	32932	31197	1735	982583
DE 25 A 50 PERSONAS	122	820950	38743	782207	21707	20103	1604	793096
DE 51 A 100 PERSONAS	62	701905	1870	700035	22688	21575	1113	668876
DE 101 A 250 PERSONAS	31	650457	18434	632023	21636	20981	655	644300
DE 251 A 500 PERSONAS	11	551502	12512	538990	7887	7782	105	560904
	3	667657	-----	667657	-----	-----	-----	658791

C/V DISCOS Y CINTAS MAGNETICAS GRABADAS.

SIN PERSONAL RENUMERADO	1327	672089	112425	559664	3675	1838	1837	653462
CON PERSONAL RENUMERADO	697	59804	425	59379	59	17	42	59376
HASTA 2 PERSONAS	630	612285	112000	500285	3616	1821	1795	594086
DE 3 A 5 PERSONAS	454	147151	1546	145605	112	13	99	145851
DE 6 A 8 PERSONAS	125	144885	6081	138804	51	-----	51	140319
DE 9 A 15 PERSONAS	31	81819	38	81781	790	253	537	79983
DE 16 A 25 PERSONAS	11	48820	2367	46453	-----	-----	---	41459
DE 26 A 250 PERSONAS	4	19944	-----	19944	1059	402	657	18949
	5	169666	101968	67698	1604	1153	451	167525

C/V DE OTROS ARTICULOS PARA EL HOGAR.

SIN PERSONAL RENUMERADO	3842	691406	166223	525183	1187	146	1041	651516
CON PERSONAL RENUMERADO	3452	146159	2195	143964	83	49	34	145979
HASTA 2 PERSONAS	390	545247	164028	381219	1104	97	1007	505537
DE 3 A 5 PERSONAS	259	89859	13797	76062	33	---	33	89645
DE 5 A 8 PERSONAS	79	143234	31277	111957	383	---	383	99725
DE 9 A 15 PERSONAS	26	95796	29135	66661	661	70	591	95805
DE 16 A 25 PERSONAS	16	92192	52965	39227	27	27	---	91239
DE 26 A 100 PERSONAS	5	43028	18269	24759	---	---	---	40769
	5	81138	18585	62553	---	---	---	88354

C/V EN SUPERMERCADOS Y TIENDAS DE
AUTOSERVICIO.

SIN PERSONAL RENUMERADO	2396	30107552	1524089	28583463	232541	11192	221349	28672158
CON PERSONAL RENUMERADO	422	265716	448	265268	1112	18	1094	249143
HASTA 2 PERSONAS	1974	29841836	1523641	28318195	231429	11174	220255	28423015
DE 3 A 5 PERSONAS	507	566058	119926	446132	174	33	141	540293
DE 6 A 8 PERSONAS	406	944891	44029	900862	288	3	285	887610
DE 9 A 15 PERSONAS	247	1080073	53706	1026367	773	13	760	1039096
DE 16 A 25 PERSONAS	228	1659010	140055	1518955	2359	1578	781	1550533
DE 26 A 50 PERSONAS	180	2859945	312343	2547800	1010	11	999	2745074
DE 51 A 100 PERSONAS	186	4809806	425343	4384463	2843	325	2518	4537547
DE 101 A 250 PERSONAS	100	4578125	34021	4554104	127496	9184	118312	4407752
DE 251 A 500 PERSONAS	93	8933301	154013	8779288	59400	27	59373	8405600
DE 501 A 750 PERSONAS	24	3584953	-----	3584953	25175	-----	25175	3484574
	3	825674	240403	585271	11911	-----	11911	824936

C/V DE ACEITES, LUBRICANTES Y ADI
TIVOS Y SIMILARES.

SIN PERSONAL RENUMERADO	1013	1990182	392377	1597805	1565	631	934	1959190
CON PERSONAL RENUMERADO	614	56369	3640	52729	79	1	78	55782
HASTA 2 PERSONAS	399	1933813	388737	1545076	1486	630	856	1903408
DE 3 A 5 PERSONAS	188	132675	5282	127393	211	101	110	132092
DE 6 A 8 PERSONAS	82	197751	25437	172314	444	14	430	195614
DE 9 A 15 PERSONAS	41	188197	35544	152653	15	13	2	184850
DE 16 A 25 PERSONAS	46	494110	103988	390122	29	29	---	485618
DE 26 A 50 PERSONAS	25	393454	38746	354708	372	356	16	382600
DE 51 A 250 PERSONAS	13	264404	56874	207530	98	98	---	260570
	4	263222	122866	140356	317	19	298	262064

C/V DE AUTOMOVILES Y CAMIONES NUE
VOS.

SIN PERSONAL RENUMERADO	1008	28898435	408723	28489712	1268332	1181245	87087	29162498
CON PERSONAL RENUMERADO	51	11594	729	10865	331	202	129	9840
HASTA 2 PERSONAS	957	28886841	407994	28478847	1268001	1181043	86958	29152658
DE 3 A 5 PERSONAS	71	82377	1507	80870	1989	1892	97	77016
DE 6 A 8 PERSONAS	86	397427	-----	397427	15975	14049	1926	376468
DE 9 A 15 PERSONAS	56	448411	12394	436017	12916	12861	55	449863
DE 16 A 25 PERSONAS	113	1428907	842	1428063	50561	43124	7437	1426771
DE 26 A 50 PERSONAS	172	3766846	44038	3722808	138351	129003	9348	3701302
DE 51 A 100 PERSONAS	249	8591621	124956	8466665	416944	383501	33443	8518442
DE 101 A 250 PERSONAS	160	9433394	220003	9213391	399000	368269	23731	9719352
	50	4737860	4254	4733606	239265	228344	10921	4883444

C/V DE LLANTAS Y CAMARAS	725	1864555	201426	1663129	34150	4143	30007	1816598
SIN PERSONAL RENUMERADO	164	36887	1466	35421	3196	33	3163	32731
CON PERSONAL RENUMERADO	561	1827668	199960	1627708	30954	4110	26844	1783867
HASTA 2 PERSONAS	168	87031	770	86261	912	242	670	86256
DE 3 A 5 PERSONAS	142	208635	6869	201766	2226	329	1897	200051
DE 6 A 8 PERSONAS	88	246725	4706	242019	3317	141	3176	232841
DE 9 A 15 PERSONAS	65	333813	45256	288557	5411	348	5063	332648
DE 16 A 25 PERSONAS	64	466498	35310	431188	6675	1492	5183	453750
DE 26 A 50 PERSONAS	28	376640	79649	296991	7834	911	6923	371843
DE 51 A 250 PERSONAS	6	108326	27400	80926	4579	647	3932	106478

C/V DE REFACCIONES Y ACCESORIOS NUEVOS, PARA AUTOMOVILES Y CAMIONES.	5250	7889328	1651885	6237443	41695	22461	19234	7340122
SIN PERSONAL RENUMERADO	2114	289221	5913	283308	1012	525	496	287515
CON PERSONAL RENUMERADO	3136	7600107	1645972	5954135	40674	21936	18738	7052607
HASTA 2 PERSONAS	1627	684550	30487	654063	682	105	577	659316
DE 3 A 5 PERSONAS	731	1075427	138819	936608	2575	513	2062	989167
DE 6 A 8 PERSONAS	253	717152	118270	598882	1429	699	730	645180
DE 9 A 15 PERSONAS	288	1494635	307334	1187301	2562	1484	1078	1360408
DE 16 A 25 PERSONAS	119	1082162	233925	848237	10023	2982	7041	1016060
DE 26 A 50 PERSONAS	87	1189525	321793	867732	12784	9689	3095	1120410
DE 51 A 100 PERSONAS	27	1075581	419292	656289	6810	4696	2114	979042
DE 101 A 250 PERSONAS	4	281075	76052	205023	3809	1768	2041	283024

COMERCIO AL MAYOREO Y AL MENUDEO

PRINCIPALES CARACTERISTICAS POR CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE ESTABLECIMIENTO

(MILLARES DE PESOS)

CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE ESTABLECIMIENTO.	No. DE ESTAB. CENSADOS.	PERSONAL OCUPADO TOTAL PROMEDIO.	REMUNERACIONES TOTALES AL PERSONAL OCUPADO.	INVERSION FIJA BRUTA.	VENTAS NETAS MAS INGRESOS DIVERSOS.	COSTO DE LA MERCANCIAS VENDIDAS.	VALOR AGREGADO CENSAL BRUTO.
C/V DE FRUTAS Y LEGUMBRES FRESCAS.	48389	63556	130527	42580	5475181	3920819	1428067
MAYORISTA	1751	4846	62782	19781	1908713	1449345	391578
MINORISTA	46638	58710	67745	22799	3566468	2471474	1036489
C/V DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS DE ABARROTOS, ULTRAMARINOS Y MISCELANEAS: EXCEPTO - EN SUPERMERCADOS.	191900	291382	741111	475628	26851459	18894245	7259321
MAYORISTA	1063	7924	222192	25509	6067250	4659505	1198937
MINORISTA	190837	283458	518919	450119	20784209	14234740	6060384
DISTRIBUCION DE REFRESCOS, AGUAS GASEOSAS Y PURIFICADAS.	1416	8473	218215	36364	1687208	1045977	527976
MAYORISTA	299	6088	193542	28197	1440088	896135	443282
MINORISTA	1117	2385	24673	8167	247120	149842	84694
DISTRIBUCION DE CERVEZA	2071	16797	558762	168015	7984554	5485946	1874609
MAYORISTA	598	13665	502367	154776	7307717	5039410	1677541
MINORISTA	1473	3132	56395	13239	676837	446536	197068
DISTRIBUCION Y C/V DE VINOS Y LICORES: INCLUYE INTRODUCCION DE ALCOHOL Y PULQUE.	2973	7227	229592	26514	3314307	2136097	915983
MAYORISTA	153	1739	110245	5671	1594128	1020738	401408
MINORISTA	2820	5488	119347	20843	1720179	1115359	514575
DISTRIBUCION Y C/V DE CIGARROS PUROS Y DEMAS PRODUCTOS DE TABACO COMBINADOS CON OTROS ARTICULOS.	550	1117	14935	2127	415351	314899	91114
MAYORISTA	43	198	5238	640	153684	119450	30649
MINORISTA	507	919	9697	1487	261667	195449	60465
C/V DE CALZADO DE TODO TIPO	12403	26125	360701	39423	5427720	3648033	1540803
MAYORISTA	174	860	26470	1095	426200	300271	102886
MINORISTA	714	2483	84868	21725	787811	473527	262420

C/V DE JUGUETES	1446	2901	34472	4146	468907	313709	126956
MAYORISTA	42	763	19644	912	250218	170146	65107
MINORISTA	1404	2138	14828	3234	218689	143563	61849
DISTRIBUCION Y C/V DE PERIODI- COS Y REVISTAS.	1284	3057	59612	5510	1215315	916757	243041
MAYORISTA	35	261	13724	2496	269138	228307	36612
MINORISTA	1249	2796	45888	3014	946177	688450	206429
C/V DE EQUIPO Y MATERIAL FOTO- GRAFICO, CINEMATOGRAFICO Y DE DIBUJO.	757	3728	197958	39968	2000504	1183619	658944
MAYORISTA	43	1245	113090	18243	1212693	710092	396524
MINORISTA	714	2483	84868	21725	787811	473527	262420
C/V DE ESTUFAS Y APARATOS --- ELECTRICOS Y ELECTRONICOS PA- RA EL HOGAR.	1523	14400	612501	34610	5665464	3195680	1937100
MAYORISTA	71	1037	50831	2581	519123	329991	148814
MINORISTA	1452	13363	561670	32029	5146341	2865689	1788286
C/V MUEBLES: EXCEPTO DE BAÑO OFICINA Y COMERCIOS	5670	25428	716541	81870	7726430	4642740	2498206
MAYORISTA	125	1034	34072	5316	413402	256101	119389
MINORISTA	5545	24394	682469	76554	7313028	4386639	2378817
C/V DISCOS Y CINTAS MAGNETO- FONICAS GRABADAS.	1327	3016	71504	6526	675764	412223	224284
MAYORISTAS	20	274	22647	551	131506	74954	49537
MINORISTAS	1307	2742	48857	5975	544258	337269	174747
C/V DE OTROS ARTICULOS PARA EL HOGAR.	3842	5582	40370	7362	692593	456505	191735
MAYORISTA	111	474	14374	1290	213401	143234	51938
MINORISTA	3731	5108	25996	6072	479192	313271	139797
C/V EN SUPERMERCADOS Y TIENDAS DE AUTOSERVICIO.	2396	50372	1681591	836710	30340093	22882263	6145255
MAYORISTA	152	4263	151461	24037	2586790	1787785	664833
MINORISTA	2244	46109	1530130	812673	27753303	21094478	5480422

C/V ACEITES LUBRICANTES, ADITIVOS Y SIMILARES.	1013	3652	106398	18827	1991747	1421331	466233
MAYORISTA	59	566	30835	4166	442955	290164	117751
MINORISTA	954	3086	75563	14661	1548792	1131167	348482
C/V DE AUTOMOVILES Y CAMIONES NUEVOS	1008	32640	1882365	256641	30166767	20262152	8403923
MAYORISTA	46	1797	104040	10299	1675250	1146048	447523
MINORISTA	962	30843	1778325	246342	28491517	19116104	7956400
C/V DE LLANTAS Y CAMARAS	725	5197	200625	40408	1898705	1176397	593192
MAYORISTA	29	558	26795	9370	291633	183508	91397
MINORISTA	696	4639	173830	31038	1607072	992889	501795
C/V DE REFACCIONES Y ACCESORIOS NUEVOS PARA AUTOMOVILES Y CAMIONES.	5250	22399	838814	88116	7931023	4988562	2423943
MAYORISTA	357	4712	276820	11668	2684874	1745221	747325
MINORISTA	4893	17687	561994	76448	5246149	3243341	1676618

FUENTE: VII CENSO COMERCIAL, 1976, DATOS DE 1973, RESUMEN GENERAL S.P.P. MEXICO MARZO 1980

GRUPO Y SUBGRUPO DE ACTIVIDAD	NUMERO DE ES TABLECIMIENTOS. CENSADOS.	PERSONAL OCUPADO TOTAL - PROMEDIO.	RENUMERACIONES TOTALES AL PERSONAL OCUPADO.	INVERSION FIJA BRUTA.	VENTAS MAS INGRESOS DIVERSOS.	COSTO DE MERCA- NCIAS VENDIDAS	VALOR AGREGADO CENSAL BRUTO.
TOTAL							
C/V DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y PRODUCTOS DE TABACO.	309736	491268	2866710	1039856	70387278	49930657	17874059
C/V DE PRO. ALIMENTICIOS AGRICOLAS EN EDO. NATURAL.	54431	74627	245622	81660	8993421	6527471	2207076
C/V DE ANIMALES VIVOS Y ALIMENTOS DE ORIG. ANIMAL EN EDO. NAT.	38646	61791	553844	170817	16097868	12045054	3608149
C/V DE ALIMENTOS ELABORADOS, BEBIDAS Y PROD. DE TABACO: EXCEPTO EN SUPERMERCADO.	216659	354850	2067244	787379	45295989	31358132	12058834
C/V PRENDAS DE VESTIR Y ART. DE USO PERSONAL.	86600	206436	3906161	551834	49546951	32768002	14038907
C/V PRENDAS Y ACCESORIOS DE VESTIR Y ART. PARA SU CONFECCION	54211	111657	1593241	311890	22512977	14807169	6532205
C/V ARTS. DE USO PERSONAL, EXCEPTO PRENDAS DE VESTIR.	11388	37596	1159471	114991	10521245	6141885	3495471
C/V DE OTROS ATRS. DE USO PERSONAL.	21001	57183	1153449	124953	16512729	11818948	4011231
C/V ARTICULOS PARA EL HOGAR	28226	79685	1932213	191235	19693629	11662459	6468817
C/V DE MAQUINAS, APARATOS E INSTR. PARA EL HOGAR: INCLUSO REFACCIONES Y ACCESORIOS.	8013	42297	1397233	130559	14103437	8279291	4645557
C/V DE OTROS ARTI. PARA EL HOGAR	20213	37388	534980	60676	5590192	3383168	1823260
C/V EN TIENDAS DE AUTOSERV. Y DE DEPTO. ESPECIALIZADOS POR LINEA DE MERCANCIA.	3301	87861	3586965	967959	47069539	32771880	12042967
C/V DE GASES, COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	7383	43069	1280246	276101	26161706	19461468	5584949
C/V DE MATERIAS PRIMAS, MATERIALES Y AUXILIARES.	22823	90934	2798763	561576	40382755	27579127	10823322
C/V MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS Y SILVICOLAS.	271	2886	104709	1014487	4795399	3602647	1048569
C/V DE MATERIALES PARA CONSTRUCCION	16782	69808	2109387	347167	27431433	18506925	7488683
C/V DE OTRAS MATERIAS PRIMAS, MATERIALES Y AUXILIARES.	5770	18240	584667	112922	8155923	5469555	2291070

C/V DE MAQUINARIA, EQUIPO, INSTRUMENTOS, APARATOS HERRAMIENTAS SUS REFACCIONES Y ACCESORIOS.	3213	34572	2339336	302932	20395399	11589255	6967990
C/V DE MAQUIN. EQUIPO E IMPLEMENTOS SUS REFACC. Y ACC. PARA PROD. DE BIENES.	1819	20975	1432402	199679	14270660	8490368	4687034
C/V DE EQUIP. Y SUS PARTES Y ACCESORIOS PARA LA PRESTACION DE SERV. OFICINAS Y COMERCIOS.	961	10209	683224	86289	4398716	2123439	1696809
C/V DE EQUIP. APARATOS E INSTRUMENTOS DE MEDICION, PRECISION, CIRURGIA, LABORATORIOS Y OTROS USOS TECNICOS Y CIENTIFICOS.	433	3388	223710	16964	1726023	975448	584147
C/V EQUIPO. DE TRANSPORTE, REFACCIONES Y ACCESORIOS.	9267	66701	3084012	412985	42209298	27826211	12109993
C/V DE BIENES INMUEBLES Y ARTS. DIVERSOS.	4215	17502	747912	141659	12707184	3743875	4008373
C/V DE BIENES INMUEBLES	673	4894	202634	65723	4198921	1260934	2210333
C/V DE ARTS. DIVERSOS.	3542	12608	545278	75936	8508263	2482941	1798040

FUENTE: VII CENSO COMERCIAL 1976, DATOS DE 1975, RESUMEN GENERAL, S.P.P MEXICO, MARZO 1980.

COMERCIO AL MAYOREO Y AL MENUDEO

GASTOS DIVERSOS POR CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE ESTABLECIMIENTO
DATOS REFERENTES A 1975

(MILLARES DE PESOS)

CLASE DE ACTIVIDAD Y TIPO DE ESTABLECIMIENTO.	No. DE ESTAB. CENSADOS.	TOTAL	COSTO DE LAS MERCANCIAS - VENDIDAS.	ENVASES Y EMPAQUES UTILIZADOS.	RENTAS Y ALQUILERES.	INTERESES SOBRE CREDITO O PRESTAMOS.	PATENTES Y MARCAS POR SER ASISTENCIA TECNICA Y OTROS PAGOS POR TECN.	PAGOS - VICIO DE PRO-PAGANDA Y PUBLICIDAD.	COMISIONES SOBRE VENTAS.	ENERGIA ELECTRICA COMPRA DA Y OTROS GASTOS.
							196743	1427456		
TOTAL	475264	230834535	217332934	1142240	4274430	3311560	196743	1427456	2272480	876092
MAYORISTA	11652	62329977	59572230	337242	641919	718556	47803	311405	593504	107318
MINORISTA	463612	168504558	157760704	805598	3632511	2593004	148940	1116051	11678976	768774
C/V DE FRUTAS Y LEGUMBRES FRESCAS	48389	4102295	3920819	45126	115348	4475	219	467	5578	10263
MAYORISTA	1751	1530412	1449345	27654	43811	3303	77	238	2668	3316
MINORISTA	46638	2571883	2471474	17472	71537	1172	142	229	2910	6947
C/V DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN --- TIENDAS DE ABARROTES, ULTRAMARINOS Y MISCELANEAS: EXCEPTO EN SUPERMERCADOS.	191900	19671696	18894245	170692	387151	35811	5780	11086	25311	141620
MAYORISTA	1063	4760421	4659505	29787	32669	13727	2887	3569	14025	4252
MINORISTA	190837	14911275	14234740	140905	354482	22084	2893	7517	11286	137368
DISTRIBUCION DE REFRESCOS, AGUAS - GASEOSAS Y PURIFICADAS.	1416	1097724	1045977	10051	15497	3058	44	4148	16868	2081
MAYORISTA	299	939596	896135	8567	11829	2817	18	3828	15340	1062
MINORISTA	1117	158128	149842	1484	3668	214	26	320	1528	1019
DISTRIBUCION DE CERVEZA	2071	5651156	5485946	10280	48761	14279	656	51079	27160	12995
MAYORISTA	598	5186626	5039410	9509	41014	12810	583	48185	25182	9993
MINORISTA	1473	464530	446536	771	7747	1469	73	2894	1978	3062
DISTRIB. Y C/V DE VINOS Y LICORES: INCLUYE INTRODUCCION DE ALCOHOL Y PULQUE.	2973	2334825	2136097	37167	39987	30232	963	46021	34379	9979
MAYORISTA	153	1140854	1020738	28854	13218	18928	543	35672	21373	1528
MINORISTA	2820	1193971	1115359	8813	26769	11304	420	10349	13006	8451

DISTRIB. Y C/V DE CIGARROS, PUROS
Y DEMAS PRODUCTOS DE TABACO COM-
BINADOS CON OTROS ARTICULOS.

	550	324243	314899	1922	5947	130	60	67	611	607
MAYORISTA	43	122355	119450	799	1555	35	3	36	334	143
MINORISTA	507	201888	195449	1123	4392	95	57	31	277	464

C/V CALZADO DE TODO TIPO

	12403	3928316	3648033	19916	181394	13780	320	22405	4672	37796
MAYORISTA	174	316021	300271	2020	7217	1578	3	1143	2621	1168
MINORISTA	12229	3612295	3347762	17896	174177	12202	317	21262	2051	36628

C/V DE JUGUETES

	1446	342459	313709	4090	12406	3764	37	827	5900	1726
MAYORISTA	42	187800	170146	2380	8131	3084	14	422	2728	895
MINORISTA	1404	154659	143563	1710	4275	680	23	405	3172	831

DISTRIB. C/V DE PERIODICOS Y REVIS-
TAS.

	1284	941041	916757	1130	13114	876	2276	4222	1508	1158
MAYORISTA	35	230187	228307	668	538	178	...	267	135	94
MINORISTA	1249	710854	688450	462	12576	698	2276	3955	1373	1064

C/V DE EQUIPO Y MATERIAL FOTOGRA-
FICO, CINEMATOGRAFICO Y DE DIBUJO

	757	1267936	1183619	8663	24732	6810	2397	26042	10125	5548
MAYORISTA	43	758294	710092	5109	6584	5672	2330	20463	6400	1664
MINORISTA	714	509642	473527	3554	18148	1138	67	5579	3725	3904

C/V DE ESTUFAS Y APARATOS ELECTRI-
COS Y ELECTRONICOS PARA EL HOGAR.

	1527	3525157	3195680	4075	83168	92515	786	36991	100109	11733
MAYORISTA	71	356404	329991	405	5286	8400	42	2922	8596	762
MINORISTA	1452	3168753	2865689	3670	77882	84215	744	34069	91513	10971

C/V DE MUEBLES: EXCEPTO DE BAÑO, OFI-
CINA Y COMERCIOS.

	5670	5065925	4642740	4742	188935	64266	1067	75511	64867	23797
MAYORISTA	125	273927	256101	243	5708	2577	20	4238	4069	971
MINORISTA	5545	4791998	4386639	4499	183227	61689	1047	71273	60798	22826

C/V DISCOS Y CINTAS MAGNETOFONICAS
GRABADAS.

	1327	448772	412223	3334	21406	2191	12	4015	2308	3283
MAYORISTA	20	78228	74954	475	950	165	...	457	1024	203
MINORISTA	1307	370544	337269	2859	20456	2026	12	3558	1284	3080

C/V DE OTROS ARTICULOS PARA EL HO-
GAR.

	3842	489090	456505	1657	16095	952	119	592	11605	1545
MAYORISTA	111	156121	143234	593	2635	198	3	257	8971	230
MINORISTA	3731	332969	313271	1064	13460	754	116	335	2634	1335

C/V EN SUPERMERCADOS Y TIENDAS DE AUTOSERVICIO.	2396	23854009	22882263	231495	351765	103268	3894	140872	40111	100341
MAYORISTA	152	1881926	1787785	13440	20408	27340	2262	12408	10915	7368
MINORISTA	2244	21972083	21094478	218055	331357	75928	1632	128464	29196	92973
C/V ACEITES LUBRICANTES, ADITIVOS Y SIMILARES.	1013	1473204	1421331	9468	13427	7094	1291	6232	11037	3324
MAYORISTA	59	307308	290164	2317	3057	2655	281	3608	4778	448
MINORISTA	954	1165896	1131167	7151	10370	4439	1010	2624	6259	2876
C/V DE AUTOMOVILES Y CAMIONES NUEVOS.	1008	21835548	20262152	1	191680	970035	11786	92256	279609	28029
MAYORISTA	46	1222043	1146048	9013	46234	176	2754	16580	1238
MINORISTA	962	20613505	19116104	1	182667	923801	11610	89502	263029	26791
C/V DE LLANTAS Y CAMARAS	725	1241243	1176397	410	32583	9065	130	7285	10072	5301
MAYORISTA	29	189772	183508	103	2007	1614	...	1037	934	569
MINORISTA	696	1051471	992889	307	30576	1451	130	6248	9138	4732
C/V DE REFACCIONES Y ACCESORIOS NUEVOS PARA AUTOMOVILES Y CAMIONES.	5250	5336669	4988562	32131	119504	81107	5928	23812	68922	16703
MAYORISTA	357	1872672	1745221	10832	28057	33655	4216	9368	38381	2942
MINORISTA	4893	3463997	3243341	21299	91447	47452	1712	14444	30541	13761

FUENTE: VII CENSO COMERCIAL, 1976, DATOS DE 1975, RESUMEN GENERAL. S.P.P. MEXICO MARZO 1980.

1975

(MILLONES DE PESOS)

ENTIDAD FEDERATIVA	T O T A L			ALIMENTOS, BEBIDAS Y PRODUCTOS DEL TABACO.		ARTICULOS PARA EL HOGAR Y DE USO PERSONAL.		MATERIAS PRIMAS Y AUXILIARES.		MAQUINARIA, IMPLEMENTOS HERRAMIENTAS, EQS. Y APARATOS.	
	ABS.	%	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%	ABS.	%
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS	328 553.7	100.0	100.0	100 727.4	30.7	85 969.9	26.2	40 382.8	12.3	20 395.4	6.2
AGUASCALIENTES	2 132.0	0.6	100.0	534.5	25.1	641.1	30.1	204.9	9.6	76.7	3.6
BAJA CALIFORNIA	11 395.6	3.5	100.0	3 645.0	32.0	3 556.2	31.2	1 279.1	11.2	159.0	1.4
BAJA CALIFORNIA SUR	1 621.6	0.5	100.0	742.3	45.8	381.2	23.5	110.9	6.8	48.0	3.0
CAMPECHE	1 034.4	0.3	100.0	458.3	44.3	181.3	17.5	73.8	7.1	44.2	4.3
COAHUILA	10 269.0	3.1	100.0	3 549.3	34.5	2 175.4	21.2	1 354.7	13.2	602.2	5.9
COLIMA	1 300.9	0.4	100.0	546.4	42.0	238.7	18.4	73.3	5.6	28.4	2.2
CHIAPAS	2 880.2	0.9	100.0	995.6	34.6	540.5	18.8	309.2	10.7	100.3	3.5
CHIHUAHUA	9 874.9	3.0	100.0	3 426.3	34.7	2 573.4	26.1	843.8	8.5	395.5	4.0
DISTRITO FEDERAL	126 208.5	38.4	100.0	31 726.4	25.1	37 938.1	30.0	18 522.0	14.7	9 847.9	7.8
DURANGO	3 449.4	1.0	100.0	1 379.0	40.0	550.7	16.0	520.8	15.1	139.1	4.0
GUANAJUATO	7 929.1	2.4	100.0	2 341.9	29.6	2 072.5	26.1	825.5	10.4	478.0	6.0
GUERRERO	3 511.5	1.1	100.0	1 458.2	41.5	942.1	26.8	276.4	7.9	59.6	1.7
HIDALGO	2 130.6	0.6	100.0	844.2	39.6	315.9	14.8	138.5	6.5	76.3	3.6
JALISCO	22 023.8	6.7	100.0	5 921.1	26.9	6 847.8	31.1	2 591.5	11.8	1 456.8	6.6
MEXICO	20 245.8	6.2	100.0	6 717.4	33.2	3 557.4	17.6	2 657.8	13.1	1 566.9	7.7
MICHOACAN	5 592.6	1.7	100.0	2 155.3	38.5	1 240.2	22.2	412.6	7.4	186.9	3.3
MORELOS	2 338.2	0.7	100.0	927.6	39.7	440.5	18.8	237.9	10.2	15.5	0.7
NAYARIT	2 006.3	0.6	100.0	795.2	39.7	345.1	17.2	167.1	8.3	121.1	6.0
NUEVO LEON	19 297.4	5.9	100.0	5 644.6	29.2	4 923.6	25.5	2 599.7	13.5	1 271.9	6.6
OAXACA	2 996.3	0.9	100.0	1 279.1	42.7	758.9	25.3	253.1	8.4	53.0	1.8
PUEBLA	7 946.0	2.4	100.0	2 332.4	29.3	2 027.5	25.5	740.5	9.3	409.7	5.2
QUERETARO	2 203.0	0.7	100.0	661.6	30.0	358.0	16.3	249.0	11.3	110.5	5.0
QUINTANA ROO	593.9	0.2	100.0	250.2	42.1	218.0	36.7	32.0	5.4	3.4	0.6
SAN LUIS POTOSI	3 532.6	1.1	100.0	1 601.4	45.3	759.5	21.5	380.2	10.8	92.1	2.6
SINALOA	9 696.7	3.0	100.0	3 152.2	32.5	2 437.0	25.1	1 044.1	10.8	833.6	8.6
SONORA	10 927.7	3.3	100.0	3 759.9	34.4	2 110.2	19.3	1 277.7	11.3	1 006.8	9.2
TABASCO	3 565.9	1.1	100.0	1 815.6	50.9	721.9	20.2	260.9	7.3	107.1	3.0
TAMAULIPAS	10 863.5	3.3	100.0	3 866.1	35.6	2 299.4	21.2	1 131.1	10.4	371.0	3.4
TLAXCALA	644.9	0.2	100.0	247.4	38.4	84.7	13.1	30.3	4.7	1.6	0.3
VERACRUZ	14 216.7	4.3	100.0	5 415.5	38.1	3 359.2	23.6	1 293.5	9.1	545.7	3.8
YUCATAN	4 227.5	1.3	100.0	1 710.1	40.5	1 058.8	25.1	386.3	9.1	110.4	2.6
ZACATECAS	1 897.2	0.6	100.0	827.3	43.6	315.1	16.6	154.6	8.1	76.2	4.0

A INCLUYE COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES PARA USO INDUSTRIAL O DOMESTICO: TERRENOS, EDIFICIOS, CASAS, APARTAMENTOS, LOCALES; EMISION, DISTRIBUCION Y VENTAS DE BILLETES DE LOTERIA; FARMACIAS VETERINARIAS; ARMERIAS; GASES PARA USO INDUSTRIAL Y MEDICINAL Y: OTROS ARTICULOS NO ESPECIFICADOS EN FUENTE: SECRETARIA DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO. COORDINACION GENERAL DE LOS SERVICIOS NACIONALES DE ESTADISTICA, GEOGRAFIA E INFORMATICA. VII - 1976 MEXICO 1980.

EQUIPO DE TRANSPORTE SUS
REFACCIONES Y ACCESORIOS.

ABS.	%
<u>42 209.3</u>	<u>12.8</u>
400.4	18.8
1 096.7	9.6
156.7	9.7
178.4	17.3
1 384.3	13.5
215.9	16.6
654.2	22.7
1 397.3	14.2
14 350.2	11.4
466.2	13.5
1 104.1	13.9
352.7	10.1
471.0	22.1
2 687.5	12.2
2 486.3	12.3
884.4	15.8
456.0	19.5
275.2	13.7
2 277.4	11.8
395.8	13.2
1 371.4	17.3
357.3	16.2
54.9	9.2
507.4	14.4
1 181.2	12.2
1 717.8	15.7
359.1	10.1
1 758.2	16.2
107.8	16.7
2 241.4	15.8
567.1	13.4
295.0	15.6

ARTICULOS Y BIENES
DIVERSOS A.

ABS.	%
<u>38 868.9</u>	<u>11.8</u>
274.4	12.8
1 659.6	14.6
182.5	11.2
98.4	9.5
1 203.1	11.7
198.2	15.2
280.4	9.7
1 238.6	12.5
13 823.9	11.0
393.6	11.4
1 107.1	14.0
422.5	12.0
284.7	13.4
2 519.1	11.4
3 260.0	16.1
713.2	12.8
260.7	11.1
302.6	15.1
2 580.2	13.4
256.4	8.6
1 064.5	13.4
466.6	21.2
35.4	6.0
192.0	5.4
1 048.6	10.8
1 105.3	10.1
301.3	8.5
1 437.7	13.2
173.1	26.8
1 361.4	9.6
394.8	9.3
229.0	12.1

OTROS GRUPOS.
CENSO COMERCIAL .

ESTRATO DE INGRESO FAMILIAR MENSUAL.	NACIONAL													
	1 9 7 5 (KILOGRAMOS)													
	MAIZ Y SUS A PRODUCTOS	TRIGO Y SUS B.- PRODUC- TOS.	ARROZ	JITOMA TE.	PAPA	FRIJOL	FRUTAS C	AZU- CAR.	ACEITE VEGE-- TAL. D.	CARNE DE RES.	OTRAS CARNES E.	LECHE FRES- CA. F.	HUEVO	PESCADOS Y MARIS- COS.
T O T A L	54.3	2.5	3.7	5.7	5.0	9.7	11.4	8.4	3.2	6.1	5.3	32.6	5.1	1.8
0	70.6	1.2	2.7	2.8	3.1	9.8	4.6	5.6	1.6	3.4	1.8	15.3	3.2	0.7
1 - 300	81.5	3.4	2.2	1.7	4.4	10.3	2.3	4.3	1.2	1.2	1.4	4.9	1.5	0.1
301 - 400	69.2	3.3	3.4	2.8	3.4	9.6	3.3	6.5	1.7	1.9	1.8	9.8	4.6	0.5
401 - 530	45.8	0.5	1.7	2.8	2.8	9.1	4.8	5.1	1.8	1.2	2.0	7.8	1.7	0.5
531 - 700	50.3	4.5	3.1	3.8	4.6	8.7	5.4	7.1	1.5	2.1	2.0	14.9	2.3	0.5
701 - 950	62.8	3.0	3.4	4.4	3.8	8.7	6.0	8.9	2.0	4.4	4.1	21.5	2.8	0.6
951 - 1250	61.9	6.5	2.7	4.9	3.9	10.0	8.3	7.7	1.8	3.4	3.6	25.2	2.9	0.6
1251 - 1700	46.7	2.3	3.7	5.3	4.8	9.5	8.7	8.0	3.0	5.0	4.6	31.5	5.0	1.8
1701 - 2200	50.1	0.5	3.6	6.2	5.2	9.9	11.1	8.4	3.6	5.8	5.4	33.1	5.2	1.6
2201 - 3000	47.4	2.8	4.1	6.3	5.3	10.2	14.4	9.3	3.5	7.2	6.1	36.9	5.5	1.7
3001 - 4000	48.2	1.7	4.9	7.3	5.9	10.2	15.7	10.4	4.3	8.5	6.5	50.4	7.7	2.0
4001 - 5200	46.8	1.2	4.7	8.0	6.6	10.1	16.3	10.7	5.4	8.9	8.4	49.3	9.0	2.1
5201 - 7500	48.9	1.2	4.3	7.9	5.7	8.2	19.7	10.4	4.2	10.4	8.5	49.7	6.7	3.7
7501 Y MAS	45.5	2.2	4.7	9.2	7.0	9.6	22.0	10.2	5.7	12.1	9.6	58.1	8.7	5.1

- A INCLUYE MAIZ EN GRANO Y TORTILLAS
 B INCLUYE TRIGO EN GRANO Y PIEZAS DE PAN
 C INCLUYE NARANJA, LIMON Y PLATANO
 D CIFRAS EN LITROS
 E INCLUYE CARNE DE CERDO, CABRITO, Y POLLO

FUENTE: S.T.P.S.CENIET, ENCUESTA DE INGRESOS Y GASTOS FAMILIARES, 1975 TABULACION ESPECIAL (PRELIMINAR) MEXICO, 1977.

PRINCIPALES CARACTERISTICAS POR CLASE DE ACTIVIDAD Y ESTRATO DE
PERSONAL OCUPADO

DATOS REFERENTES A 1975

MILLARES DE PESOS

CLASE DE ACTIVIDAD Y ESTRATO DE PERSONAL OCUPADO.	No. DE ESTABLECIMIENTOS CENSADOS.	PERSONAL OCUPADO -- PROMEDIO	REMUNERACIONES TOTALES AL PERSONAL OCUPADO.	INVERSION FIJA BRUTA.	VENTAS NETAS MAS INGRESOS DIVERSOS.	COSTO DE LAS MERCANCIAS VENDIDAS.	VALOR AGREGADO CENSAL BRUTO.
TOTAL	475264	1118028	22542318	4446137	328553739	217332934	89919377
SIN PERSONAL RENUMERADO	391116	522137	.	720994	34417481	23022705	10379112
CON PERSONAL RENUMERADO	54148	595891	22542318	3725143	294136258	194310229	79540265
HASTA 2 PERSONAS	50889	106708	1622807	345110	23266307	15291420	7067443
DE 3 A 5 PERSONAS	15336	64915	1810398	329771	25805022	17322577	7156173
DE 6 A 8 PERSONAS	5722	41057	1415188	217038	20969107	14480727	5408728
DE 9 A 15 PERSONAS	5553	64662	2449149	346704	36367205	25164125	9260341
DE 16 A 25 PERSONAS	2927	58368	2477645	391366	36041116	25116337	8958300
DE 26 A 50 PERSONAS	2237	79007	3572681	450825	47543321	32243338	12547316
DE 51 A 100 PERSONAS	944	65170	3219773	549566	40903591	27348485	10923832
DE 101 A 250 PERSONAS	431	65993	3092119	633129	33474742	21750448	9547331
DE 251 A 500 PERSONAS	82	27675	1332534	355999	14060280	9331419	3855501
DE 501 A 750 PERSONAS	14	8388	489385	57288	3905946	2273898	1292262
DE 751 Y MAS PERSONAS	13	13948	1060624	48347	11799621	3987455	3523038
C/V DE FRUTAS Y LEGUMBRES FRES. CAS.							
SIN PERSONAL RENUMERADO	48389	63556	130527	42580	5475181	3920819	1428067
CON PERSONAL RENUMERADO	46423	56465	.	16369	3494484	2500789	957782
HASTA 2 PERSONAS	1966	7091	130527	26211	1980697	1420030	470285
DE 3 A 5 PERSONAS	1673	3744	50424	6348	981820	728046	238221
DE 6 A 8 PERSONAS	209	961	18888	2943	303140	221709	69532
DE 9 A 15 PERSONAS	33	242	5368	711	77270	55986	18223
DE 16 A 25 PERSONAS	20	246	6080	4208	119372	87766	24694
DE 26 A 50 PERSONAS	9	184	4473	805	103659	77698	20041
DE 51 A 100 PERSONAS	15	562	6435	2210	102845	59453	22337
DE 101 A 750 PERSONAS	4	261	3696	194	26366	13520	6228
DE 751 Y MAS PERSONAS	3	891	35163	8772	266225	175852	71009
C/V DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN TIENDAS DE ABARROTES, ULTRAMARINOS Y MISCELANEAS: EXCEPTO EN SUPERMERCADOS.							
SIN PERSONAL RENUMERADO	191900	291382	741111	475628	26851459	18894245	7259321
CON PERSONAL RENUMERADO	183147	256594	381627	11840607	8085362	3490097
	8753	34788	741111	94001	15010852	10808883	3769224

HASTA		2	PERSONAS	6988	16003	186408	36948	2946899	2069870	803312	
DE	3	A	5	PERSONAS	1067	4812	93793	15997	1982504	1471514	466235
DE	6	A	8	PERSONAS	290	2123	51813	6427	1336772	1003833	303189
DE	9	A	15	PERSONAS	217	2505	70132	6461	1974284	1528540	392922
DE	16	A	25	PERSONAS	97	1899	56233	3495	1634542	1283970	307074
DE	26	A	50	PERSONAS	64	2238	72904	7796	1814873	1368838	382479
DE	51	A	100	PERSONAS	18	1256	41284	4688	853555	666437	170370
DE	101	A	250	PERSONAS	8	1313	59893	3993	746795	509821	166140
DE	251	Y	MAS	PERSONAS	4	2634	108651	8196	1720628	906060	777503

DISTRIBUCION DE REFRESCOS, AGUAS GASEOSAS Y PURIFICADAS.

SIN PERSONAL REMUNERADO				1416	8473	218215	36364	1687208	1045977	527976	
CON PERSONAL REMUNERADO				376	1201	1925	94612	68729	23450	
HASTA		2	PERSONAS	540	7272	218215	34439	1592596	977248	504526	
DE	3	A	5	PERSONAS	242	554	6909	136139	96847	33669	
DE	6	A	8	PERSONAS	104	466	8786	3381	133552	90247	34635
DE	9	A	15	PERSONAS	49	354	7531	1641	99410	67083	25559
DE	16	A	25	PERSONAS	45	536	13154	3734	147547	97524	40474
DE	26	A	50	PERSONAS	41	815	24662	6094	220636	139573	62372
DE	51	A	100	PERSONAS	34	1159	39524	6376	258022	141321	92961
DE	101	A	250	PERSONAS	16	1082	36482	2934	234562	143354	75322
DE	251	A	750	PERSONAS	6	877	29343	461	186713	114119	60108
				PERSONAS	3	1429	51824	7187	176015	87180	79426

DISTRIBUCION DE CERVEZA SIN PERSONAL REMUNERADO

CON PERSONAL REMUNERADO				2071	16797	558762	168015	7984554	5485946	1874609	
HASTA		2	PERSONAS	751	1258	3485	134067	95584	35094	
DE	3	A	5	PERSONAS	1120	15539	558762	164530	7850487	5390362	1839515
DE	6	A	8	PERSONAS	528	896	16001	4612	287955	201355	76012
DE	9	A	15	PERSONAS	152	666	14651	6787	335420	243459	77825
DE	16	A	25	PERSONAS	84	616	15923	11275	411198	294316	87535
DE	26	A	50	PERSONAS	116	1390	35753	12829	754701	529263	176204
DE	51	A	100	PERSONAS	75	1497	42483	12611	809555	573675	182869
DE	101	A	500	PERSONAS	94	3491	133376	51200	1866624	1258589	440816
				PERSONAS	48	3374	146566	31136	1678685	1145406	395841
				PERSONAS	23	3609	154009	34080	1706349	1144299	402413

DISTRIB. Y C/V DE VINOS Y LICORES, INCLUYE INTRODUCCION DE ALCOHOL Y PULQUE.

SIN PERSONAL REMUNERADO				2973	7227	229592	26514	3314307	2136097	915983	
CON PERSONAL REMUNERADO				1538	2074	4607	202409	135915	60793	
HASTA		2	PERSONAS	1435	5153	229592	21907	3111898	2000000	855190	
DE	3	A	5	PERSONAS	1154	1900	39952	5626	537173	349047	166773
				PERSONAS	159	619	22307	7271	346965	232573	93065

DE	6	A	8	PERSONAS	42	298	12028	1641	220725	161378	50348
DE	9	A	15	PERSONAS	35	399	18380	871	288347	205071	66974
DE	16	A	25	PERSONAS	20	391	19570	1355	278653	195055	68561
DE	26	A	50	PERSONAS	15	523	25655	65	433773	291824	108794
DE	51	A	100	PERSONAS	4	272	13980	688	174361	93319	51458
DE	101	A	250	PERSONAS	6	751	77720	4390	831901	471915	249217

DISTRIB. Y C/V DE CIGARROS, PUROS Y
DEMAS PRODUCTOS DE TABACO CON OTROS

ARTICULOS					550	1117	14935	2127	415351	314899	91114
SIN PERSONAL REMUNERADO					377	487	326	121219	98149	21607
CON PERSONAL REMUNERADO					173	630	14935	1801	294132	216750	69507
HASTA		2		PERSONAS	116	235	3385	670	118269	89757	26612
DE	3	A	5	PERSONAS	34	144	3386	516	57353	40384	15317
DE	6	A	8	PERSONAS	10	67	2755	253	58042	44748	11929
DE	9	A	15	PERSONAS	10	123	3371	266	32802	21753	9440
DE	16	A	25	PERSONAS	3	61	2038	96	27666	20108	6209

C/V CALZADO DE TODO TIPO

SIN PERSONAL REMUNERADO					12403	26125	360701	39423	5427720	3648033	1540803
CON PERSONAL REMUNERADO					8954	11311	11414	682493	447592	224446
HASTA		2		PERSONAS	3449	14814	360701	28009	4745227	3200441	1316357
DE	3	A	5	PERSONAS	2055	4275	630701	9455	654125	396572	233334
DE	6	A	8	PERSONAS	778	3198	92794	8520	1315628	897177	354959
DE	9	A	15	PERSONAS	310	2171	75915	3202	1121049	786048	278638
DE	16	A	25	PERSONAS	211	2413	71101	4210	886613	586958	245525
DE	26	A	50	PERSONAS	66	1326	34790	1281	500421	347078	134611
DE	51	A	100	PERSONAS	24	791	17095	1319	239223	171663	58886
DE	101	A	250	PERSONAS	5	640	5813	22	28168	14945	10404

C/V DE JUGUETES

SIN PERSONAL REMUNERADO					1446	2901	34472	4146	468907	313709	126956
CON PERSONAL REMUNERADO					1288	1516	684	46575	29559	15909
HASTA		2		PERSONAS	158	1385	34472	3462	422332	284150	111047
DE	3	A	5	PERSONAS	79	150	2499	403	28625	15969	10464
DE	6	A	8	PERSONAS	29	126	2889	583	33305	21688	10019
DE	9	A	15	PERSONAS	9	61	1814	55	18782	12187	5150
DE	16	A	25	PERSONAS	21	239	6385	909	84011	59913	20222
DE	26	A	50	PERSONAS	10	195	8195	1360	126556	86492	28788
DE	51	A	100	PERSONAS	7	275	7721	105	56808	36682	17347
DE	101	A	250	PERSONAS	3	339	4969	257	74245	51219	19057

DISTRIB. Y C/V DE PERIODICOS Y REVIS
TAS.

SIN PERSONAL REMUNERADO					1284	3057	59612	5510	1215315	916757	243041
					1037	1354	939	73178	50247	21604

CON PERSONAL REMUNERADO				247	1703	59612	4571	1142137	866510	221437	
HASTA	2		PERSONAS	150	314	4386	1065	62304	42891	17448	
DE	3	A	5	PERSONAS	51	230	5600	1671	84889	62463	20070
DE	6	A	8	PERSONAS	16	117	4084	134	33735	22050	9045
DE	9	A	15	PERSONAS	14	185	5416	309	56915	38354	12566
DE	16	A	25	PERSONAS	5	97	3346	78	49244	38031	10183
DE	26	A	50	PERSONAS	5	178	7985	598	76651	55451	15958
DE	51	A	250	PERSONAS	6	582	28798	716	778399	607270	136167

C/V DE EQUIPO Y MATERIAL FOTOGRAFICO
CINEMATOGRAFICO Y DE DIBUJO.

C/V DE EQUIPO Y MATERIAL FOTOGRAFICO CINEMATOGRAFICO Y DE DIBUJO.				757	3728	197958	39968	2000504	1183619	658944	
SIN PERSONAL REMUNERADO				256	338	1116	36984	23574	11605	
CON PERSONAL REMUNERADO				501	3390	197958	38852	1963520	1160045	647339	
HASTA	2		PERSONAS	305	543	11994	2498	140552	81824	49231	
DE	3	A	5	PERSONAS	95	377	14464	3925	174942	109984	53099
DE	6	A	8	PERSONAS	32	228	9038	1391	95523	55981	31880
DE	9	A	15	PERSONAS	35	398	17839	2746	188680	119618	53449
DE	16	A	25	PERSONAS	15	305	18565	4966	288177	180094	83027
DE	26	A	50	PERSONAS	12	417	19485	5800	151471	87687	48252
DE	51	A	100	PERSONAS	3	175	8139	173	51330	27808	20485
DE	101	A	500	PERSONAS	4	947	98434	17353	872845	497045	307916

C/V DE ESTUFAS Y APARATOS ELECTRICOS
Y ELECTRONICOS PARA EL HOGAR.

C/V DE ESTUFAS Y APARATOS ELECTRICOS Y ELECTRONICOS PARA EL HOGAR.				1523	14400	612501	34610	5665464	3195680	1937100	
SIN PERSONAL REMUNERADO				328	469	2903	62712	38392	20829	
CON PERSONAL REMUNERADO				1195	13931	612501	31707	5602752	3157288	1916271	
HASTA	2		PERSONAS	428	872	16655	3496	239321	140614	82556	
DE	3	A	5	PERSONAS	270	1150	32277	4927	414871	251925	132541
DE	6	A	8	PERSONAS	151	1082	43854	3488	499823	283803	164882
DE	9	A	15	PERSONAS	162	1890	82773	5749	849179	474277	291861
DE	16	A	25	PERSONAS	101	1974	96625	3714	1015260	589711	328048
DE	26	A	50	PERSONAS	54	1873	79187	3343	753291	409097	267624
DE	51	A	100	PERSONAS	18	1300	66427	1347	489119	264935	176719
DE	101	A	250	PERSONAS	7	975	45287	1684	471564	244218	155117
DE	251	Y	MAS	PERSONAS	4	2815	149416	3959	870324	498708	316924

C/V MUEBLES: EXCEPTO DE BAÑO, OFICINA,
Y COMERCIOS.

C/V MUEBLES: EXCEPTO DE BAÑO, OFICINA, Y COMERCIOS.				5670	25428	716541	81870	7726430	4642740	2498206	
SIN PERSONAL REMUNERADO				1963	2897	9263	407925	262318	133624	
CON PERSONAL REMUNERADO				3707	22531	716541	72607	7318505	4380422	2364582	
HASTA	2		PERSONAS	2064	4460	71654	15057	950417	566974	340959	
DE	3	A	5	PERSONAS	835	3471	91990	14082	1082191	657622	351113
DE	6	A	8	PERSONAS	302	2185	68123	6963	736626	438833	246050
DE	9	A	15	PERSONAS	277	3180	111109	5402	1082882	611080	386368

DE	16	A	25	PERSONAS	122	2433	95578	6520	842657	486250	275972
DE	26	A	50	PERSONAS	62	2121	80269	5348	724593	410513	244969
DE	51	A	100	PERSONAS	31	2136	89947	5963	672093	372765	218729
DE	101	A	250	PERSONAS	11	1672	69768	9377	559389	349900	168263
DE	251	A	500	PERSONAS	3	873	38103	3895	667657	486485	132156

C/V DISCOS Y CINTAS MAGNETOFONICAS GRABADAS.

SIN PERSONAL REMUNERADO					1327	3016	71504	6526	675764	412223	224284
CON PERSONAL REMUNERADO					697	909	1213	59863	37630	20334
HASTA	2			PERSONAS	630	2107	71504	5313	615901	374593	203950
DE	3	A	5	PERSONAS	454	875	13826	2614	147263	88531	50994
DE	6	A	8	PERSONAS	125	482	15193	1121	144936	88581	45020
DE	9	A	15	PERSONAS	31	210	8927	487	82609	52387	26376
DE	16	A	25	PERSONAS	11	117	4797	168	48820	33708	14122
DE	16	A	25	PERSONAS	4	84	3226	224	21003	11198	7220
DE	26	A	250	PERSONAS	5	339	25535	699	171270	100188	60218

C/V DE OTROS ARTICULOS PARA EL HOGAR

SIN PERSONAL REMUNERADO					3842	5582	40370	7362	692593	456505	191735
CON PERSONAL REMUNERADO					3852	4026	2567	146242	92764	52041
HASTA	2			PERSONAS	390	1556	40370	4795	546351	363741	139694
DE	3	A	5	PERSONAS	251	534	8941	1869	89892	52318	33164
DE	6	A	8	PERSONAS	79	332	9370	850	143617	103262	33952
DE	6	A	8	PERSONAS	26	181	6674	643	96457	66959	22180
DE	9	A	15	PERSONAS	16	182	6253	256	92219	64001	23215
DE	16	A	25	PERSONAS	5	106	3214	526	43028	29828	10011
DE	26	A	100	PERSONAS	5	221	5918	651	81138	47373	17172

C/V EN SUPERMERCADOS Y TIENDAS DE AUTO SERVICIO.

SIN PERSONAL REMUNERADO					2396	50372	1681591	836710	30340093	22882263	6145255
CON PERSONAL REMUNERADO					422	845	6097	266828	205819	55412
HASTA	2			PERSONAS	1974	49527	1681591	830613	30073265	22676444	6089843
DE	3	A	5	PERSONAS	507	1214	19677	7316	566232	404580	147865
DE	6	A	8	PERSONAS	406	1822	50333	8921	945179	711357	208900
DE	6	A	8	PERSONAS	247	1744	55718	8984	1080846	845590	214083
DE	9	A	15	PERSONAS	228	2717	86579	14019	1661369	1327047	287116
DE	16	A	25	PERSONAS	180	3639	130041	20667	2860955	2413485	381908
DE	26	A	50	PERSONAS	186	6457	232902	39410	4812649	3777120	856938
DE	51	A	100	PERSONAS	100	7152	258619	230682	4705621	3486516	994619
DE	101	A	250	PERSONAS	93	16031	536509	270294	8992701	6605855	1918802
DE	251	A	500	PERSONAS	24	6836	229736	219448	3610128	2587952	809217
DE	501	A	750	PERSONAS	3	1933	81477	10872	837585	516942	270395

C/V ACEITES LUBRICANTES ADITIVOS Y SIMILARES.

SIN PERSONAL REMUNERADO	1013	3652	106398	18827	1991747	1421331	466233
CON PERSONAL REMUNERADO	614	815	1007	56448	36670	18235
HASTA 2 PERSONAS	399	2837	106398	17820	1935299	1384661	447998
DE 3 A 5 PERSONAS	188	379	6349	1608	132886	95311	32618
DE 6 A 8 PERSONAS	82	357	10917	3553	198195	142257	47691
DE 9 A 15 PERSONAS	41	298	10536	3097	188212	138587	42118
DE 16 A 25 PERSONAS	46	546	19074	1971	494139	377543	94211
DE 26 A 50 PERSONAS	25	514	20002	4432	393826	280762	94402
DE 51 A 250 PERSONAS	13	384	15741	890	264502	194841	55833
	4	359	23779	2269	263539	155360	81125

C/V DE AUTOMOVILES Y CAMIONES NUEVOS

SIN PERSONAL REMUNERADO	1008	32640	1882365	256641	30166767	20262152	8403923
CON PERSONAL REMUNERADO	51	67	1141	11925	7185	4347
HASTA 2 PERSONAS	957	32573	1882365	255500	30154842	20254967	8399576
DE 3 A 5 PERSONAS	71	146	3736	6407	84336	53962	23974
DE 6 A 8 PERSONAS	86	365	14353	5018	413402	293868	99079
DE 9 A 15 PERSONAS	56	408	20065	5720	461327	328941	110768
DE 16 A 25 PERSONAS	113	1415	68752	14867	1479466	991797	402753
DE 26 A 50 PERSONAS	172	3567	187784	42083	3905197	2680316	1031566
DE 51 A 100 PERSONAS	249	9329	527551	67832	9008565	6066437	2526303
DE 101 A 250 PERSONAS	160	10794	658194	71448	9825394	6571841	2733028
	50	6549	401930	42125	4977125	3267805	1472105

C/V DE LLANTAS Y CAMARAS

SIN PERSONAL REMUNERADO	725	5197	200625	40408	1898705	1176397	593192
CON PERSONAL REMUNERADO	164	215	713	40083	23674	15420
HASTA 2 PERSONAS	561	4982	200625	39695	1858622	1152723	577772
DE 3 A 5 PERSONAS	168	342	6661	2195	87943	57163	27426
DE 6 A 8 PERSONAS	142	582	20136	4460	210861	133076	66818
DE 9 A 15 PERSONAS	88	613	26017	5378	250042	156380	76781
DE 16 A 25 PERSONAS	65	736	31719	5749	339224	211319	106883
DE 26 A 50 PERSONAS	64	1237	48830	9745	473173	297587	142460
DE 51 A 250 PERSONAS	28	1004	47491	5267	384474	233405	115649
	6	468	19771	6901	112905	63793	41755

C/V DE REFACCIONES Y ACCESORIOS, NUEVOS PARA AUTOMOVILES Y CAMIONES.

SIN PERSONAL REMUNERADO	5250	22399	838814	88116	7931023	4988562	2423943
CON PERSONAL REMUNERADO	2114	2919	10276	290242	186174	96282
HASTA 2 PERSONAS	3136	19480	828814	77840	7640781	4802388	2327661
DE 3 A 5 PERSONAS	1627	3235	61115	11011	685232	425487	228694
DE 6 A 8 PERSONAS	731	3093	99798	16652	1078002	695157	326994
	253	1817	72090	6217	718581	458978	216987

DE	9	A	15	PERSONAS	288	3368	151007	19471	1497197	952482	440651
DE	16	A	25	PERSONAS	119	2388	124232	11126	1092185	686548	326813
DE	26	A	50	PERSONAS	87	2981	155136	8294	1202309	739719	381139
DE	51	A	100	PERSONAS	27	1902	134993	3861	1082391	678798	325832
DE	101	A	250	PERSONAS	4	696	40443	1208	284884	165219	80551

FUENTE: VII CENSO COMERCIAL, 1976, DATOS DE 1975, RESUMEN GENERAL
S.P.P.: MEXICO MARZO 1980.

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE VENTA DE ALIMENTOS

CONCEPTO	1970	1975	1980'	TASA DE CRECIMIENTO MEDIA ANUAL
TOTAL DE LA RAMA	288068	302697	309695	0.7
TOTAL DEL SECTOR COMER. % DE LA ACTIVIDAD RES- PECTO AL SECTOR COMER.	429480 67.1	475264 63.7	517884 59.8	1.9

'DATOS ESTIMADOS

FUENTE: S.P.P CENSOS COMERCIALES DE 1970 Y 1975.

TABLA 110

CONCENTRACION GEOGRAFICA

	1975							1980						
	D.F.	MEX.	JAL.	VER.	N.L.	OTROS.	NAL	D.F.	MEX.	JAL.	VER.	N.L.	OTROS	NAL.
TOTAL ACTIVIDAD	27	10	7	7	3	46	100	21	10	7	10	3	49	100
TOTAL DEL SECTOR COMERCIO	26	9	7	6	4	48	100	25	10	7	6	3	49	100

NACIONAL = 100 %

FUENTE: ELABORADA POR LA DIRECCION GENERAL DE ANALISIS DE RAMAS ECONOMICAS S.P.P. EN BASE A INFORMACION CENSAL.

1970-1980
MILES DE PERSONAS

	1970	1975	1980
SECTOR COMERCIO PERSONAL OCUPADO	1020.1	1118.0	1222.1
PERSONAL OCUPADO EN LA ACTIVIDAD	467.4	508.7	553.5

FUENTE: S.P.P. CENSOS INDUSTRIALES 1970 Y 1975; 1980 ESTIMADO POR LA D.G.A.R.E.

TABLA 112

OFERTA DE ALIMENTOS DE LA ACTIVIDAD

CONCEPTO	MILLONES DE PESOS								
	1970			1975			1980 *		
	VENTAS- TOTALES (1)	EXISTEN- CIAS T _O TALES. (2)	OFER- TA. (1+2)	VENTAS TOTA- LES. (1)	EXISTEN- CIAS T _O TALES. (2)	OFER- TA. (1+2)	VENTAS TOTA- LES. (1)	EXISTEN- CIAS T _O TALES. (2)	OFER- TA. (1+2)
ALIMENTOS EN TIEN- DAS DE ABARROTES.	22790	3618	26408	26852	4147	30999	46665	16388	63053
SUPERMERCADOS Y - TIENDAS DE AUTOSER.	6035	746	6781	30340	4047	34387	98020	18190	116210
OTROS ESTABLECI- MIENTOS.	9346	431	9777	28514	1246	29760	67220	2850	70070
TOTAL ACTIVIDAD	38171	4795	42966	85706	9440	95146	211905	37428	249333

*DATOS ESTIMADOS POR LA DGARE, S.P.P.

FUENTE: S.P.P. CENSOS COMERCIALES 1970 Y 1975.

NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS

	1970	%	1975	%	1980*	%
SECTOR COMERCIO (MILES)	430	100.00	575	100.00	526	100.00
TIENDAS DEPARTAMENTALES (UNIDADES)	377	0.09	417	0.09	461	0.09
GRUPO SELECCIONADO (UNIDADES)	159	0.04	162	0.03	165	0.03

*DATOS ESTIMADOS

FUENTE: S.P.P. CUENTAS NACIONALES DE MEXICO, 1981; VI-VII CENSOS COMERCIALES 1970-1975

TABLA 114

GRADO DE CONCENTRACION DE LAS TIENDAS DEPARTAMENTALES

ENTIDADES FEDERATIVAS	POR CIENTOS ESTABLECIMIENTOS			VENTAS		
	1970	1975	1980*	1970	1975	1980
TOTAL	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
PRINCIPALES ENTIDADES	44.3	50.1	56.7	76.9	73.7	70.6
D.F.	26.3	25.4	24.4	59.4	50.6	42.2
NUEVO LEON	4.5	7.7	11.3	3.9	5.5	7.0
JALISCO	4.2	7.4	11.1	4.8	7.7	10.5
PUEBLA	6.4	6.5	6.5	2.5	2.6	2.8
EDO. DE MEXICO	2.9	3.1	3.4	6.3	7.2	8.1
OTRAS ENTIDADES	55.7	49.9	43.3	23.1	26.3	29.4

*DATOS ESTIMADOS

FUENTE: S.P.P. VIY VII CENSOS COMERCIALES 1970- 1975

DISPONIBILIDAD DE TIENDAS DEPARTAMENTALES POR NUMERO DE HOGARES!

MILES DE HOGARES POR UNIDAD COMERCIAL

	1970	1975	1980*	TASA DE CRE CIMIENTO -- (%)
PROMEDIO NACIONAL	22.5	24.7	27.1	1.9
- MAYOR DISPONIBILIDAD	14.4	11.9	11.9	-1.9
D. F.	12.1	13.3	14.6	1.9
NUEVO LEON	17.5	11.8	10.8	-4.7
BAJA CALIFORNIA NORTE	13.9	9.8	9.8	-3.4
COAHUILA.	14.0	12.5	12.4	-1.2
- DISPONIBILIDAD MEDIA	23.1	19.6	20.1	-1.3
JALISCO	36.1	22.6	22.3	-4.7
PUEBLA	18.2	19.9	20.3	1.1
TAMAULIPAS	15.1	16.3	17.8	1.7
- MENOR DISPONIBILIDAD	42.2	59.2	64.5	4.3
DURANGO	20.5	39.6	57.6	10.9
GUERRERO	----	67.4	75.2	nd.
EDO. DE MEXICO	61.1	78.8	78.9	2.6
MICHOACAN	----	68.2	70.0	nd.
TABASCO.	44.9	42.2	40.6	1.0

' SE CONSIDERA UN PROMEDIO DE 5.7 PERSONAS POR HOGAR DE ACUERDO CON LOS DATOS DE LA ENCUESTA DE INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES.

* DATOS ESTIMADOS

FUENTE: S.P.P. DGE, VI Y VII CENSOS COMERCIALES 1970-1975; ENCUESTA DE INGRESO Y GASTO DE LOS HOGARES, 1977 Y AGENDA ESTADISTICA, 1980.

VENTAS PROMEDIO POR ESTABLECIMIENTO. TIENDAS DEPARTAMENTALES

MILES DE PESOS CORRIENTES POR UNIDAD.

	1970	1975	1980*	TASA DE - CRECIMIENT TO (%)
PROMEDIO NACIONAL	24823	37261	89403	13.7
NIVEL SUPERIOR	45833	66386	149790	12.6
JALISCO	27905	38675	84863	11.8
EDO. DE MEXICO	53433	86297	208812	14.6
D.F.	56161	74187	155696	10.7
NIVEL MEDIO	17476	26715	68113	14.6
BAJA CALIFORNIA NORTE	16957	28404	77380	16.4
COAHILA	13572	24999	71823	18.1
NUEVO LEON	21899	26742	55135	9.7
NIVEL INTERIOR	9396	16538	39999	15.6
GUANAJUATO	13522	21507	43767	12.5
MICHOACAN	-----	11844	36206	25.0
PUEBLA	9583	14931	37733	14.7
SONORA	9053	16359	38200	15.5
TABASCO	7806	20523	46879	19.6
VERACRUZ	8018	14062	37206	16.6

*DATOS ESTIMADOS

FUENTE: S.P.P. VI. Y VII CENSOS COMERCIALES 1970-1975; SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES DE MEXICO, 1981.

	PERSONAL OCUPADO		
	1970	1975	1980
SECTOR COMERCIO	1764700	1 885796	2042380
TIENDAS DEPARTAMENTALES	36529	34626	32516
GRUPO SELECCIONADO	31950	29240	26236

FUENTE: S.P.P. CUENTAS NACIONALES DE MEXICO, 1981; VI Y VII CENSOS COMERCIALES 1970-1975.

TABLA 118

NUMERO DE EMPRESAS DEL ATPF.

1980

CONCEPTO	NUMERO
SERVICIO DE CARGA	2518
SERVICIO DE PASAJEROS	466
TOTAL	2984

FUENTE: S.C.T. DIRECCION GENERAL DE AUTOTRANSPORTE FEDERAL (DGAF).

TABLA 119

ESTIMACION DE LOS INGRESOS DE CARGA DEL ATPF.

1980

(MILLONES DE PESOS)

CLASE DE VEHICULO	VENTAS POR TRASLA DO DE CARGA.	VENTAS POR RE COLECCION Y EN.	TOTAL
CAMION DE 2 EJES	29900	7214	37204
CAMION DE 3 EJES	15072	3300	18372
TRACTOR DE 2 EJES	3965	566	4531
TRACTOR DE 3 EJES	39437	5362	4479
TOTAL	88464	16442	104906

NOTA: ESTIMACIONES EN BASE A DATOS DE COSTOS DE OPERACION Y TARIFAS PROPORCIONADAS POR LA DIRECCION GENERAL DE TARIFAS, MANIOBRAS Y SERVICIOS CONEXOS, SCT.

FUENTE: SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES.

1980

CLASE DE SERVICIO	VENTA DE SERVICIO DE LA FLOTA (MILL. DE PESOS).	POR CIENTO
PRIMERA	13211	26.2
SEGUNDA	31375	62.2
MIXTO	2216	4.4
PUERTOS Y AEROPUERTOS	465	0.9
TURISMO	3007	5.9
OTROS	199	0.4
TOTAL	50473	100.0

FUENTE: SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

NOTA: ESTIMACION EN BASE A DATOS DE COSTOS DE OPERACION Y TARIFAS, PROPORCIONADAS POR LA DIRECCION GENERAL DE TARIFAS, MANIOBRAS Y SERVICIOS CONEXOS. S.C.T.

TABLA 121

	NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS			TASA
	1970	1975	1980	1970-1980 (%)
TOTAL	76343	87090	97603	2.5
HOTELES	4819	6728	8582	5.9
RESTAURANTES	71524	80362	89021	2.2

FUENTE: S.P.P. VI Y VII CENSOS DE SERVICIOS 1970-1975, SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES DE MEXICO, S.A. 1981.

EVOLUCION DE LA OFERTA DEMANDA DE ALOJAMIENTO
CIFRAS EN MILLONES

CONCEPTO	1970	1980
DISPONIBILIDAD DE CAMAS ANUALES	96.9	169.6
OCUPACION DE CAMAS ANUALES	53.8	108.6
- NACIONALES	22.1	67.3
- EXTRANJEROS	31.7	41.3
INDICE DE OCUPACION PROMEDIO	55.5	64.0

FUENTE: S.P.P. SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES, BANCO DE MEXICO, S.A. SECTUR.

TABLA 123

	INDICE DE PRECIOS	
	1975	1980
NACIONAL	100.0	269.3
- HOTELES Y MOTELES	100.0	251.2
- BIENES Y SERVICIOS TURISTICOS SELECCIONADOS.	100.0	266.3
- SERVICIOS DE RESTAURANTE.	100.0	277.1

FUENTE: BANXICO. INDICADORES ECONOMICOS (VARIOS NUMEROS)

TABLA 124

	PERSONAL OCUPADO EN HOTELES Y RESTAURANTES		
	1970	1975	1980
TOTAL PERSONAL OCUPADO	246585	381544	483438

FUENTE: S.P.P. SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES, TOMO IV ENERO 1981.

TABLA 125

INVERSION EN HOTELES Y RESTAURANTES

MILLONES DE PESOS

AÑO	TOTAL	HOTELES	RESTAURANTES
1970	7289.3	5153.5	2135.8
1975	12141.9	9330.7	2811.2
1980 ²	35798.2	28951.8	6846.4

1 LA INVERSION ES IGUAL A LA SUMA DE LOS ACTIVOS FIJOS BRUTOS MAS LAS EXISTENCIAS

2 DATO ESTIMADO.

FUENTE: S.P.P. DGE. VI Y VII CENSOS DE SERVICIOS 1970-1975; SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES DE MEXICO, 1981.

TABLA 126

GRADO DE CONCENTRACION DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO 1979

CADENAS RADIODIFUSORAS	ESTACIONES RADIODIFUSORAS			
	AM	%	FM	%
RADIODIFUSORAS UNIDAS	87	14.7	9	7.5
RED RPM	82	13.7	2	1.6
RADIO-VENTAS DE PROVINCIA	50	8.3	8	6.5
RADIODIFUSORAS SOCIALES	44	7.3	2	1.6
GRUPO ACIR	43	7.1	6	4.8
RADIO VISION ACTIVA	30	4.9	3	2.4
RADIO CADENA NACIONAL	30	4.9	1	0.8
CORPORACION MEXICANA DE RADIODIFUSION (ESTATAL).	30	4.9		
SUBTOTAL	396	65.5	32	26.0
OTRAS	219	34.5	91	74.0
TOTAL	615	100.0	123	100.0

FUENTE: DIRECCION GENERAL DE CONCESIONES Y PERMISOS. SCT. SISTEMA DE CUENTAS NACIONALES, S.P.P.

RESUMEN DE LOS PRINCIPALES PRODUCTOS ANUNCIADOS EN LA TELEVISION
POR CANAL

	TELEVISA			CORP. MEXICANAS	
	2	4	5	8	13
1. BEBIDAS ALCOHOLICAS		BEBIDAS ALCOHO LICAS.	BEBIDAS ALCOHO LICAS.	BEBIDAS ALCOHO LICAS.	BANCOS
2. DETERGENTES Y JABO- NES.		BIENES RAICES	BANCOS	TABACO	ARTICULOS ELECTRODOMESTICOS
3. TABACO		GOBIERNO	TABACO	REFRESCOS	PROD. BELLEZA
4. AUTOMOTRIZ		TIENDAS COMER- CIALES.	AUTOMOTRIZ	BANCOS	ALIMENTOS
5. REFRESCOS		TABACO	ALIMENTOS	AUTOMOTRIZ	AUTOMOTRIZ

1 FRECUENCIA DE IMPORTANCIA

FUENTE: S.C.T., DIRECCION GENERAL DE CONCESIONES Y PERMISOS

TABLA 128

CONTENIDO DE LA PROGRAMACION DE TELEVISION

8

CONCEPTO	1976		1977		1978		1979	
	TELEVISA	13	TELEVISA	13	TELEVISA	13	TELEVISA	13
VARIEDADES	36.0	32.7	15.3	26.3	10.4	10.3	9.0	29.9
TELENOVELAS	12.6	0.2	13.9	8.6	5.2	10.0	10.0	4.6
TELETEATROS	0.7	4.0	1.2	7.1	1.4	7.5	3.3	4.9
SERIES FILMADAS	28.5	18.8	64.6	16.7	43.6	12.8	47.1	19.9
CONCURSOS	12.4	10.1	1.2	11.1	2.6	13.7	2.9	---
NOTICIEROS	1.4	0.5	1.4	0.9	0.6	0.9	1.0	0.9
OTROS	8.1	33.3	2.2	29.1	36.0	44.7	26.4	40.2

FUENTE: S.C.T., DIRECCION GENERAL DE CONCESIONES Y PERMISOS Y CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y LA TELEVISION.

EMISORAS Y PENETRACION DE LA INDUSTRIA DE LA TELEVISION COMERCIAL
 POR ENTIDAD FEDERATIVA.

1978

ENTIDAD	EMISORAS	PENETRACION TELE HOGARES.	HABITANTES POR EMISORA
AGUASCALIENTES	2	22407	240492
BAJA CALIFORNIA NORTE	6	169024	247844
BAJA CALIFORNIA SUR	1	6967	261365
CAMPECHE	1	8061	390409
COAHUILA	5	59791	289608
COLIMA	2	6562	-----
CHIAPAS	2	28909	1072470
CHIHUAHUA	8	130613	278396
DISTRITO FEDERAL	6	1309765	1763936
DURANGO	1	29793	1220715
GUANAJUATO	1	114752	3085323
GUERRERO	3	48946	1178508
HIDALGO	-	40802	-----
JALISCO	4	225570	1167126
MEXICO	2	342774	4151762
MICHOACAN	1	81853	3168157
MORELOS	-	62774	-----

FUENTE: CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y TELEVISION

GASTOS PUBLICITARIOS REALIZADOS EN LA T. V. EN EL D. F.

	81	82	83	84 *1er. Trimestre
ACEITES ADITIVOS Y BUJIAS PARA AUTOS	30264960	15890533	108346180	93468320
ACEITES COMESTIBLES	3052668	1675540		
AGUAS FRESCAS	49574000	122591561	114740260	32941050
ALIMENTOS ENLATADOS	24297300	24183760	199836260	54689300
ALMACENES	489407020	1014074177	3583630990	1448929040
ANUNCIOS DE LA CASA PRODUCTORA	152624160	384400515	1022073460	221423330
ARTICULOS PARA BEBE	71590350	181962270	564633440	95142960
ARTICULOS ELECTRICOS PARA EL HOGAR	9688620	35100343	56431920	- - -
AUTOMOVILES, CAMIONES Y CAMIONETAS	638371380	1043323676	3351011330	726703659
BANCOS	799900690	1993417288	5184572400	994159490
BATERIAS DE COCINA, VAJILLAS Y UTENCILIOS DE COCINA.	39455300	41026300	279415790	47550000
BIBERONES	39235220	36691960	183142200	94808000
BOTANAS	148210670	594126320	2396682300	677525000
BRANDIES	532277050	911533763	1934641020	634998660
CAFES	45910140	134539280	262867000	103320000
CALZADO Y ZAPATERIAS	191946810	244419450	760219350	174931220
CAMARAS Y PELICULAS FOTOGRAFICAS	79673170	207143730	313773230	49770000
CAMISAS Y PLAYERAS	33164800	78368249	120239930	9200000
CARAMELOS, DULCES Y CHICLOSOS	42782650	90525850	783006050	210430000
CARNES ENLATADAS	18822280	18855480	215001500	- - -
CERAS PARA CALZADO			246040000	15375000
CEREALES	83362510	292770490	692184700	269832000
CERVEZAS	796095030	1313633029	1825251260	580219900
CHICLES	166953320	429388140	1425216260	192371500
CHOCOLATES	129205100	274652050	857678140	263064580
CIGARROS	268006420	1025518705	1766981200	325604500
CONSOMES	53420150	132038700	213979660	65625000
CREMAS DENTALES	78967050	193661810	352538980	102573000
CREMA DE LECHE	- - -	48482490	69777000	21520600
CREMAS PARA LA PIEL	100180820	262353643	727563280	369418500
CUADERNOS Y LIBRETAS	9465130	41483980	159808000	- - - -
DESODORANTES	- - -	177107618	718813010	224446600
DETERGENTES Y DETERGENTES ESPECIALES	229507290	658053100	2181211450	766328250
DISCOS	169958190	449058687	2187112790	1048753730
GALLETAS	52829870	109720400	517549350	54099200
GELATINAS	41514350	111666970	333476810	- - -
HARINAS	59739880	92667674	508437950	189256000
HOTELES	113455000	221575446	497477010	63700960
JABONES DE TOCADOR	93372690	156540789	707744800	206674000
JUGOS Y NECTARES	62283420	148294800	304678750	5250000

	81	82	83	84
JUGUETES	155908410	475776220	1386163700	177303750
LECHES	108258960	205362438	1015394160	201530290
LICUADORAS Y BATIDORAS, LINEA BLANCA Y LINEA ELECTRONICA.	128688470	307605160	969472760	128462000
LINEAS AEREAS	51057490	30067930	331649000	26138500
LLANTAS Y CAMARAS	43246030	112556260	639642390	97548850
MUEBLERIAS	60165540	23953040	254792430	53708750
PANES Y PASTELITOS	182129850	606978810	195001210	321560400
PANTALONES	55093310	184176668	798416330	42640010
PAPEL HIGIENICO	18261600	104837600	494456700	63147800
PERIODICOS	579665210	750286869	1191200230	339161450
PILAS	- - -	134578710	602381760	104151500
REFRESCOS	136577480	287683578	1478470070	136452400
REFACCIONES PARA AUTOS	30498920	23639080	102048930	- - -
RESTAURANTES Y CENTROS NOCTURNOS	173354890	352342016	1467425390	428771480
REVISTAS	211499700	375318640	334517590	261636580
SHAMPOOS	156448210	429493377	1757239830	509137480
TIENDAS DE AUTOSERVICIO	280753510	356602344	1077050310	253787630
TOALLAS DE PAPEL Y SERVILLETAS	- - -	217347390	680504460	148454800
TOALLAS FEMENINAS	- - -	216638010	939631850	328448350
VITAMINAS.	115842820	- - -	- - -	- - -

FUENTE: ELABORADA POR LAS AUTORAS DE LA TESINA EN BASE A DATOS TOMADOS DEL REPORTE DE GASTOS PUBLICITARIOS EN TELEVISION DEL DISTRITO FEDERAL AÑOS 1981, 1982, 1983 Y EL PRIMER TRIMESTRE DE 1984.

ANUNCIOS DE LAS MARCAS PRINCIPALES, POR SU INVERSION DE ANUNCIOS PASADOS EN T.V.- D.F. DURANTE EL AÑO DE 1981.

E N E R O

MARCAS	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	26094100	4447	614
VIEJO VERGEL	BRANDY	12603730	2003	187
BANCOMER	TJA.DE CRED.	11585450	1943	243
VOLKSWAGEN	ATLANTIC 81	10590160	1446	165
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	10553500	876	103
BANAMEX	INVERSION	10397740	2114	254
VITAMINAS	VITAMINAS	9289500	2480	404
NOVEDADES	PERIODICO	8283250	1991	486
CARTA BLANCA	CERVEZA	7994210	1164	260
BANAMEX	TJTA.DE CRED.	7659850	1440	173
PEDRO DOMEQ	BRANDY	7644000	1332	98
PEDRO DOMEQ	CASA	5966640	864	84
CARNET	TJTA.DE CRED.	5960160	2033	151
XXX	CERVEZA	5630460	928	157
D'EUROPE	MUEBLES	5316430	268	197
BARCEL	CHICRARRON	5193000	1572	96
PRESIDENTE	BRANDY	5018500	2432	163
LILI LEDY	JUGUETES	4746500	386	430
CIA.VINICOLA DEL VERGEL	CASA	4422900	455	72
DOLCA	CAFE	4293000	2251	79
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	4230500	1890	222
NAPOLEON	BRANDY	4072500	589	51
CASA BLANCA	CTO.NOCTURNO	3849700	1590	235

F E B R E R O

PRESIDENTE	BRANDY	19413000	2812	186
VIEJO VERGEL	BRANDY	13878000	2112	158
CARTA BLANCA	CERVEZA	13618850	903*	203
VIDAMINAS	VITAMINAS	11618900	2484*	392
BANCOMER	TJTA.DE CRED.	10938770	1813	225
SUPERIOR	CERVEZA	9991410	2289	324
DON PEDRO	BRANDY	9360000	1701	120
PEDRO DOMEQ	CASA	6747750	968	111
NOVEDADES	PERIODICO	6306450	2174	366
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	6291500	1106	123
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	5778000	2614	308
XXX	CERVEZA	5304080	1043	154

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS.
BANAMEX	INVERSION	4873240	1043	121
EL UNIVERSAL	PERIODICO	4515800	466	113
VOLKSWAGEN	ATLANTIC 81	4166500	551	62
MAGITEL	TOALLA LIMP.	4114500	1818	125
VIEJO VERGEL	CASA	4110320	364	80
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	4094390	1644	251
VW BRASILIA	PROMOCION	4047600	709	141
CARNET	TARJETA DE CREDITO	3962000	1456	97
BANAMEX	TARJETA DE CREDITO	3955240	878	87
SALVAT DIA DEL ESTUDIAN TE.	ENCICLOPEDIA	3851730	2197	149

M A R Z O

CARTA BLANCA	CERVEZA	23153040	1154*	285
CIA.HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	22477970	3913*	639
VIDAMINAS.	VITAMINAS	19166880	1858*	236
PRESIDENTE	BRANDY	18870800	3203	203
VIEJO VERGEL	BRANDY	18340100	1141	243
BANCOMER	TARJETA DE CRED.	17453130	1180*	282
SUPERIOR	CERVEZA	16942760	3068*	402
PEDRO DOMEQ	CASA PRODUCTORA	13411200	1188*	188
VIEJO VERGEL	CASA PRODUCTORA	12228920	984*	121
NOVEDADES	PERIODICO	9945820	2319*	419
PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	8886700	3312	375
EL HERALDO	PERIODICO	8445740	984*	362
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	8257000	792*	114
BACARDI	RON BLANCO	8133600	1057	51
XXX	CERVEZA	7497780	1102	175
DON PEDRO	BRANDY	7146800	1848*	132
BANAMEX	TJETA.DE CRED.	6907800	1360*	117
BLANCO	TIENDA DE AUTOSERV.	6848300	1646*	241
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	5824360	1519*	265
LOS REYES	VINO TINTO	5569000	352*	46
LOS REYES	VINOS	5435090	326*	91
BANCOMER	INVERSION	4960260	243*	120
CARNET	TJETA.DE CRED.	4842650	1226*	92
BOBADILLA 103	BRANDY	4680000	579	40

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
SUPERIOR	CERVEZA	20056420	3393*	350
VIEJO VERGEL	BRANDY	19795200	2358*	152
BANCOMER	TJETA.DE CRED.	15567030	1217*	293
CARTA BLANCA	CERVEZA	15020880	983*	205
PRESIDENTE	BRANDY	15006000	1507	92
PEDRO DOMECQ	CASA	11459090	927*	135
EL HERALDO	PERIODICO	9823000	1026*	415
BLANCO	TIENDA DE AUTOSERV.	9599940	2296*	
CBS	DISCO L.P.	9295560	1307*	373
NOVEDADES	PERIODICO	8614770	2346*	373
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	8073880	3128*	343
MAGI CUENTOS	REVISTAS	7988850	3965	394
BACARDI	RON BLANCO	7825200	863	50
BANRURAL	INSTITUCION	7630900	1216*	160
COMERCIAL MEXICANA	TIENDA DE AUTOSERV.	7334420	1712*	144
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	7329080	542*	131
XXX	CERVEZA	7208810	1087	139
DON PEDRO	BRANDY	6629400	745*	58
ALIANZA	LECHE EN POLVO	6490650	1999*	138
VIEJO VERGEL	CASA	6293070	565	77
BANAMEX	TJETA.DE CRED.	5798100	1147*	97
RITZ	HOTEL	5749100	1516	266
CARNET	TJETA DE CRED.	5728170	1362*	105
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	4921350	1351*	232

M A Y O

CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	31762300	4968*	1281
EXCELSIOR	PERIODICO	18991100	3253*	760
BANCOMER	TJETA.DE CRED.	16699770	1085*	311
SUPERIOR	CERVEZA	16557200	2661*	348
PRESIDENTE	BRANDY	15749570	1362	103
VIEJO VERGEL	BRANDY	15178200	1513*	129
CARTA BLANCA	CERVEZA	14887070	1518*	239
EL HERALDO	PERIODICO	11784170	933	478
DON PEDRO	BRANDY	11727600	1122*	102
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	11621050	862*	218
EL SOL DE MEXICO	PERIODICO	10912000	3040*	730
NOVEDADES	PERIODICO	9916920	2278*	408
BACARDI	RON BLANCO	9419000	877	62
RITZ	HOTEL	8061600	1954*	374
VIEJO VERGEL	CASA	7964400	806*	136

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS.
MAGI CUENTO	REVISTAS	7809630	3363	337
PARAISO MARRIOT	HOTEL	6818070	1762*	295
XXX	CERVEZA	6110000	791	135
BLANCO	TIENDA DE AUTOSERV.	6100700	1299*	169
BANOBRAS	INSTITUCION	5700700	707*	81
PEDRO DOMECCO	CASA	5417050	394*	42
BANCOMER	INVERSION	5299800	258*	137
BIANCA	REVISTAS	5259060	1199	78
SIDRAL	REFRESO	5088900	397*	74
BOBADILLA L03 E.N.	BRANDY	5031000	456	43

J U N I O

CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	23089260	2515*	656
VIDAMINAS	VITAMINAS	19379600	3778*	504
CARTA BLANCA	CERVEZA	18790960	1496	268*
EXCELSIOR	PERIODICO	17466650	2577	731
BANCOMER	TJETA. DE CRED.	16343810	877*	296
EL HERALDO	PERIODICO	14600950	1240*	544
DON PEDRO	BRANDY	14268600	1239*	132
SUPERIOR	CERVEZA	13946500	2010*	341
NOVEDADES	PERIODICO	12504620	2099*	498
PRESIDENTE	BRANDY	12279000	1229	75
BLANCO	ALMACEN	10505160	3285*	499
BACARDI	RON BLANCO	10056000	1019	66
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	9963750	576*	161
EL PUERTO DE LIVERPOOL	LAMACEN	8296110	2734	260
RITZ	CORTELES	7390220	1762	337
EL SOL DE MEXICO	PERIODICO	7151340	1764*	483
VIEJO VERGEL	BRANDY	6976200	797	67
MAGI CUENTOS	REVISTAS	6758400	2833	287
PARAISO MARRIOT	HOTELES	6354340	1492*	271
TECATE	CERVEZAS	6289700	1614	102
ADAMS CAJETA CELOFAN	CHICLES	6024540	1627*	107
NAFINSA Y BCO. INTERN. VALORES BANCOS		5643700	875	87
BOBADILLA 103 E.N.	BRANDY	5616900	593	66
MUSTANG 81 AUTO	AUTOMOVILES	5514460	497*	59
ALIANZA LECHE EN POLVO.	LECHES	5409150	1611*	117
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	5340010	1011	101
BRISA	CERVEZAS	5132500	853*	78
VIEJO VERGEL CASA	ANUNCIOS DE LA CASA	5092400	814*	68
	PROD.			
SUBURBLA	ALMACENES	5011250	982	108

J U L I O

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
SUPERIOR	CERVEZAS	21046430	3752*	502
VIDAMINAS	VITAMINAS	19936870	4167	524
EL HERALDO	PERIODICO	18393200	2252*	585
BANCOMER	TJETA.DE CRED.	18150000	1795*	367
CARTA BLANCA	CERVEZAS	16226980	1270*	225
NOVEDADES	PERIODICO	11537270	2568*	474
COMERCIAL MEXICANA	TIENDA DE AUTOSERV.	10991930	2622*	258
DON PEDRO	BRANDY	10368000	1060*	96
PRESIDENTE	BRANDY	10112400	1310	63
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	9106750	676*	117
BACARDI	RON BLANCO	8105400	1037	56
RITZ	HOTEL	8064700	2072	361
BLANCO	TIENDA DE AUTOSERV.	7662100	2211*	262
LA PRENSA	PERIODICOS	7344850	1304*	325
SUBURBIA	ALMACENES	7290880	1655*	143
XXX	CERVEZAS	7064610	1335	193
NESTEA	AGUAS FRESCAS	6777380	2204*	112
PARAISO MARRIOT	HOTELES	6743540	2027*	280
CANADA VIKING	CALZADO	6225450	1540	92
BOBADILLA 103	ETIQUETA NEGRA	6184800	629*	97
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACENES	6182050	2234	200
EL NACIONAL	PERIODICO	6178450	916	184
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	6005320	1415*	122
AURRERA	TIENDA DE AUTOSERV.	5737020	1769*	169
BANCOMER	INVERSION	5642960	267*	135
BRITANIA JEANS	PARA H Y M	5514980	1029*	85
AERONAVES DE MEX.	LINEAS AEREAS	5510990	586*	91
GAMESA	LINEAS DE GALLETAS SALADITAS	5288510	1786	85
NESCAFE	CAFE INSTANTANEO	5215900	1346*	75

A G O S T O

CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACENES	27268890	5036*	1143
BANCOMER	TJETA.DE CRED.	14268890	1797*	349
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	14880600	721	237
EL HERALDO	PERIODICO	14131450	1656*	493
UNO MAS UNO	PERIODICO	14090030	1802*	297
EL SOL DE MEXICO	PERIODICO	13631200	3410	698
CARTA BLANCA	CERVEZA	13349500	1523*	188
SUPERIOR	CERVEZA	12813390	2209*	247
PRESIDENTE	BRANDY	10341000	1500	60
INSTITUCIONAL	AUTOMOVILES	10272000	722*	82

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
BANCOMER	INVERSION	10130860	791*	212
DON PEDRO	BRANDY	10027200	1143*	97
BLANCO	TIENDAS DE AUTOSERV.	9108450	2419*	301
NOVEDADES	PERIODICO	8285560	2425*	337
EXCELSIOR	PERIODICO	8090250	1093*	115
EL PATIO	CENTRO NOCTURNO	7804110	3065	369
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	7767600	2201	278
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACENES	7291310	3488*	321
TECATE	CERVEZA	7115000	1222*	91
EL NACIONAL	PERIODICO	7016200	792*	205
BANAMEX	TJETA.DE CREDITO	6915000	322*	62
WINSTON	CIGARROS	6763300	1410*	116
BACARDI	RON AÑEJO	6571800	951	43
COMERCIO MEXICANA	TIENDA DE AUTOSERV.	6212280	1963*	164
BANRURAL	INSTITUCION	6165000	346	169
LA PRENSA	PERIODICO	6113180	1274	258
NEGRA MODELO	CERVEZA	6065650	251*	90
BACARDI	RON BLANCO	6007200	827	41
PEPSI FAMILIAR	REFRESCO	5700230	1831	116

S E P T I E M B R E

BANCOMER	TJETA.DE CREDITO	18833300	1904*	357
CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACENES	17951270	2299*	640
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	17198100	905*	242
BANAMEX	INSTITUCION	14243400	474*	127
BLANCO	TIENDA DE AUTOSERV.	13059610	1738*	289
PRESIDENTE	BRANDY	12405600	1193	55
DON PEDRO	BRANDY	12355200	988	88
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACENES	12255990	3153	417
CARTA BLANCA	CERVEZA	10506600	777*	170
EL SOL DE MEXICO	PERIODICO	9869720	1315	534
COMERCIAL MEXICANA	TIENDA DE AUTOSERV.	9640560	1916*	241
VIEJO VERGEL	BRANDY	9537600	918*	55
EXCELSIOR	PERIODICO	9360900	891	110
CARIBE	AUTO 81	9190700	1221*	145
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	8920310	1616*	271
AERONAVES	LINEA AEREA	8697270	900	128
BANCOMER	INVERSION	8696370	476*	151
CHEVERNY	BRANDY	7852200	533*	58
BACARDI	RON BLANCO	7773000	922*	48
TECATE	CERVEZA	7599900	1257*	93
UNO MAS UNO	PERIODICO	7472000	3056	473

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
EL NACIONAL	PERIODICO	7472000	3056	473
MAGI CUENTO	PERIODICO	7468500	1020	228
WINSTON	REVISTAS	7392200	2641*	234
CAPRICE CLASSIC 81	CIGARROS	7344700	1357*	103
NEGRA MODELO	AUTO	7112340	1156*	112
CHRISLER	CERVEZA	7067550	373*	96
XXX	INSTITUCION	7006500	140	46
BIMBO	CERVEZA	6479300	899	139
SUPERIOR	PAN DULCE	6409800	1509	67
LA LECHERA	CERVEZA	6279200	2056*	289
	LECHE CONDENSADA	6135450	2174	112

O C T U B R E

CORONA DE BARRIL	CERVEZA	29345600	1864	359
BANCO DE COMERCIO	TJETA.DE CREDITO	21084000	1875*	369
BANAMEX	TJETA. DE CREDITO	21047700	1106*	169
SUPERIOR	CERVEZA	20524300	2244*	308
CARTA BLANCA	CERVEZA	20251200	1482*	269
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACENES	16236520	1746*	535
UNO MAS UNO	PERIODICO	13748400	2224	404
BANCO DE COMERCIO	INVERSION	13119960	728*	188
EL SOL DE MEXICO	PERIODICO	12197300	2017*	582
K-2	TELEVISION	12046500	993	318
COMERCIAL MEXICANA	TIENDAS DE AUTOSERV.	12043300	2090	256
EL NACIONAL	PERIODICO	11910200	1624*	367
NEGRA MODELO	CERVEZA	11821500	763*	140
AURRERA	TIENDA DE AUTOSERV.	11487150	1918*	220
VIDAMINAS	VITAMINAS	10862100	1548*	217
NOVEDADES	PERIODICO	10835960	1442*	336
EL HERALDO	PERIODICO	9888650	843*	332
MAGI CUENTO	REVISTAS	9630830	2824*	307
EL PATIO	CENTRO NOCTURNO	9234510	2226*	363
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	9173100	2540*	337
LILI LEDY	JUGUETES	9143600	1010	441
GENERAL POPO	LLANTAS	9071400	735*	71
BACARDI	RON BLANCO	9030600	856	47
CAPRICE CLASSIC 81	AUTO	8507250	1207*	127
RCA	DISCO L.P.	8438450	1274*	147
COCA COLA	REFRESCO	8068800	1244	94
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	7946160	1249	252
SEDAN 81	AUTO	7467150	406*	71

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
EL HERALDO	PERIODICO	20399290	879*	779
BANAMEX	TJETA.DE CREDITO	20265600	1363*	311
EXCELSIOR	PERIODICO	18798700	975*	440
LILI LEDY	JUGUETES	18689480	1625*	852
CARTA BLANCA	CERVEZA	12097310	897*	311
EL NACIONAL	PERIODICO	11877760	679*	411
PRESIDENTE	BRANDY	11228400	337	60
NEGRA MODELO	CERVEZA	11095060	867*	229
EL SOL DE MEXICO	PERIODICO	10562610	786*	545
NOVEDADES	PERIODICO	10467500	756*	337
UNIROYAL	RADIAL ACERO	9721200	616*	73
BANCO DE COMERCIO	TJETA.DE CREDITO	8967200	495*	215
CARNET	TJETA.DE CREDITO	8733300	975*	111
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	8521040	334*	214
CASA BACARDI Y CIA.	CASA PROD.	8351400	529	46
GAMMA	DISCO L.P.	8325620	817*	218
VIEJO VERGEL	BRANDY	7863600	320	40
BIMBO	BIMBUÑUELOS	7794600	976*	125
ENSUEÑO	JUGUETES	7723100	1048*	221
CANADA	LINEA DE CALZADO	7459600	929*	124
UNO MAS UNO	PERIODICO	6815800	290*	107
PLASTIMARX	JUGUETES	6627400	469*	330
CHEVERNY	BRANDY	6540000	259*	54
DON PEDRO	BRANDY	6281400	242*	45
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	6245000	822*	180
LA MADELON	CENTRO NOCTURNO	6160920	564*	212
K-2	TELEVISION	6091830	351	203
BOBADILLA 103 E.N.	BRANDY	5880620	503	50
SUBURBIA	ALMACEN	5787100	595*	83

D I C I E M B R E

CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACENES	35388820	3117*	1094
COMERCIAL MEXICANA	TIENDA DE AUTOSERV.	31030740	2395*	351
BANAMEX	TJETA. DE CREDITO	30241750	838*	255
LILI LEDY	JUGUETES	22924600	4014*	1074
EL HERALDO	PERIODICO	21886310	2088*	914
EXCELSIOR	PERIODICO	20798920	2163	490
BANCOMER	TJETA. DE CREDITO	15948940	1206*	284
CORONA DE BARRIL	CERVEZAS	13803300	610*	157
CBS	DISCO L.P.	13478760	1391	394
NOVEDADES	PERIODICO	13212780	1594*	473
GIGANTE	TIENDA DE AUTOSERVICIO	12921740	1366*	234

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
DON PEDRO	BRANDY	12913560	806*	87
BACARDI CASA	CASA PRODUCTORA	11133360	1162	57
NEGRA MODELO	CERVEZAS	10787550	456*	124
BLANCO	TIENDA DE AUTOSERVICIO	10574000	1680*	326
PEDRO DOMECQ	CASA	10376850	585*	57
VIDAMINAS	VITAMINAS	10375160	566*	220
EL SOL DE MEXICO	PERIODICO	10365860	1510*	561
COCAL COLA	REFRESCOS	9879840	1164*	105
EL PUERIO DE LIVERPOOL	ALMACENES	9812600	2909*	353
TELEGUIA	REVISTA	9150960	391	304
PRESIDENTE	BRANDY	9030000	534	40
BANCOMER	INSTITUCION	8925650	979*	310
CANADA	LINEA DE CALZADO	8761500	1784*	100
EL NACIONAL	PERIODICO	8722450	1144*	278
MUSSART	DISCOS	8589630	1402	276
K-2	TELEVISION	8468350	1291*	281
CARNET	TARJETA DE CREDITO	8232500	734	105
EXIN	JUGUETES	8217700	1588*	190
BACARDI	RON BLANCO	8141400	550	42
VIEJO VERGEL	BRANDY	8085600	713	43
SUPERIOR	CERVEZAS	7502600	1016*	247
MOPAR	REFACCIONES	7429860	905*	73

FUENTE: REPORTE DE GASTOS PUBLICITARIOS EN TELEVISION DEL DISTRITO FEDERAL
ENERO-DIC. 1981

A.C.A.

INCO (INST.NACIONAL DEL CONSUMIDOR)

CEDIC (CENTRO DE DOCUMENTACION E INFORMACION SOBRE CONSUMO).

ANUNCIOS DE LAS MARCAS PRINCIPALES POR SU INVERSION EN ANUNCIOS PASADOS
EN T.V. - D. F. DURANTE EL AÑO DE 1982.

E N E R O

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE		
BANCOMER	TJETA. DE CREDITO	24783410	1937*	370
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	24453340	1730*	596
BANCOMER	INVERSION	18850360	1514*	195
BANAMEX	TJETA. DE CREDITO	18080850	1586*	165
SUPERIOR	CERVEZA	16915150	896*	449
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	15905590	1944*	389
CARTA BLANCA	CERVEZA	15018300	1263*	216
COMERCIAL MEXICANA	TIENDA DE AUTOSERVICIO	13612900	1168*	173
DON PEDRO	BRANDY	12765600	900*	90
BANCOMER	INSTITUCION	12041640	1449*	336
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	11391700	3009*	399
TECATE	CERVEZA	10912760	1174*	117
BARCEL	PAPITAS FRITAS	10169700	1965*	126
BANAMEX	CAJAS PERMANENTES	10016800	1296*	136
BANAMEX	INSTITUCION	9347700	1828*	170
RALEIGH	CIGARROS	8959100	1302*	87
NOVEDADES	PERIODICO	8658790	1497*	309
BRISA	CERVEZA	8571600	1175	106
XXX	CERVEZA	8484300	855*	113
BANCOMER	CTA. DE AHORROS	8379900	1639*	94
MAESTRO LIMPIO	LIMPIADOR	7635550	1000*	50
NEGRA MODELO	CERVEZA	7605600	356*	69
CANADA	ZAPATERIA	7480900	1431*	80
RITZ	HOTEL	7152500	1085*	230
LA MADELON	CENTRO NOCTURNO	7138460	1202*	239

F E B R E R O

SUPERIOR	CERVEZA	23743690	2331*	244
BANAMEX	INSTITUCION	22662980	2780*	217
BANCOMER	TJETA. DE CREDITO	20917270	1836*	294
CARTA BLANCA	CERVEZA	19435870	1235*	182
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACENES	18240220	4561*	506
CHRYSLER-INSTITUCION	AUTOMOVILES	17724000	1278*	101
DON PEDRO	BRANDY	15720000	1230*	85
BANCOMER	INVERSION	15641320	1275	119

MARCA	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
BANAMEX	CAJAS PERMANENTES	15150900	1524*	137
BARCEL	BOTANAS	12151980	1865*	106
RALEIGH	CIGARROS	10750260	1176*	94
NOVEDADES	PERIODICO	10415640	2105*	283
DECAF	CAFE	9880380	1419*	115
BANCOMER	CUENTA DE AHORROS	9753550	1378*	94
BRISA	CERVEZA	9600960	984*	267
BANCOMER	INTITUCION	9570640	1422*	267
CASA BLANCA	CTO. NOCTURNO	8954720	1437	206
TECATE	CERVEZA	8944560	1081	83
LA MADELON	CTO. NOCTURNO	8760820	1882*	219
MAESTRO LIMPIO	LIMPIADOR PARA PISO	8750000	879*	42
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	8661120	1495*	89
XXX	CERVEZA	8497800	1059*	98
VICERONY 2 PRESENTACIONES	CIGARROS	8400600	1088*	84
RITZ	HOTEL	8396500	1434	205
Fiesta	CIGARROS	8286960	1351	67
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	8203300	417*	103
BANCO MEXICANO SOMEX	INSTITUCION	8055860	782	109
ADAM'S CAJITA CELOFAN	CHICLES	7732890	1589	62
ADAM'S TIPO AMERICANO	CHICLES	7659000	1262*	71
FUERZA VIVA	DETERGENTE	7564710	1731	130

M A R Z O

CHRYSLER	INSTITUCION	27936200	2265*	164
BANAMEX	INVERSION	22591500	2136*	174
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	21760380	4033*	643
BANCOMER	TJTA. DE CREDITO	19936740	2114*	253
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	18285470	3888	443
MAGI CUENTO	REVISTAS	17754880	3870*	532
DON PEDRO	BRANDY	16836000	1374*	92
RALEIGH LIGHTS	CIGARROS	14236860	1987*	167
DART K 82	AUTOMOVILES	13589000	846	71
BANCOMER	INVERSION	13201480	1231*	92
CANADA PLANTA	CALZADO	12558970	1868*	127
NOVEDADES	PERIODICO	11988850	2178*	310
CARTA BLANCA	CERVEZA	11890980	1061*	125
BARCEL	PRODUCTOS	11443980	1560*	123
CARTA BLANCA	LINEA DE CERVEZAS	11188990	822*	97
BANCOMER	SI CAJA PERMANENTE	10909210	1180*	132

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
SUPERIOR	CERVEZA	10487400	1357	172
UNIROYAL	LLANTAS RADIAL DE ACERO	9518000	640	58
AJAX PINO	LIMP. P/PISO	9478630	1374	60
MAESTRO LIMPIO	LIMP. P/PISO	9398000	1058	45
BANAMEX	INSTITUCION	9369000	1802*	147
SUBURBIA	ALMACEN	9364710	1531*	125
KRYSTAL	HOTEL	9314930	1185*	96
BANCOMER	CTA. DE AHORRO	9201800	1466	93
BRISA	CERVEZAS	9107560	1164	79
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	9063240	1481	231
EXCELSIOR	PERIODICO	9038770	1812*	295
MUSSART	DISCO	9017840	1548*	210
EL PATIO	CENTRO NOCTURNO	8959910	1727*	240
BANRURAL	INSTITUCION	8550000	957*	171

A B R I L

BANCOMER	SI CAJA PERMANENTE	29212260	2538*	270
BANAMEX	INVERSION	26713500	2013*	189
DON PEDRO	BRANDY	21939000	1053*	88
CARTA BLANCA	CERVEZA	10192200	1388*	173
SUPERIOR	CERVEZA	17964560	1655*	347
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	14626770	3716	389
COCA COLA	REFRESO	13902000	2218	106
MAGI CUENTO	REVISTA	13675680	3415*	419
EXCELSIOR	PERIODICO	13033960	2753*	416
BACARDI	RON BLANCO	12897000	727	52
CERVECERIA MOXTEZUMA	CERVEZA	12593500	489*	328
BANCOMER	TJTA. DE CREDITO	12537750	595*	239
CHRYSLER	INTITUCIONAL	11959960	965*	86
NOVEDADES	PERIODICO	11542260	2396*	343
SPLENDOR	SHAMPOO	11231650	1012	55
NESTEA	AGUAS FRESCAS	10668000	1457*	100
LA MADELON	CENTRO NOCTURNO	10552020	1771*	232
RALEIGH LIGHTS	CIGARROS	10262300	1327*	110
RITZ	HOTEL	9772000	1236*	215
KELLOGG'S	CORN-FLAKES	9687800	1979*	120
VICEROY LIGHTS	CIGARROS	9592800	1047*	94
FUERZA VIVA	DETERGENTE	9171830	2186	150
CHRYSLER DART K-82	AUTO	8988460	755*	60
BANCOMER	INVERSION	8778600	727*	54
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	8666190	1682*	211

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
K2 MODULAR	LINEA ELECTRONICA	42934659	4682	639
CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	33021450	6211*	842
EXCELSIOR	PERIODICO	29704599	3092*	514
BANAMEX	INVERSION	27231000	2265*	187
BLANCO	TDA. DE AUTOSERVICIO	21871249	2788	401
COCA COLA	REFRESCO	19723000	2957*	156
CARTA BLANCA	CERVEZA	16919166	1321*	154
BANCOMER	INVERSION	16441883	1436	126
TECATE	CERVEZA	15997500	2051	132
EL HERALDO	PERIODICO	15877150	916*	394
SUPERIOR	CERVEZA	15571500	1171*	262
BRISA	CERVEZA	15386000	1703*	121
DON PEDRO	BRANDY	15237000	1040*	83
BANCOMER	SI CAJA PERMANENTE	14586916	1482*	142
BANCOMER	TJTA. DE CREDITO	14448300	834	238
NOVEDADES	PERIODICO	14169650	2533	389
CARTA BLANCA	LINEA DE CERVEZA	13306000	906	112
BACARDI	RON BLANCO	12874000	1042	52
EL UNIVERSAL	PERIODICO	12348750	1615	259
PARAISO MARRIOT	HOTEL	12264816	1920*	327
CERVECERIA MOCTEZUMA	CERVECERIA	11026500	262*	169
EL NACIONAL	PERIODICO	10360000	1498	198
ARIOLA	DISCOS Y CASSETTES	10009983	1407*	140
FIESTA	CIGARROS	9856932	2074	180
AMERICAN EXPRES	TJTA. DE CREDITO	9726000	1244*	107
FUERZA VIVA	DETERGENTE	9617700	1895	116
KOTEX	TOALLAS FEMENINAS	9600000	945*	61
RALEIGH	CIGARROS	9494950	811*	71
MAGICUENTO	REVISTAS	9479850	3468*	291
PRESIDENTE	BRANDY	9379000	556	68
CANADA	ZARPAZO	9294000	1384	80
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	8982000	797*	72

J U N I O

SUPERIOR	CERVEZA	68105980	1563*	519
COCA COLA	REFRESCO	60423900	3133*	424
CARTA BLANCA	CERVEZA	59860960	3325*	536
BANAMEX	INVERSION	52158700	3082*	676
BANAMEX	TARJETA DE CREDITO	51772350	1814*	282
PRESIDENTE	BRANDY	51685950	4846*	1065
BIMBO	PAN DULCE	30009970	3837*	239
BANAMEX	FINANCIAMIENTO	29133000	670*	135

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
EXCELSIOR	PERIODICO	28824950	3218*	525
BANAMEX	INVERSION	27182200	2508*	373
TECATE	CERVEZA	26524500	1706*	184
CASA PEDRO DOMEQ	INSTITUCION	26107000	1138	189
BRISA	CERVEZA	25583100	1469*	172
RALEIGH	CIGARROS	25142600	1722*	198
VIEJO VERGEL	BRANDY	21574120	423*	121
BLANCO	TDA. DE AUTOSERVICIO	20741200	2406*	352
BANOBRAS	VALORES	20462380	79*	95
BOBADILLA 103 E.N.	BRANDY	20015470	224*	113
XXX	CERVEZA	19582000	669*	159
CARTA BLANCA	LINEA DE CERVEZAS	19191600	996*	128
MOCTEZUMA	CERVECERIA	18451770	198*	168
SAUZA	TEQUILA	17690410	141*	155
BANCOMER	INVERSION	17327170	1496*	127
BIMBO	PAN INTEGRAL	17001600	792*	118
BACARDI	RON BLANCO	16744000	881	71
ADAMS CAJITA CELOFAN	CHICLES	14611500	1427	108
CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	14550480	1181	202
MAGI CUENTO	REVISTA	13802710	3559*	454
BARCEL	BOTANAS	13159500	288*	81
BARCEL	PRODUCTOS	13144000	1179*	229
VERGEL CASA	INSTITUCION	12721600	25*	78
C.B.S.	DISCOS L.P.	12687460	2299*	229
BURGER BOY	RESTAURANT	12509800	634	117
MARINELA	GANSITOS	12415500	763*	87
BOBADILLA CASA	INSTITUCION	12372270	15*	80
SAUZA CONMEMORATIVO	TEQUILA	12300000	84*	59
BANCOMER	SI CAJA PERMANENTE	12289900	1218*	111
UNIROYAL	LLANTAS RADIAL DE ACERO	12265500	295*	73
BARCEL	CHICHARRON DE HARINA	12233500	1178	95
SPORT	CIGARROS	12191500	1313	103

J U L I O

COCA COLA	REFRESCO	43477000	3813*	339
CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	43014860	6692*	981
PRESIDENTE	BRANDY	40960990	2641	282
CARTA BLANCA	CERVEZA	38000000	3160	345
BANAMEX	TJTA. DE CREDITO	33525000	1292*	181
PEDRO DOMEQ	CASA PRODUCTORA	32310000	1370*	111
SUPERIOR	CERVEZA	28390300	287	218
BANAMEX	INVERSION	26072990	1039*	149

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
SUPERIOR LATA	CERVEZA	25743100	1018	218
BIMBO	PAN DULCE	24635200	4329*	231
BANAMEX	INSTITUCION	23660850	2619	294
RALEIGH	CIGARROS	23234000	1558*	185
TECATE	CERVEZA	22149500	2063	187
BRISA	CERVEZA	20581500	2118	173
BACARDI BLANCO	RON	19287000	1087	80
BLANCO	TIENDA DE AUTOSERVICIO	18694800	2371*	331
BANAMEX	FINANCIAMIENTO	16514400	699*	97
EL HERALDO	PERIODICO	16501120	1501*	400
BIMBO	PAN INTEGRAL	15531000	689	106
BOBADILLA 103 ETI.N.	BRANDY	15082810	122*	114
BANCOMER	TJTA.DE CREDITO	14455630	830	188
TANG	JUGO DE NARANJA	13242000	2146*	114
BANCOMER	INVERSION	12855460	972*	94
VIEJO VERGEL	BRANDY	12612430	717	82
BARCEL	CHICHARRON DE HARINA	11519000	1458	94
AMERICAN EXPREESS	TJTA. DE CREDITO	11462450	1279*	112
MEDIA DE NESTLE	CREMA DE LECHE	11432820	2295*	96
BARCEL	PAPAS ADOBADAS	11293500	1529	96
DON PEDRO	BRANDY	10614000	710	29
SUBURBIA	ALMACEN	10329540	2355*	199
KELLOGG'S	CORN FLAKES	10165500	2401*	102
MARINELA	GANSITO	9902490	1198	48
FUERZA VIVA	DETERGENTE	9849400	2165*	141
BURGER BOY	RESTAURANTE	9745750	1039*	98
ADAMS	FUTY GOM	9649500	1829*	104
BARCEL	QUECHITOS	9485500	1831	86

A G O S T O

CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	56781850	6533*	1256
PRESIDENTE	BRANDY	53141000	2741	256
BANCOMER	TJTA. DE CREDITO	25543500	1030	218
DON PEDRO	BRANDY	23162500	1203	54
BIMBO	PAN DULCE	22627500	2668*	143
TANG	JGO. DE NARANJA	21762000	2549*	141
KLEEN BEBE	PAÑAL DESECHABLE	19374000	2602	120
K-2	MODULAR	18578000	1115	273
RALEIGH	CIGARROS	18506000	1396*	85
BRISA	CERVEZAS	18191900	1865*	126

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
BARCEL	PAPITAS FRITAS	18004500	2930*	123
CONASUPO-FONACOT	UTILES ESCOLARES	17775450	1210*	296
SUPERIOR LATA	CERVEZA	17604900	948	146
EL PTO. DE LIVERPOOL	ALMACEN	17491210	2443*	302
BANAMEX	TJTA. DE CREDITO	17421000	1647*	90
KOOL AID	AGUAS FRESCAS	16906200	1992*	149
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	16839480	2844*	270
BLANCO	TDA.DE AUTOSERVICIO	16743000	1674*	248
CARTA BLANCA	CERVEZA	16202900	1840*	116
TECATE	CERVEZA	14346400	1600*	87
EL HERALDO	PERIODICO	14284650	847*	214
ADAMS	CAJITA CELOFAN	14104800	2311	94
EL UNIVERSAL	PERIODICO	14023500	1111*	217
BACARDI	RON BLANCO	14002000	1206	76
COCA COLA	REFRESCO	13795000	1661*	85
FUERZA VIVA	DETERGENTE	13472350	2181*	142
RITZ	HOTEL	13462300	1288*	199
SCRIBE	CUADERNOS	13384500	1743	147
CBS	DISCO L.O.	13286680	1609*	177
BOBADILLA 103 ET.N.	BRANDY	12784700	178	81
DOLCA	CAFE	12750900	2001*	102
KELLOGG'S	CORN FLAKES	12736320	2295*	120
BANAMEX	INSTITUCION	12470000	1160*	97
KODAK	ORGANIZACION	12190500	1175*	70

S E P T I E M B R E

PRESIDENTE	BRANDY	50418100	2110*	247
CHRYSLER	INSTITUCIONAL	42716500	1895*	141
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACENES	40085700	4290*	712
BANAMEX	INSTITUCION	32503700	1594*	236
BACARDI	RON BLANCO	29911500	1324*	95
CARTA BLANCA	CERVEZAS	24400400	2169*	155
BOBADILLA 103 ET.NEGRA	BRANDY	21663000	521*	121
KODAK	CAMARA DIC 4000	20668040	1777*	124
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACENES	20446260	2147*	268
TANG	JUGO DE NARANJA	20327700	2622*	128
TECATE	CERVEZAS	19828800	2061	120
BRISA	CERVEZAS	18279600	1736*	115
FRESEN UP	CHICLES	18162000	2458	103
EL SOL DE MEXICO	PERIODICOS	18125630	1451	498

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
JOHNSON	CERA LIQUIDA	17821500	2381*	120
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	17708180	2714*	253
C.M. CHEVROLET	CONCESIONARIA	16936300	1117	131
KOOL AID	AGUAS FRESCAS	16847500	2137*	126
KELLOGG'S	CORN FLAKES	16510900	2825*	143
RALEIGH	CIGARROS	16414000	2075	165
EL NACIONAL	PERIODICOS	16318150	1833*	254
BANCOMER	TJTA. DE CREDITO	15952020	723*	128
BACARDI	RON AÑEJO	15300000	729	51
MARINELA	GANSITOS	15231000	2491*	121
CONASUPO-FONATUR	UTILES ESCOLARES	14562750	969*	245
BIMBO	PAN INTEGRAL	14477700	1833*	88
CONASUPO-SAM	ALIMENTACION BALANCEADA	14184600	908*	271
EL UNIVERSAL	PERIODICOS	14013150	1127	219
ARIOLA	DISCOS CASSETTES	13440230	1187*	150
BANCOMER	INTITUCION	13374150	532*	85
BLANCO	TIENDAS DE AUTOSERVICIO	13138000	1291*	234
KODAK	ORGANIZACION	13106400	1288*	75
JELLO	GELATINAS	12538000	1426	74
VICEROY LIGHTS	CIGARROS	12518400	1048	111
FUERZA VIVA	DETERGENTES	12489150	2049	136
ARIEL	DETERGENTES	11720730	1513	86
DON PEDRO	BRANDY	11466000	555	26
MEDIA DE NESTLE	CREMA	11196670	2354	89
BURGER BOY	RESTAURANTES	11196300	1353	91

O C T U B R E

PRESIDENTE	BRANDY	74626200	3744	365
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACENES	65289250	7115*	1310
BANAMEX	INSTITUCION	42411200	3414*	369
VERGEL	CASA	30541550	866*	110
CARTA BLANCA	CERVEZAS	28304850	2163*	183
BANCOMER	INVERSION	26912300	617*	117
EL SOL DE MEXICO	PERIODICOS	26436950	3225*	644
BACARDI	BLANCO RON	25469600	1682	109
LILI LEDY	JUGUETES	24969000	3706*	412
EL UNIVERSAL	PERIODICOS	23917500	2165*	335
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACENES	22660700	2521*	315
AMERICAN EXPRESS	TJTA. DE CREDITO	22190800	1546*	179
GRAL. MOTORS CHEVROLET	CONSESIONARIA	21736500	1612	166
KODAK CAMARA DISC.	CAMARA FOTOGRAFICA	20979250	1803	128
RALEIGH.	CIGARROS.	20305000	1458	114

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
DON PEDRO	BRANDY	20258000	1112	53
BRISA	CERVEZAS	18904650	2025	120
TANG	JUGOS	18558900	2792	102
BLANCO	TIENDAS DE AUTOSERVICIO	17868900	260	141
KOOL-AID	AGUAS FRESCAS	17693400	2369*	130
JOHNSON	CERA LIQUIDA	17389500	2672*	105
BACARDI	RON AÑEJO	16035000	872	54
SMIRNOFF	VODKA	15671200	640*	79
COMANDER	CIGARROS	15042000	1420	131
BURGER BOY	RESTAURANT	14986750	1701*	119
MARINELA GANSITOS	PASTELITOS	14905500	2376	116
VICEROY LIGHT	CIGARROS	14545800	1136	90
TECATE	CERVEZAS	14358600	1759	81
KODAK	ORGANIZACION	14265750	1210*	79
NIDO	LECHE EN POLVO	14218000	2027*	84
ADAM'S FESEN UP	CHICLES	14100000	2141	80
ATLANTIC 82	AUTO	14032350	402	77
RAY O VAC	PILAS	13690800	1417*	76
ASTROS	CENTRO DE DIVERSIONES	13214270	2142*	311
FABULOSO	LIMPIADOR	13028000	1328*	100

NOVIEMBRE

PRESIDENTE	BRANDY	82366200	3494	382
BANAMEX	INSTITUCION	59887900	3403*	376
LILI LEDY	JUGUETES	55938500	8229*	953
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	32880100	3366*	830
BANCOMER	CTA. DE AHORROS	31663800	2843*	388
AMERICAN EXPRESS	TJA. DE CREDITO	29129500	2356*	218
BACARDI BLANCO	RON	27855500	1097	89
ENSUEÑO	JUGUETES	24981000	4139*	402
EL SOL DE MEXICO	PERIODICO	24027450	3122*	631
MATTEL	JUGUETES	23214000	2835*	210
DON PEDRO	BRANDY	19404000	889	44
NOVEDADES	PERIODICO	19275550	2397*	297
ARIEL	DETERGENTE	18346800	1764*	114
RALEIGH	CIGARROS	18276300	1520	112
BANCOMER	INVERSION	18056300	1123*	114
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	17504960	3076*	717
GRUPO SERFIN	INSTITUCION	17154300	1752	141
FABULOSO	LIMPIADOR	17133400	2011*	151
EL UNIVERSAL	PERIODICO	17030100	1441*	266
KOOL AID	REFRESCOS EN POLVO	16461000	2525	110
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	16427560	1923*	277

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
JOHNSON	CERA PARA CALZADO	16263000	2621*	92
BARCEL	PALOMITAS CON CHILE	16080000	2584	126
BARCEL	PAPITAS FRITAS	15690000	2627	132
CARTA BLANCA	CERVEZA	15365500	1235*	97
EXCELSIOR	PERIODICO	15348200	979*	210
FUERZA VIVA	DETERGENTE	15331800	2640	162
FRESHEN UP.	CHICLES	14582000	2235	84
NIDO LECHE EN P.	LECHE EN POLVO	13614000	2248	81
SEDAN 83	AUTO	13364600	920	98
BACARDI Y CIA.	INSTITUCION	13209000	753	36
EMI CAPITOL	DISCOS L.P.	12954200	1373	173
BRISA	CERVEZA	12274500	1335*	73
BACARDI AÑEJO	RON	12246000	569	43
BLANCO	ALMACEN	11799000	*	78
CANADA	LINEA DE CALZADO	11428500	1845	74
LA LECHERA	LECHE CONDENSADA	11391400	2589	128
CLYO	FRAGANCIA.	11304000	1701*	81

D I C I E M R E

LILI LEDY	JUGUETES	141936000	17836*	1559
CIA. HNOS VAZQUEZ	MUEBLERIA	105620200	8249*	1979
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACENES	64936310	4869*	645
BANAMEX	INSTITUCION	61384670	2164*	236
BANAMEX	TJTA. DE CREDITO	55672700	1929*	217
MATTEL	JUGUETES	50322000	4346*	312
PRESIDENTE	BRANDY	39030300	1022*	149
BANCOMER	INVERSION	38899160	1891*	189
RALEIGH	CIGARROS	38312760	2132*	165
BANCOMER	INSTITUCION	37064390	2912*	227
COCA COLA	REFRESCO	34670620	2046*	96
GIGANTE	TDAS. DE AUTOSERVICIO	33779000	1795	118
BANCOMER	CTA. DE AHORRO	33517700	2258*	285
AMERICAN EXPREESS	TJTA. DE CREDITO	32056000	1336*	162
ENSUEÑO	JUGUETES	31027500	3693*	339
EL SOL DE MEXICO	PERIODICO	30370950	2696*	639
CERVECERIA CUAUHTEMOC	CERVEZAS	29863950	1904	102
BANCOMER	TJTA. DE CREDITO	29454750	1677*	196
BANCOMER	FINANC. AGROPECUARIO	29263480	1465	149
LA AZTECA	PRODUCTOS SORTEO	28392650	1742*	136
BACARDI Y CIA.	ANUNCIOS DE CASA	27161000	1238	74
SEARS ROEBUCK	ALMACENES	27087100	3564*	218
ARIEL	CAMPAÑAS	27000200	1508*	106

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
DON PEDRO	BRANDY	26412000	919*	40
AURRERA	TDAS. DE AUTOSERVICIO	26127150	2087*	209
SUBURBIA	ALMACENES	26051270	2618*	244
FABULOSO	POLVO LIMPIADOR.	25951300	1935*	163
BACARDI BLANCO	RON	25065000	558	51
NOVEDADES	PERIODICO	24258900	1859*	318
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	23494950	1743	252
BANAMEX	INVERSION	22097850	441	46
SUAVITEL	DETERGENTES ESP.	21620000	1121	45
FUERZA VIVA	DETERGENTES	21584700	2199	148
EXCELSIOR	PERIODICO	21375600	939	235
PEDRO DOMECCO CASA	ANUNCIOS DE CASAS	21131500	1385*	117
SEDAN 83	AUTOS	20366000	1095*	116
EMI CAPITOL	DISCOS L.P.	20138790	1588*	174
MARLBORO	CIGARROS	19696500	763	146
CONASUPO-CONGRESO	CAMPAÑA	19609670	776*	292
SABRITAS	SABRITAS	19505120	2811	115

ANUNCIOS DE LAS MARCAS PRINCIPALES POR SU INVERSION DE ANUNCIOS PASADOS
EN T.V. - D. F. DURANTE EL AÑO DE 1983.

E N E R O

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS. VAZQUEZ	MUEBLERIA	116589850	9066*	1536
BACARDI BLANCO	RON	34797000	1024	69
ARIEL	DETERGENTE	33145900	1609*	96
PRESIDENTE	BRANDY	31780800	823	171
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	30108510	2650	257
NOVEDADES	PERIODICO	28485750	3053	274
BANAMEX	INSTITUCION	27747700	568*	81
ADAMS TIPO AMERIC.	CHICLES	25766000	1984*	93
ROSA BLANCA	CONSOMES	25613000	2762	124
COCA COLA	REFRESCO	25178500	1378	60
BACARDI AÑEJO	RON	23670000	949	46
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACENES	21173970	1881*	202
SEARS ROEBUCK	ALMACENES	20757920	2826	157
KODAD ORGANIZACION	ANUN. DE CASA PRODUCTORA	18902000	944	63
CARTA BLANCA	CERVEZA	18807000	972	72
BIMBO	PAN INTEGRAL	18316500	1729	71
LILI LEDY	JUGUETES	17768000	2236*	172
JOHNSON	CERAS PARA CALZADO	17530500	1936	64
GIGANTE	TIENDAS DE AUTOSRVICIO	17019500	2049	104
RALEIGH	CIGARROS	16899880	1247	67
POND'S CREMA "S"	CREMA PARA LA PIEL	16659000	2376*	132
SALVO PLUS	DETERGENTE	16291100	1123*	90
RAFF	DISCOS	16246760	1873	185
ALERT	SHAMPOO	15883320	1059*	47
LA AZTECA	PRODUCTOS SORTEO	15812850	1576	94
CHOCO MILK	CHOCOLATE	15537100	1391*	87
LEVI STRAUS	PANTALONES	15507500	1344	58
DON PEDRO	BRANDY	15327000	635	29
FUERZA VIVA	DETERGENTE	14717700	1032*	50
SUBURBIA	ALMACENES	14491490	1183	98
BANAMEX	TARJETA DE CREDITO	14136900	223	25
DURACELL	PILAS	13915700	865	58
RITZ	HOTELES	13864630	2063	200

F E B R E R O

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	100046900	6271*	985
COCA COLA	REFRESCO	47444000	2600	106
BACARDI	RON	32733000	1084	64
FUERZA VIVA	DETERGENTE	31049620	1866*	105
ARIEL	DETERGENTE	30172260	1638*	102
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	28383920	2290*	286
RAFF	DISCOS	26952830	3330	297
BACARDI AÑEJO	RON	23901000	954	47
RALEIGH	CIGARROS	23460000	1521	106
CARTA BLANCA	CERVEZA	22071000	1104*	81
NOVEDADES	PERIODICO	21616530	2242	214
EL PALACIO DE HIERRO	ALMACEN	21488500	1250*	170
GENERAL MOTORS-CHEVROLET CELEBRITY 83 AUTOMOVIL		21269500	1134*	95
SEARS ROEBUCK	ALMACEN	18975920	2640	147
KRANKY DE RICOLINO	CARAMELOS, DULCES Y CHICLOSOS	17552000	444*	96
PEPSI COLA	REFRESCOS	17458500	1683	66
SUBURBIA	ALMACEN	17401700	1657*	146
GENERAL MOTORS-CHEVROLET 83	AUTO	17172500	912*	82
CBS DISCOS L.P.	DISCOS	17099150	2107*	201
FIESTA	CIGARROS	17095500	1374	66
RITZ	HOTEL	16991970	2325	220
JOHNSON	CERAS PARA CALZADO	16606500	1794	61
POND'S "S"	CREMAS PARA LA PIEL	16290000	2338*	130
PRESIDENTE	BRANDY	16275600	199*	80
ADAM'S TIPO AMERICANO	CHICLES	15808500	1422	60
EMI CAPITOL	DISCOS	15558000	1589	111
KODAK	ANUNCIOS DE LA CASA PROD.	14994000	1020	54
SALVO PLUS PARA TRASTES	DETERGENTE ESPECIAL	14607420	1180	92
BANCOMER	CUENTA DE AHORRO	14497000	411*	73
CANADA	PESO PLUMA CALZADO	14305000	2427	93
DOLCA	CAFE	14047500	1446*	56
CARIBE AUTO 83	AUTOMOVIELS	14009000	706*	91
BAYCON VERDE	INSECTICIDAS	13821000	1404	51
ROSA BLANCA	CONSOME	13725400	2109	100
DON PEDRO	BRANDY	13260000	537	20
CHOCOMILK EN POLVO	CHOCOLATES	13160000	1266*	77

M A R Z O 1983

CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACENES	62'355550	4625*	707
EL PALACIO DE LIVERPOOL	ALMACENES	37'778940	2707*	325
TELEFUNKEN-TV	LINEA ELECTRONICA	36'167650	2829	449
BACARDI BLANCO	RON	33'520500	1097	67
FUERZA VIVA	DETERGENTE	31'466500	2051	92
CARTA BLANCA	CERVEZAS	30'264030	1466*	111
AUTOMEX LE BARON 83	AUTO	30'200700	1601*	84
NOVEDADES	PERIODICOS	29'623150	3573*	360
ARIEL	DETERGENTE	26'479500	1822*	106
KODAK CAMARA	CAMARA Y PELICULAS	25'590000	2049*	119
BACARDI AÑEJO	RON	24'987000	921	49
COCA COLA	REFRESCOS	22'468500	2123	84
RALEIGH	CIGARROS	22'122480	1499	91
SETTIA	ZAPATOS TENIS	21'882000	1953*	73
SEDAN 83	AUTO	21'857500	1077*	126
GENERAL MOTOR CELEBRITY 83	AUTO	20'670780	1065	91
POND'S CREMA"S"	CREMA PARA LA PIEL	18'637000	2764*	146
MUSSART	DISCO	17'978790	2057*	178
GOOD YEAR OXO	LLANTAS	17'826320	929*	95
GENERAL MOTOR CITATION	AUTO	17'189460	872	77
EL PALACIO DE HIERRO	ALMACENES	17'129200	1519*	158
GRAL. MOTOR CHEVROLET C.	AGENCIA DE AUTOMOVILES	16'821100	1201*	147
LEVIS STRAUSS	PANTALONES	16'799000	1779*	76
SALVO PLUS	DETERGENTE ESPECIAL	16'668560	1429*	109
CHOCO MILK	POLVO	16'403500	1725*	93
SEAR ROEBUCK	ALMACENES	16'240000	2166	119
AUTOMEX MAGNUM 400-83	AUTO	16'031700	826*	39
CORONA DE BARRIL	CERVEZAS	15'697500	434*	69
UNIROYAL RADIAL	LLANTAS DE ACERO	15'587400	950*	68
PEPSI COLA FAMILIAR	REFRESCOS	15'466500	1494*	62
ALERT	SHAMPO	15'233600	955	44
MARINELA GANSITOS	PANES Y PASTELITOS	15'144000	1819	69
REGIO	PAPEL HIGIENICO	15'030000	1594	56
DON PEDRO	BRANDY	14'586000	561	22
SABRITAS-PAPAS FRITAS	BOTANAS	14'583500	1663	75
NAFINSA Y BCO. INTERNACIONAL	INVERSION EN VALORES	14'427000	235*	46
SUBURBIA	ALMACENES	14'369450	1305	94
SUAVITEL	DETERGENTE ESPECIAL	13'720000	936	40
VEL ROSITA	DETERGENTE ESPECIAL	13'710000	1375*	64

MARCAS	A B R I L PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	60'504500	2874	449
BACARDI	RON	31'158000	1309	61
CARTA BLANCA	CERVEZA	31'131600	1700	116
AURRERA	T. DE AUTOSERVICIO	28'813000	2711*	174
KODAK KODACOLOR PELICULA	CAMARAS, FOTOGRAFICAS Y PELI.	28'463000	2435*	122
EL PALACIO DE LIVERPOOL	ALMACEN	25'388290	2375	262
FUERZA VIVA	DETERGENTE	25'226920	1573	87
BACARDI AÑEJO	RON	24'303000	1178	48
RALEIGH	CIGARROS	24'265500	1884*	125
ARIEL	DETERGENTE	23'599280	1592	88
NOVEDADES	PERIODICO	23'305300	2566*	226
ADAM'S CAJITA CELOFAN	CHICLE	21'641000	2135	103
COCA COLA	REFRESCO	21'106500	2066*	79
CENTURY LIMITED	AUTO	20'716500	1711*	123
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	19'603500	1066*	77
CHOCO MILK EN POLVO	CHOCOLATE	18'657000	1779	94
COMERCIAL MEXICANA	TDA. DE AUTOSERVICIO	18'196500	1584*	98
TECATE	CERVEZA	17'737700	1447	65
PEÑAFIEL	AGUA MINERAL	17'734500	1169	78
GRAL. MOTORS-CHEVROLET	CAMIONES	17'482660	468	51
UNIROYAL RADIACERO	LLANTAS	17'449050	1092*	67
SEARS ROEBUCK	ALMACEN	16'747500	2433	124
RAY O VAC	PILAS	16'437000	1303	70
SALVO PLUS P/TRASTES	DETERGENTE ESPECIAL	16'005440	1137	65
RCA	DISCO L.P.	15'992330	1077	100
NAFINSA Y BCO. INTERNAL.	VALORES	15'879000	491*	61
YALE JEAN'S	PANTALONES	15'601500	1383*	80
BLANCO	TDA. DE AUTOSERVICIO	15'455480	145*	119
MARINELA	GANSITOS	15'265000	1841	69
PEERLES	DISCO L.P.	15'150250	845	112
SABRITAS	PAPAS FRITAS	14'662500	1414	77
ADAM'S TIPO AMERICANO	CHICLES	14'530500	1299*	58
EL SARDINERO	TDA. DE AUTORSERVICIO	14'105190	2828	480
EL PALACIO DE HIERRO	ALMACEN	14'064500	965	89
AJAX AMONIA	LIMPIADOR	14'024000	1118	54
SUAVITEL ENGUAGUE P/ROPA	DETERGENTE ESPECIAL	13'996000	949	39
GOOD YEAR OXO	LLANTAS	13'962000	784	81
DON PEDRO	BRANDY	13'923000	564	21
FIESTA	CIGARROS	13'8870000	1519	82
PARAISO MARRIOT	HOTEL	13'612780	839	153

M A Y O

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	62'692000	3254	679
G. MOTORS CHEVROLET LIM.	AUTOMOVIL	40'900500	2232*	178
SASSON	LINEA DE ROPA	38'962500	5534	235
COCA COLA	REFRESCO	35'176500	2203*	143
NOVEDADES	PERIODICO	34'327000	1884*	257
BACARDI CARTA BLANCA	RON	32'757000	1205	66
CER.CUAUHEMOC CARTA BLANCA	CERVEZA	31'278250	1928*	120
CER.CUAUHEMOC TECATE	CERVEZA	29'812500	2690*	115
FUERZA VIVA	DETERGENTE	27'775420	1655*	102
BACARDI AÑEJO	RON	25'887000	1014	51
ARIEL	DETERGENTE	24'908920	1629*	108
SALVO PLUS P/TRASTES	DETERGENTE ESPECIAL	23'445920	1609	102
SUPERIOR EN LATA	CERVEZA	23'304000	1263*	135
NORTH STAR	TENIS	21'721500	1578	92
GOOD YEAR OXO	LLANTAS	21'202000	1008*	127
OIL OF OLAY	CREMA HUMECTANTE	19'998000	1524	80
EXCELSIOR	PERIODICO	19'424600	1112	208
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	18'083890	1423	177
CHOCOMILK	CHOCOLATE	17'817000	1566	97
RITZ	HOTEL	17'815310	1738	185
SEARS ROEBUCK	ALMACEN	17'377500	2103	95
PEÑAFIEL	AGUA MINERAL	17'065500	1269*	69
RALEIGH	CIGARROS	16'974250	1217	74
G. MOTORS CHEVROLET M.C.83	AUTOMOVIL	16'537500	892*	69
MAESTRO LIMPIO	LIMPIADOR	16'499920	1187	84
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	16'449500	488*	58
ALERT	SHAMPOO	16'397000	756	53
AJAX AMONIA	LIMPIADOR P/ PISO	15'852000	1048*	62
SABRITAS	SABRITONES	15'676250	1218	92
JOHNSON	CERA P/CALZADO	15'588000	1587	57
RAPIDO	DETERGENTE	15'560500	1335	74
AURRERA	TIENDA DE AUTOSERVICIOS	15'471000	1035*	88
KRISTAL ROSA	HOTEL	15'261500	1388	67
PARAISO MARRIOT	HOTEL	15'206070	894	163
KLEENEX	PAPEL HIGIENICO	15'105000	1347	61
KLEEN BEBE	PAÑAL SUAVELASTIC	14'959500	1177	61
NAFinsa-BCO.INTERNACIONAL	VALORES	14'937500	522*	85
EL SARDINERO	TDA. DE AUTOSERVICIO	14'928880	3510	464
MA.EVANS TRATAMIENTO	PRODS. P/ EL CABELLO	14'822000	1163*	73
BIMBO	PAN DULCE	14'809000	1813	91

J U N I O

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
COCA COLA	REFRESCO	122'933220	4565	272
CARTA BLANCA	CERVEZA	72'387840	2573	311
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	64'554500	2765*	576
NOVEDADES	PERIODICO	40'085020	2253*	276
BACARDI BLANCO	RON	31'797000	1252	63
EXCELSIOR	PERIODICO	31'595500	1316	308
DON PEDRO	BRANDY	28'983000	1147	44
FUERZA VIVA	DETERGENTE	28'264720	1777*	99
SABRITAS	PAPAS FRITAS	26'625480	1226	109
BRISA	CERVEZA	26'454150	1101	92
BACARDI AÑEJO	RON	25'725000	1005	51
PRESIDENTE	BRANDY	24'770090	246	88
RAID MATABICHOS	INSECTICIDAS	24'047000	2469	88
SALVO PLUS P/TRASTES	DETERGENTE	24'003920	1509	104
BANAMEX INSTITUCION	BANCO	23'941480	1261*	101
SABRITAS	SABRITONES	23'740200	1188	116
NESTED	AGUA FRESCA	23'688260	1695	129
EL PATIO	CTRO. NOCTURNO	23'636360	1868	240
ARIEL	DETERGENTE	23'300720	1447	110
UNIROYAL	TECNICENTRO	22'752810	1655*	92
BIMBO	PAN DULCE	21'849000	2749*	133
BANAMEX	FINANCIAMIENTO	21'837270	649	79
SEARS ROEBUCK	ALMACEN	21'823000	2205*	149
HILTON	CIGARROS	21'330700	1259	109
VOLKSWAGEN DE MEXICO	ATLANTIC 83	21'120300	859*	136
OIL OF OLAY	CREMA HUMECTANTE	20'791500	1586*	84
PEDRO DOMEQ	CASA PRODUCTORA	20'693430	266	35
BANCOMER CTA. DE A.	BANCO	19'481020	652*	76
BURGER BOY	HAMBURGUESAS	19'379640	935	87
RALEIGH	CIGARROS	18'946700	1551*	84
RITZ	HOTEL	18'866340	2080	185
BLANCO	TDA. DE AUTOSERVICIO	18'621000	1228*	254
CHRYSLER	AUTO FINANCIAMIENTO	18'404520	524	65
SABRITAS	PIZZEROLAS	18'402720	1088	77
CAPRICE	SHAMPOO	18'187410	1323	75
EL PTO. DE LIVERPOOL	ALMACEN	17'863120	1813*	186
CORONA DE BARRIL	CERVEZA	17'775700	676	63
FANTA	REFRESCO	17'582850	765	71
CHOCO MILK	CHOCOLATE	17'129000	1663*	87

J U L I O

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	69'611000	4178*	608
PRESIDENTE	BRANDY	59'298410	2652	258
PEPSI COLA	REFRESCO	50'900200	2684	138
K-2 GRUPO SISTEMA	INDUSTRIA	45'295500	1563	189
THE NEWS	PERIODICO	39'186500	1923*	260
PEDRO DOMEQ	CASA PRODUCTORA	37'438700	1092*	75
CARNET	TJTA. DE CREDITO	37'347600	1344	91
BACARDI BLANCO	RON	35'658000	1461	70
DON PEDRO	BRANDY	35'470000	1363	77
NOVEDADES	PERIODICO	34'630500	2691*	225
BACARDI AÑEJO	RON	32'925000	1341	64
UNIROYAL TECNICENTRO	SERVICIOS PARA AUTOS	31'307930	1996*	128
VW ATLANTIC 83	AUTO	30'327600	798*	187
SAUZA SANGRITA	APERITIVO	29'678400	2010	167
COMERCIAL MEXICANA	TDA. DE AUTOSERVICIO	28'586700	2571*	177
SAUZA HORNITOS	TEQUILA	27'570500	832	63
SAUZA CONMEMORATIVO	TEQUILA	26'996900	880*	61
BANCOMER	CUENTA DE AHORROS	26'917900	1226*	107
BANCOMER	INVERSION	26'337540	983*	86
ARIEL	DETERGENTE	26'089420	2179*	134
MUSSART	DISCO	25'234530	3051	160
CBS	DISCO L.P.	23'631900	2235	226
HILTON	CIGARROS	22'963500	1758	129
KODAK	PELICULAS	22'383000	1829*	93
BLANCO	TDA. DE AUSERVICIO	20'625000	1281*	282
GRAL. MOTORS CHEVROLET	TLALPAN CONCESIONARIA	20'454000	1459*	145
TECATE	CERVEZA	19'596200	1375	80
VW.CARIBE 83	AUTO	19'436100	735*	104
FUERZA VIVA	DETERGENTE	18'964260	1306	58
RITZ	HOTEL	18'591310	2008	170
ESTIVAL	DESODORANTE	18'443400	1743	70
ADAM'S CAJITA CELOFAN	CHICLES	18'199500	1861	87
SEARS ROEBUCK	ALMACEN	17'958000	2022	115
LEVI'S	PANTALONES	17'830000	1715*	80
KOOL AID	AGUA FRESCA	17'739000	2267*	114

AGOSTO

MARCAS	PRODUCTOS	IMPORTE	RATING	SPOTS
PRESIDENTE	BRANDY	145'602110	3126*	274
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACENES	94'581000	3475*	389
DON PEDRO	BRANDY	86'228170	1565*	89
COCA COLA	REFRESCO	82'800000	4053	189
CARNET	TJTA. DE CREDITO	74'245590	1417	106
BACARDI AÑEJO	RON	73'440000	1410	67
PEPSI COLA	REFRESCO	72'819600	2255	101
BACARDI BLANCO	RON	71'460000	1375	65
SCRIBE	CUADERNOS	60'740000	2394	137
PEDRO DOMEQ	CASA PRODUCTORA	59'848260	934*	62
BANCOMER	INVERSION	58'440800	1252*	100
ARIEL	DETERGENTES	58'396400	2405*	136
FUERZA VIVA	DETERGENTE	56'678400	1908*	80
SAUZA HORNITOS	TEQUILA	55'017300	810	63
BANCOMER	CUENTA DE AHORRO	51'294350	1128*	109
K-2	TELEVISION	51'111000	1459	210
UNIROYAL	TECNICENTRO	49'634400	1660*	82
BANCA SERFIN	INVERSION	48'627600	1883	120
EVEREADY	PILAS	48'242000	2808*	150
CASA BLANCA	CTO. NOCTURNO	46'413600	1511*	202
SAUZA CONMEMORATIVO	TEQUILA	45'530100	653	56
EL PTO. DE LIVERPOOL	ALMACEN	43'881000	1735*	178
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	43'862400	1662*	183
V.WDE MEXICO	ATLANTIC	43'847020	652*	133
RITZ	HOTEL	43'464700	2278	196
SHAMPYEL	SHAMPOO PARA LA PIEL	43'440000	1989	76
CHOCO MILK	CHOCOLATE	42'898400	2033*	118
FUD	SALCHICHAS	42'615000	1007*	81
BANAMEX	INSTITUCION	41'590580	1753*	120
OIL OF OLAY	CREMA HUMECTANTE	41'091000	1433*	75
RALEIGH	CIGARROS	40'359000	1400	83
POND'S	MODELO DEL AÑO	39'896000	2829*	141
BANCOMER	FINANCIAMIENTO AGROP.	39'453000	894*	68
ADAM'S	CAJITA CELOFAN	38'685000	1509	82
SEARS ROEBUCK	ALMACEN	38'460880	2126*	111
AXION	DETERGENTE ESPECIAL	38'070200	1448*	61
COOD YEAR OXO	LLANTAS	37'700100	1060	83
LYS	SERVILLETAS	37'602000	1952	80
FIESTA	CIGARROS	37'451850	2056*	139
CBS	DISCO L.P.	37'396700	1360	164
KLEENEX	SERVITOALLAS	37'140000	1794	64

S E P T I E M B R E

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	182503500	2535	411
PRESIDENTE	BRANDY	154979310	2388	218
DON PEDRO	BRANDY	104927470	2102	110
MATTEL	JUGUETES	75390000	1988*	168
SAUZA CONMEMORATIVO	TEQUILA	74549400	891	75
BACARDI BLANCA	RON	73000000	1312	66
RALEIGH	CIGARROS	67416090	1996*	159
NOVEDADES	PERIODICO	66598770	2290*	212
BANCOMER	INVERSION	66178160	1391	106
BANCOMER	CUENTA DE AHORRO	65868900	1474*	134
BACARDI AÑEJO	RON	64780000	1160	59
SCRIBE	CUADERNOS	63915000	2486	130
CBS	DISCO L.P.	63157130	2239	303
PEPSI COLA	REFRESCO	61628450	2127*	88
CARNET	TARJETA DE CREDITO	60464000	1194	70
ARIEL	DETERGENTE	58654200	2641*	134
MANZANITA SOL	REFRESCO	58502520	2531	226
WESTER AIR LINES	LINEA AEREA	57041600	1655	88
PEDRO DOMECO	CASA	55173400	898	49
FUERZA VIVA	DETERGENTE	52094400	2092*	81
BANAMEX	TARJETA DE CREDITO	51329400	1370*	142
BACARDI	COCTEL	50216000	1027*	64
GOOD YEAR	CTRO.DE SERV. PARA AUTOS	48316290	1387*	120
BANCA SERFIN	INSTITUCION	47376430	571	47
EVEREADY	PILAS	47314000	2641*	151
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	46563350	2328*	179
SEARS ROEBUCK	ALMACEN	46333820	2577	128
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	45888000	1722*	137
BANCO DEL ATLANTICO	INSTITUCION	45887380	1727	103
K-2	TELEVISOR	45676500	709	177
LOS REYES	VINO BLANCO	45106740	461	42
MARLBORO	CIGARROS	44744700	874	72
BANCOMER	FINANCIAMIENTO AGROP.	44489680	1065*	73
FUD	SALCHICHAS	42860000	879*	86
DICO	MUEBLERIA	42421100	1427*	114
JOHNSON	CERA PURA CALZADO	41790000	2186*	73

OCTUBRE

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	196'148270	2721*	482
PRESIDENTE	BRANDY	153'765780	2392	216
BANAMEX	INVERSION	132'183440	1304*	155
CUELLOS, PUÑOS Y MONCH.	LIQUIDO PARA DESMANCHAR	107'930000	3770*	214
BANCOMER	INVERSION	98'767580	1970*	159
SABRITAS	PRODUCTOS	93'940000	*	56
DON PEDRO	BRANDY	86'474780	1492	82
BANAMEX	TARJETA DE CREDITO	85'992720	1266*	124
BANCOMER	CUENTA DE AHORROS	85'139610	1608*	172
BACARDI BLANCO	RON	77'400000	1343	70
BACARDI AÑEJO	RON	71'460000	1211	65
CHRYSLER DE MEXICO	INSTITUCIONAL	66'954000	2173*	122
NOVEDADES	PERIODICO	64'300410	1805*	203
VOLKSWAGEN DE MEXICO	ORGANIZACION	63'365770	1076*	126
KLEEN BEBE SORTEO	PRODUCTO PARA BEBE	61'297460	2627	134
BANCOMER	FINANCIAMIENTO AGROP.	60'462980	1132*	96
BANCA CONFIA	INSTITUCION	59'228400	1098*	120
MUSSART	DISCO	58'264200	3767	328
ARIEL	DETERGENTE	57'507000	2432*	135
VANITY	ROPA PARA DAMA	55'609600	2343	141
EL PATIO	CENTRO NOCTURNO	55'242720	1208*	262
CARNET	TARJETA DE CREDITO	54'299700	1048	64
RAY-O-VAC	PILA	53'248710	1722*	129
WESTERN AIR LINES	LINEA AEREA	52'878340	1015*	81
SAUZA CONMEMORATIVO	TEQUILA	52'673100	511	48
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	52'350050	1693*	202
FUERZA VIVA	DETERGENTE	52'343000	1500*	75
CBS	DISCO L.P.	49'850570	2006*	248
LOS REYES	VINO BLANCO	49'014000	486*	45
SEARS ROEBUCK	ALMACEN	47'432550	3055	137
ALERT	SHAMPOO	46'543200	1064*	71
CONFIELLE	DESODORANTE	45'840000	1088*	85
SAUZA SANGRITA	APERITIVO	44'307320	1069*	84
TECATE NUEVO ENVASE	CERVEZA	43'867200	1528	79

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
VOLKSWAGEN DE MEXICO	ATLANTIC 83	42'813450	610*	76
CHOCO MILK	CHOCOLATE	42'700000	685*	54
PEDRO DOMECO	CASA	42'356140	724	36
MELODY	DISCOS Y CARTUCHOS	42'355500	1564	156

NOVIEMBRE

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
BANAMEX	INVERSION	284'183340	4117*	436
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	228'196000	4242*	735
PRESIDENTE	BRANDY	179'738200	2318	195
BANCOMER	INSTITUCION	128'353980	3176*	266
BANCOMER	CUENTA DE AHORROS	128'139460	2521*	213
MATTEL	JUGUETES	118'129500	2754*	255
DON PEDRO	BRANDY	105'464000	1423	89
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	91'525630	2714*	267
LILI LEDY	JUGUETES	87'923000	2570*	265
BACARDI BLANCO	RON	85'140000	1348	63
BACARDI AÑEJO	RON	80'340000	1161	60
SEARS ROEBUCK	ALMACEN	78'678700	3773*	211
ATLANTIC 84	AUTO	76'715090	726	156
JOHNSON	CERA PARA CALZADO	75'750000	4061	101
ENSUEÑO	JUGUETES	73'987500	1660*	219
ARIEL	DETERGENTE	71'981920	2451*	133
CARNET	TARJETA DE CREDITO	71'971800	1068*	66
SAUZA TEQUILA	BLANCO	70'789200	830*	70
RAY-O-VAC	PILAS	70'265600	1458*	125
ADAMS	GOMA DE MASCAR	69'387500	1231*	84
RICOLINO	LINEA DE DULCES	68'250000	973*	27
MUSSART	DISCO	66'628000	3362*	327
ROYAL	PLAN DE FRUTAS	66'522000	3850	146
EL UNIVERSAL	PERIODICO	64'758900	1395	303
SAUZA CONMEMORATIVO	TEQUILA	59'391000	364	43
CHARLES, JOURDAN	LINEA DE ROPA	58'618830	1375	119

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
KOTEX NOVAERA	TOALLA FEMENINA	56'750000	1698	68
CHAMBOURCY	YOGHURT CREMOSO	56'673640	1726	110
NOVEDADES	PERIODICO	56'502910	1272*	238
CARIBE 84	AUTO	56'420670	531*	116
BANCA CONFIA	INSTITUCION	55'697800	717*	101
CARNIVAL	BRASSIERS	55'101000	1271*	117
DECAF	CAFE INSTANTANEO	54'862500	1550	85
SEDAN 84	AUTO	54'808170	533*	112
WELLA BABY CRE	SHAMPOO	53'985000	2365*	106
GAMMA	DISCO L.P.	53'413750	1207*	225
DANONE DANETTE	DULCE CREMOSO	51'806500	1349*	88
ALERT	SHAMPOO	51'592000	1436*	67
C.B.S.	DISCO L.P.	50'847040	1589	218
RALEIGH	CIGARROS	50'637500	1440*	92
ALMACEN EXPRESS	TARJETA DE CREDITO	49'972200	687*	67
FRESHEN UP	GOMA DE MARCAS	49'855500	1625*	71
EL SARDINERO	TIENDA DE AUTOSERVICIO	48'661250	1895*	194
NAFINSA	INSTITUCION	48'621540	1096*	115
LOS REYES	VINO TINTO	47'810700	368	35

D I C I E M B R E

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
LILI LEDY	JUGUETES	315'696000	5486*	752
CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	291'174830	4038*	884
PRESIDENTE	BRANDY	210'652300	2471*	213
MATTEL	JUGUETES	202'837000	5310*	389
BANAMEX	INVERSION	177'138540	1089*	270
BANCOMER	INVERSION	168'406960	3370*	306
BANCOMER	CUENTA DE AHORRO	160'528230	2861*	269
RICOLINO - CRONCH	GALLETAS CHOCOLATE	121'935500	440*	33
ARIEL	DETERGENTE	121'393460	3271	181
BACARDI	RON BLANCO	108'675000	1609	79
AMERICAN EXPRESS	TARJETA DE CREDITO	106'578000	1725*	149
RICOLINO	PRODUCTOS	102'328500	1150	54

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
ENSUEÑO	JUGUETES	101'575000	1321*	306
AURRERA	TIENDA DE AUTOSERVICIO	91'080990	2741*	294
EL UNIVERSAL	PERIODICOS	85'349800	1236*	366
BANCOMER	INVERSION	84'440230	892*	74
RAPIDO	DETERGENTE	82'074000	1194	111
SABRITAS	PRODUCTOS	81'262500	254*	355
DECAF	CAFE	79'527000	1974	123
CANADA	LINEA DE CALZADO	76'067500	2608	144
BACARDI Y CIA.	ANUNCIOS DE CASA PROD.	75'840000	1371	68
NOVEDADES	PERIODICO	72'433970	1239*	316
BACARDI	RON AÑEJO	69'825000	1253	49
TOPAZ 84	AUTO	69'031910	1229*	115
C.B.S.	DISCO L.P.	66'405770	1351*	261
BANCA CONFIA	INSTITUCION	65'756400	1321*	78
KOTEX NOVAERA	TOALLAS FEMENINAS	65'185000	1752	94
CHAMBOURCY	YOGHURT CREMOSO	63'575100	2035	119
PLASTIMARX	JUGUETES	61'661000	936	263
COMERCIAL MEXICANA	TIENDAS DE AUTOSERVICIO	61'105500	1976*	149
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	60'249570	1659*	191
WEA	DISCO L.P.	59'221580	915*	222
CERVECERIA MOCTEZUMA	SUPERIOR EN LATA	58'721400	1249	159
COCA COLA	REFRESCO	58'450000	3231	129
BACARDI	COCTEL	57'180000	645	53
DANESA 33	HELADOS	56'490500	2128	116
PEDRO DOMECO	CASA	56'102500	835	39
ADAMS	FRESHEN UP	54'943800	1919*	83
KODAK	CAMARA LA GRAN COMPAÑERA	54'202500	1997*	83
TRAPEA MAGICO	LIMPIADOR PARA PISO	53'175000	2575	72
NAFINSA	INSTITUCION	52'962300	1415	131

ANUNCIOS DE LAS MARCAS PRINCIPALES, POR SU INVERSION DE ANUNCIOS PASADOS EN
T.V. - D.F. DURANTE EL PRIMER TRIMESTRE DE 1984.

E N E R O				
MARCAS	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS VAZQUEZ	ALMACEN	420058330	7490	1334
PRESIDENTE	BRANDY	146669300	2847	164
DON PEDRO	BRANDY	103660250	1452	74
BACARDI	RON BLANCO	101325000	1792	74
NOVEDADES	PERIODICO	99665680	2398*	264
LILI LEDY	JUGUETES	96085500	937	207
BANAMEX	INVERSION	82943400	730	147
BANCOMER	INVERSION	75285100	1080*	65
SABRITAS	PRODUCTOS	71212500	*	95
ARIEL	DETERGENTE	69024000	2155	77
MUSSART	DISCO	6792040	1965	238
SILKIENCE	ACONDICIONADOR	64725000	3171*	108
BACARDI	RON AÑEJO	61275000	1337	44
CHOCOMILK	CHOCOLATE	59925000	873*	59
BANCOMER	CTA. DE AHORROS	58933900	1805	89
EMI CAPITOL	DISCOS L.P.	58505710	1894	182
RAY O VAC	PILA	55155500	1778	86
BANCOMER	INSTITUCION	53102930	1653*	91
BLANCO	TIENDA DE AUTOSERVICIO	49732000	1470*	224
POND'S	CREMA "S"	44496000	2861*	111
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	42980490	1718	147
MELODY	DISCO Y CARTUCHO	42021060	1219	153
FUERZA VIVA	DETERGENTE	41355000	1186	47
CANADA	LINEA DE CALZADO	40818500	1983	78
DECAF	CAFE	38767500	1179	64
AXION	DETERGENTE ESPECIAL	36892000	1346	45
VALENTINOS	DISCOTEC	36492150	827	129
BREK	SHAMPOO	36200000	2373	74
SUPERIOR	CERVEZA EN LATA	36099030	719*	102
NAFINSA	INSTITUCION	35396490	832	97
KELLOG'S	CORN FLAKES	35175000	2068	86
CARTA BLANCA	CERVEZA	33120000	764	48

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	298114500	5330	999
DON PEDRO	BRANDY	165219610	2210	145
BANAMEX	INVERSION	121837390	1684*	221
C.B.S.	DISCO	95958100	2608	342
NOVEDADES	PERIODICO	92367500	2134*	200
BACARDI	RON BLANCO	91450000	1438	75
PRESIDENTE	BRANDY	76856500	993	60
EMI CAPITOL	DISCO	76415970	3173*	222
BACARDI	RON AÑEJO	63975000	1098	47
ARIEL	DETERGENTE	63023000	2013	72
DECAF	CAFE	57802500	1845	88
POLYGRAM	DISCO	57762970	1814	184
CANADA	LINEA DE CALZADO	57600120	1991	97
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	54828120	1390	158
BANCOMER	INVERSION	53616660	841*	42
CARTA BLANCA	CERVEZA	52980000	1136	79
CHOCO MILK	CHOCOLATE	52955280	742*	59
MELODY	DISCO	51236140	1918*	134
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	49508980	1010*	169
MUSSART	DISCO	49447320	1750	181
CANDEREL	AZUCAR SIN CALORIAS	48518000	1398	73
BANCOMER	CUENTA DE AHORROS	44562500	1263*	67
SUPERIOR	CERVEZA	44000000	1138*	100
FUERZA VIVA	DETERGENTE	43852000	1506	57
AXION	DETERGENTE LAVATRASTES	43748000	1559	54
POND'S "S"	CREMA PARA LA PIEL	41664000	2549*	102
RCA	DISCO	40911280	1517	160
AURRERA	TIENDA DE AUTOSERVICIO	36928000	1138*	89
VOLKSWAGEN DE MEXICO	CORSAR CD	35513500	500	52
PRODUCTOS BARCEL	PRODUCTOS	34500000	*	21
PEDRO DOMEQ	CASA	34488000	232	27
ALERT.	SHAMPOOS	34323300	856*	42

M A R Z O

MARCA	PRODUCTO	IMPORTE	RATING	SPOTS
CIA. HNOS. VAZQUEZ	ALMACEN	354812750	7112*	1251
MELODY	DISCO	98202620	4102	343
NOVEDADES	PERIODICO	97456750	2533*	222
BACARDI	RON BLANCO	96825000	1544	71
CBS	DISCO L.P.	74143280	3111	302
DON PEDRO	BRANDY	72900000	1292	50
POLIGRAM	DISCOS	70867820	2484	223
PRESIDENTE	BRANDY	69693000	1047	56
ARIEL	DETERGENTE	65378000	2135	73
BACARDI	RON AÑEJO	63225000	946	48
BACARDI Y CIA.	ANUNCIOS DE LA CAS PROD.	62906000	2898	88
CANADA	CALZADO	59173000	2896	98
CASA BLANCA	CENTRO NOCTURNO	56625660	947	200
NISSAN DE MEXICO	TSURU AUTO	49939790	572*	94
EL PUERTO DE LIVERPOOL	ALMACEN	49736460	1513	168
CHOCOMILK	CHOCOLATES	49711100	682*	56
POND'S CREMA "S"	CREMA P/LA PIEL	47829000	2930	116
FUERZA VIVA	DETERGENTE	47058000	1301	59
AXION	DETERGENTE LAVATRASTES	46780000	1531	62
SUPERIOR	CERVEZA	44879250	1226*	90
BLANCO	TIENDA DE AUTOSERVICIO	42966490	1318*	173
KLEEN BEBE	PAÑAL PREDOBLADO	42576900	1890	76
RCA	DISCO L.P.	41933480	1959	131
VOLKSWAGEN DE MEXICO	AUTOMOVIL	41537300	987	108
RENAULT DE MEXICO	AUTOMOVIL	40185300	853*	62
EL PALACIO DE HIERRO	ALMACEN	39998000	1382	117
VASENOL	CREMA PARA LA PIEL	38535000	1477*	66
MONTECARLO	CIGARROS	36770000	2263	94
MARRAKESH	CENTRO NOCTURNO	36675000	400	79
VALENTINOS	DISCOTEQUE	36632820	1248	124
GOOD YEAR OXO	LLANTAS.	36168900	468	41

FUENTE: REPORTE DE GASTOS PUBLICITARIOS EN TELEVISION DEL D.F. EN LOS AÑOS 1981, 1982, 1983 Y PRIMER TRIMESTRE DE 1984, AGENCIA DE CORRESPONSALES AMERICANOS, S. A.

VII. BIBLIOGRAFIA

- F. Cárdenas Alfonso. Sistemas de Administración de Banco de datos. Ed. Limusa; España 1983.
- Date. c.s. Data base a primer. Ed. Addison Wesley M. crocom
puter Books; United States of América 1983.
- Clark, Frank Jamex. Procedimientos informáticos en sistemas
empresariales. Trad. Bartolomé Fabian Frankel.
Ed. Pretince/Hall Internacional; España 1973.
- Murdiek Robert G. Sistemas de información basados en compu-
tadoras para la Administración moderna. Ed. -
Diana; México. 1978.
- Forkner Irvine; Raymond Mc. Leod Jr. Aplicaciones de la com-
putadora a los sistemas administrativos: in-
troducción al procesamiento de datos. Ed. Li-
musa; México 1982.
- Rincón Vega José Miguel. La informática como instrumento de
la gestión. Ed. Deusto; España 1976.
- S.P.P. Subsecretaría de programación, en la dirección gene-
ral de análisis de ramas económicas, consul-
tas y distribución. Escenarios económicos de-
México. Perspectivas de desarrollo para ramas
seleccionadas 1981, 1985. México, D.F. Nov. -
1981.
- S.P.P. X Censo Industrial 1976, Datos de 1975. Resúmen ge-
neral; tomo 1.

- S.P.P. Coordinación General del sistema nacional de información. La población en México, su ocupación y sus niveles de bienestar. Serie: Manuales de información básica de la nación. México 1979.
- S.P.P. Coordinación general de los servicios nacionales de estadística, geografía e informática. Las actividades económicas en México. Serie: Manuales de información básica de la nación tomo-3/1980.
- S.P.P. C.G.S.N.E.G.I. México, información sobre aspectos geográficos, sociales y económicos. Aspectos económicos. Vol. III. México 1983.
- S.P.P. C.G.S.N.E.G.I. X Censo General de población y vivienda, 1978, Resultados preliminares, México, 1980.
- S.P.P. C.G.S.N.E.G.I. Encuesta Nacional de ingresos y gastos de los hogares. México 1977.
- Manuela para la selección de medios publicitarios. Marcométrica. Ediciones, S.A. México, D.F. 1983 - - 1984.
- S.P.P. C.G.S.N.E.G.I. VII Censo Comercial. Datos de 1975.- Resúmen General. México, 1980.
- S.P.P. C.G.S.N.E.G.I. México información sobre aspectos geográficos, sociales y económicos. Aspectos sociales. Vol. II. México, 1982.

- S.P.P. Instituto Nacional de estadística, geografía e informática. X Censo General de población y vivienda, 1980. Edo. de Jalisco. Vol. I, Tomo 14, México 1984.
- S.P.P. I.N.E.G.I. X Censo General de población y vivienda, 1980. Edo. de Nuevo León. Vol. I., Tomo 19, México 1983
- S.P.P. I.N.E.G.I. X Censo General de población y vivienda. 1980. D.F. Vol. I, Tomo 9, México, 1984
- S.I.C. Dirección General de Estadística. IX Censo General de población 1970. Edo. de Jalisco, Edo. de -- Nuevo León y D. F. México, 1971.
- Monitor, Enciclopedia Salvat para todos. Tomo 10. Salvat. -- editores de México, S. A.
- Agencia de Corresponsables Americanos, S. A., Reporte de -- gastos publicitarios en televisión del D. F.

1981, 1982, 1983 y Primer Trimestre de 1984.