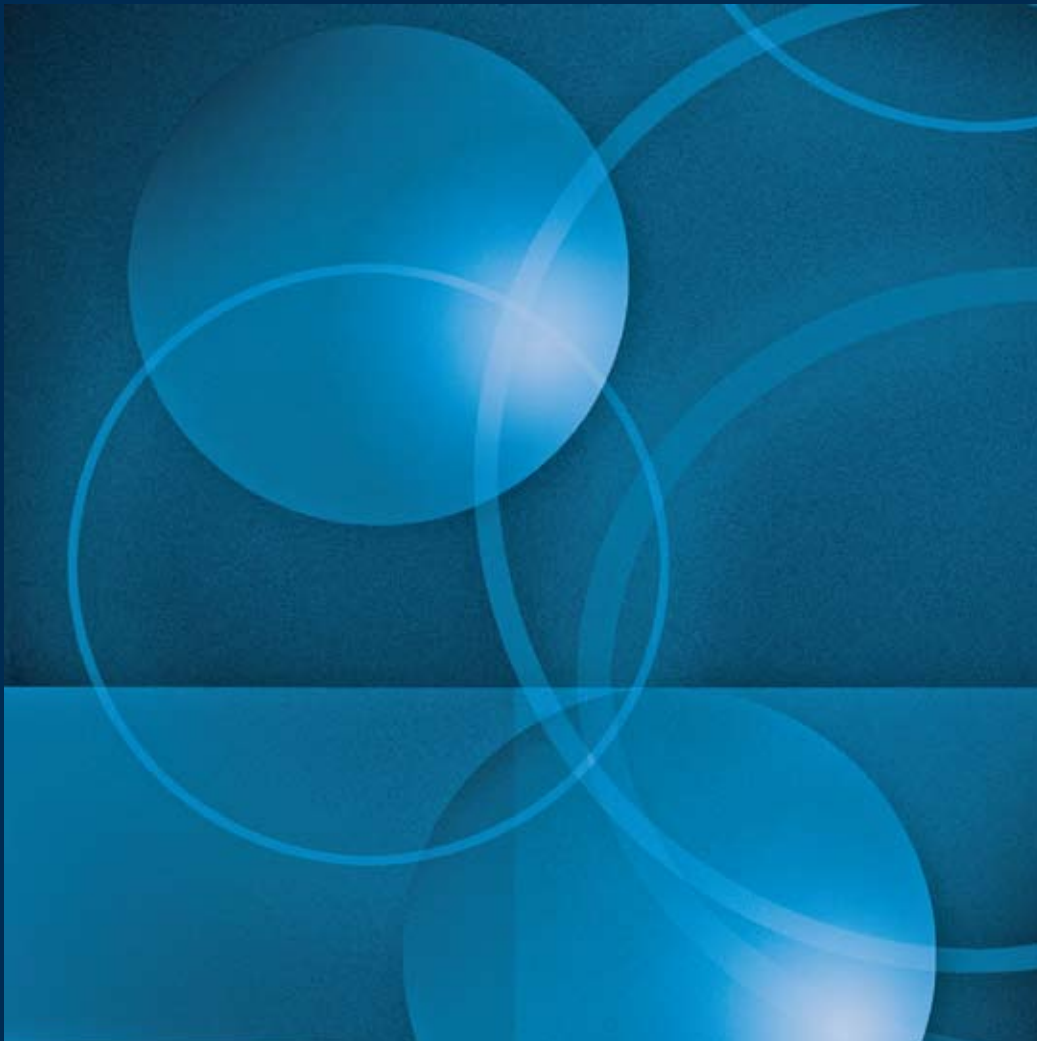


Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución 2008



Departamento de Asuntos Económicos y Sociales
División de Estadística

Informes estadísticos

Serie M No. 89

Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución 2008



Naciones Unidas
Nueva York, 2010

Departamento de Asuntos Económicos y Sociales

El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de la Secretaría de las Naciones Unidas es un interfaz fundamental entre las políticas mundiales en los ámbitos económico, social y ambiental y las medidas nacionales. El Departamento trabaja en tres ámbitos principales relacionados: i) recopila, genera y analiza una amplia gama de datos e información económicos, sociales y ambientales, en la que se basan los Estados Miembros de las Naciones Unidas para examinar problemas comunes y tomar nota de opciones de política; ii) facilita las negociaciones de los Estados Miembros en muchos órganos intergubernamentales sobre modalidades de acción conjuntas para abordar problemas mundiales actuales o nacientes, y iii) asesora a los gobiernos interesados sobre las formas de traducir los marcos de política elaborados en la conferencias y cumbres de las Naciones Unidas en programas a nivel de país y, por conducto de la asistencia técnica, ayuda a fortalecer las capacidades nacionales.

Nota

Las firmas de los documentos de las Naciones Unidas se componen de letras mayúsculas combinadas con cifras. La mención de una de tales firmas indica que se hace referencia a un documento de las Naciones Unidas.

ST/ESA/STAT/SER.M/89

Publicación de las Naciones Unidas

Número de venta: S.08.XVII.26

ISBN 978-92-1-361240-8

Copyright © Naciones Unidas, 2008

Reservados todos los derechos

Impreso en las Naciones Unidas, Nueva York

Prefacio

Las *Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, 2008* (IRDTS, 2008) se han elaborado de conformidad con la decisión que la Comisión de Estadística adoptó en su 37° período de sesiones, en Nueva York, entre los días 7 y 10 de marzo de 2006*. En su decisión, la Comisión respaldó la iniciativa de la División de Estadística de las Naciones Unidas de revisar las recomendaciones existentes en el campo de las estadísticas del comercio de distribución y sugirió que la revisión debería reflejar plenamente las necesidades y circunstancias específicas de diversos grupos de países y, en particular, las necesidades de países con un sector no estructurado sustancial.

El anteproyecto de las IRDTS, 2008 había sido preparado por la División de Estadística de conformidad con las conclusiones de la primera reunión del Grupo de Expertos sobre Estadísticas del Comercio de Distribución de las Naciones Unidas, celebrada entre los días 22 y 25 de agosto de 2005. El anteproyecto incorporaba los puntos de vista que acerca de su contenido aportaron oficinas estadísticas nacionales y organizaciones internacionales durante las consultas celebradas entre noviembre de 2006 y diciembre de 2007. El Grupo de Expertos examinó y aprobó el anteproyecto en su segunda reunión, celebrada entre los días 16 y 19 de julio de 2007, y lo presentó a la Comisión en su 39° período de sesiones.

La Comisión de Estadística, en su 39° período de sesiones*, celebrado en Nueva York entre los días 26 y 29 de febrero de 2008, aprobó el anteproyecto de las recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución como las nuevas *Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, 2008*.

La elaboración de las IRDTS, 2008 ha formado parte de los esfuerzos realizados por la División de Estadística para fortalecer los fundamentos metodológicos y operacionales de las estadísticas económicas básicas de manera integrada, incluido el mejoramiento de la coherencia entre los diferentes sectores de una economía y la congruencia conceptual respecto de las estadísticas macroeconómicas y para garantizar la elaboración de las estadísticas del comercio de distribución oficiales de la manera más eficiente en función de los costos.

Las IRDTS, 2008 proporcionan un amplio marco metodológico para la recopilación y la compilación de estadísticas del comercio de distribución en todos los países, con independencia del nivel de desarrollo de sus sistemas estadísticos. Su destinatario principal es el personal de las oficinas estadísticas nacionales que interviene en la compilación de este tipo de estadísticas. Asimismo, las IRDTS, 2008 contienen una amplia variedad de información que puede resultar pertinente para los usuarios de los datos que estén interesados en comprender mejor la naturaleza de los datos relativos al comercio de distribución.

* *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 2006, Suplemento No. 4 (E/2006/24), cap. I.C, decisión 37/102.*

* *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 2008, Suplemento No. 4 (E/2008/24), cap. I.B, decisión 39/107, párr. b).*

Agradecimientos

Las *Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, 2008* (IRTDS, 2008) han sido elaboradas por la División de Estadística de las Naciones Unidas en colaboración con los miembros del Grupo de Expertos sobre Estadísticas del Comercio de Distribución de las Naciones Unidas. Entre los miembros del Grupo de Expertos figuraban los siguientes (por orden alfabético): Fuziah Md. Amin (Malasia), Anthony Amuzu (Ghana), Francisco Ardavín-Pérez (México), Batjargal Badamtsetseg (Mongolia), Odile Bovar (Francia), Natalia Cherevichenko (Dinamarca), Chalermkwun Chiemprachanarakorn (Tailandia), Mohammadreza Doostmohammadi (República Islámica del Irán), Yan Du (China), Malgorzata Dytman (Polonia), Richard Evans (Canadá), Anatoliy Fryzorenko (Ucrania), José Alberto García Zanabria (Perú), Hassan Hassanin (Egipto), Eun-Pyo Hong (Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos), Alexander Kevesh (Federación de Rusia), Prahlad Kumar (India), Hon-kwan Lam (Región administrativa especial de Hong Kong (China)), Clifford Lewis (Trinidad y Tabago), Michael Manamela (Sudáfrica), Cui Hui Min (Singapur), Darren Morgan (Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte), Leonardo Núñez (Chile), María Eugenia Oviden (Chile), Bibish Oyunsuren (Mongolia), Renato Rasia (Canadá), Anne Russell (Estados Unidos de América), Alekh Kumar Sahu (India), Roberto Saldanha (Brasil), Paul Sullivan (Australia) y Romulo Virola (Filipinas).

La División de Estadística de las Naciones Unidas agradece a los miembros del Grupo de Expertos su fructífera colaboración. Sus valiosas contribuciones a lo largo de toda la elaboración de las recomendaciones y durante las dos reuniones del Grupo de Expertos merecen una profunda gratitud. Cabe dar las gracias en especial por su contribución a Marco Lancetti (consultor de la División de Estadística de las Naciones Unidas), que examinó y evaluó las recomendaciones internacionales existentes en la esfera de las estadísticas del comercio de distribución.

La División de Estadística de las Naciones Unidas también expresa su gratitud a las oficinas estadísticas nacionales, las comisiones regionales, las organizaciones internacionales y los expertos individuales, por las observaciones que presentaron durante las consultas celebradas en todo el mundo acerca del contenido de las IRDTS, 2008 y que contribuyeron a completarlas con éxito la elaboración de dichas recomendaciones.

La preparación de las IRDTS, 2008 y la organización de las reuniones del Grupo de Expertos se acometieron bajo la orientación y la supervisión de Vladimir Markhonko. Youlia Antonova asumió la responsabilidad directa de la elaboración del texto y de la organización de las consultas en todo el mundo. Asimismo contaron con el apoyo de los siguientes miembros del personal de la División de Estadística: Thierno Aliou Balde, Arlene Adriano y Greta Salisbury, en la etapa inicial. Gracias a la colaboración con Gulab Singh, que fue responsable de la elaboración del texto de las *Recomendaciones internacionales para las estadísticas industriales, 2008*, se garantizó la armonización de los textos sobre definiciones, conceptos y principios comunes.

Índice

Introducción	1
I. Alcance de las estadísticas del comercio de distribución	9
A. El comercio de distribución como actividad económica	9
B. Alcance y estructura del comercio de distribución en la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas, Revisión 4	10
C. Alcance y estructura del comercio de distribución con arreglo a la Clasificación Central de Productos, Versión 2, y a la Clasificación del consumo individual por finalidades	15
D. El comercio de distribución en otras clasificaciones de actividades	16
E. Selección de cuestiones relacionadas con los límites	17
1. Contratación externa: el límite entre la venta al por mayor y la fabricación	17
2. Distinción entre comercio al por menor y servicios financieros	19
F. Alcance de las estadísticas del comercio de distribución	19
II. Unidades estadísticas y de presentación de informes	21
A. Información general	21
B. Definición de las unidades estadísticas seleccionadas	22
C. Recomendaciones sobre unidades estadísticas, de presentación de informes y de recopilación	25
D. Asignación de una selección de entidades específicas del comercio de distribución a las unidades estadísticas	27
E. Unidades estadísticas del sector no estructurado	29
III. Características de las unidades estadísticas	33
A. Código de identificación	33
B. Ubicación	34
C. Tipo de actividad	34
D. Tipo de funcionamiento	40
E. Tipo de organización económica	43
F. Tipo de organización jurídica y tipo de titularidad	44
G. Tamaño	46
H. Características demográficas	47
I. Período de funcionamiento	48
IV. Elementos de datos y sus definiciones	49
A. Comprensión de los vínculos existentes entre las estadísticas de contabilidad de empresas y las estadísticas económicas básicas	49
1. Diferencias en materia de terminología	50
2. Diferencias entre las normas de contabilidad de empresas	50

B.	Definiciones de los elementos de datos	51
1.	Demografía	51
	a) Características de las unidades estadísticas	51
	b) Número de unidades estadísticas	51
2.	Empleo	52
	a) Número de personas ocupadas	52
	b) Promedio de personas ocupadas	58
	c) Horas trabajadas	58
3.	Remuneración de los empleados	60
4.	Otros gastos	63
	a) Compras de bienes y servicios	63
5.	Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos	70
	a) Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos	70
	b) Comercio electrónico	74
	c) Elementos de datos sobre cuantía	75
6.	Inventarios	77
7.	Impuestos y subsidios	79
8.	Producción	80
9.	Consumo intermedio e insumos registrados en censos	82
10.	Valor añadido	83
11.	Activos, gastos de capital, amortizaciones y depreciación	83
V.	Indicadores de rendimiento	89
A.	Necesidad de disponer de indicadores de rendimiento	89
B.	Objetivos de los indicadores de rendimiento	89
C.	Tipos de indicadores de rendimiento	90
	1. Tasas de crecimiento	90
	2. Indicadores de relación	90
	3. Indicadores de proporción	93
D.	Otros indicadores	93
E.	Interpretación de los indicadores de rendimiento	94
VI.	Fuentes de datos y métodos de compilación de datos	97
A.	Fuentes de datos	97
	1. Fuentes de datos estadísticos	97
	2. Fuentes de datos administrativas	102
	3. El registro de actividades empresariales como marco para los estudios estadísticos	103
B.	Métodos de compilación de datos	106
C.	La estrategia de recopilación de datos	111
D.	Método de estudio	113
E.	Alcance y cobertura de los estudios del comercio de distribución	115
F.	Período de referencia	116

VII. Estadísticas del comercio de distribución a corto plazo	119
A. Antecedentes	119
B. Índices del comercio de distribución	120
1. Información general.	120
2. Índices de volumen de negocios del comercio al por mayor y al por menor	122
C. Ajuste estacional	123
1. Conceptos básicos para su aplicación en la compilación de datos ajustados según la estacionalidad.	124
2. Principios y modelos destacados de ajuste estacional.	125
3. Efectos relacionados con el calendario	127
4. Paquetes de <i>software</i> de ajuste estacional	129
D. Análisis comparativo	131
1. Necesidad de realizar análisis comparativos en las estadísticas del comercio de distribución.	131
2. Principios y métodos fundamentales para el análisis comparativo	132
3. Análisis comparativo y compilación de las estadísticas del comercio de distribución.	134
VIII. Metadatos y calidad de los datos.	137
A. Mejora de la calidad de los datos del comercio de distribución.	137
B. Indicadores de calidad frente a medidas de calidad directas	142
C. Metadatos sobre las estadísticas del comercio de distribución	144
IX. Difusión	147
A. Presentación de informes nacionales.	147
B. Presentación de informes internacionales.	152

Anexos

I. Lista de elementos de datos para su uso en las estadísticas del comercio de distribución.	155
II. Lista de actividades en términos de la CIIU, Rev.4, excluidas del alcance de las divisiones y las clases pertinentes del comercio de distribución	163
III. Identificación de la actividad principal de una unidad estadística por el método “de arriba abajo” en el comercio al por mayor y al por menor.	167
Referencias y bibliografía	169

Cuadros, recuadros y gráficos

Cuadro IV.1. Comparación entre los conceptos de volumen de negocios/ventas, ingresos y entradas	71
Cuadro VIII.1. Indicadores clave para la medición de la calidad de las estadísticas del comercio de distribución	144
Cuadro IX.1. Lista de elementos de datos sobre estadísticas del comercio de distribución para su difusión internacional con periodicidad anual	152
Cuadro IX.2. Lista de elementos de datos sobre estadísticas del comercio de distribución para su difusión internacional con periodicidad trimestral	153
Cuadro IX.3. Lista de elementos de datos sobre estadísticas del comercio de distribución para su difusión internacional con periodicidad mensual.	153

Recuadro III.1	Definiciones del comercio electrónico	42
Gráfico III.1.	Árbol de decisiones que debe emplearse para asignar una unidad de comercio al por mayor.....	38
Gráfico III.2.	Árbol de decisiones que debe emplearse para asignar una unidad de comercio al por menor.....	39
Gráfico VI.1.	Relaciones jerárquicas entre un grupo de empresas, una empresa y los establecimientos que la integran	106
Gráfico VI.2.	Una estrategia general de recopilación de datos para diferentes segmentos de la economía	112
Gráfico VIII.1.	Relación entre el Marco de evaluación de calidad de los datos del Fondo Monetario Internacional, la definición de calidad del Sistema Estadístico Europeo (Eurostat) y el marco de medición de la calidad, de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos	138

Introducción

1. *Antecedentes.* Las estadísticas del comercio de distribución constituyen una esfera temática de las estadísticas económicas que se ocupa de proporcionar datos sobre las unidades económicas cuya actividad principal es el comercio al por mayor y el comercio al por menor (es decir, la venta sin transformación) de cualquier tipo de productos junto con la prestación de servicios inherentes a la venta como reparación, instalación y reparto. El interés cada vez mayor que despiertan las estadísticas del comercio de distribución se ha debido al aumento constante de la contribución del comercio de distribución a la economía total en lo que se refiere a valor añadido y empleo en la mayoría de los países. Cada vez más, el comercio de distribución proporciona un vínculo no sólo entre los productores y compradores de productos que residen en una economía determinada, sino también entre los productores y compradores que operan como exportadores e importadores en los mercados mundiales. En este contexto, la disponibilidad de estadísticas del comercio de distribución de alta calidad pasa a ser un requisito fundamental para poder realizar un análisis profundo de la globalización. Mientras en los países desarrollados el comercio de distribución está bien organizado y puede captarse mediante instrumentos estadísticos normalizados, el hecho de que en los países en desarrollo gran parte del comercio de distribución todavía se lleve a cabo en el sector no estructurado de la economía complica su estudio estadístico.

2. A principios del decenio de los años cincuenta, la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas había reconocido la necesidad de mejorar la comparabilidad entre países de los datos referentes al comercio de distribución. Una vez completada la labor preparatoria, la Comisión, en su noveno período de sesiones celebrado en 1956¹, aprobó el conjunto inicial de recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución. Tales recomendaciones se basaban en el informe del Grupo de Expertos sobre Estadísticas de Distribución (E/CN.3/L.36), las observaciones de los países sobre dicho informe y el informe del Grupo de Expertos sobre Estadísticas de Distribución de la Conferencia de Estadísticos Europeos. Por consiguiente, dichas recomendaciones se revisaron y, en 1974, las *International Recommendations on Statistics of the Distributive Trades and Services* [Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio y los servicios de distribución]² la Comisión las aprobó en su 18º período de sesiones³. En 1977, a petición de la Comisión, la División de Estadística de las Naciones Unidas publicó un manual titulado *Organization and Conduct of Distributive-Trade Surveys* [Organización y realización de estudios sobre comercio de distribución]⁴. Desde 1974, la Comisión no ha incluido las estadísticas del comercio de distribución como tema separado en su programa. No obstante, las cuestiones relacionadas con el comercio al por mayor y al por menor, relativas principalmente a estadísticas de servicios y clasificaciones económicas, se analizaron en el contexto de la labor de la Comisión. Las actuales *Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, 2008* (IRDTDS, 2008) representan otro componente de la serie de normas estadísticas internacionales publicadas por la División de Estadística con miras a orientar a los países en la recopilación y compilación de los datos relativos al comercio de distribución.

3. *Propósito de las IRTDS, 2008.* El propósito principal de la presente publicación es ofrecer recomendaciones sobre los conceptos, definiciones, clasificaciones, fuentes de datos, métodos de compilación de datos, enfoques de la evaluación de la calidad de

¹ Véase *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 22º período de sesiones, Suplemento No. 7 (E/2876)*, cap. IV.A

² Informes estadísticos, No. 57 (publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.75.XVII.9)

³ Véase *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 58º período de sesiones, Suplemento No. 2 (E/5603 y Corr.1)*, cap. VI.

⁴ Estudios de métodos, No.19 (publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.77.XVII.3)

los datos, metadatos y políticas de difusión aplicables a las estadísticas del comercio de distribución. Las Recomendaciones también abarcan temas específicos que, según se ha determinado, requieren una orientación adicional, como el tratamiento de las unidades del sector no estructurado, la compilación de los índices del comercio de distribución, el ajuste estacional, etcétera. Las IRDTS, 2008 guardan coherencia con las recomendaciones publicadas en otros campos de las estadísticas económicas como, por ejemplo, las estadísticas industriales, las estadísticas de la construcción y otros ámbitos relacionados de las estadísticas estructurales y las estadísticas a corto plazo, las compilaciones de números índice e indicadores de rendimiento. En último lugar, pero no menos importante, las IRDTS, 2008 se han armonizado con el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008.

4. Las IRDTS, 2008 se han desarrollado a fin de garantizar la elaboración de unas estadísticas del comercio de distribución que respondan a las demandas de la comunidad de usuarios y que sean pertinentes para las políticas, oportunas, fiables y comparables a escala internacional. Las IRDTS, 2008 son de aplicación a todos los países con independencia del nivel de desarrollo de sus sistemas estadísticos. No obstante, cabe destacar que su finalidad no es establecer prescripciones y que las oficinas estadísticas nacionales deben aplicarlas de manera adecuada a sus circunstancias específicas, lo que implica identificar las necesidades de los usuarios, los recursos, las prioridades y el nivel de molestia que experimenta el encuestado.

5. Las IRDTS, 2008 se centran en la compilación de estadísticas tanto estructurales como a corto plazo. Las estadísticas estructurales relacionadas con el comercio de distribución están relacionadas con la producción. Se trata de estadísticas que se recopilan y compilan a fin de establecer la estructura, la actividad, la competencia y el rendimiento de las empresas comerciales a escala nacional, regional e internacional. Por lo general, estas estadísticas proporcionan información relativa a un año de referencia completo, muestran los cambios que se producen de un año al siguiente y pueden utilizarse para valorar la precisión de los datos infraanuales, que suelen extraerse de muestras de menor tamaño. Por último, pueden proporcionar una cifra de población que sirva de referencia para analizar los estudios sobre comercio realizados por única vez, infrecuentes o irregulares. En cambio, las estadísticas del comercio de distribución a corto plazo son estadísticas infraanuales relacionadas con la producción que se recopilan a fin de supervisar la actividad económica con respecto a las oscilaciones a corto plazo que se producen en la producción y el valor añadido de las unidades de comercio, en el empleo en el sector del comercio, etcétera. A menudo se utilizan para producir indicadores mensuales o trimestrales, y suelen adoptar la forma de índices.

6. *Necesidad de la revisión actual de las Recomendaciones.* Las Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución no se habían examinado en su totalidad desde 1974. Su revisión se justificaba por las razones siguientes:

- a) Tener en cuenta y proporcionar recomendaciones sobre el tratamiento estadístico de los nuevos acontecimientos económicos que se producen en el sector del comercio de distribución, como, por ejemplo, la integración de las cadenas de distribución, la importancia creciente de los grupos de empresas, el éxito de modalidades de asociación como la franquicia, el papel cada vez mayor de los centros comerciales, la expansión del comercio electrónico, la globalización y la importancia persistente del sector no estructurado en los países menos desarrollados.
- b) Garantizar la aplicación de un enfoque integrado sobre la compilación de las estadísticas económicas básicas para diversos tipos de actividades económicas, en particular con vistas a lograr la armonización con las recomendaciones sobre estadísticas industriales. Se ha reconocido que en la práctica pueden obtenerse claras ventajas para las características comunes de los estudios econó-

micos cuando se normalizan los conceptos y las definiciones, los métodos y los procedimientos empleados. Ello incluiría armonizar las Recomendaciones sobre estadísticas del comercio de distribución con las demás normas estadísticas internacionales recientemente actualizadas, como las Recomendaciones internacionales para las estadísticas industriales, 2008, que se están actualizando en paralelo a las IRDTS, 2008, el *Sistema de Cuentas Nacionales, 2008*, la *Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas, Revisión 4* (CIIU, Rev.4)⁵, y la *Clasificación Central de Productos, Versión 2* (CPC, Ver.2)⁶.

- c) Garantizar la coherencia con los conceptos, las definiciones y la terminología empleados en las publicaciones y en las regulaciones estadísticas de otras organizaciones internacionales, como la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat) —en lo relativo a la elaboración de registros estadísticos de actividades empresariales y a la aplicación de las regulaciones a corto plazo y las estadísticas estructurales de actividades comerciales—, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) —con respecto a la medición de la economía no observada, la compilación de un índice de producción de servicios, la demografía empresarial y la notificación y presentación de datos y metadatos— y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) —con relación a la clasificación internacional de la situación en el empleo, las estadísticas de empleo en el sector no estructurado y la medición de los horarios de trabajo—.
- d) Ofrecer orientación sobre las variables para la compilación, las fuentes y los métodos de compilación de datos, y dar a conocer nuevas prácticas de recopilación y compilación de datos que mejoren la calidad y la cobertura de la información estadística sobre el comercio de distribución.
- e) Garantizar la uniformidad en la presentación de informes internacionales a fin de crear una base de datos a escala mundial sobre el comercio de distribución y facilitar el acceso a la información sobre la estructura y la dinámica de los mercados mundiales, así como sobre el rendimiento del sector de la distribución en los diferentes países.
- f) Tener en cuenta el avance continuo del resto del sector de servicios en la mayoría de las economías de todo el mundo y el aumento del volumen y de la complejidad de las relaciones entre el comercio de distribución y otras actividades de servicios tanto dentro de las empresas como entre ellas.

7. *Marco integrado común para la compilación de las estadísticas económicas básicas.* Las presentes *Recomendaciones Internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, 2008* deben considerarse como un componente del marco integrado común para la compilación de las estadísticas económicas básicas que está elaborando la División de Estadística de las Naciones Unidas. El marco ha de abarcar una amplia variedad de temas —entre esos temas se incluyen las unidades estadísticas y las clasificaciones y definiciones de elementos de datos que engloben actividades de todo el ámbito económico, lo que permitirá realizar una compilación coherente de las estadísticas armonizadas con la fiabilidad, la flexibilidad y el nivel de detalle requeridos para satisfacer las necesidades de los gobiernos, la comunidad empresarial y los organismos regionales e internacionales— y sentar una base sólida para la compilación de las cuentas nacionales. El marco tiene por objeto también facilitar el examen de las actividades de la industria y de los servicios en los ámbitos empresariales y permitir que se establezcan las comparaciones pertinentes entre diferentes actividades, con independencia de su diversidad, y entre países, sean cuales sean las diferencias de costumbres y legislación.

⁵ Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: S.08.XVII.25.

⁶ Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.08.XVII.7.

8. *Resumen de los cambios en las recomendaciones.* En resumidas cuentas, las diferencias entre las recomendaciones actuales y las de 1974 pueden describirse como sigue:

- a) *Alcance.* Las recomendaciones actuales definen el *alcance de las estadísticas del comercio de distribución* como estadísticas que reflejan características y actividades de las unidades que pertenecen al sector del comercio de distribución de una economía. El *alcance del sector del comercio de distribución* se define —con arreglo a la CIIU, Rev.4— de manera que engloba a todas las entidades residentes reconocidas como unidades estadísticas y clasificables en la sección G, relativa al comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, con independencia del tamaño, la forma de organización económica y jurídica, y la propiedad. Las actividades de comercio de distribución realizadas por entidades no clasificadas en la citada sección no se incluyen en las estadísticas del comercio de distribución. Las recomendaciones previas no proporcionaban una definición del sector del comercio de distribución, ya que se referían a todas las entidades que intervenían principalmente en el comercio al por mayor y al por menor, los restaurantes, los hoteles y una selección de servicios. Según la CIIU, Rev.4, las unidades que intervienen principalmente en la prestación de servicios de hoteles y restaurantes y en la reparación de efectos personales y enseres domésticos son clasificables ahora, respectivamente, en la sección I, relativa a las actividades de servicios de alojamiento y restauración, y en la división 95 de la sección S, relativa a otras actividades de servicios.
- b) *Unidades estadísticas.* La versión actual de las recomendaciones contiene un análisis más amplio y detallado de las unidades estadísticas para su utilización en la recopilación de estadísticas del comercio de distribución, incluido el tratamiento de las unidades estadísticas del sector no estructurado y la asignación de una selección de entidades específicas del comercio de distribución, como cadenas de venta al por menor, grandes almacenes, franquicias, mercados, etcétera. Se presentan directrices mejoradas sobre la delimitación y la clasificación adecuada de las unidades de comercio junto con los principios del sistema de cuentas nacionales y la clasificación de actividades revisados.
- c) *Elementos de datos.* Tanto la lista de elementos de datos como sus definiciones se han revisado y actualizado. En particular, las partidas relativas a los ingresos y gastos se presentan con mayor detalle, las ventas del comercio electrónico se identifican por separado y el valor del volumen de negocios se desglosa por grupos de productos. Las listas de elementos de datos y su codificación en las IRDTS, 2008 y en las Recomendaciones internacionales para las estadísticas industriales, 2008 están totalmente armonizadas.
- d) *Indicadores de rendimiento.* Las recomendaciones actuales reflejan el aumento del interés por la evaluación del rendimiento general del sector del comercio de distribución. Además de proporcionar una compilación de los elementos de datos básicos, las recomendaciones identifican un conjunto de indicadores para supervisar la rentabilidad, la productividad y la eficiencia del sector del comercio de distribución en su conjunto o de alguna de sus divisiones. La versión anterior de las recomendaciones no incluía estos indicadores.
- e) *Fuentes y métodos de compilación de datos.* La descripción de las fuentes y de los métodos de compilación de datos se ha ampliado significativamente; por ejemplo, mediante la inclusión de un análisis de diversos tipos de fuentes de datos estadísticas y administrativas, el registro de actividades empresariales y su utilización como marco para estudios estadísticos, y el uso de métodos de compilación de datos por parte de las oficinas estadísticas para llevar los datos

recopilados sobre estadísticas del comercio de distribución hasta el nivel de producción estadística deseado. También se presenta el esbozo de una estrategia de recopilación de datos para diferentes segmentos de la economía basada en un enfoque integrado.

- f) *Estadísticas del comercio de distribución a corto plazo.* Se añade un nuevo capítulo dedicado a este tema en el que se ofrece, entre otros aspectos, una orientación sobre algunas de las cuestiones más importantes relacionadas con las estadísticas del comercio de distribución a corto plazo, como la compilación de índices del comercio de distribución, su carácter de serie cronológica y la necesidad de realizar ajustes estacionales y de conciliar los datos a corto plazo con los datos anuales (análisis comparativo).
- g) *Metadatos y calidad de los datos.* Las cuestiones relativas a los metadatos y a la calidad de los datos no se incluían en las recomendaciones anteriores. En consonancia con el aumento de la importancia del mejoramiento de la calidad de los datos, las recomendaciones actuales ofrecen una orientación sobre las principales dimensiones de la calidad que deberían tenerse en cuenta a la hora de desarrollar marcos de evaluación de la calidad. Se propone un conjunto limitado de indicadores clave para medir la calidad de las estadísticas del comercio de distribución. También se formulan recomendaciones para la elaboración y la difusión de metadatos adecuados sobre las estadísticas del comercio de distribución.
- h) *Difusión de datos.* Las recomendaciones sobre la difusión de datos se han actualizado y armonizado con recomendaciones semejantes aplicables a otras esferas de las estadísticas económicas. Se ofrece una orientación más detallada sobre la protección de la confidencialidad y el desarrollo de una política de revisión racional.
- i) *Armonización de las IRDTS, 2008 con el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008.* La armonización de las IRDTS, 2008 y el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 se ha fortalecido en lo que se refiere a la aplicación de los mismos conceptos y definiciones metodológicos subyacentes. Entre los cambios que presenta el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 y que guardan relación con las estadísticas del comercio de distribución, se incluyen los siguientes:
- *Valoración de la producción comercial.* Se recomiendan precios básicos para la valoración del margen comercial y de la producción comercial (véanse los párrs. 4.164 y 4.165). Este principio de valoración, aplicado no sólo por el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, sino que también subyace a las prácticas contables empresariales, proporciona la base para la extracción de datos empleados a la hora de responder a los estudios estadísticos.
 - *Unidades auxiliares.* Cuando se dispone de cuentas separadas sobre los costos de producción de una unidad auxiliar, o cuando ésta se encuentra en una ubicación geográfica diferente de la de las entidades a las que presta servicios, dicha unidad auxiliar debe considerarse como una entidad separada (véase el párr. 2.23) a fin de facilitar la compilación de un valor añadido regional para las actividades relacionadas con el comercio de distribución.
 - *Investigación y desarrollo.* Los gastos de investigación y desarrollo de las unidades de comercio, de producirse, han de capitalizarse. Dado que gran parte de las actividades de investigación y desarrollo se lleva a cabo por cuenta propia, se introduce una serie de elementos de datos, incluida una categoría de activos independiente, a fin de tener en cuenta la valoración de su costo.

- *Grandes bases de datos.* De forma semejante a lo que ocurre con la investigación y desarrollo, las grandes bases de datos creadas por las unidades de comercio, bien por cuenta propia o bien para la venta, han de capitalizarse.
- *Opciones de compra de acciones de los empleados.* Se introducen instrumentos adicionales para la remuneración de los empleados en lo tocante a opciones de compra de acciones de los empleados (véase el párr. 4.61), lo que permite una mayor armonización con el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, y con las normas internacionales de contabilidad empresarial.
- La *terminología y la clasificación de los activos no financieros* utilizadas en las IRDTS, 2008 y en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 son idénticas.

⁷ Disponible en <http://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/fundprinciples.aspx>.

⁸ Disponible en http://unstats.un.org/unsd/methods/statorg/Principles_stat_activities/principles_stat_activities.htm.

9. Las IRDTS, 2008 se han elaborado en el contexto de los Principios fundamentales de las estadísticas oficiales⁷, los cuales exigen unas estadísticas oficiales de comprobada utilidad práctica, accesibles para todos y compiladas de una manera eficaz en función del costo, lo que implica que las fuentes y los métodos para la recopilación de datos se elijan adecuadamente con el fin de garantizar la oportunidad y el logro de otros objetivos relacionados con la calidad y reducir al mínimo la carga que entraña la presentación de informes para los proveedores de datos. Los Principios que rigen las actividades estadísticas internacionales⁸, que exigen unas estadísticas internacionales de alta calidad y la coordinación de los programas estadísticos internacionales a fin de mejorar la calidad, la coherencia y la gobernanza de las estadísticas internacionales y evitar la duplicación del trabajo, se utilizaron como fuente de orientación adicional.

10. Cuando procedía, las IRDTS, 2008 han utilizado los trabajos anteriores y el material contenido en diversos manuales metodológicos de la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), así como una serie de normas estadísticas internacionales de la División de Estadística de las Naciones Unidas. Además, también se han utilizado ampliamente ejemplos de prácticas recomendadas. Las fuentes citadas figuran con todo detalle en la lista de referencias al final de la publicación. A lo largo de la presente publicación se ofrecen referencias e información detallada sobre las fuentes, a fin de permitir al usuario obtener información adicional y documentación de antecedentes.

11. Las IRDTS, 2008 están diseñadas para proporcionar un amplio marco metodológico para las estadísticas del comercio de distribución, además de orientación en materia de políticas sobre una serie de cuestiones prácticas. En un futuro próximo se elaborará un asesoramiento más detallado para los compiladores de datos, que incluirá una descripción de buenas prácticas y que se publicará en *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* [Estadísticas del comercio de distribución: Manual para compiladores] y en *Indices of Distributive Trade: A Handbook of Good Practices* [Índices del comercio de distribución: Un manual de buenas prácticas], así como en otros informes técnicos.

12. *Usuarios y usos de las estadísticas del comercio de distribución.* Los usuarios y usos principales de las estadísticas del comercio de distribución se describen brevemente a continuación:

- a) Los compiladores de cuentas nacionales hacen un amplio uso de las estadísticas del comercio de distribución con diversos fines, entre los que se incluyen los siguientes: i) medir la producción comercial y el valor añadido generado por este sector de la economía; ii) compilar cuadros de distribución y utilización y cuadros insumo-producto empleando los datos sobre márgenes comerciales por producto básico y sector, y combinando y conciliando las estadísticas del comercio de distribución con los datos procedentes de los estudios sobre los gastos de los hogares y las estadísticas de producción; iii) calcular los gastos

del consumo final de los hogares con base en las ventas del comercio al por menor por grupos de productos básicos; iv) compilar las cuentas nacionales trimestrales utilizando indicadores a corto plazo del comercio de distribución para calcular o prever tanto la producción trimestral como el valor añadido del comercio de distribución y los gastos del consumo final trimestral de los hogares; y v) compilar un índice mensual o trimestral de producción de servicios.

- b) Los responsables de la adopción de políticas utilizan estadísticas del comercio de distribución, incluidos índices de comercio al por mayor y al por menor, para evaluar las oscilaciones a corto y largo plazo no sólo en el sector del comercio de distribución, sino en el conjunto de la economía de un país, y para racionalizar sus políticas económicas, incluida la política monetaria. Estos datos detallados resultan fundamentales, tanto en el contexto de la economía en su conjunto como para el análisis subnacional (regional/provincial) y para la formulación de políticas internacionales.
- c) La comunidad empresarial está convirtiéndose en una usuaria cada vez más activa de estadísticas detalladas del comercio de distribución. Los analistas de la industria consideran estos datos indispensables para la valoración y la previsión de la dinámica de los mercados del comercio al por mayor y al por menor, así como para la evaluación del rendimiento y la competitividad de diversos subsectores del comercio de distribución tanto a escala nacional como internacional. Las estadísticas del comercio de distribución a lo largo de un período de tiempo, detalladas por tipo de actividad y por diversos grupos de productos, se utilizan para identificar áreas de demandas en expansión o en contracción además de para supervisar las pautas generales de los cambios de preferencias de los consumidores.
- d) Los investigadores consideran las estadísticas del comercio de distribución útiles para los estudios y análisis económicos, entre los que se incluyen la supervisión de las tendencias económicas y la elaboración de previsiones para el sector del comercio de distribución, la realización de estudios de mercado sobre las ventas de un grupo particular de productos, el estudio de métodos de ventas y distribución, etcétera.
- e) El público en general se ve beneficiado por la disponibilidad de estadísticas del comercio de distribución oportunas para evaluar las condiciones de la economía, el empleo y las perspectivas de ingresos a fin de adoptar decisiones con mejor conocimiento de causa.

Organización de las Recomendaciones internacionales, 2008 (IRDTS, 2008)

13. Esta publicación abarca todos los aspectos de las estadísticas del comercio de distribución. El contenido de sus nueve capítulos y tres anexos puede describirse como sigue:

- El capítulo I ofrece una descripción de las actividades del comercio de distribución de acuerdo con la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas, Revisión 4 (CIIU, Rev.4) y otras, analiza las cuestiones relacionadas con los límites y define el alcance de las estadísticas del comercio de distribución.
- El capítulo II describe las unidades estadísticas y de presentación de informes que resultan útiles en el contexto de la recopilación de estadísticas del comercio de distribución y del análisis económico de la economía.
- El capítulo III examina las características principales de las unidades estadísticas que son necesarias para su identificación y clasificación inequívocas.

- El capítulo IV proporciona definiciones de los elementos de datos que se utilizan en las estadísticas del comercio de distribución y hace referencia a los elementos de datos que deben recopilarse y a las estadísticas que han de publicarse.
- El capítulo V describe un conjunto de indicadores principales que resultan útiles para evaluar el rendimiento del sector del comercio de distribución.
- El capítulo VI trata las principales fuentes de datos y los métodos empleados para la compilación de las estadísticas del comercio de distribución.
- El capítulo VII ofrece recomendaciones sobre las estadísticas del comercio de distribución a corto plazo, incluidos los índices del comercio de distribución, el ajuste estacional y el análisis comparativo.
- El capítulo VIII analiza los metadatos y la calidad de los datos en relación con las estadísticas del comercio de distribución.
- El capítulo IX proporciona orientación y recomendaciones sobre la difusión de las estadísticas del comercio de distribución y presenta una selección de elementos de datos identificados para la presentación de informes internacionales con una periodicidad anual o infraanual.
- El anexo I contiene la lista de elementos de datos que se utilizan en las estadísticas del comercio de distribución.
- El anexo II presenta una lista de actividades excluidas del alcance de las divisiones y clases pertinentes del comercio de distribución.
- El anexo III ofrece un ejemplo de la identificación de la actividad principal de una unidad de presentación de informes mediante el método “de arriba abajo” dentro del comercio al por mayor y al por menor.

Capítulo I

Alcance de las estadísticas del comercio de distribución

A. El comercio de distribución como actividad económica

1.1. *Actividad económica.* En general, se entiende que el término “actividad económica” se refiere a un proceso, es decir, a una combinación de acciones llevadas a cabo por una entidad determinada y que dan lugar a un tipo específico de productos (bienes y servicios). Una actividad se caracteriza por: *a*) un insumo de recursos; *b*) un proceso de producción; y *c*) una generación de productos. Por convención, una sola actividad se entiende como un proceso que da lugar a un tipo homogéneo de productos. Se reconoce que una actividad puede estar compuesta por un simple proceso o puede abarcar una amplia variedad de subprocesos, cada uno de los cuales puede clasificarse en una categoría de actividad diferente. Con fines estadísticos, una entidad que interviene en una actividad determinada puede tratarse como simple o compleja. Una entidad simple no se subdivide en partes a las que se puedan atribuir actividades, mientras que una entidad compleja, por definición, se compone de varias subentidades, cada una de las cuales se considera que desempeña una actividad específica.

1.2. *Reventa.* Teniendo en cuenta las convenciones mencionadas en el párrafo anterior, las características que diferencian al comercio de distribución de otros tipos de actividad económica residen principalmente en la especificidad de su proceso de producción, que en lo sucesivo denominaremos “reventa”. La reventa incluye una serie de acciones que pueden emprenderse para hacer que los productos estén disponibles para la compra. Entre esas acciones se incluyen la negociación de las transacciones entre compradores y vendedores o la compra de productos al fabricante por cuenta propia, el transporte, el almacenamiento, la clasificación, el montaje, el empaque y la exposición de una selección de productos en ubicaciones convenientes. Estas acciones pueden organizarse o combinarse de diferentes maneras. Cada combinación de estas acciones que conducen a la reventa de los productos representa una actividad que se enmarca dentro del ámbito del comercio de distribución. Algunas de estas combinaciones, típicas en el comercio de distribución, se denominan “tipo de funcionamiento” (véanse los párrs. 3.24 a 3.37 para obtener más información).

1.3. *Venta sin transformación.* Por convención, la reventa de productos hace referencia a la venta sin transformación. En general, los productos se transforman si se someten a un cambio sustancial de forma, apariencia o naturaleza, de manera que los productos resultantes del cambio son nuevos y diferentes de los existentes antes del cambio. Las acciones siguientes no se consideran transformaciones sustanciales de productos según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas, Revisión 4 (CIIU, Rev.4): la clasificación y el montaje de productos, la mezcla de productos (por ejemplo, arena), el embotellado (con o sin la limpieza previa de las botellas), el empaque, la división de las mercancías a granel y el reempaque para su distribución en lotes más pequeños, el almacenamiento de productos (sea o no en conge-

ladores o cámaras frigoríficas), la limpieza y el secado de productos agrícolas, y el cortado de tableros de fibra o de madera o de placas de metal como actividades secundarias.

1.4. El *comercio de distribución como actividad* se compone de *a)* la prestación de un servicio a diversos tipos de clientes (minoristas y otros usuarios comerciales o el público en general) mediante el almacenamiento y la exposición de una selección de productos, y su puesta a disposición para la compra; y *b)* la prestación de otros servicios inherentes a la venta de dichos productos o supeditados a ella, como, por ejemplo, servicios de reparto, reparación de postventa e instalación.

B. Alcance y estructura del comercio de distribución en la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas, Revisión 4

1.5. *Alcance.* Mediante una clasificación de las actividades se puede dar una definición más precisa del alcance del comercio de distribución, así como una descripción de su estructura. De conformidad con la decisión de la Comisión de Estadística de las Naciones Unidas de adoptar la CIIU, Rev.4, como norma internacional para la clasificación de las actividades, se recomienda que el alcance del comercio de distribución se defina como el alcance de la sección G de la CIIU, Rev.4, relativa al comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas. Se anima a los países que no utilizan la CIIU, Rev.4, a que desarrollen sus clasificaciones nacionales de actividades de tal manera que garanticen que el alcance general del comercio de distribución sea el mismo que en la CIIU y a que apliquen ésta en todas las compilaciones nacionales, con el fin de permitir la comparabilidad internacional. Si no lo hacen, los países deberían establecer como mínimo unas correspondencias claras y precisas entre las clases de comercio de distribución contempladas en su clasificación nacional y aquellas que figuran en la CIIU, Rev.4.

1.6. *Estructura del comercio de distribución.* De acuerdo con el esquema de clasificación de la CIIU, Rev.4, el comercio de distribución se estructura en tres divisiones. La división 45 incluye todas las actividades relacionadas con la venta y reparación de vehículos automotores y motocicletas, mientras que las divisiones 46 y 47 incluyen todas las demás actividades de venta. La distinción entre las divisiones 46 (comercio al por mayor) y 47 (comercio al por menor) se basa en el tipo predominante de cliente. Dentro de las divisiones 46 y 47, el esquema de clasificación aplica dos niveles adicionales de distinción basados en el tipo de funcionamiento de las unidades que intervienen en dicho comercio y el tipo de productos vendidos.

1.7. El *comercio al por mayor* se define como la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados a minoristas, el comercio de empresa a empresa (por ejemplo, a usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales) o la reventa a otros mayoristas, o entraña actuar como agente o intermediario en la compra o la venta de mercancías para esas personas o compañías. Los principales tipos de empresas de comercio al por mayor son los mayoristas que son propietarios de las mercancías que venden, como los comerciantes mayoristas o los intermediarios, los distribuidores industriales, los exportadores, los importadores y las asociaciones cooperativas de compra, las secciones y las oficinas de venta (pero no los comercios minoristas) que mantienen las unidades de fabricación y de explotación de minas y canteras fuera de sus plantas o minas a los fines de comercializar sus productos y que no se limitan a tomar pedidos que se sirven mediante el envío de remesas directamente desde las plantas o minas. También se incluye a los corredores de mercancías y a los especializados en materias primas, a los comisionistas y a los agentes y montadores, a los compradores y a las asociaciones coope-

rativas que comercializan productos agropecuarios. Si bien, por definición, los mayoristas no transforman productos, con frecuencia se ocupan del montaje y la clasificación de productos que vienen en grandes lotes, dividen los productos a granel, los reempaquetan y redistribuyen en lotes más pequeños, por ejemplo, los productos farmacéuticos; almacenan, refrigeran, entregan e instalan productos, desarrollan actividades de promoción de ventas para sus clientes y se encargan del diseño de las etiquetas.

1.8. El *comercio al por menor* se define como la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados principalmente al público en general para consumo o uso personal o doméstico, por establecimientos comerciales, grandes almacenes, quioscos, minoristas electrónicos, empresas de venta por correo, buhoneros y vendedores ambulantes, cooperativas de consumidores, etcétera. Los productos que se venden en esta división se limitan a los denominados bienes de consumo y, por lo tanto, no abarcan los productos que no se suelen vender al por menor, como los cereales en grano, los minerales, la maquinaria industrial, etcétera. En el comercio al por menor también se incluyen las unidades que principalmente venden al público en general mercancías a la vista, tales como computadoras personales y *software*, útiles de escritorio, pinturas y madera, aunque esas mercancías no estén destinadas exclusivamente al consumo o al uso personal o doméstico. Las mercancías pueden ser objeto de cierta elaboración, pero sólo a los efectos de la venta; por ejemplo, la clasificación y el reempaquetado de productos, la instalación de aparatos de uso doméstico, etcétera. La venta al por menor también incluye la realizada por agentes comisionistas y las actividades de las casas de subastas.

1.9. *Estructura de la división 45.* Esa división comprende todas las actividades (excepto la fabricación y el alquiler) relacionadas con los vehículos automotores y las motocicletas, incluso los camiones, como la venta al por mayor y al por menor de vehículos nuevos y de segunda mano, el mantenimiento y reparación de vehículos, y la venta al por mayor y al por menor de partes, piezas y accesorios para vehículos automotores y motocicletas. También se incluyen las actividades de los agentes comisionistas que intervienen en la venta al por mayor o al por menor de vehículos. Otras actividades comprendidas son el lavado y lustramiento de vehículos, etcétera. Las actividades se dividen en cuatro grupos, cada uno de los cuales contiene una clase básica.

1.10. *Estructura de la división 46.* La primera distinción que se tiene en cuenta en esta división atañe al tipo de funcionamiento, es decir, a la manera como se organiza la actividad de comercio al por mayor. Se distinguen dos grupos de actividades: *a)* comercio en comisión, representado por el grupo 461, relativo a la venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata (sólo), sin ningún otro detalle; y *b)* comercio al por mayor por cuenta propia, recogido en el conjunto de grupos 462 a 466 y 469, en función de las categorías de productos vendidos. La segunda distinción lleva consigo el desglose del comercio al por mayor por cuenta propia en comercio especializado y no especializado. En la CIIU, Rev.4, se utilizan 12 clases para presentar los grupos de productos vendidos (véase más adelante). La venta al por mayor que no puede definirse como especializada (es decir, la venta en la que no interviene ninguno de estos grupos particulares de productos) se clasifica dentro del grupo 469, que recoge la venta al por mayor no especializada.

1.11. *Estructura de la división 47.* El principal criterio utilizado en la división 47 es si las operaciones del comercio al por menor están o no organizadas en almacenes. El comercio al por menor en almacenes, que abarca los grupos 471 a 477, se subdivide a su vez en comercio al por menor en almacenes especializados y en almacenes no especializados. El tercer criterio aplicado al comercio al por menor en almacenes es la categoría de los productos vendidos. El comercio al por menor no realizado en almacenes se recoge en los grupos 478 y 479, que a su vez se dividen en cinco clases, tres de las cuales comprenden el comercio al por menor en puestos de venta y mercados, y las otras dos incluyen otros

tipos de comercio al por menor no realizado en puestos de venta y mercados, así como el comercio al por menor de casas de venta por correo o por Internet.

1.12. *Divisiones, grupos y clases de la CIIU, Rev.4, relacionadas con las estadísticas del comercio de distribución.* A continuación figura la estructura completa de la sección G de la CIIU, Rev.4, desglosada en divisiones (dos dígitos), grupos (tres dígitos) y clases (cuatro dígitos).

Sección G—Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas

45—Comercio al por mayor y al por menor, y reparación de vehículos automotores y motocicletas

451—Venta de vehículos automotores

4510—Venta de vehículos automotores

452—Mantenimiento y reparación de vehículos automotores

4520—Mantenimiento y reparación de vehículos automotores

453—Ventas de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores

4530—Ventas de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores

454—Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios

4540—Venta, mantenimiento y reparación de motocicletas y de sus partes, piezas y accesorios

46—Comercio al por mayor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas

461—Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata

4610—Venta al por mayor a cambio de una retribución o por contrata

462—Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos

4620—Venta al por mayor de materias primas agropecuarias y animales vivos

463—Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

4630—Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco

464—Venta al por mayor de enseres domésticos

4641—Venta al por mayor de productos textiles, prendas de vestir y calzado

4649—Venta al por mayor de otros enseres domésticos

465—Venta al por mayor de maquinaria, equipo y materiales

4651—Venta al por mayor de ordenadores, equipo periférico y programas informáticos

4652—Venta al por mayor de partes y equipo electrónicos y de comunicaciones

4653—Venta al por mayor de maquinaria, equipo y materiales agrícolas

4659—Venta al por mayor de otros tipos de maquinaria y equipo

466—Venta al por mayor especializada de otros productos

4661—Venta al por mayor de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos y de productos conexos

4662—Venta al por mayor de metales y minerales metalíferos

4663—*Venta al por mayor de materiales de construcción, artículos de ferretería y equipo y materiales de fontanería y calefacción*

4669—*Venta al por mayor de desperdicios y desechos y otros productos n.c.p.*

469—Comercio al por mayor no especializado

4690—*Comercio al por mayor no especializado*

47—Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas

471—Venta al por menor en almacenes no especializados

4711—*Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos, bebidas y tabaco*

4719—*Venta al por menor de otros productos en almacenes no especializados*

472—Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en almacenes especializados

4721—*Venta al por menor de alimentos en almacenes especializados*

4722—*Venta al por menor de bebidas en almacenes especializados*

4723—*Venta al por menor de productos de tabaco en almacenes especializados*

473—Venta al por menor de combustible para automotores en almacenes especializados

4730—*Venta al por menor de combustible para automotores en almacenes especializados*

474—Venta al por menor de equipo de la información y las comunicaciones en almacenes especializados

4741—*Venta al por menor de ordenadores, unidades periféricas, programas informáticos y equipo de telecomunicaciones en almacenes especializados*

4742—*Venta al por menor de equipo de grabaciones musicales y de vídeo en almacenes especializados*

475—Venta al por menor de otro tipo de equipo de uso doméstico en almacenes especializados

4751—*Venta al por menor de textiles en almacenes especializados*

4752—*Venta al por menor de artículos de ferretería, pinturas y productos de vidrio en almacenes especializados*

4753—*Venta al por menor de alfombras, moquetas, tapiz para paredes y revestimientos de pisos en almacenes especializados*

4759—*Venta al por menor de aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles, equipo para iluminación y otros artículos para uso doméstico en almacenes especializados*

476—Venta al por menor de productos culturales y de recreo en almacenes especializados

4761—*Venta al por menor de libros, periódicos y útiles de escritorio en almacenes especializados*

4762—*Venta al por menor de grabaciones musicales y de vídeo en almacenes especializados*

4763—*Venta al por menor de equipo deportivo en almacenes especializados*

4764—*Venta al por menor de juegos y juguetes en almacenes especializados*

- 477—Venta al por menor de otros productos en almacenes especializados
 - 4771—*Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en almacenes especializados*
 - 4772—*Venta al por menor de productos farmacéuticos y medicinales, cosméticos y artículos de tocador en almacenes especializados*
 - 4773—*Venta al por menor de otros productos nuevos en almacenes especializados*
 - 4774—*Venta al por menor de artículos usados*
- 478—Venta al por menor en puestos de venta y mercados
 - 4781—*Venta al por menor en puestos de venta y mercados de alimentos, bebidas y productos de tabaco*
 - 4782—*Venta al por menor en puestos de venta y mercados de productos textiles, prendas de vestir y calzado*
 - 4789—*Venta al por menor en puestos de venta y mercados de otros productos*
- 479—Comercio al por menor no realizado en almacenes, puestos de venta o mercados
 - 4791—*Venta al por menor de casas de venta por correo o por Internet*
 - 4799—*Otros tipos de comercio al por menor no realizado en almacenes, puestos de venta o mercados*

1.13. *Límites del comercio de distribución.* No se considera que las actividades siguientes lleven acarreada una transformación de productos, por lo que *se incluyen* en el comercio de distribución:

- Agrupación física
- Empaque
- Clasificación de mercancías en lotes grandes
- División de las mercancías a granel
- Reempaquetado para su distribución en lotes más pequeños (por ejemplo, los productos farmacéuticos)
- Mezcla de productos (por ejemplo, arena)
- Embotellado (con o sin limpieza previa de las botellas)
- Almacenamiento (sea o no en congeladores o cámaras frigoríficas)
- Refrigeración
- Entrega
- Instalación de postventa
- Limpieza y secado de productos agrícolas
- Cortado de tableros de fibra o de madera o de placas de metal como actividades secundarias
- Desarrollo de actividades de promoción de ventas para clientes, incluido el diseño de las etiquetas
- Lavado y lustramiento de vehículos

1.14. Se considera que las actividades siguientes llevan consigo una transformación de productos o bien no pertenecen a las divisiones y clases relacionadas con el comercio de distribución, por lo que *se excluyen* del comercio de distribución:

- Alquiler de vehículos automotores o motocicletas
- Alquiler y arrendamiento de productos
- Envase y empaque de productos sólidos y embotellado de productos líquidos o gaseosos, incluidos la mezcla y el filtrado, para terceros
- Venta de productos de granja por los propios granjeros
- Fabricación y venta de productos, generalmente clasificadas como industrias manufactureras
- Venta de alimentos y bebidas para el consumo en los locales y venta de alimentos para llevar
- Alquiler de efectos personales y enseres domésticos al público en general.

C. Alcance y estructura del comercio de distribución con arreglo a la Clasificación Central de Productos, Versión 2, y a la Clasificación del consumo individual por finalidades

1.15. CCP. La *Clasificación Central de Productos, Versión 2* (CCP, Ver.2) constituye una amplia clasificación de productos que abarca todos los bienes y servicios que pueden ser objeto de transacciones nacionales o internacionales. Se trata de un instrumento estadístico básico para establecer estadísticas del comercio de distribución por producto. Los servicios comerciales de distribución se clasifican en las divisiones 61 y 62 de la CCP con base en dos criterios: *a*) tipo de servicio prestado (es decir, tipo de funcionamiento tal y como se ha analizado en los párrafos 1.10 a 1.11 anteriores); y *b*) tipo de productos objeto de comercio. Como resultado de ello es posible comparar la lista de productos básicos que pueden venderse con cualquiera de los siete grupos de tipos de funcionamiento de servicios comerciales: hay dos grupos de servicios comerciales al por mayor (a comisión y por cuenta propia) y cinco grupos de servicios comerciales al por menor (en tiendas de venta y sin intervención de tiendas de venta, servicios comerciales al por menor especializados y no especializados y a comisión).

1.16. Existen versiones internacionales y nacionales de la CCP de la misma manera que existen para la CIU (véase la sección D del presente capítulo). Entre ellas se incluyen la Clasificación Estadística de Productos por Actividades (CPA), equivalente europeo de la CCP, y la Clasificación de Productos Básicos de Australia y Nueva Zelandia (ANZSCC). Éstas difieren considerablemente de la CCP y entre ellas no sólo por sus detalles y sus sistemas de codificación, sino también por su estructuración⁹.

1.17. *Alcance de los grupos de productos utilizados en la sección 6 de la CCP, Ver.2.* A fin de mejorar la comparabilidad internacional de los datos, los países pueden utilizar los cuadros de correspondencia entre las categorías de la CCP y las clases de actividades de la CIU, Rev.4, a modo de orientación sobre el alcance de dichas categorías de productos. Dicho cuadro se desarrollará e incluirá en el próximo *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual*. A la hora de clasificar las unidades estadísticas en diversas clases de las divisiones 45 a 47, los países deben seguir las notas explicativas que figuran en la CIU, Rev.4, y en la CCP, Ver.2.

1.18. *CCIF.* Otra opción para clasificar los productos del comercio de distribución es la Clasificación del consumo individual por finalidades (CCIF), que establece categorías según la finalidad (o función) del uso de los productos básicos vendidos. La puesta a disposición de datos sobre el comercio al por menor con el nivel de detalle de la CCIF facilita la compilación de los gastos del consumo individual de los hogares en las cuentas nacionales. Se anima a los países a que pongan en práctica esta clasificación y presenten

⁹ Para obtener más información sobre la CCP y otras clasificaciones de productos, como la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI) y el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (Sistema Armonizado), y otros, consúltese: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp?Lg=1>.

¹⁰ Véase *Clasificaciones de los gastos por finalidades: Clasificación de las funciones de las administraciones públicas (CFAP); Clasificación del consumo individual por finalidades (CCIF); Clasificación de los objetivos de las instituciones sin fines de lucro que prestan servicio a los hogares (COPNI); y Clasificación de los gastos de los productores por objetivo (COPP)*. Serie M No. 84, publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: S.00.XVII.6, primera parte, cap. III, y tercera parte; disponible en: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp?Lg=1>.

el volumen de negocios correspondiente al comercio al por menor, en la medida de lo posible, desglosado según las clases que figuran en la CCIF¹⁰.

1.19. Con el objetivo de lograr una amplia comparabilidad internacional y nacional de los datos sobre el comercio de distribución por productos, se anima a los países a que presenten las clases de productos de comercio al por menor que figuran en la división 45 (nivel de cuatro dígitos de la CCP, Ver.2) agrupadas dentro de las siete categorías de productos siguientes. Si bien la correspondencia entre la estructuración de la CCP y la CCIF no es unívoca, las agrupaciones se pueden conciliar ampliamente.

- Alimentos, bebidas y tabaco
- Prendas de vestir y calzado
- Artefactos, artículos y equipo para el hogar
 - Entre ellos: Muebles
- Maquinaria, equipo y materiales
 - Entre ellos: Equipo de procesamiento de información
 - Entre ellos: Vehículos automotores y productos asociados
- Efectos personales y otros productos
- Materiales de construcción
- Otros

1.20. Para que puedan satisfacer las necesidades de una amplia variedad de usuarios, se recomienda a los países que confeccionen sus propias listas para la presentación de informes sobre el comercio de distribución según el tipo de productos, de conformidad con las clasificaciones de productos utilizadas en sus estudios sobre comercio y teniendo en cuenta la necesidad de cumplir las normas internacionales. Es deseable que los países preparen listas más detalladas para el comercio al por menor que para el comercio al por mayor, ya que en el caso del primero dichas listas resultan útiles a la hora de describir la corriente de bienes hacia los hogares. Con independencia de la lista o la clasificación de productos que se vaya a utilizar, cualquiera de ellas debe guardar relación con la clasificación de los bienes y servicios de los hogares a efectos de cuentas nacionales.

D. El comercio de distribución en otras clasificaciones de actividades

1.21. *CIIU*. Para la clasificación de las actividades económicas, la mayoría de los países utilizan directamente la Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) o bien elaboran sus propias clasificaciones industriales nacionales basadas en dicha clasificación. En el caso de países que no utilizan la CIIU o cuyas clasificaciones nacionales difieren de la CIIU, se recomienda que elaboren sus propias clasificaciones industriales nacionales de manera que se permita la comparabilidad internacional y la identificación del tipo de actividad a fin de garantizar la correspondencia al menos con el nivel de dos dígitos (división) de la CIIU. Para que una clasificación industrial nacional sea plenamente compatible con la sección G de la CIIU, Rev.4, las categorías más detalladas de la clasificación nacional deben coincidir con las clases individuales de la CIIU o ser agrupaciones o disecciones de éstas.

1.22. *NACE*. La Nomenclatura estadística de actividades económicas en la Comunidad Europea (NACE, Rev.2)¹¹ es la clasificación de actividades económicas aplicada por los países miembros de la Unión Europea (UE), por algunas de las economías en transición y otros países que pretenden adherirse a la Unión Europea. Esta clasificación es plenamente compatible con la CIIU, Rev.4, ya que en algunos casos ofrece una subdivisión

¹¹ Disponible en: http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=NACE_REV2&StrLanguageCode=EN&IntPckKey=&StrLayoutCode=HIERARCHIC&CFID=1505220&CFTOKEN=4b5a935fefb8960a-64410213-09DA-12FE-B2107BE19A0001E6&jsessopmod=e-e3085e515312a416332.

visión de la CIIU que se ajusta mejor a las estructuras de las economías europeas. Si bien una sola actividad en el nivel de grupos y clases puede presentar un código numérico y un desglose en la NACE que difieran de los contemplados en la CIIU, ambas clasificaciones siempre se pueden hacer corresponder agrupando los grupos y clases más detallados de la NACE en los grupos y clases de la CIIU. Existe plena correspondencia entre los dos primeros niveles (secciones y divisiones) de estas clasificaciones. La NACE, Rev.2, se revisó paralelamente a la cuarta revisión de la CIIU. Lleva vigente desde el día 1° de enero de 2008. Los países deberán elaborar sus estadísticas estructurales anuales sobre el comercio de distribución utilizando la NACE, Rev.2, a partir de esa fecha y las estadísticas a corto plazo a partir del día 1° de enero de 2009. Se recomienda a los países que utilizan la NACE que sigan empleando la NACE, Rev.2, ya que es plenamente coherente con la CIIU, Rev.4.

1.23. *SCIÁN*. El Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIÁN) se ha desarrollado para proporcionar al Canadá, a México y a los Estados Unidos de América definiciones industriales comunes que faciliten los análisis económicos de las economías de los tres países norteamericanos. La SCIÁN se fundamenta en un marco conceptual orientado hacia la producción o basado en la oferta, y clasifica las industrias más que las actividades. Esto significa que las unidades de producción que utilizan procesos productivos idénticos o similares se agrupan juntas en la SCIÁN. Si bien se han dedicado esfuerzos a lograr que el sistema sea comparable con la CIIU en el nivel de dos dígitos, existen diferencias fundamentales entre las estructuras de clasificación de la SCIÁN y la CIIU. No es fácil convertir los datos acordes con la SCIÁN en datos acordes con la CIIU o la NACE. Se ha publicado una correspondencia detallada entre la SCIÁN y la CIIU, Rev.3.1¹² en el sitio web de la División de Estadística de las Naciones Unidas¹³.

1.24. *ANZSIC*. La Australian and New Zealand Standard Industrial Classification (ANZSIC) [Clasificación industrial uniforme de Australia y Nueva Zelandia] se revisó en 2006 y rinde cuenta de las industrias específicas de Australia y Nueva Zelandia. Al igual que la CIIU, el marco conceptual de la ANZSIC se volvió a evaluar para insistir más en el enfoque desde el punto de vista de la oferta. La estructura de la ANZSIC sigue ampliamente la de la CIIU y se corresponde con la CIIU, Rev.4, en el nivel de las divisiones (dos dígitos) en la medida en que resulta viable. En el sitio web de la Oficina de Estadística de Australia hay disponible una correspondencia entre la ANZSIC y la CIIU.

¹² Informes estadísticos, No. 4/Rev. 3.1 (publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.03.XVII.4).

¹³ Disponible en: <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regot.asp?Lg=1>.

E. Selección de cuestiones relacionadas con los límites

1. Contratación externa: el límite entre la venta al por mayor y la fabricación

1.25. *Contratación externa*. El término “contratación externa” de la producción se utiliza para referirse a una situación en la que la unidad productiva principal (el contratante) contrata a otra unidad productiva (el contratista) para llevar a cabo funciones específicas que constituyen la totalidad o una parte de la actividad del contratante en la producción de un bien o servicio. Mientras que la clasificación de actividades del contratista es sencilla y no se ve afectada por el hecho de que la actividad se haya sometido a contratación externa, la clasificación de actividades del contratante se ve muy condicionada por la naturaleza y la extensión de la contratación externa, por lo que es necesario adoptar convenciones para garantizar un tratamiento coherente. La clasificación de las unidades principales es una cuestión relacionada con los límites que reviste gran importancia, ya que las decisiones adoptadas en cuanto a su actividad afectan al alcance de las divisiones de fabricación y venta al por mayor (o comercio al por menor).

1.26. *Tipos de contratación externa*. La contratación externa puede adoptar tres formas, a saber: *a*) contratación externa de funciones de apoyo; *b*) contratación externa

de partes del proceso de producción; y c) contratación externa del proceso de producción completo. En cada uno de estos casos, el contratante y el contratista pueden estar ubicados en los mismos territorios económicos, o bien en territorios económicos diferentes. La ubicación en sí no afecta a la clasificación de ninguna de estas unidades.

1.27. *Contratación externa de funciones de apoyo.* En este caso el contratante (mayorista o minorista) lleva a cabo la reventa de los bienes y servicios, pero somete a contratación externa ciertas funciones de apoyo, como los servicios informáticos o de contabilidad, que realiza el contratista. En este caso se recomienda seguir clasificando al contratante dentro de la clase de la sección G de la CIIU que represente el proceso de producción esencial (reventa según tipo de venta y tipo de productos vendidos). El contratista se clasifica según la actividad de apoyo específica que lleve a cabo; por ejemplo, la clase 6920, relativa a actividades de contabilidad, teneduría de libros y auditoría; asesoramiento en materia de impuestos, o la clase 6202, relativa a consultores en informática y actividades de gestión de instalaciones y servicios informáticos.

1.28. *Contratación externa de partes del proceso de producción.* El contratista (fabricante) somete a contratación externa una parte del proceso de producción (de un bien o servicio) que realizará el contratista, pero no el proceso entero. El contratante es propietario de los insumos materiales que ha de transformar el contratista y, por ende, tiene la titularidad sobre los productos finales. En dicho caso se recomienda clasificar al contratante dentro de la clase adecuada de industrias manufactureras de la CIIU de la misma forma en que se haría si éste llevase a cabo el proceso de producción completo. El contratista se clasifica de acuerdo con la porción del proceso de producción de la que se ocupa. En el caso de la transformación de un producto, el contratista se clasifica dentro de la misma categoría de la CIIU o en una por separado. Asimismo, en el caso de la contratación externa de un servicio, puede que las actividades del contratante y del contratista no se clasifiquen dentro de la misma categoría de la CIIU.

1.29. *Contratación externa del proceso de producción completo.* Cuando el contratante somete a contratación externa el proceso de producción completo para que el contratista lo lleve a cabo, cabe considerar dos casos específicos, a saber:

- a) *Contratación externa de actividades de producción de servicios, incluida la construcción.* En este caso tanto el contratante como el contratista se clasifican como si llevaran a cabo la actividad completa de producción de servicios.
- b) *Contratación externa de actividades de fabricación al contratista.* En este caso el contratante no transforma físicamente los productos en el mismo lugar en el que se ubica su unidad. Se recomiendan las siguientes normas de clasificación de actividades:
 - i) El contratante que es propietario de los insumos materiales, y por tanto también lo es de los productos, pero que encarga la producción a terceros, se clasifica en la sección C, relativa a las industrias manufactureras, de la CIIU, Rev.4, concretamente en la categoría de la clasificación que corresponda a la totalidad de la actividad de fabricación (sometida a contratación externa).
 - ii) El contratante que encarga la producción a terceros pero no es propietario de los insumos materiales debe clasificarse en la sección G, relativa al comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, de la CIIU, Rev.4., concretamente en la categoría de la clasificación que corresponda a la actividad representada por el tipo de venta (por ejemplo, venta al por mayor o al por menor) y el tipo de productos vendidos. En este caso también hay que determinar si el contratante lleva a cabo otras actividades, como el diseño o la investigación y desarrollo.

Si, efectivamente, el contratante se ocupa de otras actividades de producción, cabe aplicar las normas habituales para identificar la actividad principal del contratante (véase el párrafo 3.12 referente al método “de arriba abajo”).

- iii) En tal caso, el contratista se clasifica en la sección C de la CIIU, Rev.4, relativa a las industrias manufactureras, concretamente en la categoría de la clasificación que corresponda a la actividad de fabricación realizada por el contratista.

2. Distinción entre comercio al por menor y servicios financieros

1.30. *Unidades que ofrecen líneas de crédito al consumo.* Muchos comercios minoristas y otras entidades económicas que intervienen en el comercio de distribución ofrecen a sus clientes la opción de compra a crédito. A tal efecto, pueden emitir tarjetas de miembro que permiten a los clientes realizar compras dentro de un límite de crédito previamente fijado. El crédito al consumo es una forma de préstamo a corto plazo concedido a particulares para uso personal o doméstico, más que a empresas. El crédito al consumo también lo ofrecen las empresas que desempeñan sus actividades en el sector del crédito al consumo, habitualmente, *a)* pequeñas empresas de préstamos, que, como ordenantes, tienen contacto con los consumidores y les conceden préstamos directamente; y *b)* entidades financieras que no tratan directamente con los clientes, sino que compran y poseen las deudas a plazos de los consumidores relacionadas con la venta de productos duraderos en el tiempo.

1.31. La clasificación de las instituciones financieras que intervienen en las transacciones de crédito al consumo es bastante sencilla (se clasifican en la sección K, relativa a actividades financieras y de seguros, de la CIIU, Rev.4), pero no se trata en las presentes recomendaciones. No obstante, los encargados de compilar las estadísticas del comercio de distribución deben prestar atención a los casos en que el ordenante y titular de los créditos al consumo sea una unidad de comercio al por menor que disponga de un establecimiento independiente encargado de créditos al consumo o que lleve a cabo actividades auxiliares relacionadas con dichos créditos (véanse los párrafos 3.10 y 3.11). Dado que el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 distingue entre sectores financieros y no financieros de manera separada¹⁴, se recomienda que, siempre que sea posible, se definan dos unidades separadas en este caso, una para la entidad que participa en la actividad (comercial) no financiera y la otra para la entidad involucrada en la actividad financiera (concesión de créditos al consumo), siempre y cuando se disponga de las cuentas financieras necesarias para cada una de ellas, incluso aunque ambas en conjunto reúnan todos los atributos de una entidad económica y aunque se compilen cuentas consolidadas para ambas como si se tratase de una sola unidad. Ambas unidades se clasificarán por separado y la segunda de ellas se clasificará como institución financiera más que como unidad de comercio de distribución. No obstante, si la unidad que concede los créditos al consumo no puede considerarse por separado desde el punto de vista estadístico (es decir, si no se dispone de cuentas separadas de su actividad), se recomienda tratarla como parte de la unidad estadística pertinente involucrada en una actividad auxiliar. Dicho tratamiento no afectará a la clasificación de dicha unidad en el comercio de distribución.

¹⁴ Véase Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, cap. 4, para sectores institucionales y clasificación de éstos.

F. Alcance de las estadísticas del comercio de distribución

1.32. En general, las estadísticas del comercio de distribución reflejan características y actividades de las unidades que pertenecen al sector del comercio de distribución de una economía. Teniendo en cuenta la función de la CIIU, Rev.4, como clasificación

de actividades utilizable en todas las esferas aplicables de las estadísticas económicas, se recomienda que el sector del comercio de distribución de una economía se defina como el integrado por todas las entidades residentes reconocidas como entidades estadísticas y clasificables en la sección G de la CIIU, Rev.4, con independencia de su tamaño, su forma de organización económica y jurídica y su titularidad (véase el capítulo III para las recomendaciones sobre unidades estadísticas). La residencia de las entidades económicas debe determinarse de conformidad con las normas que figuran en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008. Las actividades de comercio de distribución realizadas por entidades no clasificadas en la citada sección no se incluyen en las estadísticas del comercio de distribución.

1.33. Por convención, los elementos de datos incluidos en las estadísticas del comercio de distribución son aquellos que reflejan: *a)* las características de las entidades que pertenecen al sector del comercio de distribución; *b)* entradas y otros ingresos y adquisiciones de aquellas entidades consignados en sus estados de pérdidas y ganancias y utilizados para calcular la producción comercial, el consumo intermedio y el valor añadido; *c)* la inversión de las entidades en activos no financieros y cambios de inventarios; y *d)* información de empleo estrechamente relacionada con la mayoría de los anteriores grupos de elementos (véase el capítulo V para recomendaciones detalladas). Otros elementos de datos, como los relativos a la posición financiera de las entidades, se excluyen explícitamente y, en su lugar, se compilan como parte de estadísticas financieras o de otro tipo pertinentes.

Capítulo II

Unidades estadísticas y de presentación de informes

A. Información general

2.1. *Entidades económicas.* El alcance del amplio elenco de entidades económicas que participan en el comercio de distribución es extenso y abarca desde pequeñas entidades que participan en una o muy pocas actividades llevadas a cabo en o desde una ubicación geográfica hasta grandes y complejas entidades involucradas en numerosas actividades diferentes que pueden realizarse en o desde múltiples ubicaciones geográficas. Las entidades económicas que intervienen en el comercio de distribución varían en cuanto a estructura jurídica, contable, organizacional y operativa. En las entidades grandes y complejas, las unidades en o desde las que tiene lugar la actividad económica se agrupan en estructuras jerárquicas con fines administrativos, de gestión y de adopción de decisiones. Las unidades organizacionales de nivel superior poseen, controlan o gestionan las unidades de producción de nivel inferior en las que se adoptan las decisiones en materia de producción o en las que se desarrolla la propia producción. Una entidad económica puede estructurarse de acuerdo con determinadas líneas geográficas, jurídicas u operacionales. Puede tener una estructura o varias, a fin de llevar a cabo diferentes funciones o lograr distintos propósitos.

2.2. En las entidades complejas, la gestión de los asuntos financieros de la empresa suele efectuarse en un nivel organizacional superior al de la gestión de las operaciones de venta al por mayor o al por menor. Los sistemas de contabilidad de las empresas normalmente ponen de manifiesto esta estructura de gestión reflejando la jerarquía de responsabilidades de gestión por las operaciones de la empresa. Dado que las cuentas necesarias para apoyar las funciones de gestión y adopción de decisiones, ya sean financieras o relacionadas con la producción, suelen mantenerse para el nivel correspondiente de responsabilidades de gestión, se desprende que la capacidad para presentar datos variará en función del nivel estructural.

2.3. *Recopilación de datos de entidades económicas.* Las estadísticas económicas, en general, y las estadísticas del comercio de distribución, en particular, han de tener en cuenta las estructuras mencionadas anteriormente a fin de compilar los datos que resultan más útiles para el análisis económico. No obstante, las estructuras jurídicas y operacionales de las entidades económicas, así como sus prácticas de teneduría de libros, no resultan adecuadas para fines estadísticos tal como se han desarrollado en la mayoría de los países. Por consiguiente, es deseable disponer de directrices sobre la definición de unidades estadísticas, de presentación de informes y de recopilación para su uso a la hora de recabar datos, de forma que puedan elaborarse estadísticas nacionales e internacionales comparables.

2.4. *Unidades estadísticas.* Una unidad estadística es una entidad acerca de la cual se busca información y para la que en última instancia se compilan las estadísticas. Es la unidad que proporciona la base para los agregados estadísticos y a la que se refieren los datos tabulados. Estas unidades pueden dividirse en dos categorías:

- a) *Unidades de observación*: Entidades jurídicas/organizacionales o físicas identificables que son capaces, real o potencialmente, de presentar datos sobre sus actividades.
- b) *Unidades de análisis*: Entidades creadas por los estadísticos (también conocidas como constructos estadísticos), a menudo mediante la división o combinación de unidades de observación, para compilar estadísticas más detalladas y homogéneas de lo que sería posible si se compilaran mediante el uso de datos sobre unidades de observación. Aunque las unidades de análisis no son capaces en sí mismas de facilitar datos sobre sus actividades, sí existen métodos indirectos de cálculo estadístico, incluida la imputación de dichos datos. Algunos ejemplos de unidades de análisis son las unidades de producción homogénea, en general, y las unidades locales de producción homogénea, en particular.

2.5. *Unidades de recopilación*. Una unidad de recopilación es aquella de la que se obtienen datos y que permite completar formularios estadísticos. De hecho, se trata más bien de una dirección o persona de contacto que de una unidad. Cualquier entidad que posea información pertinente desde el punto de vista estadístico acerca de unidades estadísticas puede llegar a funcionar como unidad de recopilación. Por ejemplo, si las entidades encomiendan la cumplimentación de formularios a una oficina encargada de la teneduría de libros, esta última será una unidad de recopilación.

2.6. *Unidades de presentación de informes*. Una unidad de presentación de informes es la unidad acerca de la cual se presentan datos. Normalmente, cuando una entidad dada facilita los datos necesarios sobre las características y actividades de todas sus ubicaciones, es una unidad de presentación de informes. En este caso, estas entidades son observables estadísticamente y son unidades tanto estadísticas como de presentación de informes.

2.7. Cabe señalar que, en la práctica, las unidades estadísticas, las de presentación de informes y las de recopilación a menudo coinciden unas con otras. No obstante, esto no ocurre si las unidades estadísticas son unidades de análisis. Es necesario distinguir entre estas unidades porque corresponden a diferentes etapas del proceso de recopilación/compilación de datos. En el contexto de estas Recomendaciones, las unidades estadísticas revisten un interés fundamental, ya que constituyen la base de los agregados estadísticos, y precisamente a estas unidades se refieren todos los elementos de datos. Las unidades de recopilación y de presentación de informes son especialmente pertinentes en las etapas de muestreo y recopilación de datos.

2.8. Si una entidad económica interviene en varios tipos de actividades y si se asocia una unidad estadística independiente a cada una de esas actividades, la entidad es compleja desde el punto de vista estadístico. En el supuesto de que dicha unidad (o unidades) pueda(n) facilitar todos los datos requeridos, no es necesaria una recopilación adicional de datos con respecto a la entidad en su conjunto. No obstante, si de esta manera no se logra obtener el conjunto completo de datos, la recopilación de éstos también debe tener por objeto a la entidad en su conjunto y, de tener éxito, distribuir la información adicional entre las unidades estadísticas. A este respecto, es importante garantizar que los datos facilitados no incurran en una doble contabilización.

B. Definición de las unidades estadísticas seleccionadas

2.9. En la introducción de la CIU, Rev.4¹⁵ se ofrecen definiciones de diversos tipos de unidades estadísticas. Se anima a los países a que empleen esta publicación para mejorar la comparabilidad en las prácticas nacionales vigentes para las unidades estadísticas y de otro tipo. A continuación se presentan definiciones de las unidades estadísticas pertinentes para el comercio de distribución.

¹⁵ Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.08.XVII.25.

2.10. *Agrupación de empresas.* Una agrupación de empresas es una asociación de empresas (véase párrafo 2.12) unidas por diversos tipos de vínculos como la propiedad, el control de intereses y la gestión. Una agrupación de empresas puede contar con más de un centro de adopción de decisiones, especialmente en lo que respecta a la política de producción, ventas y beneficios, y puede centralizar ciertos aspectos de la gestión financiera y de la tributación. Constituye una entidad económica facultada para adoptar decisiones, particularmente en lo relativo a las unidades de las que se compone. Una agrupación de empresas está controlada por la dirección de la agrupación, que es una unidad jurídica matriz que a su vez está controlada, directa o indirectamente, por cualquier otra unidad jurídica. No obstante, existen algunas formas de asociaciones cooperativas o mutuas en las que la empresa matriz de hecho es propiedad de las unidades de la agrupación.

2.11. La unidad constituida por la agrupación de empresas a menudo corresponde a un conglomerado de ellas unidas por una red de relaciones complejas, y otras veces abarca una variedad de actividades muy amplia. A menudo es posible identificar diferentes subgrupos dentro de una agrupación de empresas. Existen algunas dificultades en el uso de este tipo de unidad con fines estadísticos, debido sobre todo a los problemas que plantea identificar y observar minuciosamente los vínculos a veces inestables entre las diferentes empresas.

2.12. *Empresa.* Una entidad económica, en calidad de productora de bienes y servicios, se considera una empresa si es capaz, por cuenta propia, de ser propietaria de activos, contraer obligaciones y participar en actividades económicas y en transacciones con otras entidades económicas. Una empresa es un agente económico con autonomía en materia de adopción de decisiones financieras y de inversión, y con la autoridad y responsabilidad pertinentes para asignar recursos para la producción de bienes y servicios. Puede participar en una o varias actividades productivas y hacerlo en una o varias ubicaciones.

2.13. Una empresa que participa en el comercio de distribución puede ser una sociedad anónima, una institución sin fines de lucro o una empresa no constituida en sociedad de capital. Una sociedad de capital es una entidad económica completa capaz de intervenir en una amplia variedad de transacciones, mientras que el término “empresa no constituida en sociedad de capital” se refiere al hogar considerado como entidad económica únicamente en su capacidad como productor de servicios de comercio de distribución. Una institución sin fines de lucro también es una entidad económica establecida con el fin de servir a los intereses de las unidades del comercio de distribución y de promover los intereses de dichas unidades.

2.14. *Establecimiento*¹⁶. Un establecimiento se define como una empresa o parte de una empresa que está situada en una única ubicación y en la que sólo se lleva a cabo una única actividad productiva o en la que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor añadido. Si bien en la definición de establecimiento cabe la posibilidad de que se lleven a cabo una o varias actividades secundarias, la magnitud de éstas debe ser reducida en comparación con la de la actividad principal. Si una actividad secundaria es tan importante —o casi— como la actividad principal, entonces se trata más bien de una unidad local, como se describe más adelante (véase el párrafo 2.22).

2.15. En el caso de la mayoría de las empresas pequeñas y medianas, la empresa y el establecimiento son idénticos. En general, se recomienda que las grandes empresas que participan en numerosas actividades económicas pertenecientes a diferentes sectores se dividan en uno o varios establecimientos, siempre que se puedan identificar unidades de producción más pequeñas y homogéneas acerca de las cuales se puedan compilar datos sobre producción de manera significativa.

2.16. *Unidad de actividad económica.* Tomando por base la manera en que se construye y define la unidad de la empresa, puede que ésta ya presente un cierto grado

¹⁶ El establecimiento también se denomina “unidad de actividad económica a nivel local” en el Sistema Europeo de Cuentas Nacionales y Regionales, 1995 (ESA, 1995), párr. 2.106.

de homogeneidad con respecto a sus actividades económicas; no obstante, es posible que algunas estadísticas, incluidas las estadísticas del comercio de distribución, requieran un grado superior de homogeneidad. Precisamente a tal efecto se ha definido y se utiliza la unidad de actividad económica.

2.17. Una unidad de actividad económica es una empresa o una parte de una empresa que participa únicamente en un tipo de actividad productiva o en la que la actividad productiva principal representa la mayor parte del valor añadido. No hay ninguna restricción impuesta a la zona geográfica en la que la actividad se desarrolla. A fin de crear este tipo de unidades homogéneas, la empresa debe dividirse en partes más restringidas y homogéneas.

2.18. Si bien el objetivo es lograr, al máximo posible, el requisito de homogeneidad, debe prestarse igualmente atención a los otros dos requisitos, a saber: disponibilidad de datos y posición en la estructura organizacional. Dividir las empresas en unidades de actividad económica lleva consigo procurar un equilibrio entre la homogeneidad de las actividades económicas, por un lado, y la disponibilidad de datos y la estructura organizacional, por otro. En la mayoría de los casos, los tres requisitos están relacionados entre sí: cuanto más homogénea es la unidad, menor es el volumen de datos disponibles y, a su vez, menos probable es que la unidad se perciba como una entidad separada en la organización. Corresponde a las oficinas estadísticas nacionales encontrar el equilibrio correcto. No obstante, se recomienda que dicha división preste la debida atención a la disponibilidad de datos y a la estructura organizacional. Cabe señalar que, por definición, cada empresa debe componerse de una o varias unidades de actividad económica. En muchos casos, la unidad de actividad económica puede existir sólo como unidad estadística de análisis.

2.19. A la hora de decidir sobre la definición de una unidad de actividad económica cabe señalar que cualquier unidad de actividad económica que encaje bajo el epígrafe de una determinada clasificación de actividades puede participar en actividades secundarias que no pueden identificarse por separado a partir de los documentos de contabilidad disponibles.

2.20. *Definición del término “ubicación”*. Las definiciones tanto de “establecimiento” como de “unidad local” (véase *infra*) emplean el término “ubicación”; a este respecto, es necesario aclarar su significado. El término puede interpretarse de dos maneras:

- a) En sentido estricto, puede entenderse como un lugar específico; por ejemplo una dirección particular o incluso una habitación en un edificio de oficinas de varios pisos. Esta dimensión de la ubicación debe manejarse de forma que resulte operativa para fines estadísticos, ya que en algunos casos puede considerarse que dos o incluso más lugares no contiguos constituyen una ubicación, como cuando dos almacenes de una empresa comercial se encuentran en el mismo bloque y apenas distantes uno de otro o se encuentran uno frente al otro a ambos lados de la calle, y cuando no se mantienen registros separados para cada almacén. En general, la distancia entre dos lugares tiene que ser bastante grande para justificar la especificación de dos ubicaciones separadas, sobre todo cuando los lugares quedan dentro de la zona geográfica más detallada sobre la que se han de compilar varias series de datos.
- b) También puede entenderse como la combinación de las ubicaciones pertenecientes a una empresa dentro de una zona geográfica. La identificación de esa unidad estadística permite distinguir entre provincias, Estados, condados, municipalidades, municipios y hasta entidades menores como bloques reticulares¹⁷. Por tanto, si las actividades se emprenden en dos o más ubicaciones —por ejemplo, en la misma municipalidad, municipio o zona geográfica restringida

¹⁷ El concepto básico por el que se rigen las estadísticas con referencias geográficas es que los datos se agrupan según la zona en la que tiene lugar una actividad en la práctica. Un bloque reticular es una unidad geográfica de micronivel en la que pueden codificarse personas o empresas particulares y en la que pueden agruparse datos sobre personas o unidades.

semejante— es aceptable abarcar todas ellas en una sola unidad local con arreglo a los términos que definen el concepto de unidad local.

2.21. La decisión acerca de cuál de las dos interpretaciones cabe aplicar depende de las estadísticas en cuestión. Si, por ejemplo, se cuenta el número de tiendas de comercio al por menor en una cierta zona, o si se analizan los procesos de producción, la ubicación como lugar individual es la unidad adecuada; si, por otro lado, las estadísticas tienen por tema el empleo, todas las ubicaciones de una empresa dentro de la zona geográfica menor pueden considerarse como una unidad local.

2.22. *Unidad local.* A menudo, las empresas desarrollan sus actividades productivas en más de una ubicación, y a efectos de obtener una distribución geográfica de los datos recopilados es necesario dividir dichas empresas en consecuencia. Así pues, una unidad local se define como una empresa o una parte de una empresa (por ejemplo, un taller, una fábrica, un almacén de suministros, una oficina, una mina o un depósito) que participa en una actividad productiva en o desde una ubicación. La definición tiene una sola dimensión en la medida en que no se refiere al tipo de actividad que la unidad lleva a cabo.

2.23. *Establecimiento auxiliar.* Si un establecimiento que realiza actividades puramente auxiliares (véase el párrafo 3.10) es observable estadísticamente, en el sentido de que se dispone fácilmente de cuentas separadas para la producción que lleva a cabo, o si se encuentra en una ubicación diferente geográficamente de los establecimientos a los que sirve, puede ser deseable y útil considerarlo como una unidad separada —es decir, como un establecimiento auxiliar— e incluirlo en la clasificación industrial correspondiente a su actividad principal (véase el párrafo 3.8). No obstante, se recomienda que tan sólo se creen establecimientos separados si se dispone de datos básicos adecuados sobre, por ejemplo, el valor del consumo intermedio, la remuneración de los empleados, la formación bruta de capital fijo y el empleo.

2.24. La producción del establecimiento auxiliar debe fundamentarse en la suma de los costos, es decir, debe basarse en todos los costos de su producción, incluidos los atribuibles al capital utilizado en ella. La producción de la unidad auxiliar se trata como consumo intermedio de los establecimientos a los que sirve y debe asignarse utilizando un indicador adecuado como la producción, el valor añadido o el empleo de estos establecimientos. Las sociedades de cartera no son unidades auxiliares; las funciones que desempeñan para controlar y dirigir las sociedades filiales no son actividades auxiliares.

2.25. *Sociedad anónima auxiliar.* Una sociedad anónima comercial puede juzgar ventajoso, por motivos fiscales o de otra índole, crear una filial con el puro fin de que realice determinadas actividades auxiliares para su propio beneficio. Por ejemplo, puede crear una filial a la que transfiera la titularidad de sus terrenos, edificios y equipos, y cuya única función sea alquilarlos de nuevo a la sociedad matriz; o bien puede crear una filial para que mantenga sus cuentas y registros en una instalación informática separada, etcétera. Se trata de unidades artificiales creadas para evadir impuestos, reducir al mínimo las obligaciones en caso de quiebra o asegurarse otras ventajas técnicas con arreglo a la legislación fiscal o empresarial vigente en un país. Se recomienda que las sociedades anónimas auxiliares no se traten como unidades estadísticas separadas, sino como parte integrante de la sociedad matriz y que sus cuentas se consoliden con las de ésta.

C. Recomendaciones sobre unidades estadísticas, de presentación de informes y de recopilación

2.26. Son necesarios dos tipos principales de datos para describir la actividad económica de las unidades de comercio de distribución: a) datos de producción, basados en

18 En general, las estadísticas de producción incluyen datos sobre los ingresos de explotación percibidos por la venta de bienes y servicios producidos y los costos, salarios y sueldos asociados, así como la depreciación y los beneficios de explotación.

19 Dichos registros incluyen las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas, así como los balances del activo y pasivo de las unidades comerciales.

la gestión y las cuentas de costos de las unidades comerciales¹⁸; y b) datos financieros, basados en sus registros de contabilidad¹⁹. Estos tipos de estadísticas son necesarios para el análisis del sector del comercio de distribución, así como para la compilación de las cuentas nacionales. Para compilar dichas estadísticas, deben identificarse y utilizarse de forma coherente unidades estadísticas, de presentación de informes y de recopilación. Más adelante figuran las recomendaciones para dichas unidades.

2.27. Sabiendo que el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 recomienda el establecimiento como la unidad estadística más adecuada para los datos de producción y empleo y que se debe garantizar la compilación de datos homogéneos y distribuidos geográficamente, se anima a los países a que utilicen el establecimiento como unidad estadística para las estadísticas del comercio de distribución. En la mayoría de los casos el establecimiento y la empresa son lo mismo, por lo que todos los tipos de datos pueden obtenerse a partir de la misma fuente. En tales casos, un establecimiento o empresa puede ser no sólo una unidad estadística, sino también una unidad de presentación de informes y de recopilación. No obstante, si un establecimiento forma parte de una empresa integrada por múltiples establecimientos, puede que no tenga acceso a toda la información necesaria (por ejemplo, de tipo financiero). En tales circunstancias, la empresa a la que pertenezca un establecimiento dado puede funcionar como unidad de recopilación que proporcione datos sobre las actividades de dicho establecimiento a las autoridades estadísticas.

2.28. Se anima a los países a que recopilen datos para todos los establecimientos pertinentes que pertenezcan a una empresa integrada por múltiples establecimientos dentro de un país. En el caso de las empresas que tienen en funcionamiento sucursales en territorios económicos de diferentes países, debe prestarse especial atención a garantizar que los datos relativos a las actividades de los establecimientos que sean unidades residentes en otras economías no se incluyan en las estadísticas del comercio de distribución del país que realiza la compilación.

2.29. Si por otros medios se puede lograr un grado suficiente de homogeneidad y distribución geográfica deseable, o si no se dispone de datos para el nivel de los establecimientos, puede utilizarse la empresa como unidad estadística y los países pueden limitar su labor de recopilación de datos a las empresas cuya actividad principal sea el comercio de distribución. Para algunos países que pretenden lograr el grado máximo posible de homogeneidad y distribución geográfica detallada es posible que resulte práctico utilizar el establecimiento como unidad estadística para la recopilación de datos no financieros al tiempo que emplean la empresa para la recopilación de datos financieros.

2.30. La unidad de actividad económica se diferencia del establecimiento en que no existen restricciones con respecto a la zona geográfica en la que una sola entidad jurídica lleva a cabo un determinado tipo de actividad. En ciertos casos, la disponibilidad de datos basados en la unidad de actividad económica puede hacer necesaria la utilización de esta unidad en vez del establecimiento en los estudios sobre comercio. Por ejemplo, en algunos supuestos, puede que se disponga fácilmente de datos sobre la formación de capital fijo, los inventarios y las ventas con respecto a las unidades de actividad económica, pero no con respecto a los establecimientos; al mismo tiempo, la clasificación de los datos según la zona y el tamaño del establecimiento puede presentar un interés mínimo. En líneas más generales, la unidad de actividad económica puede considerarse, para muchos fines, una alternativa adecuada al establecimiento en aquellos países en los que las empresas de mayor tamaño integradas por múltiples establecimientos organizan sus registros sobre esta base. No obstante, si en dichos casos se utiliza la unidad de actividad económica, sería útil indicar la relación que existe entre dichas unidades y las unidades empleadas en otros estudios.

2.31. La unidad local se utiliza como unidad estadística para compilar determinados tipos de datos en los que no es necesario un desglose por actividades; así pues,

se desaconseja su uso en las estadísticas del comercio de distribución. No obstante, si el criterio de la unidad de actividad económica puede atribuirse a la unidad local y, con ello, ésta se sitúa dentro del alcance de la sección G de la CIIU, Rev.4, la unidad se convierte en un establecimiento y puede emplearse en las estadísticas del comercio de distribución como unidad estadística y como unidad de presentación de informes.

2.32. La unidad de la agrupación de empresas es demasiado variada e inestable por naturaleza como para poder ser adoptada como unidad estadística en las estadísticas del comercio de distribución. No obstante, la agrupación de empresas resulta útil para los análisis financieros y para estudiar las estrategias empresariales. Por tanto, si pueden presentarse las estadísticas del comercio de distribución basadas en agrupaciones de empresas, este hecho tendrá relevancia para fines analíticos.

2.33. La unidad de recopilación puede ser cualquier entidad que esté en condiciones de facilitar a la oficina estadística nacional unos datos fiables y oportunos con respecto a las unidades estadísticas adoptadas.

D. Asignación de una selección de entidades específicas del comercio de distribución a las unidades estadísticas

2.34. *Cadenas de venta al por menor.* En casi todos los países, el sector del comercio al por menor ha venido experimentando cambios significativos en cuanto a tipos, tamaño y estructura de unidades en los últimos decenios. El predominio de los almacenes de cadenas de venta al por menor es uno de los avances más importantes de los mercados de comercio al por menor. Las cadenas de venta al por menor son formas de organización de unidades de comercio al por menor que ocupan un lugar principalmente en este tipo de comercio, aunque también en algunos negocios orientados a los servicios. Las cadenas de venta al por menor abarcan diversos puntos de venta al por menor que comparten un nombre comercial y operan bajo la misma titularidad o gestión centralizada. Dichos almacenes pueden ser sucursales, que sean propiedad de una unidad jurídica, o franquicias cuya titularidad corresponda a personas físicas o a empresas y que operen por contrato con la sociedad matriz. En el caso de que una cadena de venta al por menor opere bajo una sola titularidad, existirá una empresa comercial con múltiples establecimientos, correspondientes a diferentes ubicaciones. En el supuesto de que la cadena de venta al por menor opere en virtud de un acuerdo de franquicia, existirán múltiples empresas, correspondientes al número de franquiciados.

2.35. Las cadenas de venta al por menor han tenido su origen en la integración vertical de los negocios de comercio al por menor en una misma clase de actividad de comercio al por menor (esto es, mediante la venta del mismo tipo de mercancías, ya se trate de alimentos, muebles, etcétera). Con base en su modalidad de funcionamiento (véase el párrafo 3.28), las cadenas de venta al por menor se clasifican como unidades que llevan a cabo una actividad de comercio al por menor en almacenes. Muchos países introducen un número mínimo de ubicaciones de comercio al por menor en las que deben operar las cadenas de venta al por menor como criterio adicional para distinguirlas de otro tipo de venta al por menor en almacenes. Los almacenes en cadena presentan múltiples diferencias con respecto a los situados en una única ubicación; entre ellas destaca la diferencia de tamaño. Habitualmente, los almacenes en cadena ofrecen precios bajos para mercancías específicas y extraen sus beneficios de un alto volumen de ventas más que de un margen comercial elevado.

2.36. Si una cadena de venta al por menor opera en más de una provincia o de un Estado y los datos subnacionales son importantes para la economía de un país, se recomienda que la cadena facilite una lista de todas las ubicaciones en las que opera y los

totales de algunos de los elementos de datos relevantes, como el número de empleados, el volumen de negocios, los salarios y sueldos, etcétera, para cada ubicación por separado. A fin de reducir el nivel de molestia que experimenta el encuestado, también pueden considerarse métodos alternativos —como la utilización de datos administrativos (por ejemplo, datos de empleo) de un registro de actividades empresariales— como muestra representativa para asignar la actividad económica nacional al nivel subnacional. En este caso cada almacén se tratará como un establecimiento separado, ya que su producción y su valor añadido se obtendrán en proporción a los datos disponibles por ubicación, lo que permitirá asignar la actividad comercial a la ubicación en la que realmente se desarrolla y facilitará la estimación de la producción comercial regional y la compilación del producto interno bruto regional.

2.37. *Grandes almacenes/comercio de “tienda dentro de tienda”*. Los grandes almacenes son establecimientos de comercio al por menor que están especializados en vender una amplia gama de productos sin que exista una sola línea predominante de mercancías (almacenes no especializados). Algunos grandes almacenes pueden formar parte de una cadena de venta al por menor, mientras que otros pueden ser almacenes individuales.

2.38. Los grandes almacenes son formas de organización del comercio al por menor que pueden complicar la aplicación de las normas de identificación de las unidades locales (véase el párrafo 2.24). En principio, en casi todos los casos, las unidades locales de comercio al por menor equivaldrán precisamente a los comercios minoristas. Una excepción a este principio surge de la forma de comercio representada por la “tienda dentro de tienda”, modalidad en la que unos grandes almacenes ceden parte de su espacio de comercio al por menor a otros minoristas. Si bien a un cliente cualquiera le puede parecer que sólo hay una tienda, el hecho de que una unidad local se defina como parte de una empresa implica que existe un determinado número de unidades locales y un número igual de tiendas. En el caso del comercio de “tienda dentro de tienda”, se recomienda que los grandes almacenes y todas las demás tiendas situadas en los mismos locales se traten como unidades estadísticas separadas.

2.39. *Franquicia*. El funcionamiento de una red de franquicias lleva consigo un método comercial que goza de popularidad en una serie de actividades de servicios, especialmente en el comercio al por menor. Las franquicias son unidades jurídicas independientes que firman un contrato con otra unidad jurídica: el franquiciador, a fin de participar en una actividad haciendo uso de las marcas de fábrica o de comercio, los estilos de comercio y el apoyo a la comercialización proporcionados por el franquiciador, normalmente a cambio del pago de derechos o de una participación en las ventas o en los beneficios. El contrato de franquicia suele incluir una serie de cláusulas restrictivas que limitan la libertad de elección que tiene el franquiciado; por ejemplo, mediante la imposición de normas relativas a los bienes y servicios que hayan de producirse, la calidad y el precio de éstos. El franquiciado puede verse obligado a obtener suministros del franquiciador y a abonar una contribución para ciertos servicios organizados por el franquiciador que son comunes a la totalidad de la red. El franquiciador, a su vez, ofrece economías de escala sin privar por completo al franquiciado de su autonomía, asumiendo por ejemplo, la responsabilidad de la comercialización colectiva.

2.40. Se recomienda que los franquiciados que participan en actividades de comercio de distribución se consideren empresas independientes, dado que constan de un conjunto completo de factores de producción y asumen la totalidad del riesgo empresarial. Los franquiciados también se ajustan a la definición de una empresa que necesita autonomía pero que permite que ésta se restrinja en cierta medida (es necesario “un cierto grado de autonomía”); además, sólo suele disponerse de cuentas completas para el nivel de los franquiciados por separado.

2.41. *Mercados, mercadillos, etcétera.* Se trata de ubicaciones al aire libre en las que se intercambian bienes y servicios. Tradicionalmente están operativos en numerosos países y funcionan de manera similar con independencia de su nombre y ubicación (en la calle, en la plaza del mercado o en otra ubicación especializada). Los comerciantes (o productores) tienen puestos de venta, pero no almacenes enteros. No obstante, también es posible contar con tiendas asociadas. Los mercados suelen ser permanentes, pero también temporales, con puestos de venta presentes sólo un día o dos a la semana. Algunos mercados se están viendo sustituidos gradualmente por centros comerciales que disponen de amplias superficies y locales especialmente organizados, como los de los grandes almacenes.

2.42. Por lo general, el propietario es otra unidad que explota la ubicación en la que está situado el mercado. El propietario puede ser una municipalidad o una sociedad anónima. Para poder vender en estas ubicaciones, los comerciantes están obligados a obtener una licencia o a abonar unos derechos. En este caso se recomienda dar a dichas unidades un tratamiento similar al de los grandes almacenes (véanse los párrafos 2.37 y 2.38) cuando ceden espacio de comercio al por menor a minoristas particulares, es decir, que los minoristas particulares presentes en el mercado y el propietario de éste se tratarán como unidades estadísticas separadas. Al mismo tiempo, el mercado contará con tantas unidades locales como puestos de venta haya. Cabe señalar que a los granjeros que venden sus productos en mercados agrícolas no se les trata como unidades de comercio (véase el párrafo 1.14). La venta se trata como actividad secundaria a la producción agrícola y dichas unidades se clasifican en la división 01 de la CIU, Rev.4: producción de productos de la agricultura y de la ganadería, caza y actividades de servicios conexas.

E. Unidades estadísticas del sector no estructurado

2.43. *Sector no estructurado.* El sector no estructurado constituye un fenómeno económico que se manifiesta de diferentes maneras en los países. Su tamaño e importancia pueden depender también de las estructuras sociales, las políticas económicas nacionales y locales y los esfuerzos de aplicación de la ley de un país determinado. Este sector puede abarcar prácticamente todo tipo de actividades económicas y empresas de hogares con diferentes formas de funcionamiento. Un gran número de actividades no estructuradas se lleva a cabo sin que haya una ubicación fija, en hogares, pequeñas tiendas o talleres. Las actividades no estructuradas abarcan, por ejemplo, desde la venta ambulante, la limpieza de zapatos y otras actividades que requieren pocos conocimientos técnicos —si acaso los requieren— hasta actividades que llevan consigo una cierta cantidad de inversión o un determinado nivel de conocimientos técnicos, como servicios de sastres y reparación de coches. Muchas empresas del sector no estructurado están dirigidas por una persona que trabaja en solitario, como empresario empleado por cuenta propia, o con la ayuda de familiares no remunerados, aunque es posible que otros microempresarios del sector no estructurado contraten a trabajadores remunerados.

2.44. La Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo ha definido el sector no estructurado de acuerdo con los tipos de unidades de producción de los que se compone. Según la Conferencia, el sector no estructurado puede describirse como un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad y que operan dentro de los límites de producción del sistema de cuentas nacionales²⁰. Estas unidades funcionan típicamente en pequeña escala, con una organización rudimentaria en la que hay muy poca o ninguna distinción entre el trabajo y el capital como factores de producción. Las relaciones de empleo —en los casos en que existan— se basan más bien en el empleo ocasional, el parentesco o las relaciones

²⁰ Para obtener más información, consúltese la resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (enero de 1993), disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/res/index.htm>.

personales y sociales, y no en acuerdos contractuales que supongan garantías formales. Se recomienda que los países definan el sector no estructurado en función de las características de las unidades de producción en las que se desarrollen las actividades y no en función de las características de las personas involucradas ni de sus trabajos.

21 Las empresas mercantiles de hogares no constituidas en sociedad de capital se crean con el objetivo de producir bienes y servicios para la venta o el trueque en el mercado. Las empresas de hogares comprenden las empresas no constituidas en sociedad cuya propiedad y funcionamiento están en manos de uno o varios miembros de un mismo hogar, así como las asociaciones y cooperativas no constituidas en sociedad formadas por miembros de diferentes hogares, si no llevan una contabilidad completa. Véase Sistema de Cuentas Nacionales, 2008, cap. 4, titulado "Unidades y sectores institucionales".

2.45. *Empresas del sector no estructurado.* Éstas constituyen un subconjunto de empresas de hogares no constituidas en sociedades de capital²¹; es decir, empresas que son propiedad de personas u hogares no constituidas como entidades jurídicas independientes de sus propietarios, con algún nivel mínimo de producción para la venta o el trueque en el mercado, y para las que no se dispone de cuentas completas que permitan una separación financiera de las actividades de producción de la empresa con respecto a las demás actividades realizadas por sus propietarios. El capital fijo y de otro tipo empleado no pertenece a la empresa como tal, sino a los miembros del hogar. Los gastos de producción a menudo no se pueden distinguir de los gastos del hogar, y el equipo de capital, como edificios o vehículos, puede emplearse indistintamente para el negocio o para el hogar. Estas empresas no pueden tratarse como cuasi sociedades anónimas ni pueden clasificarse como parte del sector empresarial.

2.46. *Criterios adicionales para definir las empresas del sector no estructurado.* Además de excluir a las empresas de hogares que producen exclusivamente para su propio uso final, los países deben restringir también el alcance del sector no estructurado estableciendo criterios adicionales para la inclusión de empresas de hogares. A la hora de definir las empresas del sector no estructurado deben utilizarse los criterios adicionales siguientes:

- a) *Tamaño.* El tamaño de las empresas del sector no estructurado debe ser inferior a un nivel de empleo determinado a escala nacional.
- b) *Las empresas no están registradas o no ocupan empleados registrados.* Las empresas del sector no estructurado no deben estar registradas conforme a la legislación nacional (por ejemplo, la reglamentación industrial o comercial, las leyes fiscales o de seguridad social, la reglamentación de los grupos profesionales o por leyes, reglamentos o textos similares establecidos por la legislación nacional). Cabe señalar que este criterio no es aplicable a los reglamentos aprobados por las autoridades locales con el propósito de obtener una licencia comercial o un permiso para explotar un negocio.

2.47. La unidad de producción en el sector no estructurado se define actualmente como una empresa de hogar con algún nivel mínimo de producción para la venta y el trueque que cumple alguno de los siguientes criterios o ambos: un nivel de empleo inferior al determinado a escala nacional y el hecho de que la empresa no esté registrada o no ocupe empleados registrados conforme a la legislación nacional.

2.48. *Tipos de empresas del sector no estructurado.* Las empresas del sector no estructurado comprenden los dos tipos siguientes:

- a) *Empresas informales de trabajadores por cuenta propia.* Las empresas informales de trabajadores por cuenta propia pueden incluir, según las circunstancias nacionales, todas las empresas por cuenta propia o solamente las que no están registradas conforme a la legislación nacional. Puesto que la mayoría de las empresas por cuenta propia son pequeñas, no se recomienda ningún criterio de tamaño para definir las. Las empresas informales de trabajadores por cuenta propia pueden emplear trabajadores familiares auxiliares de manera ocasional, pero no emplean trabajadores asalariados de manera continua.
- b) *Empresas de empleadores informales.* Se trata de empresas de hogares pertenecientes a, y administradas por, empleadores, ya sea individualmente o asocia-

dos con miembros de su propio hogar o de otros hogares, que emplean uno o varios empleados de manera continua.

2.49. *Empresas del sector no estructurado que participan en el comercio de distribución.* Se trata de cualquier unidad de producción que intervenga en la reventa de productos nuevos o usados y en la prestación de servicios en el mercado, y que presente las características descritas en los párrafos 2.44 y 2.45 anteriores. Las actividades pueden llevarse a cabo dentro o fuera del hogar del propietario de la empresa, así como en locales identificables, no identificables o carentes de una ubicación fija. Las unidades móviles (que carecen de una ubicación fija) en el sector del comercio de distribución, como son los vendedores ambulantes, deben considerarse como empresas separadas si están integradas por trabajadores por cuenta propia, y como empleados si éstos trabajan para empresas de empleadores informales que cumplen los criterios establecidos para las empresas. Se recomienda que entre las empresas del sector no estructurado que participan en actividades comerciales se incluyan empresas de las zonas urbanas y de las rurales.

Capítulo III

Características de las unidades estadísticas

3.1. Las características de las unidades estadísticas son elementos de datos utilizados para la identificación exclusiva de dichas unidades, para su clasificación dentro de una esfera particular de actividad del comercio de distribución y para la descripción de diversos aspectos de su estructura, su funcionamiento y su relación con otras unidades. La disponibilidad de información sobre las características de las unidades estadísticas es un requisito fundamental para una organización eficaz y para el establecimiento de vínculos entre los datos de diferentes fuentes de datos, que permite reducir significativamente la duplicación en la recopilación de datos y la carga de registrar las respuestas.

3.2. Las principales características de la unidad estadística son su código de identificación, su ubicación, el tipo de actividad, de funcionamiento y de organización económica y jurídica, el tipo de titularidad, su tamaño y sus características demográficas. Esta lista no es exhaustiva, pero estas características son las más importantes desde el punto de vista de la comparabilidad internacional; además, son las consideradas de interés nacional significativo. Permiten cuatro tipos de análisis diferentes:

- *Análisis geográfico*, o análisis detallado del rendimiento de las regiones o subregiones de un territorio económico en comparación con el total nacional.
- *Análisis de actividad*, perteneciente a la estructura o al ciclo económico de la producción de una actividad, o a la comparación del rendimiento relativo de varias actividades durante o entre períodos de referencia.
- *Análisis jurídico o de titularidad*, que permite la comparación de los rendimientos entre los diversos tipos de propiedad y control, como muestran, por ejemplo, las empresas de titularidad pública, privada y extranjera, por actividad económica y entre actividades económicas.
- *Análisis de clase de tamaño*, que muestra la relación entre las diversas clases de tamaño de las empresas y su actividad y rendimiento, así como las diferentes estructuras de tamaño de las actividades, indicando el grado de concentración y competencia. Este tipo de análisis tiene una importancia particular a la hora de estudiar la demografía empresarial.

A. Código de identificación

3.3. El código de identificación es un número exclusivo asignado a una unidad estadística que consta de dígitos que identifican la ubicación geográfica, el tipo de actividad económica, si la unidad es una unidad productiva principal o una unidad auxiliar, el vínculo con sus filiales o con su unidad principal, en su caso, etcétera. La identificación exclusiva de las unidades estadísticas es necesaria para los siguientes fines: *a)* facilitar su incorporación a un registro estadístico de actividades empresariales o su inclusión en un marco de muestreo; *b)* permitir la recopilación de información sobre dichas unidades por medio de fuentes administrativas; *c)* proporcionar una base de muestreo para estu-

dios estadísticos; y *d*) permitir el análisis demográfico de la población de las unidades. El código de identificación no debe cambiar mientras esté operativa la unidad, aunque algunas de las demás características de ésta sí pueden cambiar. Unos códigos de identificación comunes, compartidos con las autoridades administrativas y otros departamentos gubernamentales, facilitan enormemente la labor estadística, incluida la conexión del registro estadístico de actividades empresariales, si éste efectivamente se ha establecido, con otros registros.

B. Ubicación

3.4. *Ubicación física de la empresa, dirección postal, persona de contacto.* La ubicación se define como el lugar en el que la unidad lleva a cabo físicamente sus actividades y no como el lugar que corresponde a su dirección postal. Esta característica ejerce dos funciones importantes: identificación de la unidad y clasificación de ésta por región geográfica, preferentemente con el máximo grado de detalle, y asignación de la actividad económica de la unidad a la ubicación en la que dicha actividad realmente se lleve a cabo, si la unidad opera en más de una ubicación. Esta segunda función es importante para medir la producción regional (producto interno bruto regional y otros indicadores económicos) y realizar análisis económicos regionales. Dado que la clasificación de las unidades por ubicación tiene un interés nacional particular, cualquier clasificación geográfica debe distinguir las principales regiones económicas o divisiones administrativas del país, abarcando desde las zonas más extensas (estados o provincias), pasando por las zonas intermedias, hasta las zonas locales (poblados).

3.5. Los detalles acerca de la dirección postal, los números de teléfono y fax, la dirección de correo electrónico y la persona de contacto también son variables importantes de identificación, dado que estos detalles son necesarios para enviar los cuestionarios estadísticos y permitir la comunicación por escrito con la unidad y la transmisión de indagaciones especiales acerca de su actividad. La información actualizada sobre cualquier cambio que se produzca en dichas variables resulta crucial para una labor eficiente por parte de las autoridades estadísticas.

3.6. *Ubicación en el caso de empresas integradas por múltiples establecimientos.* Cuando la empresa sólo tiene un establecimiento, puede que la empresa y el establecimiento tengan o no tengan una ubicación y una dirección. A menudo, la dirección de la empresa se utiliza para fines administrativos, y el establecimiento, para fines estadísticos. Se recomienda tener especial cuidado a la hora de tratar con empresas grandes y complejas. En función de la identidad de la unidad de presentación de informes empleada para un estudio estadístico particular, puede ser necesario que la empresa integrada por múltiples establecimientos facilite información detallada sobre la ubicación de cada uno de ellos, o que el establecimiento proporcione el nombre y la ubicación de la empresa a la que corresponde su titularidad. En algunos casos puede ser necesario mantener correspondencia tanto con el establecimiento como con la empresa porque, en general, la unidad que proporciona información detallada sobre empleo, por ejemplo, será diferente de la que facilita información detallada de tipo financiero.

C. Tipo de actividad²²

3.7. *Tipo de actividad.* El tipo de actividad se define como el tipo de producción en el que participa una unidad. La característica del tipo de actividad es la variable principal utilizada a la hora de determinar si una unidad estadística dada debe o no incluirse en el alcance de las estadísticas del comercio de distribución y, de ser así, a qué clase

²² El texto de la presente sección está basado en la CIU, Rev.4.

de actividad del comercio de distribución pertenece. La Comisión de Estadística, en su 37º período de sesiones, decidió recomendar que la CIIU, Rev.4, se reconociera como norma internacional para la clasificación de las actividades económicas²³. De conformidad con dicha decisión, se recomienda que el tipo de actividad de las unidades estadísticas se determine con arreglo a la CIIU, Rev.4²⁴, mediante la aplicación de las normas de clasificación establecidas en su introducción. Si los países siguen un plan diferente de clasificación nacional de actividades, se debe procurar mantener una correspondencia plena al menos con el nivel de dos dígitos de la CIIU, Rev.4 (es decir, el nivel de divisiones).

3.8. *Actividad principal.* La actividad principal de una unidad es aquella que contribuye en mayor medida al valor añadido de dicha unidad, o la actividad cuyo valor añadido supera el de cualquier otra actividad de la unidad. No es necesario que la actividad principal represente el 50% o más del valor añadido total de una unidad.

3.9. *Actividad secundaria.* Una actividad secundaria es aquella realizada por una unidad además de la actividad principal y cuya producción, al igual que la de la actividad principal, debe ser adecuada para la distribución fuera de la unidad. El valor añadido de la actividad secundaria debe ser inferior al de la actividad principal. La mayoría de las unidades llevan a cabo al menos algunas actividades secundarias.

3.10. *Actividades auxiliares.* Una actividad productiva realizada con el único objetivo de producir uno o varios tipos comunes de servicios para el consumo intermedio dentro de la misma empresa se define como una actividad auxiliar. Algunos ejemplos de actividades auxiliares son la teneduría de libros, el transporte, el almacenamiento, la adquisición, la promoción de ventas, la limpieza, la reparación y mantenimiento, la seguridad, etcétera. Al menos algunas de estas actividades se llevan a cabo en todas las unidades. Así pues, las actividades auxiliares son las que tienen por objeto apoyar la actividad principal y las secundarias de una unidad prestando servicios íntegra o principalmente para uso de la propia unidad.

3.11. Si un establecimiento que realiza actividades auxiliares es observable estadísticamente, en el sentido de que se dispone fácilmente de cuentas separadas para la producción que lleva a cabo, o si se encuentra en una ubicación diferente geográficamente de los establecimientos a los que sirve (véase el párrafo 2.23), puede ser deseable y útil considerarlo como una unidad separada e incluirlo en la clasificación de actividades correspondiente a su actividad principal.

3.12. *Principios generales para determinar el tipo de actividad de las unidades estadísticas con arreglo a la CIIU, Rev.4.* Se recomienda seguir los principios que a continuación se indican:

- a) El tipo de actividad de una unidad estadística se determina por la naturaleza de su actividad principal; las actividades secundarias y auxiliares deben obviarse al clasificar una unidad.
- b) Si la unidad participa en varios tipos de actividades independientes pero la unidad en sí no puede segregarse en unidades estadísticas separadas, su tipo de actividad debe determinarse con arreglo a la clase de la CIIU, Rev.4, que en este caso genere la proporción del valor añadido mediante el uso del método “de arriba abajo”. Dicho método lleva consigo, en primer lugar, la determinación del nivel adecuado más alto de clasificación (de un dígito) y, a continuación, el establecimiento de los niveles inferiores (de dos y tres dígitos) y, finalmente, el nivel de clases (de cuatro dígitos).
- c) Si no es posible determinar el valor añadido de las actividades realizadas, la clasificación ha de llevarse a cabo mediante el uso de criterios sustitutos, siempre y cuando éstos se apliquen de forma coherente con todas las actividades realizadas. Dichos criterios acarrearán:

²³ Véase *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 2006, Suplemento No. 4 (E/2006/24)*, cap. I, sección C, decisión 37/105; véase también <http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2006.htm>

²⁴ <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=27&Lg=1>

- i) Sustitutos basados en la producción: producción bruta de la unidad que sea atribuible a los bienes y servicios asociados a cada actividad, y valor de las ventas de los grupos de productos que se enmarcan dentro de cada actividad.
- ii) Sustitutos basados en los insumos: salarios y sueldos atribuibles a las diferentes actividades, horas trabajadas atribuibles a las diferentes actividades y empleo en las actividades de acuerdo con la proporción de personas que participan en las diferentes actividades de la unidad.

3.13. Más abajo se analizan dos casos en los que se incluyen proporciones considerables de las actividades de una unidad en más de una clase de la CIIU, Rev.4, con miras a garantizar una mayor uniformidad de las decisiones en materia de clasificación.

3.14. *Clasificación en el caso de integración vertical.* En general, se recomienda tratar como cualquier otra forma de unidad involucrada en múltiples actividades aquella unidad que cuente con una cadena de actividades integradas verticalmente, es decir, aquel caso en el que una misma unidad lleva a cabo las diferentes fases de producción de forma sucesiva y en el que el producto resultante de un proceso sirve de insumo para el siguiente y la mayor parte del producto resultante de la última fase o únicamente dicho producto es el que en la práctica se vende en el mercado. Esto significa que una unidad que cuente con una cadena de actividades integradas verticalmente debe clasificarse en la clase que corresponda a la actividad principal dentro de esa cadena, esto es, la actividad que represente la mayor proporción del valor añadido, en la forma en que se determine mediante el método “de arriba abajo”. Si el valor añadido o los sustitutos para las etapas individuales de un proceso integrado verticalmente no se pueden determinar directamente a partir de las cuentas que mantiene la propia unidad, pueden utilizarse comparaciones con otras unidades (basadas, por ejemplo, en los precios de mercado para los productos intermedios y finales). Si continúa siendo imposible determinar la proporción del valor añadido (o sus sustitutos) de las diferentes fases de la cadena de actividades de producción, pueden aplicarse asignaciones por defecto para las formas típicas de integración vertical.

3.15. *Clasificación en el caso de integración horizontal.* En el caso de una unidad que tenga una integración horizontal de actividades, es decir, una unidad en la que las actividades se lleven a cabo simultáneamente utilizando los mismos factores de producción, en la que no sea posible separar dichas actividades estadísticamente en procesos diferentes, asignarlas a diferentes unidades o proporcionar de forma general datos por separado para cada unidad, y en la que no sean aplicables las normas basadas en la asignación de un valor añadido o medidas semejantes, entonces dicha unidad debe clasificarse de forma general aplicando indicadores alternativos, como la producción bruta. No obstante, cabe reconocer que no hay una buena norma general para identificar la actividad individual que represente mejor la mezcla que presenta esta integración horizontal. Se anima a los países a que elaboren sus propias normas para realizar dicha identificación e incluirlas en los metadatos para la difusión nacional e internacional.

3.16. *Principios específicos.* Los principios generales para determinar el tipo de actividad de las unidades estadísticas deben complementarse con los siguientes criterios de clasificación específicos del comercio de distribución:

- a) La actividad principal de la unidad debe determinarse, idealmente, haciendo referencia al valor añadido de los productos vendidos o de los servicios prestados. No obstante, en la práctica, a menudo resulta imposible obtener la información sobre el valor añadido para los productos o servicios individuales y se hace necesario determinar la actividad principal utilizando criterios sustitutos (véase el párrafo 3.12 c)). Se recomienda que, a los efectos de las estadísticas

del comercio de distribución, se utilicen sustitutos basados en la producción a la hora de determinar la actividad principal de las unidades de comercio. El margen bruto (la diferencia entre el volumen de negocios de la actividad comercial y las adquisiciones de productos para la reventa ajustadas a los cambios en las reservas) es conceptualmente el mejor indicador de producción para las actividades comerciales. No obstante, dado que no siempre está fácilmente disponible en los estudios sobre el comercio, el valor del volumen de negocios es el segundo mejor indicador de producción alternativo. Cabe señalar que los problemas que plantea el uso de criterios basados en el volumen de negocios como sustituto de producción se dan porque, en ciertos casos, la proporcionalidad del volumen de negocios y el valor añadido pueden variar dentro de un solo tipo de comercio al por mayor y al por menor y también entre las actividades comerciales. Por ejemplo, el volumen de negocios del comercio al por mayor y al por menor por cuenta propia suele presentar una proporción de valor añadido muy inferior a la del comercio en comisión. Los indicadores de insumos como los salarios y sueldos atribuibles a las diferentes actividades y el empleo acordes a la proporción de personas que intervienen en las diferentes actividades de la unidad deben contemplarse para su uso a la hora de determinar la actividad principal de las unidades en las que no hay disponibles otros sustitutos de producción.

- b) La CIIU, Rev.4, es más explícita en lo que respecta a establecer cuándo debe aplicarse el método “de arriba abajo” a la hora de clasificar las unidades en las divisiones 46, relativa al comercio al por mayor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas, y 47, relativa al comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas. Debido a la subestructura específica de las divisiones, deben tenerse en cuenta dos niveles adicionales de clasificación que describen los diversos tipos de funcionamiento (véanse los párrafos 3.24 a 3.37). En el caso del comercio al por mayor, la división se subdivide primeramente en comercio en comisión y comercio al por mayor por cuenta propia, y este último se subdivide a su vez en comercio al por mayor especializado y no especializado. El comercio al por menor se presenta de manera semejante. La división primeramente se subdivide en un conjunto de grupos de venta al por menor en almacenes y en otro conjunto de venta al por menor no realizada en almacenes. La venta al por menor en almacenes se subdivide en grupos de venta al por menor en almacenes especializados y venta al por menor en almacenes no especializados. Los grupos dedicados a almacenes especializados se subdividen a su vez en clases en función de la gama de productos vendidos, mientras que el comercio al por menor no realizado en almacenes se subdivide en comercio en puestos de venta y mercados, y en otros tipos de comercio.

3.17. *Aplicación del método “de arriba abajo”.* Para determinar el código de clasificación apropiado de una unidad estadística que tenga como actividad principal el comercio al por mayor o al por menor, se recomienda seguir los criterios basados en el tipo de funcionamiento que se han explicado anteriormente. Con base en las actividades enumeradas que lleva a cabo la unidad y el valor añadido u otras medidas pertinentes que correspondan a dichas actividades, la CIIU, Rev.4, recomienda seguir los pasos siguientes para la identificación del código:

- Paso 1.** Identificar la sección que tenga la mayor proporción del valor añadido.
- Paso 2.** Dentro de esta sección, identificar la división que aporte la mayor proporción del valor añadido.

Paso 3. Dentro de esta división, identificar el grupo que aporte la mayor proporción del valor añadido.

Comercio al por mayor

Paso 3 a) Distinguir entre comercio en comisión y por cuenta propia.

Paso 3 b) Distinguir entre comercio especializado y no especializado.

Comercio al por menor

Paso 3 a) Distinguir entre comercio al por menor en almacenes y no realizado en almacenes.

Paso 3 b) Distinguir entre comercio especializado y no especializado (para actividades de comercio al por menor en almacenes).

Paso 3 c) Distinguir entre comercio en puestos de venta y mercados, y otros tipos de comercio (para actividades de comercio al por menor no realizado en almacenes).

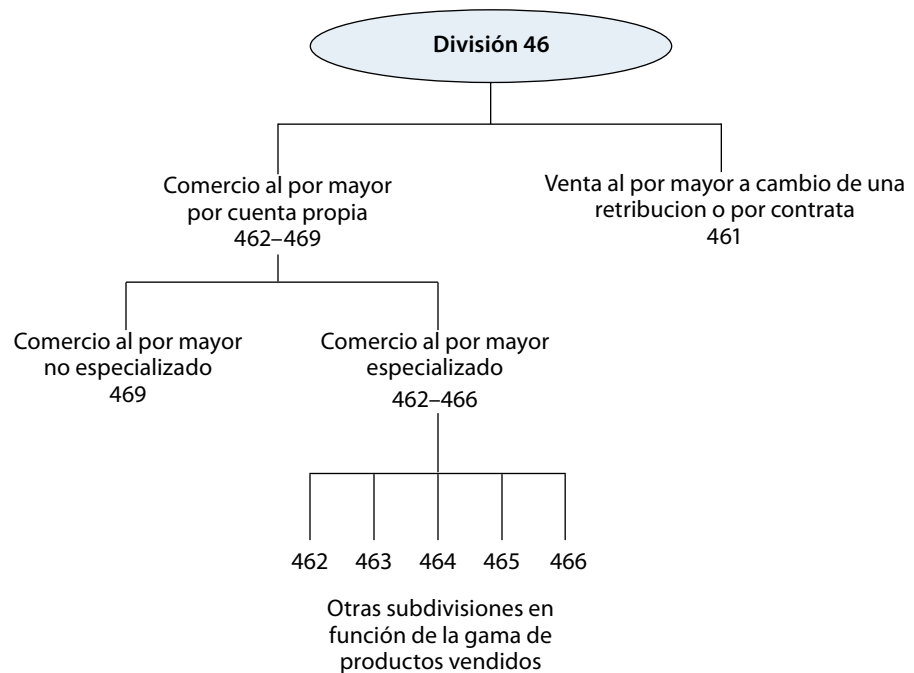
Paso 4. Dentro de este grupo, identificar la clase que aporte la mayor proporción del valor añadido.

3.18. Los gráficos III.1 y III.2 que figuran a continuación representan el árbol de decisiones que debe emplearse para asignar una unidad dentro de la CIIU, Rev.4, a la división 46, relativa al comercio al por mayor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas, y a la división 47, relativa al comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas:

3.19. A la hora de elegir entre el comercio al por menor especializado en la CIIU, Rev. 4, grupos 472 a 477, y el comercio al por menor no especializado en la CIIU, Rev.4,

Gráfico III.1

Árbol de decisiones que debe emplearse para asignar una unidad de comercio al por mayor

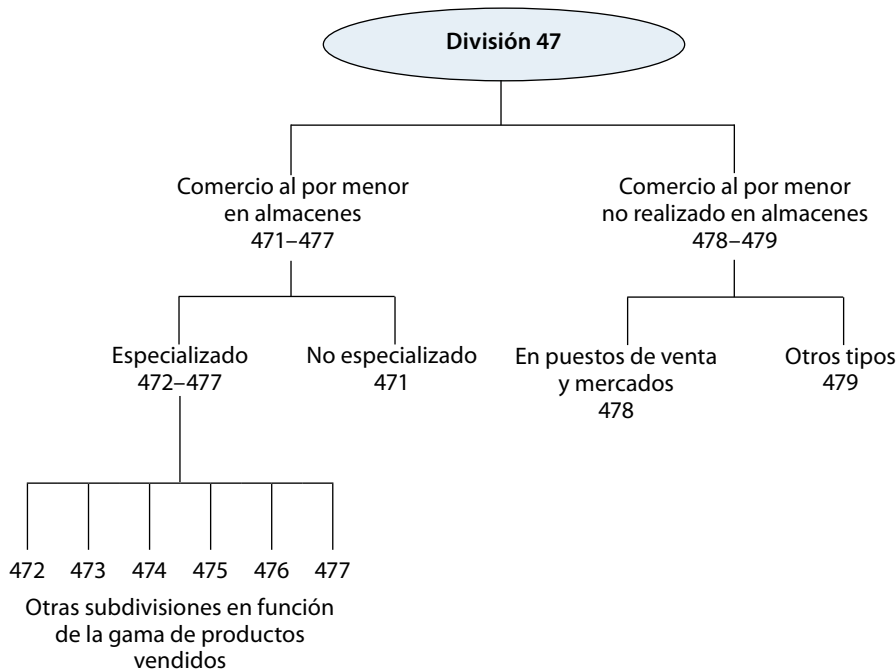


grupo 471, el resultado dependerá del número de clases de la CIIU, Rev.4, que intervingan, sea cual sea la importancia del nivel de grupos. Se recomienda aplicar las reglas siguientes para efectuar dicha elección (cabe aplicar consideraciones semejantes a la distinción entre las actividades del comercio al por mayor especializado frente al no especializado):

- a) Si los productos vendidos comprenden hasta cuatro clases en la CIIU, Rev.4, grupos 472 a 477, y ninguna de dichas clases representa una proporción igual o superior al 50% del valor añadido, pero cada una de ellas representa un 5% o más del valor añadido, todavía se trata de comercio especializado. En tal caso, sólo es necesario determinar el ámbito de las actividades basándose en el valor añadido. Seleccionando el grupo principal y a continuación la clase dentro de ese grupo, es posible determinar la asignación de la actividad principal.
- b) Si los productos vendidos comprenden cinco o más clases de los grupos 472 a 477, cada una de las cuales representa un 5% o más del valor añadido, pero ninguna de ellas representa una proporción igual o superior al 50%, la unidad debe clasificarse como un almacén no especializado y asignarse al grupo 471. Si los alimentos, bebidas y tabaco representan al menos un 35% del valor añadido, la asignación corresponderá a la clase 4711 de la CIIU, Rev.4. En todos los demás casos, la asignación debe corresponder a la clase 4712.
- c) Las reglas de asignación mencionadas en los párrafos a) y b) *supra* siempre se basan en la actividad de comercio al por menor de la unidad. Si, además del comercio al por menor, la unidad realiza una actividad secundaria que también presta servicios o elabora productos, la asignación de la unidad a la clase adecuada de la división 47 se determinará por la composición de su actividad de comercio al por menor; es decir, la regla del 5% mencionada anteriormente

Gráfico III.2

Árbol de decisiones que debe emplearse para asignar una unidad de comercio al por menor



se aplica al 5% del valor añadido de todas las actividades de venta al por menor, no al 5% del valor añadido de todas las actividades de la unidad.

3.20. En el anexo III se ilustra la manera de ajustar el método “de arriba abajo” a la subestructura específica de las divisiones 46 y 47 de la CIIU, Rev.4.

3.21. *Cambios en la clasificación de unidades.* Las unidades pueden cambiar su actividad principal repentinamente o de forma gradual a lo largo de un período de tiempo. La actividad principal puede cambiar durante el año entre un período estadístico y el siguiente, ya sea por factores estacionales o por una decisión de la dirección de variar las pautas de producción. En cada caso se habrá producido un cambio bastante súbito en el equilibrio entre las diferentes actividades. Asimismo, a lo largo de varios años puede producirse un cambio gradual de la pauta de producción o de ventas. Si bien todos estos casos requieren que se cambie la clasificación de la unidad, unos cambios demasiado frecuentes distorsionan las estadísticas hasta el punto de dificultar extremadamente su interpretación.

3.22. Se recomienda que los países eviten introducir cambios frecuentes en la clasificación de las unidades y se les anima a elaborar una norma de estabilidad. Sin una norma semejante se producirían cambios aparentes en la demografía económica de la población empresarial que no serían sino artefactos estadísticos. La pauta de trabajo recomendada es que la actividad secundaria debe superar la actividad que determina la clasificación de la unidad durante dos años antes de modificar dicha clasificación. De manera semejante, si una unidad participa en una combinación de actividades prácticamente equilibradas, lo cual eleva el riesgo de que se produzcan cambios en cuanto a la actividad principal, debe tenerse en cuenta la relación de actividades durante los dos o tres últimos años a la hora de determinar la actividad principal.

3.23. Se recomienda que los países no cambien más de una vez al año la clasificación de las unidades con vistas a realizar investigaciones estadísticas y que introduzcan dichos cambios en fechas fijas o a medida que se vaya disponiendo de información. Una frecuencia más elevada de los cambios provocaría una incoherencia entre las estadísticas a corto plazo (mensuales o trimestrales) y las estadísticas a largo plazo.

D. Tipo de funcionamiento

3.24. El *tipo de funcionamiento*, por convención, se refiere a los diferentes métodos (maneras) de organización del comercio al por mayor y al por menor y se utiliza a la hora de definir las actividades de los grupos y clases de la sección G de la CIIU, Rev.4. Este elemento es importante tanto desde un punto de vista nacional como internacional y puede emplearse para supervisar la dinámica de la estructura operacional del comercio al por mayor y al por menor.

3.25. *Tipos de funcionamiento en el comercio al por mayor.* Las unidades del comercio al por mayor pueden clasificarse en los siguientes tipos de funcionamiento, que se ajustan ampliamente a los principios para clasificar las unidades entre los diferentes grupos de la división 46 de la CIIU, Rev.4:

- a) Comercio al por mayor por cuenta propia: mayoristas que compran productos (con lo que asumen el derecho legal a su propiedad) y los venden por cuenta propia (CIIU, Rev.4, grupos 462 a 466 y 469). El comercio al por mayor por cuenta propia se subdivide a su vez en los dos grupos siguientes:
 - i) Comercio al por mayor especializado (grupos 462 a 466).
 - ii) Comercio al por mayor no especializado (grupo 469).

- b) Comercio en comisión: agentes y corredores, que compran y venden productos a terceros y perciben una comisión por ello (grupo 461).

3.26. Se recomienda que las unidades de comercio al por mayor que al mismo tiempo compran y vendan por cuenta propia y también actúen como agentes o corredores por cuenta de terceros, se clasifiquen como mayoristas por cuenta propia (véase el párrafo 3.25 *a*) anterior) siempre que obtengan un margen bruto del comercio al por mayor que sea superior a los ingresos por comisiones (ingresos de agentes). Cabe aplicar el mismo procedimiento (el margen bruto superior) para la clasificación de unidades que participen en el comercio al por mayor y al por menor según el tipo de funcionamiento, ya que el crecimiento de nuevos minoristas de gran tamaño hace que la definición actual de los funcionamientos del comercio al por mayor y al por menor resulte bastante amplia y, por ende, difícil de poner en práctica.

3.27. *Comercio al por mayor especializado y no especializado.* Las ventas al por mayor pueden ser específicas del producto (o producto básico) o de carácter general; en el segundo caso suelen conocerse como comercio al por mayor no especializado.

3.28. *Tipos de funcionamientos del comercio al por menor.* El comercio al por menor, tal como se define en la división 47 de la CIIU, Rev.4, incluye las unidades que venden productos nuevos y usados en pequeñas cantidades sin transformación principalmente a los consumidores finales. Pueden distinguirse dos amplias categorías de organización del comercio al por menor: comercio al por menor en almacenes y comercio no realizado en almacenes. En líneas generales, ambas categorías son comparables a escala internacional e ilustran cómo funcionan las unidades del sector del comercio al por menor en cada país. Se recomienda identificar los siguientes tipos de funcionamientos del comercio al por menor:

- a) Comercio al por menor en almacenes (grupos 471 a 477):
 - i) Almacenes especializados (grupos 472 a 477);
 - ii) Almacenes no especializados (grupo 471):
 - Alimentos principalmente;
 - Otros tipos.
- b) Comercio al por menor no realizado en almacenes:
 - i) Comercio al por menor en puestos de venta y mercados (grupo 478);
 - ii) Otros tipos.

3.29. Los *minoristas que trabajan en almacenes* dirigen su negocio desde ubicaciones que constituyen puntos fijos de venta, como, por ejemplo, tiendas, grandes almacenes, supermercados, etcétera, situados y diseñados de tal forma que animen a un elevado número de clientes a entrar en los locales. Ofrecen una amplia variedad de mercancías y a menudo recurren a la publicidad en los medios de difusión para las masas a fin de atraer clientes.

3.30. Los *minoristas que no trabajan en almacenes* también prestan servicio al público en general, pero sus métodos de venta al por menor son diferentes. Entre sus métodos se incluye la venta en puestos móviles situados a lo largo de una vía pública o en un mercado fijo, donde el cliente no entra en los locales en los que tiene lugar la venta. Este grupo también incluye métodos como las ventas a través de máquinas expendedoras y la venta al por menor de cualquier tipo de producto mediante catálogos en papel y electrónicos, venta a domicilio, demostraciones en el hogar, venta directa, es decir, suministro directo de combustible, periódicos, etcétera, a los locales del cliente.

3.31. *Unidades que participan en el comercio electrónico.* Las unidades comerciales que venden productos y prestan servicios únicamente a través de Internet están creando una nueva modalidad de suministro de productos. Muchos países describen estas tran-

sacciones como comercio electrónico, el cual se define principalmente mediante las transacciones electrónicas. No obstante, las unidades independientes que venden productos y prestan servicios únicamente a través de Internet cada vez están proliferando más. Si bien el comercio electrónico es igualmente aplicable a todas las actividades económicas principales, se ha estado expandiendo enormemente en el comercio al por mayor y al por menor gracias al uso difundido de los ordenadores e Internet.

3.32. *Definición del comercio electrónico.* Se manejan dos definiciones del comercio electrónico²⁵, una amplia y otra reducida (véase el recuadro III.1 más adelante). La única diferencia entre ellas se basa en las modalidades de las corrientes de información incluidas. La definición amplia acepta, además de las transferencias por Internet, aquellas realizadas a través de otro tipo de redes de computadoras como sistemas telefónicos, intercambio electrónico de datos (EDI) y Minitel. A los efectos de las IRDTS, 2008, cualquiera de las dos definiciones es aceptable. Según la definición amplia del comercio electrónico, el alcance de este tipo de funcionamiento es más próximo al de toda la clase 4791, relativa a la venta al por menor realizada por casas de venta por correo o por Internet, que no sólo incluye las unidades que venden principalmente por Internet, sino también las casas de venta por correo (véanse los párrafos 3.34 y 3.35).

3.33. Para muchas unidades, el comercio electrónico no es sino una variedad de medios a través de los que se llevan a cabo las transacciones de ventas. Se recomienda no modificar las normas para clasificar dichas unidades por actividades: las unidades se clasifican en el sector al que pertenezca su actividad principal aplicando el método “de arriba abajo”. Las unidades que presten servicios únicamente a través de Internet también deben clasificarse en el sector al que pertenezca su actividad principal. Las unidades que intervienen en el comercio electrónico, por tanto, se encontrarán en cualquier sector de la CIU. Cabe señalar que la única excepción a esta norma son las unidades de comercio al por menor que lleven a cabo sus ventas única o principalmente a través de Internet. Estas unidades se clasifican dentro del grupo 479, relativo al comercio al por menor no

25 Las definiciones han sido aprobadas por los países miembros de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE). Para más información, véase: http://www.oecd.org/document/22/0,3343,en_2649_34449_34508886_1_1_1_1,00.html

Recuadro III.1

Definiciones del comercio electrónico

Definición amplia: Una transacción electrónica es la venta o compra de bienes o servicios, entre empresas, hogares, particulares, gobiernos y otras organizaciones públicas y privadas, que se lleva a cabo por medio de redes de computadoras. Los bienes y servicios se encargan a través de esas redes, pero el pago y la entrega de los bienes o servicios pueden realizarse en línea o no. El comercio electrónico incluye pedidos recibidos o enviados en cualquier aplicación en línea utilizada en las transacciones automatizadas, como, por ejemplo, aplicaciones de Internet, intercambio electrónico de datos (EDI; electronic data interchange), Minitel* o sistemas de teléfono interactivo.

Definición reducida: Una transacción de Internet es la venta o compra de bienes o servicios, entre empresas, hogares, particulares, gobiernos y otras organizaciones públicas y privadas, que se lleva a cabo a través de Internet. Los bienes y servicios se encargan a través de esas redes, mientras que el pago y la entrega de los bienes y servicios pueden llevarse a cabo en línea o no. El comercio electrónico incluye pedidos recibidos o enviados en cualquier aplicación de Internet utilizada en transacciones automatizadas, tales como páginas web, extranets y otras aplicaciones que se encuentran en Internet, como, por ejemplo, el intercambio electrónico de datos a través de Internet y Minitel a través de Internet, o a través de cualquier aplicación facilitada por la web independientemente de cómo se accede a la web (a través de un teléfono móvil o de un aparato de televisión). Excluye pedidos recibidos o enviados por teléfono, facsímil o correo electrónico convencional.

* Minitel es un servicio en línea de videotexto accesible a través de líneas telefónicas que se puso en marcha en Francia en 1982.

realizado en almacenes, puestos de venta y mercados, concretamente en la clase 4791. El comercio electrónico en el comercio al por mayor (principalmente comercio electrónico entre empresas) no se refleja en la actual estructura de la CIIU, Rev.4, porque se clasifica por producto.

3.34. *Otras unidades de venta a distancia: venta por correo.* La venta por correo es una forma de venta a distancia en la que el comprador encarga los productos deseados al comerciante a través de métodos remotos como una llamada telefónica. Los productos pueden anunciarse mediante catálogos de venta por correo, en la radio o en la televisión, y se entregan al cliente por correo, normalmente en la dirección facilitada por el cliente, como puede ser la dirección de su domicilio. En ocasiones los pedidos son entregados en una ubicación cercana de venta al por menor para que el cliente los recoja. Algunos comerciantes también ofrecen la posibilidad de enviar los productos directamente a un tercer cliente, lo que constituye un medio eficaz de enviar un regalo a un receptor que se encuentre fuera del municipio.

3.35. No obstante, actualmente la mayoría de las empresas tradicionales de venta por correo también venden a través de Internet. Dado que el sitio web de una empresa se ha convertido en el medio más habitual para encargar mercancías para su reparto por correo, resulta difícil distinguir entre comercio electrónico y venta por correo. Por consiguiente, la CIIU, Rev.4, clasifica ambos tipos de actividades en una sola clase —la 4791—, relativa a la venta al por menor efectuada por casas de venta por correo o por Internet. Se recomienda que los países apliquen el método “de arriba abajo” para una clasificación y un registro apropiados de las transacciones y unidades de venta por correo.

3.36. *Desgloses adicionales del comercio al por menor en almacenes.* La aplicación del método “de arriba abajo” requiere detalles adicionales para los dos segmentos de la actividad de comercio al por menor. Se recomienda establecer más desgloses del comercio al por menor en almacenes y del no realizado en almacenes. En la categoría de los minoristas que trabajan en almacenes, se recomienda distinguir entre almacenes especializados y almacenes no especializados. Dicha distinción debe basarse en el número de clases en las que se integran los productos vendidos (véase el ejemplo que figura en el anexo III). Además, los minoristas no especializados deben distinguirse según vendan principalmente productos alimenticios o artículos de otro tipo. Si es necesario, o si así lo solicita el usuario, deben recabarse más detalles sobre la categoría de los minoristas que trabajan en almacenes. Entre los tipos de minoristas puede establecerse una distinción adicional: cadenas de venta al por menor, grandes almacenes y otros.

3.37. *Desgloses adicionales del comercio al por menor no realizado en almacenes.* Los tipos de funcionamiento de los minoristas que no trabajan en almacenes también varían debido a los diferentes métodos de transacción y entrega de las mercancías. A causa de la expansión del comercio electrónico y otras formas de comercio de venta por correo en casi todos los países, se recomienda diferenciar esas formas de comercio por separado siempre que sea oportuno.

E. Tipo de organización económica

3.38. La empresa y el establecimiento son las unidades estadísticas principales utilizadas por los países para llevar a cabo los estudios empresariales. La característica del “tipo de organización económica” tiene por objeto indicar si el establecimiento es el *único establecimiento* de la empresa con titularidad directa sobre él o si forma parte de una *empresa integrada por múltiples establecimientos*. Si se necesitan más detalles para la estructura económica, las empresas integradas por múltiples establecimientos pueden di-

vidirse en dos clases en función del número de establecimientos de los que se compongan que mejor se adecuen a cada país.

3.39. *Vínculos entre las diversas entidades dentro de una organización económica.* A fin de obtener una medición precisa de la producción y de todas las corrientes de bienes, servicios y capital en la economía, se recomienda definir con claridad los vínculos que existan entre las entidades individuales y cualquier empresa matriz. Más importante aún es que estos vínculos resultan fundamentales para diseñar un muestreo eficiente, porque un estudio puede recopilar información sobre el valor añadido, el empleo y las estadísticas de producción que normalmente está disponible a nivel de establecimientos, mientras que otro estudio puede recabar datos de estados financieros consolidados compilados principalmente a nivel de empresa.

F. Tipo de organización jurídica y tipo de titularidad

3.40. *Organización jurídica.* El tipo de organización jurídica es otra característica importante y un posible criterio para estratificar las unidades en los estudios estadísticos. El tipo de organización jurídica es la forma jurídica de la entidad económica que es titular de la unidad (ya sea la empresa o el establecimiento). La clasificación mínima recomendada de las unidades por tipo de organización jurídica distingue entre dos tipos principales: unidades constituidas en sociedades de capital y unidades no constituidas en sociedades de capital. Otros desgloses adicionales también pueden tener interés. Por ejemplo: el de las unidades constituidas en sociedades de capital en *empresas constituidas en sociedades de capital* (sociedades anónimas) excepto sociedades en comandita y cooperativas, en *sociedades en comandita y cooperativas*, y en *instituciones sin fines de lucro*; y el de las unidades no constituidas en sociedades de capital por propietarios únicos y en asociaciones no reconocidas como entidades jurídicas independientes. A este respecto:

- a) Entre las *empresas constituidas en sociedades de capital* se incluyen:
 - i) *Sociedades anónimas*: entidades jurídicas constituidas en sociedades de capital con el propósito de producir bienes y servicios para el mercado, que pueden ser una fuente de beneficios u otras ganancias financieras para sus titulares y que son propiedad colectiva de los accionistas que tienen autoridad para nombrar directores responsables de la gestión general de la sociedad.
 - ii) *Otras entidades constituidas en sociedades de capital*: entidades jurídicas creadas con el propósito de participar en la producción mercantil de bienes y servicios para obtener beneficios pero que están constituidas en otras formas jurídicas como:
 - *Cooperativas*: empresas establecidas por productores para fines relacionados con la producción y comercialización de sus productos colectivos en las que a cada titular le corresponde una parte igual de la titularidad total.
 - *Sociedades en comandita*: en estas empresas los asociados son tanto titulares como gestores y tienen limitada jurídicamente su responsabilidad.
 - *Instituciones sin fines de lucro*: entidades jurídicas establecidas con el objetivo de producir bienes y servicios pero cuyos beneficios no pueden constituir la fuente de ingresos para las unidades titulares.
- b) Las *empresas no constituidas en sociedades de capital* son unidades establecidas para producir bienes o servicios que no están constituidas como entidades

jurídicas separadas de sus titulares. Pueden incluir organismos públicos que formen parte de la administración pública o empresas individuales que sean propiedad de los hogares. Algunas empresas no constituidas en sociedades de capital pueden comportarse de manera muy semejante a las sociedades anónimas, por lo que dichas entidades se tratarán como cuasi sociedades anónimas si disponen de conjuntos completos de cuentas, incluidos los balances.

3.41. *Instituciones sin fines de lucro.* Se recomienda incluir en el alcance de las IRDTS, 2008 sólo las instituciones sin fines de lucro que sean productores de mercado, es decir, que vendan la mayoría de sus productos a unos precios significativos económicamente y que satisfagan y promuevan los intereses del comercio de distribución. Se trata principalmente de asociaciones de comercio u organizaciones de empleadores de comercio. Las instituciones sin fines de lucro que sirven a empresas del comercio de distribución participan en actividades que revisten un interés o un beneficio mutuos para el grupo de unidades que las controlan y financian. Estas instituciones sin fines de lucro suelen financiarse mediante contribuciones o cuotas de suscripción del grupo de unidades interesadas. Las cuotas de suscripción no se tratan como transferencias, sino como pagos por los servicios prestados.

3.42. *Cuasi sociedades anónimas.* Puede que algunos países deseen distinguir aquellas unidades no constituidas en sociedades de capital (véase el párrafo 3.40 b)) que presenten características de cuasi sociedades anónimas. La intención que subyacía al desarrollo del concepto de una cuasi sociedad anónima era la de separar de sus titulares a aquellas unidades no constituidas en sociedades de capital que participaran en actividades comerciales, que fueran lo suficientemente independientes y autónomas con respecto a sus titulares y que se comportaran de la misma forma que las sociedades anónimas. Para poder tener el reconocimiento de unidad separada, la cuasi sociedad anónima debe mantener un conjunto completo de cuentas, incluido un balance, o debe estar en condiciones de elaborar dichas cuentas. No obstante, la experiencia ha demostrado que distinguir las cuasi sociedades anónimas que son propiedad de hogares en ciertos casos puede resultar difícil.

3.43. La clasificación de las unidades según su forma jurídica reviste una importancia mayor en el plano nacional que en el internacional; por tanto, se recomienda que dicha clasificación se desarrolle de acuerdo con las formas o categorías jurídicas adoptadas por cada país.

3.44. *Tipo de titularidad.* Se recomienda que, además del tipo de organización jurídica, se tengan en cuenta como características opcionales útiles los principales tipos de titularidad, a saber: la titularidad *privada* y las diversas formas de titularidad *pública* de las unidades. El criterio para distinguir entre unidades de titularidad privada y pública debe basarse en si la titularidad de la empresa a la que pertenece el establecimiento reside en autoridades públicas o en partes privadas. Las unidades públicas son aquellas cuya titularidad o control corresponde a unidades gubernamentales. En cambio, las unidades de titularidad privada son aquellas cuya titularidad o control corresponde a partes privadas. Las autoridades públicas o las partes privadas se consideran titulares de una empresa determinada si a ellas corresponde la titularidad del total —o de la mayor parte— de las acciones de la unidad, o de sus otras formas de participación en el capital. El control sobre una unidad supone la capacidad para determinar la política de dicha unidad mediante la elección de directores adecuados, si es necesario.

3.45. *Desglose de la titularidad pública y privada.* La categoría de las unidades de titularidad pública puede desglosarse además en las principales divisiones de titularidad pública existentes en cada país, en las que normalmente se distinguiría entre titularidad del Gobierno central, titularidad de los gobiernos de los estados o provincias y titularidad de las autoridades locales. Dentro del grupo de las unidades de titularidad privada, puede

aplicarse una clasificación adicional de la titularidad, que distingue entre las unidades de titularidad nacional y aquellas que se encuentran bajo control extranjero.

3.46. *Clasificación cruzada por tipo de organización jurídica y tipo de titularidad.* A continuación figura una versión abreviada de la clasificación cruzada por tipo de organización jurídica y tipo de titularidad:

Empresas constituidas en sociedades de capital, excepto sociedades en comandita y cooperativas

Titularidad pública

Del Gobierno central

Del gobierno del Estado

Del gobierno local

Titularidad privada nacional

Titularidad privada bajo control extranjero

Cooperativas y sociedades en comandita

Titularidad pública

Del Gobierno central

Del gobierno del Estado

Del gobierno local

Titularidad privada nacional

Titularidad privada bajo control extranjero

Instituciones sin fines de lucro

Titularidad pública

Del Gobierno central

Del gobierno del Estado

Del gobierno local

Titularidad privada nacional

Titularidad privada bajo control extranjero

Empresas no constituidas en sociedades de capital

G. Tamaño

3.47. La medida del tamaño de una unidad estadística es una característica de estratificación importante y fundamental para el diseño de las muestras y las técnicas de extrapolación, que además proporciona indicios sobre la estructura de una actividad. En general, las clases de tamaño de las unidades estadísticas pueden definirse en términos de unidades físicas como el empleo, o de unidades monetarias como el volumen de negocios o la cantidad de activos netos. Los criterios monetarios pueden utilizarse por separado o conjuntamente con criterios sobre el empleo. La zona de exposición puede utilizarse como criterio específico para clasificar las unidades de comercio al por menor según su tamaño.

3.48. *Tamaño basado en el empleo.* Se recomienda una definición del tamaño basada en el empleo, dada su sencillez, aplicabilidad general, utilidad y comparabilidad internacional. Los datos de empleo (incluidos los datos de empleo para las unidades pequeñas) son más fáciles de obtener que otros en la mayoría de los países y no requieren cálculos estadísticos adicionales ni ajustes.

3.49. Las clases de empleo deben medirse en términos de promedio de personas ocupadas. Si no se dispone del promedio de personas ocupadas, puede utilizarse el número total de personas ocupadas durante un solo período como criterio de tamaño.

Se recomienda la siguiente clasificación por tamaño de las unidades del comercio de distribución, basada en el empleo: 1; 2 a 9; 10 a 19; 20 a 49; 50 a 249; y 250 o más.

3.50. A fin de mantener la comparabilidad internacional de los datos, se anima a los países a que sigan la clasificación esbozada en el párrafo precedente en la medida de lo posible. Si es necesario a la luz de las circunstancias nacionales, las clases de tamaño grande pueden combinarse o, a la inversa, pueden detallarse aún más, dentro de esta clasificación. No obstante, cabe reconocer que a escala nacional pueden existir diferencias motivadas por factores administrativos, organizacionales o jurídicos. Además, la amplia variedad de tipos de empleo, sobre todo en las unidades pequeñas de comercio al por menor en las que trabajan familiares empleados a jornada parcial y no remunerados, también puede complicar la clasificación de tamaño basada en el empleo.

3.51. El empleo expresado en equivalente a tiempo completo también puede utilizarse como criterio para clasificar las unidades estadísticas por tamaño. Esta medida proporciona una medición más precisa del empleo, con la que se evita el problema planteado por el grupo de los trabajadores a jornada parcial. No obstante, la aplicación del concepto de equivalente a tiempo completo no necesariamente hará que los datos sean realmente comparables, ya que esta medida puede variar considerablemente de un país a otro. Asimismo, puede que no sea posible calcular el empleo expresado en equivalente a tiempo completo en algunos países debido a la necesidad de disponer de datos suficientemente detallados sobre las horas trabajadas.

3.52. *Tamaño basado en el volumen de negocios.* Para algunos tipos de estudios o análisis pueden tener interés nacional otros medios alternativos para medir el tamaño de la unidad. El volumen de negocios de las unidades estadísticas es un medio de este tipo. Dado que se trata de un indicador de contabilidad importante, el volumen de negocios puede obtenerse de fuentes estadísticas (estudios) o de fuentes administrativas (registros fiscales o tributarios). No obstante, al igual que cualquier otro criterio de tamaño en el que intervengan valores monetarios, tiene una aplicación limitada para las comparaciones internacionales, debido a los problemas asociados a la conversión a una moneda común. La definición y la cobertura exactas del volumen de negocios también pueden plantear problemas, especialmente para las unidades en las actividades comerciales. Por ejemplo, el volumen de ventas de los agentes mayoristas que trabajan por contrata se compondrá íntegramente de comisiones, mientras que el volumen de ventas de los minoristas incluirá el valor completo abonado por el cliente final, incluido el valor de los productos adquiridos para la reventa.

3.53. *Tamaño basado en el espacio de ventas.* También pueden deducirse las características de tamaño de las unidades de comercio de distribución a partir del espacio de ventas y/o la zona de exposición. El espacio de ventas puede utilizarse como variable de estratificación para clasificar las unidades de comercio de distribución; la mayoría de ellas son identificables como “tiendas” o “puntos de venta”. No obstante, debido a la falta de uniformidad de las clases de espacios de ventas y a las diferentes prácticas de cada país, las categorías específicas de espacios de ventas que se mencionan en este capítulo y en el capítulo V (Indicadores de rendimiento) (véase el párrafo 5.26), deben definirse en el contexto de las circunstancias nacionales.

H. Características demográficas

3.54. Las características demográficas proporcionan información sobre el período de actividad económica de una unidad determinada e incluyen las fechas de inicio y cese de su actividad. Dada la dinámica de creación (nacimiento)/cese (muerte) de las unidades económicas en el sector del comercio en la actualidad, las características demo-

gráficas desempeñan un papel significativo a la hora de identificar las unidades como población a la que se han de destinar los estudios estadísticos. Además, en los casos en que se dispone de forma regular de estadísticas sobre la demografía de las unidades de comercio, tales estadísticas pueden proporcionar información útil sobre el ritmo de creación de nuevas unidades, la probabilidad de supervivencia de las unidades y las diferencias entre las clases de la CIIU en lo que se refiere a la dinámica de las unidades. Dichos indicadores permiten analizar las tendencias que tienen lugar en la población.

3.55. *Unidades temporalmente inactivas.* En principio, la fecha de reconocimiento oficial de la unidad (la fecha de nacimiento o creación) debe existir y estar inscrita en el registro de actividades empresariales o en el marco de áreas. No obstante, debido a la lentitud del proceso administrativo de registro de la muerte o cese de una unidad, o de su intención de reanudar su actividad tras un período de tiempo indefinido, pueden plantearse dificultades mayores a la hora de obtener información sobre la fecha (período) en la que la unidad efectivamente cesó su actividad. Por consiguiente, entre el período de funcionamiento y la fecha de la muerte de la unidad puede existir un período de inactividad en el que la unidad se considera temporalmente inactiva. La información sobre el nacimiento y la muerte de una unidad también puede obtenerse a partir de fuentes administrativas como las autoridades fiscales o judiciales, la administración de la seguridad social o de otras semejantes, o mediante una actualización de los marcos de áreas a través de una enumeración de unidades realizada en el período entre censos, mientras que los estudios estadísticos lo que traslucirán es el estado de la unidad, es decir, si está activa, temporalmente inactiva o si ha cesado su actividad.

3.56. *Estadísticas de la demografía empresarial.* Cada vez más, una amplia variedad de usuarios solicita la elaboración de estadísticas comparables internacionalmente sobre la demografía empresarial de las unidades estadísticas. Los acontecimientos clave para estas estadísticas serían los nacimientos y las muertes; no obstante, otros sucesos como fragmentaciones, escisiones, fusiones, absorciones, etcétera, también son pertinentes a la hora de determinar si una unidad estadística ha sobrevivido o no de un período a otro. Por lo general, las estadísticas de la demografía empresarial se compilan utilizando la empresa como unidad estadística y el registro de actividades empresariales como fuente preferente de información para los sucesos demográficos. No obstante, cabe reconocer que la imposibilidad de disponer de un registro de actividades empresariales actualizado en muchos países limita la comparabilidad internacional de las estadísticas de la demografía empresarial. Los países pueden consultar el *Eurostat-OECD Manual on Business Demography Statistics, 2007 edition*²⁶ [Manual de Eurostat-OCDE sobre las estadísticas de la demografía empresarial, edición de 2007] para obtener más orientación práctica y teórica en esta esfera de las estadísticas.

26 Eurostat Methodologies and Working Papers (Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2007). Disponible en: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=KS-RA-07-010.

I. Período de funcionamiento

3.57. Esta característica indica el tiempo que una unidad de comercio ha estado en funcionamiento durante el período de referencia. Sería útil buscar información que responda a los siguientes elementos alternativos: *a*) en funcionamiento desde (fecha); *b*) temporal o estacionalmente inactiva; *c*) cese de funcionamiento (fecha); y *d*) vendida o alquilada a otro explotador (nombre del nuevo explotador). Además de proporcionar la información referente al estado de actividad de la unidad (activa o temporalmente inactiva), esta característica también ayuda a interpretar los resultados presentados por las unidades estadísticas que se ven afectadas por factores estacionales y los presentados por las unidades estadísticas que iniciaron o cesaron sus actividades durante el período de referencia.

Capítulo IV

Elementos de datos y sus definiciones

4.1. Este capítulo ofrece definiciones resumidas de los elementos de datos de las estadísticas del comercio de distribución recomendados para la compilación y difusión y definiciones de otros elementos de datos adicionales obtenidos a partir del sistema básico. Puede que algunos de los elementos de datos no existan o que tengan una importancia menor para ciertas economías. Se anima a los compiladores a que utilicen la lista de elementos de datos como referencia a fin de elaborar una lista acorde con sus propias circunstancias estadísticas, el nivel de molestia que experimenta el encuestado y los recursos disponibles, y a que, una vez que hayan determinado los elementos de datos que deban incorporarse a la lista, empleen de forma coherente las definiciones presentadas.

4.2. La lista de elementos de datos utilizables en las estadísticas del comercio de distribución figura en el anexo I. La División de Estadística de las Naciones Unidas la ha elaborado con la mira de proporcionar a los países un instrumento que pueda servirles para confeccionar sus programas de estadísticas del comercio de distribución, incluida la elaboración de cuestionarios estadísticos y otros instrumentos de recopilación de datos. La lista puede utilizarse en la elaboración de cualquier lista específica de un sector determinado. Así se garantiza la coherencia de los conceptos y definiciones entre las diversas actividades, clases de tamaño, zonas geográficas y situaciones de titularidad.

A. Comprensión de los vínculos existentes entre las estadísticas de contabilidad de empresas y las estadísticas económicas básicas

4.3. Los registros de las transacciones mantenidas por las empresas son la principal fuente de las estadísticas económicas básicas recopiladas mediante los estudios estadísticos. A la hora de diseñar cuestionarios que incluyan términos adecuados, conviene por tanto comprender los vínculos existentes entre los conceptos empleados en la contabilidad de empresas y los utilizados en las estadísticas económicas básicas, principalmente por dos razones²⁷:

- Los términos utilizados en los cuestionarios deben resultar familiares para los encargados de la contabilidad de empresas.
- La comprensión de la contabilidad de empresas es fundamental para la conversión de los datos recopilados de los registros de las empresas en datos económicos utilizables en las estadísticas económicas básicas.

4.4. En las estadísticas económicas básicas, el registro de los costos de producción debe abarcar todos los costos de los bienes y servicios utilizados en la producción durante un ejercicio contable. En la contabilidad de empresas estos costos pueden distribuirse entre los diferentes segmentos de las cuentas en función de la tradición del país en materia de contabilidad de empresas. Mientras en algunos países los ingresos y los costos se registran juntos, en otros se consignan en tres segmentos diferentes: *a*) producción (distribución o comercialización en el caso del comercio de distribución); *b*) administración general (gastos generales de la empresa, publicidad, distribución, etcétera); y *c*) otros

²⁷ *Links between Business Accounting and National Accounting: Handbook of National Accounting, Estudios de métodos, No. 76* (publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.00.XVII.13).

ingresos y gastos. Asimismo, es importante saber que la mayoría de las veces otros ingresos de explotación, en los que se incluyen ingresos secundarios como los percibidos por el alquiler de edificios, y gastos por diversos servicios que se registran en las estadísticas de las empresas como producción y consumo intermedio, se registran en su forma neta (es decir, ingresos perceptibles menos costos contraídos) en la contabilidad de empresas.

1. Diferencias en materia de terminología

4.5. El significado de la terminología empleada en la contabilidad de empresas puede variar enormemente de un país a otro. Por ejemplo, mientras en el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte y en otros muchos países europeos el término “volumen de negocios” (en inglés, *turnover*) hace referencia al total de ventas, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)²⁸ considera que “volumen de negocios” significa la suma de las ventas brutas y otros ingresos pero excluyendo los ingresos procedentes del alquiler de bienes inmuebles, contribuciones y donaciones, etcétera. No obstante, en los principios de contabilidad generalmente aceptados de los Estados Unidos de América, el mismo término inglés “*turnover*” se aplica con la acepción de “rotación” para referirse al número de veces que un activo se sustituye durante un ejercicio económico, y a menudo se utiliza en el contexto de la rotación de inventarios o de la rotación de deudores. En el caso de los valores, ya se trate de una cartera o de un intercambio, el volumen de negocios se refiere al número de acciones intercambiadas durante un período determinado como porcentaje del total de acciones.

4.6. “Gastos de funcionamiento” es otro ejemplo de un término cuyo significado depende del país en el que se esté utilizando. En el Reino Unido, los gastos de funcionamiento se limitan a los costos que varían estrictamente en función de la cantidad producida; por ejemplo, los costos de las materias primas y de los componentes adquiridos. En cambio, en los Estados Unidos y en el Canadá, los gastos de funcionamiento se refieren a los costos no asociados a la fabricación y que no pueden inventariarse, como serían los gastos de venta, de publicidad y administrativos. Esto significa que los costos de fabricación no son gastos de funcionamiento.

2. Diferencias entre las normas de contabilidad de empresas

4.7. Es posible que los principios de contabilidad de empresas no experimenten cambios en muchos países, pero las normas de contabilidad varían de un país a otro. Estas normas afectan a los ajustes necesarios para que los datos recopilados de las cuentas de las empresas puedan utilizarse en las estadísticas económicas básicas. Por ejemplo:

- a) Las normas de algunos países exigen que los contables consignen como gastos aquellos destinados a *software* (ya sea desarrollado de manera interna o adquirido), mientras que en otros países se permite la capitalización de estos gastos. En los países en los que no se permite la capitalización, los gastos deben imputarse como producción, en cuyo caso se tratan como formación bruta de capital.
- b) En la mayoría de los países, en la contabilidad de empresas los activos netos se valoran como la suma del valor histórico de la formación bruta de capital menos la depreciación (basada en el valor histórico). Por consiguiente, no es posible obtener la formación bruta de capital sustrayendo los valores de los activos en dos períodos adyacentes porque los activos en las estadísticas de empresas han de valorarse con arreglo a los costos de sustitución conforme a las normas de contabilidad económica.

²⁸ Véase *Compilation Manual for an Index of Service Production* (París, OCDE, 2007). Disponible en: http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html.

B. Definiciones de los elementos de datos

1. Demografía

a) Características de las unidades estadísticas

4.8. Las unidades estadísticas que participan en actividades de comercio de distribución pueden distinguirse y clasificarse de acuerdo con diferentes criterios y variables (véase el capítulo III para obtener más información). Además de los datos financieros y de producción, cada estudio estadístico tiene por objeto recopilar información detallada asociada a la propia unidad estadística, y para ello requiere que se especifiquen los datos referentes a su ubicación, período de funcionamiento, tipo de titularidad y organización económica, tipo de actividad, tipo de funcionamiento, tamaño, etcétera.

4.9. La mayoría de los elementos de datos que se incluyen bajo este epígrafe se suelen utilizar con el fin de realizar un análisis cruzado de los datos. Cabe señalar que en el caso de las empresas integradas por múltiples establecimientos, algunos de esos elementos de datos se refieren más bien a la empresa comercial de la que forma parte la unidad de la referencia (establecimiento, unidad local, etcétera) y que, en función de cómo se aborde este problema en el diseño operacional de los estudios estadísticos, dichos elementos de datos pueden recopilarse a nivel de la empresa para su posterior asignación a las unidades estadísticas en las que se basan.

b) Número de unidades estadísticas

Número de empresas (elemento 1.10)

4.10. Este indicador se define como un recuento del número de empresas activas que operan en el sector del comercio de distribución. Deben excluirse las unidades temporalmente inactivas. Esta estadística debe incluir todas las unidades activas durante al menos una parte del período de referencia. *A los efectos de las presentes Recomendaciones, la población de unidades se define como todas aquellas que participen principalmente en actividades comerciales, es decir, aquellas que encajen dentro de la sección G de la CIIU, Rev.4, relativa al comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.*

4.11. Dada la variedad de tamaños y estructuras organizacionales de las empresas comerciales, este elemento se subdivide a su vez en dos amplias categorías de empresas:

Empresas complejas (elemento 1.10.1). Una empresa compleja, también denominada empresa integrada por múltiples establecimientos, es la compuesta por más de un establecimiento. Cada uno de los establecimientos de los que se compone la empresa compleja suele intervenir en actividades económicas diferentes, pertenecientes a las distintas clases de la CIIU, pero también puede participar en la misma actividad.

Empresas de un solo establecimiento (elemento 1.10.2). A la inversa, una empresa de un solo establecimiento es aquella que está integrada por un único establecimiento.

Número de establecimientos (elemento 1.10.1.1)

4.12. Este elemento es un recuento del número de establecimientos que operan en el sector del comercio de distribución durante el período de referencia. Los establecimientos deben incluirse aunque no cuenten con empleados remunerados. La estadística debe incluir todos los establecimientos activos durante al menos una parte del período de referencia y registrados en la población correspondiente (véase el párrafo 4.10), ya sea en el registro estadístico de actividades empresariales o en el marco de áreas.

4.13. En el caso de la mayoría de las empresas pequeñas y medianas es probable que el número de empresas coincida con el número de establecimientos. Por consiguiente, el número total de establecimientos equivale a la suma del número de establecimientos que tienen las empresas integradas por múltiples establecimientos (elemento 1.10.1.1) y el número de empresas de un solo establecimiento (elemento 1.10.2).

4.14. En los casos en que los establecimientos pequeños y microestablecimientos se enumeran con base en muestras, los datos sobre la población total de dichos establecimientos activos pueden presentarse mediante extrapolación (haciendo uso de la fracción del muestreo) del número de establecimientos incluidos en la muestra.

²⁹ Para obtener información sobre la situación en el empleo, consúltese la resolución sobre la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo (CISE), adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (enero de 1993); disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/res/index.htm>.

2. Empleo²⁹

a) Número de personas ocupadas

4.15. Se recomienda recopilar los datos de empleo para una serie de categorías de personas ocupadas, como se especifica más abajo, con un desglose por género en cada categoría, en la medida en que los recursos lo permitan. También se anima a los países a que recopilen otras características que revistan un interés nacional, como las distinciones entre jornada parcial, jornada completa y trabajo estacional que se basan en la legislación y las costumbres del país. A algunos países, más concretamente aquellos que carecen de estudios con una frecuencia superior a la anual, se les aconseja recoger los factores estacionales en el comercio solicitando datos de empleo para cada trimestre o incluso para cada mes del período objeto de presentación de informes.

Número total de personas ocupadas (elemento 2.1)

4.16. El número de personas ocupadas se define como el total de personas que trabajan en la unidad estadística o para ella, a jornada completa o parcial, e incluye:

- Trabajadores titulares
- Asociados empresariales activos
- Trabajadores familiares no remunerados
- Personas que trabajan fuera de la unidad pero que pertenecen a ésta (por ejemplo, representantes de ventas, personal de reparto, equipos de reparación y mantenimiento) siempre que reciban un sueldo regular de esa unidad
- Gestores asalariados y directores asalariados de empresas constituidas en sociedades de capital
- Personas que están disfrutando de una licencia de corto plazo (licencia de enfermedad, vacaciones anuales o días libres)
- Personas que están disfrutando de una licencia especial remunerada (licencia de estudios o de formación, licencia de maternidad o paternidad)
- Personas en huelga
- Trabajadores a jornada parcial en plantilla
- Trabajadores estacionales en plantilla
- Aprendices en plantilla
- Trabajadores fuera del establecimiento en plantilla, remunerados conforme al trabajo realizado.

4.17. Del número total de personas ocupadas se excluyen las siguientes:

- Directivos de empresas constituidas en sociedades de capital y miembros de comités de accionistas que perciban una remuneración únicamente por su asistencia a reuniones

- Trabajo puesto a disposición de la unidad por parte de otras unidades que cobran por ello (trabajadores con contrato, remunerados por el contratista; personas encargadas de labores de reparación y mantenimiento en la unidad en nombre de otras unidades)
- Personas que están disfrutando de una licencia indefinida
- Personas que están disfrutando de una licencia por servicio militar
- Pensionistas
- Trabajadores fuera del establecimiento remunerados por subcontratistas.

Trabajadores titulares (elemento 2.1.1)

4.18. Entre éstos se incluyen todos los titulares y asociados particulares que participen activamente en la labor del establecimiento, excluidos los asociados secretos o inactivos cuya actividad principal se lleve a cabo fuera del establecimiento. Esta categoría no es aplicable a ninguna empresa constituida en sociedad de capital o semejante cuya titularidad se represente por la posesión de acciones ordinarias.

Trabajadores familiares no remunerados (elemento 2.1.2)

4.19. Los trabajadores familiares no remunerados se definen como todas aquellas personas que viven en el hogar del titular (o titulares) de la empresa propietaria y que trabajan en o para el establecimiento, con independencia del número de horas trabajadas durante el período de referencia, sin percibir ninguna remuneración regular (es decir, sin que exista una cuantía acordada de remuneración del trabajo realizado). En los casos en que sea habitual que las personas jóvenes, en particular, trabajen sin percibir remuneración alguna en una empresa económica dirigida por una persona con la que tengan relación y que no viva en el mismo hogar, puede eliminarse el requisito de “vivir en el mismo hogar”. Los trabajadores familiares que reciben una remuneración por el trabajo realizado deben clasificarse como empleados. Los países que por motivos especiales prefieran fijar un criterio temporal mínimo para la inclusión de los trabajadores familiares no remunerados en el grupo de los empleados deben identificar y clasificar por separado a quienes trabajen durante un tiempo inferior al establecido.

Empleados (elemento 2.1.3)

4.20. En esta categoría se incluyen todas las personas que trabajen en o para el establecimiento, que tengan un contrato de trabajo con la unidad y que reciban una remuneración en efectivo o en especie conforme a intervalos regulares de tiempo. La remuneración normalmente se basa en el tiempo dedicado al trabajo o en algún otro indicador objetivo de la cantidad de trabajo realizado. Dicha remuneración puede adoptar la forma de salarios, sueldos, honorarios, gratificaciones, remuneración a destajo o remuneración en especie (elemento 3.1).

4.21. La relación del empleador con el empleado existe cuando hay un acuerdo escrito o verbal, que puede ser oficial u oficioso, entre el establecimiento y una persona, normalmente formalizado voluntariamente por ambas partes, en virtud del cual la persona trabaja para la empresa a cambio de una remuneración en efectivo o en especie.

4.22. La categoría de “empleados” tiene por objeto incluir a todas las personas que participen en la actividad económica del establecimiento y que no sean trabajadores titulares ni trabajadores familiares no remunerados. También se incluyen los trabajadores fuera del establecimiento cuando éstos son objeto de remuneración y control por parte de la unidad en cuestión. Los empleados que participan en una actividad auxiliar a la actividad principal de la unidad también se incluyen en esta categoría.

4.23. Todos los trabajadores remunerados que participen en la venta de productos y actividades relacionadas del establecimiento deben considerarse como empleados. Los empleados que intervengan en actividades auxiliares a la actividad principal de la unidad y las personas que se encarguen de la conducción de camiones, la reparación y el mantenimiento, etcétera, también deben incluirse en esta categoría. Asimismo se deben incluir los estudiantes que tienen un compromiso oficial por el que contribuyen al proceso de producción de la unidad a cambio de una remuneración y/o servicios educacionales.

Desgloses del número de empleados

4.24. Es habitual que las unidades de comercio de distribución mantengan un tiempo que no se ajuste a las normas corrientes en materia de horas laborales (24 horas, 7 días a la semana y 11 horas al día, o fines de semana enteros), lo que puede obligarlos a contratar empleados a jornada completa o parcial. Este fenómeno puede ser bastante significativo en el sector e influirá en el cálculo de los datos ajustados estacionalmente.

4.25. Se anima a los países a que establezcan desgloses adicionales para los diversos grupos de empleados que existan en sus economías y para los que sea importante y posible elaborar estadísticas por separado. Debe establecerse un desglose de este tipo que haga referencia a la duración del trabajo tal como se contempla en la *organización del tiempo de trabajo* existente³⁰. La organización del tiempo de trabajo se relaciona con los arreglos estipulados por la legislación, por contratos colectivos o laudos arbitrales, o por contratos de trabajo, o vienen determinados por las normas o costumbres de los establecimientos o comunidades, o por los trabajadores particulares por cuenta propia con base en obligaciones contractuales, requisitos laborales o preferencias personales o domésticas.

4.26. En un país dado, la duración del trabajo puede variar entre los diferentes grupos de puestos de trabajo remunerados, en función de los diferentes tipos de organización del tiempo de trabajo. Las horas de trabajo son aquellas que dedican las personas que ocupan puestos de trabajo remunerados durante un período de referencia a la realización de actividades laborales que contribuyen a la producción de servicios comerciales. Los diferentes tipos de organización del tiempo de trabajo de las personas que ocupan puestos de trabajo remunerados pueden presentar varias diferencias en cuanto a la cantidad de horas diarias o semanales de trabajo, el número de días a la semana, la proporción anual de tiempo dedicada al trabajo, etcétera.

4.27. La puesta a disposición de estadísticas separadas sobre los empleados con diferentes tipos de organización del tiempo de trabajo, como es el caso de los empleados a jornada completa y a jornada parcial, resulta útil para ciertos tipos de análisis de empleo. Debido al carácter convencional de la definición de trabajo a jornada completa y a jornada parcial en lo referente a las horas de trabajo en los diferentes países, es imposible establecer una distinción internacional exacta entre empleados a jornada parcial y a jornada completa. No obstante, si los recursos lo permiten y si existe un interés nacional suficiente, se recomienda que el elemento 2.1.3, Empleados, se presente desglosado en las tres categorías siguientes: empleados a jornada completa; empleados a jornada parcial; y empleados en equivalente a tiempo completo. Los cifras para las tres categorías deben calcularse haciendo referencia al número de horas efectivamente trabajadas (elemento 2.5).

Número de empleados a jornada completa (parte del elemento 2.1.3)

4.28. Se trata de una división del número de empleados calculado haciendo referencia al número de horas trabajadas por día/semana/mes por las que éstos perciben una remuneración. Los empleados a jornada completa son personas cuyo tiempo de trabajo equivale al tiempo de trabajo estándar por semana, mes o año completos. El tiempo de trabajo estándar es el tiempo que las personas que ocupan puestos de trabajo remunera-

³⁰ Véase la resolución sobre estadísticas de las horas de trabajo, adoptada por la décima Conferencia Internacional de Estadígrafos del Trabajo (11 de octubre de 1962), disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/res/index.htm>.

dos dedican a las actividades laborales durante un período de referencia, tal como viene especificado por la legislación, por contratos colectivos o laudos arbitrales.

Número de empleados a jornada parcial (parte del elemento 2.1.3)

4.29. Los empleados a jornada parcial son personas cuyas horas de trabajo son inferiores al tiempo de trabajo estándar de los empleados a jornada completa. Esta categoría comprende todas las formas de trabajo a jornada parcial (trabajo de media jornada, algunos días a la semana, etcétera). No debe confundirse entre empleados a jornada parcial e intermitentes/estacionales (que pueden trabajar a jornada completa pero por un período breve fijado, como trabajadores temporales, personal de rodaje de películas, etcétera).

Número de empleados en equivalente a tiempo completo (parte del elemento 2.1.3)

4.30. El número total de horas trabajadas por todos los empleados a jornada parcial puede constituir la base para la conversión al equivalente a tiempo completo. La conversión puede realizarse haciendo referencia al tiempo de trabajo estándar de un empleado a jornada completa en la unidad teniendo en cuenta el número de horas, días, semanas o meses trabajados. El equivalente a tiempo completo se define como el número total de horas trabajadas en una unidad dividido entre el promedio (anual, trimestral, mensual o semanal) de horas trabajadas por un empleado a jornada completa. Dicha conversión facilitará las comparaciones internacionales con los países que sólo pueden calcular el empleo expresado en equivalente a tiempo completo. Dadas las diferencias de duración del empleo a jornada completa según la actividad, la categoría del empleado, etcétera, se recomienda calcular la conversión de la forma más detallada posible.

Trabajadores fuera del establecimiento en plantilla (parte del elemento 2.1.3)

4.31. Puede ser útil para los países disponer de estadísticas sobre otros aspectos de los arreglos en materia de empleo en el sector del comercio de distribución, como el lugar de trabajo o empleo. Un trabajador fuera del establecimiento es aquel que accede a trabajar o a suministrar a una empresa comercial determinada cierta cantidad de bienes o servicios, previo arreglo o contrato con dicha empresa, pero cuyo lugar de trabajo no se encuentra en ninguno de los establecimientos de los que se compone la empresa. En esta categoría tan sólo se deben incluir aquellos trabajadores fuera del establecimiento remunerados de manera directa o indirecta con base en la cantidad de trabajo realizado, es decir, por la cantidad de trabajo aportada como insumo a algún proceso de producción, con independencia del valor de los productos obtenidos o de la rentabilidad del proceso de producción. Este tipo de empleo se considera menos importante para las unidades en el comercio; no obstante, los trabajadores fuera del establecimiento pueden participar en el reempaquetado de productos en lotes más pequeños, el montaje, etcétera.

4.32. No se incluyen los trabajadores fuera del establecimiento remunerados por subcontratistas; las cuantías abonadas a estos últimos con respecto a los primeros se tratan en “compra de servicios, excepto alquiler” (elemento 4.4.1.2.1).

4.33. Los trabajadores fuera del establecimiento en plantilla deben enumerarse para un solo período. En los casos en que los números sean considerables y fluctúen, también puede resultar útil recopilar todos los promedios de los períodos objeto de estudio en la forma definida para los empleados.

Empleados que participan en investigación y desarrollo (elemento 2.1.3.1.1)

4.34. Los resultados arrojados por la investigación y el desarrollo experimental se reconocen como un activo en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008. Las presentes Recomendaciones adoptan la definición de investigación y desarrollo que se da en el *Frascati Manual: Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental*

31 Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, París, 2002.

Development [Manual de Frascati: Propuesta de práctica normalizada para realizar estudios sobre investigación y desarrollo experimental]³¹. Según establece el Manual de Frascati (párr. 63): “La investigación y el desarrollo experimental (I+D) comprenden el trabajo creativo realizado de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos, incluido el conocimiento del hombre, la cultura y la sociedad, y el uso de esos conocimientos para crear nuevas aplicaciones.” Cuando se lleva a cabo por cuenta propia, la actividad de investigación y desarrollo supone un costo de producción y éste debe calcularse mediante la suma del costo de los insumos, incluidos los insumos de trabajo.

4.35. Este elemento comprende a todos los empleados que participan directamente en la investigación y desarrollo, así como a aquellos que prestan servicios directos, como los gestores de investigación y desarrollo, administradores y empleados administrativos. Las personas que prestan un servicio indirecto, como el personal encargado del comedor y de la seguridad, deben excluirse, incluso aunque sus salarios y sueldos se incluyan como gastos generales en la medición de gastos. El personal de investigación y desarrollo debe distinguirse del personal encargado de una amplia variedad de actividades relacionadas. Por consiguiente, los siguientes tipos de personal se excluyen de la categoría de personal de investigación y desarrollo:

- Personal empleado en educación y formación
- Personal empleado en otras actividades científicas y tecnológicas (por ejemplo, servicios de información, pruebas y normalización, estudios de viabilidad, etcétera)
- Personal empleado en otras actividades industriales (por ejemplo, innovaciones industriales no clasificadas en otra parte)
- Personal empleado en administración o en otras actividades indirectas de apoyo.

Empleados que participan en el desarrollo de software y bases de datos (elemento 2.1.3.1.3)

4.36. Este elemento comprende el número total de empleados que trabajan en el desarrollo de *software* y bases de datos con una vida activa superior a un año, así como aquellos que prestan servicios directos como, por ejemplo, gestores, administradores y empleados administrativos. Las personas que prestan un servicio indirecto, como el personal encargado del comedor y de la seguridad, deben excluirse, incluso aunque sus salarios y sueldos se incluyan como gastos generales en la medición de gastos. El desarrollo de *software* y de bases de datos se reconoce como un activo en el Sistema de Cuentas Nacionales, 2008. Cuando se lleva a cabo por cuenta propia, la actividad de investigación y desarrollo supone un costo de producción y éste debe calcularse mediante la suma del costo de los insumos, incluidos los insumos de trabajo.

Empleados que participan por cuenta propia en la formación de activos fijos y en reparaciones importantes (elemento 2.1.3.1.5)

4.37. Este elemento comprende el número total de empleados que trabajan por cuenta propia en la formación de activos fijos y en reparaciones importantes. La formación de activos fijos y las reparaciones importantes, cuando se realizan por cuenta propia, se consideran como producción inmovilizada que conservan sus productores como inversión. La producción inmovilizada es la que no se vende y, por tanto, se valora como costos de producción, es decir, mediante la suma del costo de los insumos, incluidos los insumos de trabajo.

Número de empleados cedidos (elemento 2.2)

4.38. La cesión de empleados implica la puesta a disposición de una cuota de recursos humanos para las unidades de comercio. Este elemento comprende el número

total de personas cedidas al establecimiento comercial por parte de agencias de empleo u organizaciones semejantes. Las agencias de empleo de este tipo no supervisan a los empleados, quienes están bajo control (dirección y supervisión) de los clientes de dichas agencias. Los empleados cedidos forman parte de la plantilla de la agencia de empleo más que de la plantilla del establecimiento que abona los honorarios. El suministro de recursos humanos se suele llevar a cabo a corto plazo (en cuyo caso la agencia de empleo se clasificará en la clase 7820 de la CIIU, Rev.4, relativa a actividades de agencias de empleo temporal), o bien a largo plazo y de forma permanente (en cuyo caso la agencia de empleo se clasificará en la clase 7830 de la CIIU, Rev.4, relativa a otros suministros de recursos humanos). La información relativa a la cesión de empleados es importante para realizar unos análisis significativos del trabajo y la productividad; no obstante, el número de empleados cedidos se excluye del número total de personas ocupadas en la unidad de comercio (elemento 2.1).

4.39. El establecimiento que utiliza empleados cedidos debe clasificarse con base en su propia actividad principal. Las categorías siguientes se excluyen de la cesión de empleados:

- Dotación de personal temporal obtenida a partir de servicios de dotación de personal
- Contratistas, subcontratistas o contratistas independientes
- Servicios adquiridos o gestionados, como conserjería, guardas u ordenación paisajística
- Servicios profesionales o técnicos adquiridos de otra empresa, como consultoría sobre *software*, programación de computadoras, ingeniería o servicios de contabilidad.

Número total de personas ocupadas en el sector no estructurado (elemento 2.3)

4.40. Para los países que utilizan el concepto del sector no estructurado en sus sistemas estadísticos, el número total de personas ocupadas en dicho sector comprende a todas aquellas que durante un determinado período de referencia estuvieron empleadas en al menos una unidad de producción del sector no estructurado (elemento 1.5.4.1) clasificada en la sección G de la CIIU, Rev.4, con independencia de su situación en el empleo pero sólo si dicho empleo constituía su trabajo principal. El número total de personas ocupadas en el sector no estructurado debe referirse a todo el territorio del país. Este elemento puede desglosarse a su vez en empleados (elemento 2.3.1) y otras personas ocupadas en el sector no estructurado (elemento 2.3.2).

4.41. El número de personas ocupadas en el sector no estructurado no incluye las siguientes:

- Personas ocupadas exclusivamente en la producción de bienes o servicios para consumo final propio o formación de capital fijo propio
- Personas ocupadas en actividades agrícolas, ya que estas actividades se excluyen del alcance del sector no estructurado por razones prácticas
- Trabajadores por cuenta propia encargados de prestar los servicios profesionales o técnicos —médicos, abogados, contables, arquitectos, ingenieros, etcétera— si no reúnen los requisitos propios de las empresas del sector no estructurado
- Trabajadores domésticos remunerados.

4.42. A los efectos de las presentes Recomendaciones, las unidades (de producción) de comercio de distribución del sector no estructurado (elemento 1.5.4.1) se definen de conformidad con la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo³² como un subconjunto de empresas que pertenecen a los hogares y que no están

³² Consúltense la resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal, adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (enero de 1993); disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/res/index.htm>.

constituidas en sociedades de capital, es decir, como un subconjunto de unidades de producción que no constituyen una entidad jurídica independiente del hogar propietario ni de los miembros del mismo, y que no llevan una contabilidad completa (incluido el balance del activo y del pasivo) que permita una distinción clara entre las actividades de producción de la empresa y las demás actividades de sus propietarios, así como los flujos de ingresos y de capital entre la empresa y los propietarios.

4.43. El empleo en el sector no estructurado podría calcularse directamente mediante la realización de estudios sobre dicho sector, o indirectamente mediante enfoques alternativos. Uno de esos enfoques es el método residual, en el que el empleo del sector no estructurado se calcula como la diferencia entre el empleo total (basado en el censo de población o en los datos de los estudios sobre fuerza de trabajo) y el empleo del sector estructurado (basado en el censo económico, en los estudios de los establecimientos o en fuentes de datos administrativas).

b) Promedio de personas ocupadas

Promedio de personas ocupadas (elemento 2.4)

4.44. Este elemento de datos, que se define como el promedio de empleados (elemento 2.4.1) más el número de trabajadores titulares (elemento 2.1.1) y trabajadores familiares no remunerados (elemento 2.1.2) durante un solo período, sirve como criterio de tamaño para la unidad. Si el promedio de personas ocupadas no está disponible, el número total de personas ocupadas (elemento 2.1) durante un solo período puede utilizarse como criterio de tamaño.

Promedio de empleados (elemento 2.4.1)

4.45. El promedio de empleados es la media aritmética de los números de empleados para cada día natural del período de referencia, incluidas las vacaciones y los fines de semana, dividida entre el número de días del período de referencia. El promedio anual de empleados se define como la media aritmética de los promedios mensuales (o trimestrales) de empleados.

c) Horas trabajadas

*Horas trabajadas por los empleados*³³ (elemento 2.5)

4.46. El número de horas trabajadas, también denominado *volumen de trabajo* o *insumo de trabajo*, es un elemento de datos importante que se utiliza para el análisis del trabajo, la conversión del número de empleados a jornada parcial en equivalente a tiempo completo, para el estudio de la productividad y para el cálculo del número de agregados por cada hora trabajada. El número de horas trabajadas por los empleados se define como el número total de horas realmente dedicadas por éstos a actividades que contribuyen a la producción de servicios de comercio de distribución durante el período de referencia. Este indicador puede medirse por semana, mes o año. Se recomienda que se desglose de manera semejante a las categorías de empleo.

4.47. Puede que algunas unidades pequeñas, en particular aquellas que dispongan de menos registros oficiales, no puedan dar parte de las horas trabajadas. En tal caso, se recomienda inferir las horas trabajadas a partir de las respuestas dadas a preguntas alternativas como las referentes al número de trabajadores, el promedio de días laborables, la duración de las horas productivas en un día laborable habitual, etcétera.

4.48. Las horas efectivamente trabajadas deben incluir las siguientes:

- a) *Horas productivas*: Horas dedicadas a actividades relacionadas con el empleo de las personas y destinadas a la producción de servicios comerciales. Estas actividades pueden llevarse a cabo dentro de períodos normales o contractuales,

³³ Véase el proyecto de resolución de la Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo sobre la medición del tiempo de trabajo (http://www.insee.fr/en/nom_def_met/colloques/citygroup/2006_meeting.htm).

o bien como horas extraordinarias; pueden ser remuneradas o no remuneradas, con independencia del lugar en el que se realicen, ya sea en el establecimiento, en el hogar, en el campo, en la calle, etcétera; y pueden incluir el trabajo llevado al hogar desde el lugar de trabajo.

- b) *Horas dedicadas a actividades auxiliares*: Horas dedicadas a actividades que no tienen como objetivo directo la producción de servicios comerciales pero que son necesarias para propiciar dicha producción. Entre ellas se incluyen las horas dedicadas a las actividades siguientes:
 - i) Diseño, preparación, limpieza del lugar de trabajo o de los instrumentos de trabajo, reparaciones o mantenimiento de los procesos de trabajo.
 - ii) Formación profesional (para personas con empleo remunerado) autorizada y proporcionada directa o indirectamente por el empleador y viajes o actividades itinerantes necesarias o remuneradas e inherentes al empleo, como es el caso de los vendedores a domicilio, navegantes, conductores y personas que viajan para asistir a una reunión celebrada fuera de su lugar habitual de trabajo.
 - iii) Otro tipo de formación personal o actividades educativas relacionadas con el trabajo y sufragadas (incluso en especie) por el empleador, ya sea dentro o fuera del lugar de trabajo.
- c) *Horas no productivas transcurridas durante el trabajo*: Horas transcurridas entre los períodos productivos que son inevitables, aunque inherentes a los procesos de trabajo, y durante las cuales las personas empleadas siguen estando disponibles para trabajar. Se incluyen las horas dedicadas a:
 - i) Esperar a clientes en una oficina, tienda, calle.
 - ii) Permanecer inactivo por razones técnicas o económicas, como la falta ocasional de trabajo, paro de máquinas o accidentes.
 - iii) Tiempo transcurrido entre los períodos productivos durante el cual no se ha efectuado trabajo alguno pero que ha sido remunerado en virtud de un contrato de garantía del empleo.
 - iv) Tiempo de viaje, como función asociada a tareas específicas o como determinen clientes concretos, cuando el lugar de trabajo sea variable.
- d) *Breves períodos de descanso*: Períodos inferiores a 30 minutos transcurridos entre los períodos productivos, dedicados a actividades personales y durante los cuales las personas no están disponibles para el empleador ni para realizar ningún otro trabajo. Dichos períodos tienen lugar como consecuencia de las necesidades naturales, pueden estar autorizados por contrato o costumbre, y pueden incluir interrupciones para tomar té o café o para la oración.

4.49. Las horas efectivamente trabajadas deben excluir las siguientes:

- a) Horas pagadas pero no trabajadas, tales como las vacaciones anuales pagadas, días feriados pagados, ausencias por enfermedad pagadas, licencia pagada por estudios, licencia pagada por maternidad y paternidad, licencia familiar pagada, servicio civil no militar.
- b) Interrupciones para las comidas de más de 30 minutos.
- c) Tiempo dedicado a ir desde el domicilio del trabajador al lugar de trabajo, que no es tiempo dedicado realmente a trabajar, incluso aunque esté remunerado por el empleador.

4.50. Se recomienda utilizar el número de días trabajados como alternativa para la medición de los insumos de trabajo para aquellos países que no puedan recopilar infor-

mación sobre las horas trabajadas. Esta información es más fácil de obtener a partir de los registros de las nóminas que de las horas trabajadas. Los días trabajados deben referirse al número total de días dedicados a trabajar y no a los días remunerados. Los días transcurridos durante unas vacaciones anuales, ocasionales o una licencia de enfermedad deben excluirse. Además, es posible determinar el número estándar de horas de trabajo al día en las unidades de comercio para los empleados a jornada completa, así como recopilar por separado los días trabajados por los empleados a jornada parcial. También se contempla la posibilidad de realizar un desglose por situación en cuanto a empleo.

Desglose del empleo por género y ocupación

4.51. En general, deben recopilarse datos desglosados por género en lo tocante al empleo. Cada una de las categorías de empleo y los correspondientes datos sobre insumos de trabajo deben distinguir, en la medida en que lo permitan los recursos, entre hombres y mujeres. A la hora de confeccionar índices de precios de remuneración del trabajo en el sector del comercio de distribución, es importante que dichas categorías incluyan un desglose por ocupación, preferentemente de acuerdo con la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO)³⁴.

³⁴ Disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/isco/index.htm..>

3. Remuneración de los empleados

Remuneración de los empleados (elemento 3)

4.52. La remuneración de los empleados se define como la remuneración total, en efectivo o en especie, abonada por el establecimiento comercial a los empleados a cambio del trabajo realizado por éstos durante el período de referencia. Debe registrarse en valores devengados, es decir, debe medirse por el valor de la remuneración en efectivo o en especie que el empleado tenga derecho a recibir del empleador en relación con el trabajo realizado durante el período correspondiente, ya se abone previa, simultánea o posteriormente al propio trabajo. La remuneración de los empleados no incluye ningún impuesto que deba abonar el empleador sobre los salarios y sueldos; por ejemplo, los impuestos sobre nómina. La remuneración de los empleados consta de dos componentes principales: *a*) salarios y sueldos pagaderos en efectivo o en especie (elemento 3.1); y *b*) contribuciones a seguros sociales que deban abonar los empleadores (elemento 3.3). Empleados son aquellos definidos como tales en el elemento de Datos 2.1.3.

4.53. No cabe abonar remuneración alguna en relación con el trabajo no remunerado realizado voluntariamente, incluido el realizado por trabajadores familiares sin remuneración. Los pagos realizados a trabajadores titulares que no se reciban como sueldo regular deben excluirse.

Salarios y sueldos en efectivo y en especie de los empleados (elemento 3.1)

4.54. Los salarios y sueldos³⁵ se definen como todos los pagos, en efectivo o en especie, efectuados por el empleador durante el período de referencia en relación con el trabajo realizado por todas las personas incluidas en el recuento de empleados, no importa si se abonan basándose en el tiempo de trabajo, en los resultados o a destajo, y de si los pagos se realizan de forma periódica o no. En ellos se incluyen el valor de cualquier contribución social, impuestos sobre la renta, etcétera, que debe abonar el empleado aunque en la práctica el empleador lo retenga por mayor comodidad administrativa o por otros motivos y lo abone directamente a los regímenes de seguridad social, a las autoridades tributarias, etcétera, en nombre del empleado. Los salarios y sueldos se registran en valores devengados, en relación con el derecho derivado del trabajo realizado durante el ejercicio contable, ya se abone previa, simultánea o posteriormente al propio trabajo.

³⁵ Para más información sobre los componentes de los salarios y sueldos de los empleados, véase *Sistema de Cuentas Nacionales, 2008*, cap. 7, "Cuentas de distribución de la renta".

Salarios y sueldos en efectivo

4.55. Entre los salarios y sueldos en efectivo se incluyen los siguientes tipos de remuneración:

- a) Salarios o sueldos pagaderos a intervalos regulares semanales, mensuales u otros, incluidos los pagos por resultados y los pagos a destajo; pagos incrementados o complementos especiales por trabajar horas extraordinarias, de noche, en fines de semana o durante otras horas fuera de lo normal; complementos por trabajar lejos del hogar o en circunstancias desagradables o peligrosas; complementos de expatriación por trabajar en el extranjero, etcétera.
- b) Complementos adicionales pagaderos regularmente, como subsidios de vivienda o complementos destinados a sufragar los costos de desplazamiento entre el hogar y el lugar de trabajo, de los que se excluyen, no obstante, las prestaciones sociales (véase más adelante).
- c) Salarios o sueldos pagaderos a los empleados que permanecen lejos del trabajo durante breves períodos (por ejemplo, en vacaciones) o como resultado de un cese temporal de la producción, a excepción de las ausencias debidas a enfermedades, lesiones, etcétera.
- d) Bonificaciones especiales u otros pagos excepcionales relacionados con el rendimiento general de la empresa en virtud de planes de incentivos.
- e) Comisiones, gratificaciones y propinas recibidas por los empleados: éstas deben tratarse como pagos por servicios prestados que realiza la empresa que emplea al trabajador y, por consiguiente, deben incluirse también en la producción y en el valor añadido bruto de la empresa empleadora cuando dicha remuneración sea abonada directamente al empleado por un tercero.

4.56. En los salarios y sueldos en efectivo no se incluye el reembolso por parte de los empleadores de los gastos contraídos por los empleados para estar en condiciones de asumir sus trabajos o desempeñar su labor; por ejemplo:

- a) Reembolso de los gastos de viaje, de mudanza o relacionados que hayan contraído los empleados a la hora de asumir un nuevo trabajo o al verse obligados por su empleador a mudarse a un lugar diferente del país o a otro país.
- b) Reembolso de los gastos realizados por los empleados en instrumentos, equipo, indumentaria especial u otros artículos necesarios exclusiva o principalmente para poder llevar a cabo su trabajo.

4.57. Los salarios y sueldos en efectivo tampoco incluyen prestaciones de la seguridad social abonadas por los empleadores en la forma de: a) complementos por hijos, cónyuges, familiares, educación u otros relacionados con los familiares a cargo; b) pagos realizados a escalas completas o reducidas de salarios o sueldos a los trabajadores que se ausenten del trabajo por motivo de enfermedad, lesiones producidas por accidentes, licencia de maternidad, etcétera; y c) pagos por cese en el servicio a trabajadores que pierden su trabajo por despido, incapacidad, accidentes que ocasionen la muerte, etcétera, o a sus supervivientes. En la práctica, puede resultar difícil separar los pagos de salarios y sueldos realizados durante breves períodos de ausencia motivada por enfermedad, accidentes, etcétera, de otros pagos de salarios y sueldos. En ese caso, los primeros han de agruparse con los segundos.

Salarios y sueldos en especie

4.58. Los pagos en especie se definen como bienes y servicios proporcionados a los empleados que no son necesarios para trabajar los cuales pueden utilizar esos bienes y servicios en su tiempo personal y según su voluntad para satisfacer sus propias necesidades o carencias o las de otros miembros de sus hogares. Prácticamente cualquier tipo

de bien o servicio de consumo puede proporcionarse como remuneración en especie. Los pagos en especie más importantes relacionados con las unidades de comercio de distribución comprenden comidas y bebidas, prendas de vestir (si son aptas para su uso fuera del trabajo), servicios de vivienda o alojamiento proporcionados gratuitamente o a precios particularmente reducidos, servicios o instalaciones deportivos, recreativos o vacacionales para los empleados y sus familias, etcétera. No obstante, los gastos en que incurran los empleadores en beneficio de ellos mismos y de sus empleados (por ejemplo, en comodidades del lugar de trabajo, exámenes médicos, instalaciones deportivas o de otro tipo de recreo, viajes, entretenimiento y otros desembolsos semejantes realizados por los empleadores en relación con la empresa) no forman parte de la remuneración de los empleados, pero se incluyen en el consumo intermedio de los empleadores.

4.59. El valor monetario de los pagos en especie debe expresarse como equivalente al costo neto que suponen para el empleador los bienes o servicios en cuestión. En los casos en que el empleador no pueda notificar el costo real de estos pagos, resulta oportuno utilizar los precios de venta de los productores o los precios al por mayor.

4.60. La remuneración en especie también puede incluir el valor del interés perdido por los empleadores cuando conceden préstamos a los empleados a tipos de interés reducidos o incluso nulos para la compra de una vivienda, mobiliario u otros bienes o servicios. Su valor puede calcularse como la cuantía que el empleado habría tenido que abonar para hacer frente a los intereses normales de una hipoteca o un crédito personal, menos la cuantía de interés efectivamente abonada.

Opciones de compra de acciones

4.61. Algunos empleadores suelen ofrecer a los empleados la opción de comprar acciones de la empresa en determinadas fechas futuras a un precio concreto y en condiciones específicas. Estas opciones de compra de acciones son una forma de ingresos en especie. Otorgan a los empleados el derecho —aunque no imponen la obligación— de adquirir opciones de compra de acciones. Las opciones normalmente se otorgan a fin de animar a los empleados a permanecer en la empresa y a contribuir al crecimiento de ésta. El empleado puede abstenerse de ejercer su opción, bien porque el precio de la acción actualmente sea inferior al de su opción o bien porque ya no trabaje para el empleador que le ofreció la opción y, por ende, haya perdido el derecho a ella. A continuación se describe cómo se valoran las opciones de compra de acciones, teniendo en cuenta la probabilidad de que no todas las opciones se ejerzan.

4.62. Normalmente, el empleador informa a sus empleados de la decisión de ofrecer una opción de compra de acciones a un precio determinado (el precio de ejercicio) después de un cierto tiempo y en determinadas condiciones (por ejemplo, el empleado todavía debe estar trabajando en la empresa, o la empresa debe haber alcanzado un cierto nivel de rendimiento). La “fecha de emisión” es la fecha en la que se otorga la opción al empleado, la “fecha de adquisición de derechos” es la fecha más temprana en la que puede ejercerse la opción y la “fecha de ejercicio” es la fecha en la que la opción se ejerce efectivamente (o vence). En algunos países el lapso permisible transcurrido entre la fecha de adquisición de derechos y la fecha de ejercicio es bastante largo, mientras que en otros es muy breve.

4.63. La valoración de las opciones puede estimarse mediante un modelo de valoración de opciones de compra de acciones o como la diferencia entre el precio de mercado y el precio de ejercicio en la fecha de adquisición de derechos. Si el precio de mercado es inferior al precio de ejercicio, la opción tiene un valor nulo, ya que no se ejercería. El tiempo de registro debe extenderse durante todo el período transcurrido entre la fecha de emisión y la fecha de adquisición de derechos, a ser posible. Si esto no es posible, el valor de la opción debe registrarse en la fecha de adquisición de derechos.

Cualquier cambio del valor que se produzca entre la fecha de adquisición de derechos y la fecha de ejercicio no se trata como remuneración de los empleados, sino como ganancia o pérdida de valor.

Desglose de los salarios y sueldos de los empleados

4.64. A fin de garantizar una adecuada estimación de los resultados arrojados por la investigación y desarrollo, el desarrollo de *software* y bases de datos y la formación de activos fijos por cuenta propia y las reparaciones importantes, se recomienda presentar por separado los datos sobre los salarios y sueldos de los empleados en estas tres categorías.

4.65. Para proporcionar una medición más precisa de los niveles de salarios y sueldos, también se recomienda recopilar, en los estudios poco frecuentes, datos sobre salarios y sueldos pagados a los empleados a jornada completa y parcial, y a los trabajadores fuera del establecimiento, desglosados por ocupación, y obtener información detallada por género.

Pagos a los directivos de empresas constituidas en sociedades de capital por asistir a reuniones (elemento 3.2)

4.66. Este elemento comprende todos los pagos realizados a los directivos de empresas constituidas en sociedades de capital y a los miembros de comités de accionistas por asistir a reuniones.

Contribuciones a seguros sociales que deben abonar los empleadores (elemento 3.3)

4.67. Las contribuciones sociales de los empleadores son las que éstos deben abonar a las cajas de la seguridad social o a los regímenes de seguridad social relacionados con el empleo a fin de garantizar las prestaciones sociales para sus empleados. Para que se consideren como contribuciones a seguros sociales deben cumplir una de estas tres condiciones: *a)* la legislación o las condiciones de empleo deben obligar o animar al beneficiario (o titular de la póliza) a participar en dichas contribuciones; *b)* el plan debe funcionar en nombre del grupo y estar restringido a los miembros de éste; y *c)* los empleadores deben realizar una contribución en nombre de los empleados. Estos regímenes de seguros pueden estar articulados por los empleadores o por un tercero. Las contribuciones a seguros sociales pueden clasificarse en los elementos siguientes:

- Seguridad social
- Cajas de pensiones
- Seguro médico
- Seguro (de vida) temporal
- Otros pagos.

4.68. Los empleadores podrán, según estimen oportuno, ofrecer a los empleados pagos por enfermedad, maternidad o lesiones relacionadas con el empleo, así como prestaciones familiares, indemnizaciones por despido u otras prestaciones a las que se pueda acoger el empleado; estos pagos se tratan como parte de los salarios y sueldos de los empleados.

4. Otros gastos

a) Compras de bienes y servicios

4.69. En las compras de bienes y servicios se incluye el valor de todos los bienes y servicios adquiridos durante el ejercicio contable para la reventa o el consumo en el

proceso de producción, sobre los que el establecimiento comercial haya asumido la titularidad, excluidos los activos fijos, y cuyo consumo se registre como consumo de capital fijo (depreciación (elemento 11.4)). Los bienes y servicios en cuestión pueden revenderse con o sin transformación adicional, consumirse por completo en el proceso de producción o almacenarse.

4.70. En estas compras se incluyen los materiales que se integran directamente en los bienes producidos (materias primas, partes prefabricadas (productos intermedios), componentes, etcétera, que se incorporan físicamente en los productos del establecimiento), además de los pequeños instrumentos y equipos no capitalizados. Deben incluirse los combustibles que se introducen directamente en el producto, así como los destinados a la generación de electricidad y a la producción de gas y vapor, ya sea para el propio consumo o para la venta. También se incluye el valor de los materiales auxiliares consumidos durante el proceso de producción (lubricantes, agua, abrillantadores, empaque, materiales de mantenimiento y reparación y materiales de oficina). En esta variable se incluyen las compras de materiales utilizados para la formación de activos fijos por cuenta propia y las reparaciones importantes llevadas a cabo por la unidad.

4.71. Si el establecimiento contrata externamente parte del trabajo a otros establecimientos —incluidos otros establecimientos de la misma empresa— y les proporciona para ello materias primas, suministros y artículos semejantes, el valor de éstos debe incluirse en este elemento.

4.72. También se incluye el costo pagadero por la compra de servicios durante el período de referencia, con independencia de si esos servicios son industriales o no. Asimismo, se incluyen los pagos de todo el trabajo realizado por terceros en nombre de la unidad de comercio, incluidos el mantenimiento y las reparaciones habituales, el trabajo de instalación y los estudios técnicos. Se excluyen las cuantías abonadas por la instalación de bienes de capital y el valor de los bienes capitalizados.

4.73. Los gastos clasificados como gastos financieros o extraordinarios en las cuentas de las unidades de comercio se excluyen del total de compras de bienes y servicios.

4.74. Las compras de bienes y servicios deben valorarse a sus precios de adquisición, es decir, los precios a los que dichos bienes o servicios se proporcionan al establecimiento, incluidos los gastos de transporte facturados por el productor o por otras organizaciones, el costo de los seguros, el valor que se cobra por los materiales de empaque y todos los impuestos y derechos a los que estén sometidos los bienes, excluido, cuando proceda, el impuesto sobre el valor añadido (IVA) deducible. Deben deducirse los descuentos (incluidos los descuentos en efectivo si se deducen de las compras en los registros de compras) o las rebajas concedidas al comprador y el valor de los materiales de empaque devueltos a los proveedores. En los casos en que la propia unidad estadística lleve a cabo el transporte, no deben imputarse gastos.

4.75. Los bienes recibidos por el establecimiento que procedan de otros establecimientos de la misma empresa para la producción de bienes deben valorarse como si se hubieran comprado. En la práctica, normalmente será necesario aceptar los valores contables que figuran en las cuentas del establecimiento que realiza el envío, pero cuando el transporte de los bienes al establecimiento receptor lo realicen organizaciones externas, deben incluirse los costos de transporte. Si se producen devoluciones de los bienes una vez que éstos se hayan registrado en el inventario, los artículos deben registrarse como ventas en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 4.5). Los bienes recibidos por el establecimiento procedentes de otros establecimientos de la misma empresa para prestar servicios de transformación no deben valorarse como si se hubieran comprado.

Costo de materias primas y suministros excepto gas, combustibles y electricidad (elemento 4.1)

4.76. Este elemento incluye el costo de todos los bienes (excluidos los activos fijos) suministrados al establecimiento, que asume su control, en el período de referencia y que pasan a ser titularidad del establecimiento (o de la entidad jurídica a la que pertenezca el establecimiento). El momento de recepción de los bienes debe relacionarse con la definición de los inventarios (elemento 6) en el sentido de que los bienes deben considerarse recibidos en el momento en que hayan pasado a formar parte de la cuenta de inventario del establecimiento. Alternativamente, los bienes pueden considerarse recibidos cuando el establecimiento adquiera la titularidad económica sobre ellos. En general, los momentos dados en esta definición coinciden con el momento de adquisición de la titularidad o el de facturación, pero deben incluirse los bienes recibidos del extranjero, incluso aunque la titularidad jurídica no se haya transferido aún.

Compras o recepción de materias primas y suministros de otras empresas (elemento 4.1.1)

4.77. Este elemento incluye el valor de las materias primas, los suministros y artículos semejantes o partes prefabricadas (productos intermedios), como se enumeran en el elemento 4.1, que se adquieren o reciben de otras empresas.

Valor de las materias primas y suministros distribuidos por otros establecimientos de la misma empresa (elemento 4.1.2)

4.78. Este elemento abarca el valor de las materias primas, los suministros y artículos semejantes o partes prefabricadas (productos intermedios) adquiridos o fabricados por un establecimiento de una empresa y transferidos a otro establecimiento de la misma empresa, el cual prosigue su proceso de fabricación y los incorpora en otros productos o los utiliza de otro modo en su propio proceso de producción. Dichas materias primas, suministros y artículos semejantes deben valorarse como si se hubieran comprado a otra empresa.

Costo de los materiales destinados a la formación de activos fijos por cuenta propia y a las reparaciones importantes (elemento 4.1.3)

4.79. Este elemento incluye el costo de las materias primas y otros materiales comprados o recibidos por el establecimiento para la producción, por parte de la propia unidad, de bienes de capital para su propio uso (o para el alquiler o arrendamiento) y materiales y partes utilizadas para las reparaciones importantes por cuenta propia de sus propios edificios, estructuras, maquinaria y otros activos fijos. Se incluyen los materiales y artículos semejantes destinados a la construcción de viviendas habitadas por empleados y otras instalaciones para el personal, así como a las reparaciones importantes de todos los edificios que sean propiedad del establecimiento o estén alquilados por éste, a excepción de las viviendas.

4.80. El costo de los materiales destinados a la formación de activos fijos por cuenta propia y a las reparaciones importantes debe registrarse por separado en el caso de los productos de propiedad intelectual, a saber: investigación y desarrollo (elemento 4.1.3.1), desarrollo de *software* y bases de datos (elemento 4.1.3.3) y formación de activos fijos y reparaciones importantes (elemento 4.1.3.5).

Costo de gas, combustibles y electricidad comprados (elemento 4.2)

4.81. Este elemento incluye el costo de la totalidad del gas, los combustibles y la electricidad recibidos por el establecimiento sólo si se han comprado para utilizarlos como combustibles. Los productos energéticos comprados como materia prima o para la reventa sin transformación deben excluirse y registrarse en el elemento 4.1 o 4.5, respectivamente.

Costo de cada combustible y del gas comprados (elemento 4.2.1)

4.82. Los combustibles que se incorporan al producto o que se utilizan para otro tipo de producción de energía deben incluirse como materiales. A efectos prácticos, se incluyen la gasolina y otros combustibles para vehículos. También se incluyen los combustibles y la electricidad destinados a la calefacción y la iluminación, excepto cuando se utilizan en las viviendas habitadas por empleados o están gestionados por el establecimiento. Se excluyen los combustibles producidos y consumidos en el mismo establecimiento.

Costo de la electricidad comprada (elemento 4.2.2)

4.83. Este elemento incluye el costo de toda la electricidad comprada por el establecimiento durante el período de referencia.

Costo del agua y de los servicios de evacuación de aguas residuales (elemento 4.3)

4.84. Este elemento incluye el costo del agua y de los servicios de evacuación de aguas residuales adquiridos por el establecimiento durante el período de referencia.

Costo del agua comprada (elemento 4.3.1)

4.85. Este elemento se define como el costo total de toda el agua comprada por el establecimiento con fines comerciales durante el período de referencia.

Costo de los servicios de evacuación de aguas residuales comprados (elemento 4.3.3)

4.86. Este elemento incluye el costo de todos los servicios de evacuación de aguas residuales adquiridos por el establecimiento durante el período de referencia.

Compra de servicios a excepción de alquileres (elemento 4.4)

4.87. Este elemento incluye el costo de todos los servicios pagaderos por el establecimiento durante el período de referencia, ya sean industriales o no.

4.88. El elemento abarca la cuantía que debe abonar el establecimiento por los trabajos por contrata, en comisión o de reparación y mantenimiento que hayan llevado a cabo durante el período de referencia otros establecimientos de la misma empresa u otras empresas. En los casos en que el trabajo haya sido realizado por otras empresas, deben utilizarse los precios facturados reales, pero cuando proceda deberá excluirse el impuesto sobre el valor añadido deducible. Deben incluirse las tasas por mercancías. En los casos en que los servicios los realicen otros establecimientos de la misma empresa, deben utilizarse valores comerciales equivalentes a precios básicos (excluyendo los impuestos sobre los productos y el costo de transporte) o bien atribuirse una valoración al trabajo, incluyendo un margen imputable a los costos y beneficios adicionales, así como el costo de los materiales consumidos y el trabajo empleado.

4.89. Las sumas pagaderas por el establecimiento durante el período de referencia por los servicios de naturaleza no industrial, como los servicios de comunicación, de transporte, de publicidad y promocionales, financieros (excluidos los pagos de intereses) y de otro tipo también deben incluirse en este elemento. Se debe dar cuenta de las cuantías reales pagaderas, excluidos el impuesto sobre el valor añadido deducible y otros impuestos deducibles.

4.90. Deben excluirse los siguientes elementos: dividendos e intereses abonados; multas y sanciones semejantes abonadas; compras directas de patentes y licencias; compras de tierras y otros bienes de capital; donaciones; cuentas incobrables; y depreciación.

Costo de servicios industriales comprados y también prestados por otros establecimientos de la misma empresa (elemento 4.4.1)

Servicios de mantenimiento, reparación e instalación (excepto la construcción) (elemento 4.4.1.1)

4.91. Este elemento incluye el trabajo de mantenimiento y reparación de naturaleza industrial, incluido en el grupo 871 de la CCP, Ver.2, como servicios de mantenimiento y reparación de productos metálicos elaborados, excepto maquinaria y equipo; servicios de mantenimiento y reparación de maquinaria de oficina y contabilidad; servicios de mantenimiento y reparación de ordenadores y equipo periférico; servicios de mantenimiento y reparación de maquinaria y equipo de transporte; y servicios de mantenimiento y reparación de otra maquinaria y otro equipo. Se incluyen los pagos de la instalación de productos vendidos por el establecimiento con el compromiso de instalarlos y los pagos de los servicios asociados a los productos vendidos, pero se excluyen las cuantías abonadas por la instalación y las reparaciones importantes de los bienes de capital.

Trabajo por contrata y en comisión (elemento 4.4.1.2)

4.92. Este elemento abarca los pagos realizados por parte de un establecimiento por el trabajo que se somete a contratación externa adjudicándolo a otra unidad. La contratación externa (véase también contratación externa (párrafos 1.25 a 1.29)) de la producción tiene lugar cuando la unidad principal (el contratante) contrata a otra unidad productiva (el contratista) para llevar a cabo funciones específicas que constituyan la totalidad o una parte de la actividad del contratante en la producción de un bien o servicio. La contratación externa puede adoptar tres formas, a saber: *a)* contratación externa de funciones de apoyo; *b)* contratación externa de partes del proceso de producción; y *c)* contratación externa del proceso de producción completo. En el caso de las unidades de comercio de distribución, este elemento abarca principalmente los pagos realizados por parte del establecimiento por las funciones que se someten a contratación externa y se adjudican a subcontratistas. Estas funciones pueden incluir servicios informáticos, de contabilidad o de limpieza. También se incluyen los pagos realizados a través de subcontratistas a trabajadores fuera del establecimiento que no estén en plantilla (cesión de empleados (elemento 4.4.1.2.1)).

Costo de servicios no industriales comprados y también prestados por otros establecimientos de la misma empresa (elemento 4.4.2)

Mantenimiento y reparación de edificios y estructuras (elemento 4.4.2.1)

4.93. Este elemento abarca el trabajo habitual de reparación y mantenimiento de edificios y otras estructuras del establecimiento, así como en edificios alquilados que no sean viviendas. Los costos de reparación y mantenimiento de las viviendas habitadas por empleados no deben incluirse, sino que deben consignarse por separado a fin de calcular el costo total de alojamiento de los trabajadores sufragado por los empleadores para la remuneración de los empleados en especie.

Servicios de comunicación (elemento 4.4.2.2)

4.94. Este elemento incluye los costos abonables por el establecimiento por la compra de servicios postales y de telecomunicaciones, incluidos los servicios de telefonía móvil, fax, Internet, etcétera.

Servicios de transporte (elemento 4.4.2.3)

4.95. Este elemento incluye el costo pagadero por el establecimiento únicamente por el transporte contratado. El transporte realizado por la propia unidad no debe incluirse aquí, ya que los costos se abarcan en otros elementos.

Servicios de publicidad y promocionales (elemento 4.4.2.4)

4.96. En este elemento se incluyen todos los gastos pagaderos por el establecimiento por la publicidad emitida a través de la televisión, los periódicos u otros medios, así como los pagos por servicios promocionales y actividades de estudios de mercado y de relaciones públicas llevados a cabo por un tercero. Deben excluirse los estudios de mercado emprendidos por la propia unidad.

Servicios financieros (elemento 4.4.2.5)

4.97. En este elemento se incluyen los honorarios y gastos pagaderos directamente por servicios de intermediación financiera y los desembolsos indirectos destinados a financiar la adquisición de activos fijos: por ejemplo, los costos de emisión de valores de capital en lo que atañe a cuestiones de seguridad, como, por ejemplo, las comisiones y gastos de registro de los aseguradores y los cargos por concepto de servicios con respecto a los préstamos. No se incluyen los pagos de intereses.

Otros servicios no industriales (elemento 4.4.2.9)

4.98. En este elemento se incluyen las adquisiciones de servicios jurídicos, de contabilidad y teneduría de libros, de gestión y consultoría, de entretenimiento, de viajes y estancia, entre otros, así como las contribuciones a asociaciones empresariales y profesionales, las suscripciones a publicaciones periódicas, los costos de las reuniones de órganos rectores y accionistas y otros servicios no clasificados en otra parte. También deben incluirse los derechos de patentes y licencias (pero no el valor de las compras directas de dichas patentes y licencias).

Compras de bienes y servicios para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 4.5)

4.99. En este elemento se incluye el valor de todos los bienes y servicios adquiridos a otras empresas o producidos o comprados por otros establecimientos de la misma empresa y transferidos al establecimiento comercial, sobre los cuales dicho establecimiento haya asumido la titularidad, para la reventa a terceros sin transformación. Se considera que la reventa sin transformación incluye la clasificación y el montaje, la mezcla, el embotellado, el empaque, la división de las mercancías a granel y el reempaqueado de productos, etcétera.

4.100. Las compras de bienes deben registrarse una vez se hayan descontado las devoluciones, descuentos, rebajas y otros subsidios percibidos. Se excluye el valor de los bienes y servicios que se venden a terceros en comisión, ya que el agente que percibe la comisión no compra ni vende estos productos. Los servicios para la reventa a los que aquí se alude son los resultantes de actividades de servicios, derechos a utilizar servicios predeterminados (como servicios de fax o fotocopias) o apoyos físicos a los servicios (por ejemplo, pagar a un tercero para que entregue los productos propios y transferir el costo al consumidor que los compra).

4.101. Las compras de bienes deben valorarse a precios de adquisición que sean el valor transferido a la unidad de comercio, en el que se incluyen los gastos de entrega y semejantes asociados a la compra (por ejemplo, gastos de transporte, costos de seguros, el valor del empaque, etcétera) y todos los impuestos y derechos aplicables a los productos, si bien excluyendo el impuesto sobre el valor añadido deducible y otros impuestos deducibles relacionados directamente con el volumen de negocios. El precio de compra por parte de la unidad también debe incluir el valor de los bienes intercambiados o trocados en concepto de pago por la compra. Las transferencias de bienes desde otros establecimientos de la misma empresa comercial deben valorarse como si dichos bienes se hubieran comprado. Cuando ello no sea posible en la práctica, las transferencias deben

valorarse según el costo que suponga para la empresa la entrega de los bienes al establecimiento, es decir, el precio de compra original, los gastos de entrega y semejantes, mano de obra y material utilizados directamente y, posiblemente, otros gastos adicionales.

4.102. Se recomienda que las compras de bienes y servicios realizadas por las unidades para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron se registren por separado para los elementos siguientes: *a)* combustibles (elemento 4.5.1); *b)* partes de vehículos automotores y motocicletas utilizadas únicamente en actividades de reparación y mantenimiento (elemento 4.5.2); todos los demás bienes (elemento 4.5.3); y servicios comprados para la reventa sin procesamiento adicional (elemento 4.5.4).

4.103. En función de la práctica nacional de registro de las compras, el valor de dichos bienes y servicios debe ajustarse a los cambios que se produzcan en los inventarios de los bienes destinados a la reventa. Algunos países registran las compras de bienes para la reventa cuando éstos se incorporan al proceso de producción; otros, en cambio, registran las compras cuando los han adquirido o facturado. Cabe esperar que las compras por parte del segundo grupo de países se ajusten a los cambios que se produzcan en los inventarios de bienes destinados a la reventa y que, además, se corrijan para tener en cuenta el valor de cualquier plusvalía o minusvalía generada en los precios de los bienes comprados a fin de que éstos puedan estimarse según los precios vigentes en el momento de la reventa.

4.104. Como alternativa a la clasificación del volumen de negocios (ventas) según cada producto básico, se recomienda realizar un desglose de las compras por productos básicos. A pesar de los diferentes márgenes comerciales y tasas de volumen de negocios, los datos de compras por productos básicos pueden resultar más fáciles de recopilar, sobre todo en los establecimientos de comercio al por menor, dado que el volumen de facturas de compras es menor que el de ventas y que los datos pueden obtenerse a partir de los registros de contabilidad mejor que a partir de cada una de las facturas.

4.105. Los elementos de datos enumerados más abajo se incluyen en el total de compras de bienes y servicios. La lista proporciona un desglose bastante completo y detallado de las compras totales. Algunos países pueden tener disponibles varios elementos de datos tan sólo de manera combinada o puede ser que un elemento de menor importancia se agrupe con otro que sea más significativo. Se recomienda que los países identifiquen por separado aquellos elementos de datos de la lista que revistan importancia para sus economías y que al mismo tiempo recopilen y compilen las compras de bienes y servicios con la mayor exhaustividad y precisión posibles. La recopilación de datos sobre compras con tal nivel de detalle se recomienda para los estudios poco frecuentes.

Pagos de alquiler (elemento 4.6)

4.106. En este elemento se incluyen todos los costos abonables por la unidad por el alquiler o arriendo de bienes de capital y edificios no residenciales. Se excluyen los pagos de arriendos financieros. Los pagos de alquiler deben subdividirse en estos dos elementos:

- a)* Pagos de alquiler de maquinaria y equipo (elemento 4.6.1).
- b)* Pagos de alquiler de viviendas y estructuras (elemento 4.6.2).

Primas de seguros distintos del de vida pagaderos en relación con los bienes inmuebles del establecimiento (elemento 4.7)

4.107. En este elemento se incluyen las primas de seguros distintos del de vida pagaderos por la unidad durante el período de referencia con respecto a los bienes inmuebles de la unidad (por ejemplo, contra daños causados por incendios, desastres naturales, pérdidas, etcétera).

5. Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos

a) Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos

4.108. Este elemento comprende los totales facturados por el establecimiento durante el período de referencia y corresponde a las ventas en el mercado (envíos³⁶, entradas de servicios y otros ingresos) de bienes y servicios de una unidad de comercio proporcionados a otras empresas o transferidos a otros establecimientos de la misma empresa. Del volumen de negocios³⁷ deben excluirse el impuesto sobre el valor añadido y otros impuestos deducibles semejantes directamente relacionados con las ventas, así como todos los impuestos y derechos aplicables a los productos facturados por la unidad, con lo que el volumen de negocios tras la valoración es equivalente a la valoración a precios básicos. Se incluyen todos los demás gastos facturados de transporte, empaque, etcétera, transferidos al cliente, incluso aunque estos gastos figuren por separado en la factura. Deben deducirse las rebajas de precio, descuentos y subsidios semejantes concedidos sobre los bienes devueltos y el valor del empaque devuelto.

4.109. Se incluyen todos los artículos fabricados por o para el establecimiento a partir de los materiales que éste posee, ya se vendan, se transfieran a otros establecimientos de la misma empresa o se envíen en remesas. El valor neto de venta de los productos fabricados en un establecimiento por contrata a partir de los materiales que posea otro establecimiento debe ser notificado por el establecimiento que proporcione dichos materiales.

4.110. En principio, las ventas a otros establecimientos dentro de la misma empresa deben valorarse como ventas. En la práctica, no obstante, puede ser necesario aceptar el valor contable de dichas transferencias. El valor contable o el costo de producción es igual a la suma de los costos de los materiales y servicios, la remuneración de los empleados, otros impuestos sobre la producción, la depreciación de los activos fijos utilizados en la producción y, si es posible, un margen imputado de costos y beneficios adicionales. En los casos en que ambos establecimientos se incluyan en el programa de recopilación, el establecimiento receptor debe dar parte de los mismos elementos como compras por el mismo valor que las ventas del establecimiento que realiza el envío.

4.111. En este elemento también se incluyen las ventas de bienes y servicios comprados para la reventa y las comisiones y honorarios asociados a la venta de bienes en nombre de terceros, así como todas las entradas de los servicios industriales prestados, además de las entradas del trabajo contratado a terceros, el trabajo de instalación y reparación y el trabajo de investigación y desarrollo de naturaleza industrial.

4.112. También se incluyen los ingresos procedentes de actividades distintas de la venta de bienes o la prestación de servicios industriales, como los ingresos procedentes del alquiler o el arrendamiento de edificios y maquinaria y equipo, así como todos los demás ingresos variados, y también el valor de los activos fijos fabricados o construidos por el establecimiento para uso propio.

4.113. Los términos “volumen de negocios”, “ventas”, “entradas”, “envíos”, etcétera se utilizan de manera indistinta en las estadísticas económicas y en la contabilidad de empresas para referirse a los ingresos de las unidades estadísticas. El término “volumen de negocios” se ha considerado adecuado para el propósito de las presentes recomendaciones; no obstante, cabe reconocer que existen amplias variaciones entre los países con respecto al alcance de los diferentes tipos de ingresos. La relación que existe entre los conceptos de volumen de negocios, ventas, ingresos y entradas en cuanto a elementos componentes se resumen a continuación en el cuadro IV.1:

³⁶ El valor de los envíos sustituye a las ventas cuando el establecimiento suministra el bien a otros establecimientos de la misma empresa.

³⁷ En adelante, este elemento se mencionará por su nombre abreviado, “volumen de negocios”.

Cuadro IV.1

Comparación entre los conceptos de volumen de negocios/ventas, ingresos y entradas

Elemento componente	Volumen de negocios/ventas	Ingresos de explotación	Ingresos totales	Entradas total
Ventas brutas de bienes	Sí	Sí	Sí	Sí
Prestación de servicios	Sí	Sí	Sí	Sí
Envío y tramitación	Sí	Sí	Sí	Sí
Instalación	Sí	Sí	Sí	Sí
Mantenimiento y reparación	Sí	Sí	Sí	Sí
Reforma	Sí	Sí	Sí	Sí
Almacenamiento	Sí	Sí	Sí	Sí
Entradas procedentes del alquiler de vehículos, equipo, instrumentos, herramientas y otras mercancías	Sí	Sí	Sí	Sí
Comisiones de arreglos de financiación	Sí	Sí	Sí	Sí
Pagos del trabajo en curso	Sí	Sí	Sí	Sí
Valor de mercado de la remuneración recibida en lugar de efectivo	Sí	Sí	Sí	Sí
Ventas brutas de departamentos, concesiones y máquinas expendedoras y de juegos explotadas por terceros	Sí	No	No	Sí
Proporción de unidades de ventas de departamentos, concesiones y máquinas expendedoras y de juegos explotadas por terceros	No	Sí	Sí	No
Cuántías recibidas por el trabajo subcontratado a terceros	Sí	No	No	Sí
Impuestos al consumo, de ventas y sobre el valor añadido	No	No	No	Sí
Ingresos procedentes de la venta de bienes inmuebles, inversiones y otros activos destinados a la reventa	No	No	No	Sí
Ingresos por intereses y dividendos	No	No	Sí	Sí
Alquiler de bienes inmuebles	No	No	Sí	Sí
Contribución, donativos, préstamos y subvenciones	No	No	Sí	Sí
Reducción de precios, rebajas, descuentos y empaques devueltos	No	No	No	No
Todos los derechos e impuestos sobre bienes o servicios facturados por la entidad	No	No	No	No
Subvenciones de explotación recibidas de autoridades públicas	No	No	No	No

Fuente: *Compilation Manual for an Index of Service Production* (París, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, 2007).
 Disponible en: http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html.

Venta, volumen de negocios, valor de envíos, incluidas las transferencias a otros establecimientos de la misma empresa (elemento 5.1)

4.114. En este elemento se incluye el valor de las ventas, el volumen de negocios y los envíos, incluidas las transferencias de todos los bienes producidos por el establecimiento realizadas durante el período de referencia a otros establecimientos de la misma empresa, ya se hayan producido dichos bienes en el período de referencia o en períodos anteriores (es decir, todos los bienes a cuyo control renunció el establecimiento durante el período; deben incluirse todos los bienes enviados al extranjero para la venta o elaboración, incluso aunque aún no se haya transferido su titularidad jurídica). Como bienes producidos por el establecimiento se incluyen aquellos producidos por otras organizaciones a partir de los materiales suministrados por el establecimiento.

4.115. La valoración de los bienes enviados debe realizarse al precio que el establecimiento cobre al cliente, ya sea un precio salida de fábrica o un precio de entrega, incluidos todos los gastos facturados a los clientes, incluso aunque dichos gastos se enumeren por separado, por los gastos relacionados con el transporte (con independencia

de si el establecimiento realiza el transporte por sus propios medios o si bien encarga dicho transporte a organizaciones externas), empaque perdido y conceptos semejantes. Deben deducirse las rebajas de precio, los descuentos y los subsidios concedidos al cliente sobre los bienes devueltos y el valor del empaque devuelto. Esto incluye los descuentos en efectivo en aquellos casos en los que se deduzcan de las ventas en los registros de ventas. La valoración debe excluir todos los derechos e impuestos aplicables a los productos cuando éstos abandonan la fábrica, incluido el impuesto sobre el valor añadido facturado por el productor al cliente, en los casos en que sea aplicable el sistema del impuesto sobre el valor añadido.

Venta/volumen de negocios/valor de envío de los bienes producidos por el establecimiento
(elemento 5.1.1)

4.116. En este elemento se incluyen las ventas o los envíos de bienes producidos por el establecimiento para otras empresas, así como para otros establecimientos de la misma empresa, incluidas las transferencias a los establecimientos de comercio al por mayor y al por menor de la empresa para los cuales se mantienen cuentas separadas. Las transferencias del establecimiento productor a otro establecimiento de la misma empresa para proseguir la elaboración también deben incluirse. Éstas se valorarán como si se tratara de la venta a una empresa independiente. Si ello no es posible, se notificarán los costos de producción reales. También se incluyen las ventas o envíos de los bienes producidos por el establecimiento que se han exportado a clientes, así como las transferencias a sucursales en el extranjero.

Venta/volumen de negocios/valor de envíos de todos los bienes y servicios comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 5.1.2)

4.117. En este elemento se incluye la venta/volumen de negocios de los bienes y servicios vendidos o trocados por una unidad de comercio por cuenta propia. La venta o el volumen de negocios debe excluir el impuesto sobre el valor añadido y otros impuestos deducibles semejantes directamente relacionados con la venta/volumen de negocios, los cuales se recaudan a los clientes y se abonan directamente a las autoridades tributarias gubernamentales, así como todos los derechos e impuestos sobre los bienes y servicios facturados por la unidad. Se incluyen todos los demás gastos facturados de transporte, empaque, etcétera, transferidos al cliente, incluso aunque estos gastos figuren por separado en la factura. De la venta o el volumen de negocios deben deducirse las rebajas de precio, descuentos y subsidios semejantes concedidos sobre los bienes devueltos y el valor del empaque devuelto.

4.118. Este elemento también incluye los bienes retirados por los titulares de una unidad de comercio para uso propio. Dichos bienes deben valorarse al precio de mercado apropiado (es decir, como si se vendieran a un cliente). Si esto no es posible, las retiradas realizadas por los titulares deben valorarse a sus precios de compra.

4.119. Los bienes y servicios comprados para la reventa pueden venderse a consumidores finales o bien a otras empresas, o pueden transferirse a otros establecimientos de la misma empresa.

Ventas mediante tarjeta de regalo (elemento 5.1.2.1)

4.120. Este elemento de datos comprende las ventas o el volumen de negocios de las tarjetas de regalo. La tarjeta de regalo, una tarjeta de prepago cuya función se asemeja a la de un certificado de regalo, puede utilizarse para comprar mercancías en una tienda fija. De conformidad con los principios de contabilidad generalmente aceptados, las ventas procedentes de tarjetas de regalo se incluyen en las ventas o en el volumen de negocios al por menor de las unidades en el momento en que se canjea la tarjeta de regalo.

Comisiones y honorarios por la venta de bienes y servicios por cuenta de terceros
(elemento 5.1.3)

4.121. En este elemento se incluyen las comisiones o los honorarios recibidos por los agentes comerciales por la venta de bienes o servicios por cuenta de terceros (es decir, comercio en comisión al por mayor y al por menor en el que la unidad no es titular de los bienes vendidos). La comisión o los honorarios deben incluirse, pero no el precio completo de la transacción. También deben incluirse todos los demás costos contraídos y transferidos a los clientes.

Entradas por el trabajo industrial realizado o por los servicios industriales prestados a terceros
(elemento 5.1.4)

Trabajo por contrata y en comisión (elemento 5.1.4.1)

4.122. Este elemento comprende las entradas procedentes del trabajo por contrata y en comisión. Dicho trabajo incluye los casos en que una unidad de producción (el contratista) lleve a cabo, por encargo de otra unidad productiva (el contratante), funciones que constituyan la totalidad o una parte de la actividad necesaria para producir un bien o un servicio (véase también “Contratación externa”, párrafos 1.25 a 1.29).

Servicios de mantenimiento, reparación e instalación (excepto la construcción)
(elemento 5.1.4.2)

4.123. En este elemento se incluyen las entradas procedentes de los servicios de mantenimiento, reparación, reforma, almacenamiento y otros semejantes.

Otros ingresos (elemento 5.2)

4.124. Este elemento abarca los ingresos que percibe la unidad por actividades distintas de la venta de bienes o la prestación de servicios, que no siempre se pueden determinar para los establecimientos. Los valores presentados deben ser las cuantías reales percibidas, excluidos el impuesto sobre el valor añadido y otros impuestos deducibles semejantes directamente relacionados con las ventas, así como todos los impuestos y derechos aplicables a los productos facturados por la unidad. La información relativa a los ingresos procedentes del alquiler o el arrendamiento de maquinaria y equipo (elemento 5.2.1) y del alquiler o el arrendamiento de edificios (elemento 5.2.2) debe identificarse por separado. En la maquinaria y el equipo se incluyen vehículos, maquinaria, instrumentos y herramientas.

4.125. Todos los demás ingresos que no figuren en las categorías mencionadas anteriormente deben incluirse en el elemento 5.2.3, relativo a otros ingresos no clasificados en otra parte, entre los que se incluyen los siguientes:

- a) Ingresos procedentes de la explotación de cafeterías, hostales, campamentos y otras instalaciones de empleados, excepto las viviendas (la renta recibida por la vivienda de los empleados no debe incluirse, sino deducirse del costo de la vivienda de los trabajadores en concepto de remuneración en especie).
- b) Entradas por servicios de transporte prestados a terceros, distintos de la entrega de productos propios (esta última debe incluirse en el valor de venta/volumen de negocios/envíos (elemento 5.1)).
- c) Ingresos procedentes de las ventas de desechos.
- d) Entradas por el almacenamiento de bienes, el depósito y servicios semejantes, incluido el almacenamiento frigorífico.
- e) Comisiones de arreglos de financiación.

- f) Entradas por el derecho a utilizar patentes, marcas, derechos de propiedad intelectual y similares, derechos de fabricación y explotación en canteras, y conocimientos técnicos.
- g) Márgenes de intermediarios y otros costos de transferencia con respecto a las transacciones de artículos usados y desechos, tierras, activos intangibles (derechos de crédito, arrendamientos, derechos de propiedad del mineral, patentes); se incluyen aquí las comisiones, los honorarios de asesoramiento jurídico y similares que perciban los intermediarios y que representen la única producción generada en dichas transacciones; la producción puede ser compartida entre el comprador y el vendedor y, en algunos casos, puede cobrarse al comprador.
- h) Cualquier otro tipo de ingresos procedentes de la producción de bienes o de la prestación de servicios.

4.126. No deben incluirse los elementos siguientes que no proceden de la producción de bienes ni de la prestación de servicios por parte de la unidad estadística:

- Entradas procedentes de dividendos
- Entradas procedentes de intereses y descuentos
- Ingresos procedentes de la venta directa de patentes y licencias
- Ingresos procedentes de la venta de tierras y bienes de capital usados.

Valor de activos fijos producidos por cuenta propia (elemento 5.3)

4.127. En este elemento se incluye el costo de todos los activos fijos, como edificios y estructuras, maquinaria y equipo, etcétera, fabricados o construidos por el establecimiento para uso propio durante el período de referencia y que tienen una vida útil superior a un año, así como los costos de las ampliaciones, reformas, mejoras y reparaciones importantes que el propio establecimiento haya realizado con su propia fuerza de trabajo y que extienden la vida útil o aumentan la capacidad productiva de los activos fijos existentes. También deben incluirse los activos fijos producidos para el alquiler o el arrendamiento.

4.128. Los activos fijos producidos por cuenta propia deben registrarse en el momento en que se lleva a cabo el trabajo y el activo pasa a ser parte de la formación de capital fijo del establecimiento. En principio, la valoración debe realizarse a los precios básicos de los mismos activos vendidos en el mercado. No obstante, a menudo será necesario imputar la valoración a costo de producción utilizando la información que figura en el elemento 3.1.1.5, relativo a los salarios y sueldos de los empleados que participan en la formación de activos fijos por cuenta propia y las reparaciones importantes; y en el elemento 4.1.3, relativo al costo de los materiales para la formación de activos fijos por cuenta propia y las reparaciones importantes.

b) Comercio electrónico

Venta/volumen de negocios/valor de envíos/entradas de servicios y otros ingresos en el comercio electrónico (elemento 5.4)

4.129. Las ventas del comercio electrónico son ventas de bienes y servicios en las que el comprador realiza un pedido o se negocian el precio y las condiciones de la venta a través de Internet, una extranet, una red de intercambio electrónico de datos u otros sistemas en línea. El pago puede efectuarse en línea o no (véase el párrafo 3.32). Algunos países tienen en sus cuestionarios sobre comercio al por menor y al por mayor un elemento titulado "Entre ellos" para las ventas del comercio electrónico. Para aquellos países que todavía no hayan reconocido el comercio electrónico como actividad independiente, se recomienda que inicien un estudio nacional sobre dicho comercio o que actualicen los

estudios económicos existentes con preguntas adicionales sobre las ventas efectuadas a través del comercio electrónico.

4.130. En este elemento se incluye el valor de las ventas de todos los bienes y servicios vendidos por medio de redes de computadoras (comercio electrónico). Se incluyen tanto las transacciones de empresa a empresa como de empresa a consumidor. Los ingresos procedentes de las ventas del comercio electrónico forman parte del elemento 5 a), Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos.

4.131. En las transacciones del comercio electrónico intervienen compradores y vendedores, pero en general se recomienda que su medición se lleve a cabo desde la perspectiva del vendedor. Es difícil medir el comercio electrónico en el comercio de distribución; a menudo no resulta sencillo debido a una serie de factores, entre los que se incluyen problemas relacionados con la definición de aquello que constituye el comercio electrónico, además del hecho de que pueden intervenir múltiples partes y transacciones por Internet, así como que en muchos casos las unidades llevan a cabo un comercio tanto electrónico como tradicional de forma simultánea.

4.132. A continuación se dan ejemplos de transacciones de comercio electrónico relacionadas con el comercio de distribución: un libro o CD comprado o vendido por Internet; una persona o empresa que llama a un número de teléfono gratuito y encarga un ordenador utilizando el sistema telefónico interactivo del vendedor; un mercado electrónico que vende piezas a otra empresa, es decir, una empresa que compra suministros de oficina en línea o a través de una subasta electrónica; un minorista que encarga mercancías utilizando una red de intercambio electrónico de datos o una extranet de proveedores. Se recomienda que las transacciones que carecen de precio, como las descargas de *software* gratuito de Internet, se excluyan del comercio electrónico.

c) Elementos de datos sobre cuantía

Valor del volumen de negocios por categorías de productos (elemento Q5.1)

4.133. Las ventas o el volumen de negocios de una unidad de comercio de distribución pueden desglosarse según los diversos productos o grupos de productos facturados por la propia unidad, ya sea por cuenta propia o de terceros. Las ventas o el volumen de negocios pueden desglosarse por productos, tanto en el caso de bienes como servicios, haciendo referencia a la Clasificación Central de Productos (CCP, Ver.2)³⁸ u otras clasificaciones internacionales o nacionales por productos.

³⁸ <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regct.asp?Lg=1>.

Desglose del volumen de negocios

4.134. La sección G de la CIIU, Rev.4, incluye unidades estadísticas que intervienen en la realización de una variedad muy amplia de actividades de comercio de distribución. Este desglose tiene por objeto presentar la estructura de la sección de manera detallada. A escala detallada, puede considerarse que las unidades estadísticas realizan actividades más homogéneas; por tanto, cuanto más detallado sea el desglose, más útiles cabe esperar que sean los datos sobre el volumen de negocios a efectos nacionales e internacionales. Asimismo, cuanto mayor sea el número de actividades diferenciadas, mejor será la estimación de la contribución de cada división o grupo al total de volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos (elemento 5 a)).

4.135. En la práctica, no obstante, el volumen de negocios o de las ventas puede desglosarse hasta un cierto límite que no debe sobrepasarse para no perder fiabilidad. Cada clasificación plantea considerables exigencias a los encuestados y requiere que se disponga de registros detallados. Por consiguiente, el volumen de negocios para el que se piden unos desgloses detallados debe restringirse a aquel para el que sea probable que la unidad estadística disponga de registros. A fin de proporcionar un análisis más profundo

del sector del comercio de distribución en su conjunto y en cada una de las tres divisiones, y de lograr una armonización en la compilación y la comparabilidad internacional en la presentación de datos, se recomiendan los siguientes desgloses del volumen de negocios:

- Por tipo de actividad
- Por grupos de productos
- Por clases de tamaño de empresas.

Volumen de negocios por tipo de actividad

4.136. El desglose por tipo de actividad debe presentarse desde dos perspectivas: la primera, relacionada con el nivel más desglosado de la CIIU; la segunda, mediante la división del volumen de negocios conforme a cualquiera de las variables de clasificación que figuran anteriormente (véanse los párrs. 4.8 y 4.9). Siempre que sea necesario disponer de variables específicas sobre el volumen de negocios a escala nacional, se recomienda que los países decidan cuáles son los desgloses más adecuados y que mejor responden a sus propias necesidades. Los desgloses recomendados ofrecen la posibilidad de realizar una clasificación cruzada del volumen de negocios (es decir, el volumen de negocios del comercio al por mayor (46), por ejemplo, se presentaría desglosado tanto por grupos de la CIIU como por clases de tamaño de empresas), con lo que se aumentarían las posibilidades analíticas de los datos.

4.137. A los efectos de estas Recomendaciones, el desglose por actividad se debe realizar al menos en el nivel de tres dígitos (grupo) de la CIIU, Rev.4, para los datos anuales. Se anima a los países a que recopilen esta información con una frecuencia superior a la anual —por ejemplo, mensual o trimestral— en la medida en que el desglose por actividad que se recomienda para estos datos se sitúa en el nivel de dos dígitos (división) de la CIIU, Rev.4 (véase el capítulo IX, Difusión).

4.138. El volumen de negocios puede desglosarse a su vez en lo siguiente:

- a) Volumen de negocios de la actividad principal (una de las clases de la CIIU, Rev.4, sección G);
- b) Volumen de negocios de actividades secundarias, en su caso:
 - i) Actividades de agricultura, silvicultura y pesca;
 - ii) Actividades industriales;
 - iii) Otras actividades de servicios.

4.139. Además de su actividad principal, la mayoría de las unidades productoras llevan a cabo al menos algunas actividades secundarias. Si la producción de una actividad secundaria es considerable y los registros permiten su identificación, debe tratarse como una actividad de un establecimiento separado (véase el párr. 3.9). De no ser así, puede resultar útil medir las actividades secundarias que llevan a cabo las unidades de comercio. Este desglose tiene una prioridad secundaria (baja), por lo que las actividades secundarias se presentan en tres grupos amplios. Estos datos se pueden recopilar a intervalos más largos (por ejemplo, cada cinco años).

4.140. Las unidades de la división 46 (comercio al por mayor) se distinguen de las de la división 47 (comercio al por menor) principalmente en función del tipo predominante de cliente. Puede resultar difícil realizar un desglose más detallado del volumen de negocios del comercio al por mayor según el tipo de cliente si las unidades no mantienen unos registros detallados. Si no se dispone de cifras precisas, se anima a las unidades de comercio al por mayor a que faciliten sus mejores estimaciones.

Volumen de negocios por grupos de productos

4.141. El volumen de negocios de una unidad de comercio de distribución puede desglosarse según los diversos productos o grupos de productos facturados por la propia

unidad, ya sea por cuenta propia o de terceros. Se recomienda desglosar el volumen de negocios de comercio según los productos (elemento de datos Q5.1), tanto para bienes como para servicios, conforme a la Clasificación Central de Productos (CCP, Ver.2).

4.142. Se recomienda asimismo proporcionar el volumen de negocios al nivel detallado de la Clasificación del Consumo Individual por Finalidades (CCIF), ya que facilitará la compilación de los gastos del consumo individual de los hogares en las cuentas nacionales.

4.143. Se recomienda realizar el siguiente desglose agregado del volumen de negocios por productos (véase también el párrafo 1.19):

- Alimentos, bebidas y tabaco
- Prendas de vestir y calzado
- Artefactos, artículos y equipo para el hogar
 - Entre ellos: Muebles
- Maquinaria, equipo y materiales
 - Entre ellos: Equipo de procesamiento de información
 - Entre ellos: Vehículos automotores y productos asociados
- Efectos personales y otros productos
- Materiales de construcción
- Otros.

Volumen de negocios por clases de tamaño de empresas

4.144. Las clases de tamaño de empresas se definen conforme al promedio de personas ocupadas durante el período de referencia más que en función del volumen de negocios anual, ya que este último indicador puede variar significativamente de un país a otro (véanse los párrafos 3.47 a 3.53). El nivel recomendado de desglose por clases de tamaño es el siguiente: 1, 2 a 9, 10 a 19, 20 a 49, 50 a 249, y 250 o más.

6. Inventarios

Inventarios totales (elemento 6.1)

4.145. Este elemento abarca el valor de todos los inventarios que sean propiedad de la empresa matriz y que el establecimiento tenga a cargo o bajo su control, ya sea en los locales propios del establecimiento o en otro lugar. Deben incluirse los inventarios que se mantienen en las unidades auxiliares, en almacenes de depósito, en consignación o en tránsito, así como los materiales que estén siendo fabricados, procesados o montados por terceros en comisión. Los materiales que sean propiedad de terceros pero que la unidad tenga en su poder para procesarlos deben excluirse. Los inventarios mantenidos en el extranjero o en tránsito hacia el extranjero deben incluirse si la titularidad económica corresponde a la unidad que mantiene los inventarios.

4.146. La información sobre inventarios es necesaria para medir el valor de los cambios que se producen en ellos (elemento 6.1.3). Los cambios en los inventarios suponen la diferencia (positiva o negativa) entre el valor de los inventarios al final (elemento 6.1.2) y al principio (elemento 6.1.1) del período de referencia. También pueden medirse por el valor de las entradas en los inventarios menos el valor de las retiradas y de cualquier pérdida recurrente experimentada por los bienes mantenidos en los inventarios.

4.147. Los cambios en los inventarios deben valorarse a precios de adquisición, incluyendo cualquier derecho o impuesto pagadero por el comprador y excluyendo el

impuesto sobre el valor añadido deducible y cualquier rebaja o descuento concedido por el vendedor, si se compran a otra unidad, y a precios básicos equivalentes (precios de mercado excluyendo los impuestos sobre productos, los costos de transporte y el margen comercial) o a costo de producción, si los produce la propia unidad. Los costos de producción equivalen a la suma de los costos de los materiales y servicios, la remuneración de los empleados, otros impuestos sobre la producción, la depreciación de los activos fijos utilizados en la producción y, si es posible, un margen imputado de costos y beneficios adicionales.

4.148. En principio, los valores contables de los inventarios, tal como se mantienen en los registros de contabilidad de las unidades, se utilizan para estimar sus cambios físicos (y cualquier plusvalía causada por los cambios que se producen en sus precios). Cuando los inventarios se valoran con arreglo a los valores contables, es necesario conocer —o presuponer— el orden en el que se retiran, ya que las retiradas de los inventarios deben valorarse a los precios de adquisición a los que dichos inventarios pueden sustituirse en el momento en que se produce la retirada, los cuales difieren de los precios de adquisición que pueden haberse pagado por ellos en el momento en que se adquirieron. Los métodos comunes utilizados por las unidades en sus prácticas contables empresariales para dar cuenta de las retiradas de las reservas son los siguientes:

- a) *Primero en entrar, primero en salir*: el costo de los artículos vendidos o consumidos durante el período de referencia se calcula como si se hubieran vendido o consumido en el orden de su adquisición.
- b) *Último en entrar, primero en salir*: el costo de los artículos vendidos o consumidos durante el período de referencia se considera como aquel de las adquisiciones o la producción más recientes. Esto implica que las retiradas se valoran aproximadamente a precios actuales.
- c) *Costo medio*: el costo de un artículo se determina aplicando el promedio ponderado del costo de todos los artículos similares disponibles para la venta durante un período de tiempo.
- d) *Costo específico del artículo*: un método de seguimiento del inventario cuando existe la posibilidad de identificar por separado el costo real de cada artículo. Este método suele emplearse para artículos de gran tamaño y que permitan un fácil seguimiento, por ejemplo vehículos o muebles.

4.149. Los métodos de valoración de inventarios pueden variar en función de las prácticas contables de cada unidad, pero para muchas empresas el inventario representa una gran porción de activos, y como tal constituye una parte importante del balance. Por consiguiente, se recomienda que los estadísticos que compilen datos sobre el comercio de distribución examinen las prácticas de las unidades con respecto a los valores notificados de los inventarios al principio y al final del período de presentación de informes así como el período de rotación de inventarios (véase el párrafo 5.25).

4.150. En ausencia de inflación, los cuatro métodos de valoración de inventarios arrojarían exactamente los mismos resultados. Por desgracia, a largo plazo, los precios tienden a aumentar, lo que supone que la elección del método de contabilidad puede afectar considerablemente a la valoración. A fin de estimar adecuadamente los cambios en las reservas que influyen en el cálculo del margen comercial y en otros agregados y saldos, se recomienda pedir el método de valoración en los formularios de estudio.

Inventarios de materiales, combustibles y suministros (elemento 6.2)

4.151. Este elemento comprende el valor de todos los materiales, combustibles, componentes y otros suministros que un establecimiento mantiene en las reservas con la intención de utilizarlos como insumos intermedios en la producción, la reparación y el

mantenimiento. Debe incluirse el valor de cualquier inventario de materiales y suministros para su uso en la formación de capital por cuenta propia. En principio, los inventarios deben valorarse con arreglo al costo de sustitución, basado en los precios de adquisición (véase elemento 6.1). Alternativamente, pueden pedirse los valores contables.

Trabajos en curso (elemento 6.3)

4.152. Este elemento se refiere al valor de los productos generados por un establecimiento en el momento en que todavía no están lo suficientemente procesados como para alcanzar el estado en el que normalmente se suministran a otras empresas o a otros establecimientos de la misma empresa. Debe incluir todos los trabajos en curso por cuenta de terceros, con independencia de los arreglos de financiación del trabajo. No obstante, aquella parte de los trabajos en curso conforme a contratos a largo plazo por los que se reciben pagos parciales debe tratarse como envíos o ventas y, por tanto, no debe incluirse en los trabajos en curso. Si es posible, debe adoptarse una valoración imputada en función de los precios básicos equivalentes. Alternativamente, pueden pedirse los valores contables.

Inventarios de productos terminados (elemento 6.4)

4.153. Este elemento incluye todos los bienes producidos por un establecimiento como producción que el establecimiento productor no pretende someter a un procesamiento adicional antes de suministrarlos a otras empresas o clientes finales. También deben incluirse los productos terminados mantenidos por otro establecimiento y que hayan sido procesados por el establecimiento productor a partir de los materiales que son propiedad del establecimiento encuestado. Deben excluirse los productos acabados mantenidos por el establecimiento encuestado que se hayan fabricado a partir de materiales que son propiedad de otros.

Inventarios de bienes comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 6.5)

4.154. Este elemento incluye el valor de todos los bienes comprados por un establecimiento con el fin de revenderlos a sus clientes en las mismas condiciones en que se recibieron. Las reservas de bienes comprados para la reventa no incluyen las reservas de aquellos bienes que se proporcionan a terceros en régimen de comisión.

4.155. Los elementos 6.4 y 6.5 de los inventarios tienen consecuencias significativas para las unidades de comercio; la más importante de ellas radica en que los inventarios de los bienes comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron influyen en el cálculo del margen comercial y otros agregados y saldos. Los inventarios de materiales, combustibles y suministros se refieren a los bienes destinados al consumo intermedio por parte de las unidades.

7. Impuestos y subsidios

Impuestos (elemento 7.1)

4.156. Los impuestos son pagos obligatorios sin contrapartida, en efectivo o en especie, abonados al Gobierno por las unidades de comercio. Cabe identificar dos grupos principales de impuestos: los impuestos sobre productos, y otros impuestos sobre la producción. La presente sección recomienda recopilar tan sólo otros impuestos sobre la producción, ya que estos pagos se registran en las cuentas empresariales de las unidades. Se recomienda que en los cuestionarios estadísticos los países hagan referencia a nombres o descripciones específicos de impuestos en la medida en que éstos existan en sus sistemas tributarios nacionales.

Otros impuestos sobre la producción (elemento 7.1.1)

4.157. Otros impuestos sobre la producción son aquellos que las unidades han de abonar como resultado de participar en la producción, y representan una parte de los costos de producción y deben incluirse en el valor de ésta. Las unidades los pagan con independencia de la rentabilidad de la producción. Estos tributos son principalmente impuestos aplicables a la titularidad o al uso de las tierras, los edificios u otros activos utilizados en la producción, o bien al trabajo dedicado o a la remuneración de los empleados. Algunos ejemplos son los impuestos sobre vehículos que circulan por carretera, derechos y honorarios de registro, licencias comerciales, impuestos sobre la renta de las personas físicas, impuestos sobre seguros distintos del de vida sobre los activos, e impuestos sobre el uso de activos fijos. También se incluyen honorarios y gastos oficiales, es decir, derechos pagaderos por servicios públicos específicos, como las pruebas de las normas de pesos y medidas, el suministro de extractos de registros oficiales de delitos, y similares.

4.158. Puede que no sea posible recopilar datos sobre todos estos impuestos para los establecimientos, por lo que en tales casos los cuestionarios estadísticos y la posterior compilación de datos deben indicar con claridad el tipo de impuestos que se han incluido en el análisis.

Subsidios recibidos (elemento 7.2)

4.159. Este elemento cubre los pagos que las unidades gubernamentales abonan a las unidades productoras residentes basándose en sus actividades de producción o en las cuantías o los valores de los bienes o servicios que producen, venden o importan. La clasificación de los subsidios se ajusta en gran medida a la clasificación de los impuestos.

Subsidios sobre productos (elemento 7.2.1)

4.160. Los subsidios sobre productos corresponden a aquellos pagaderos por unidad de un bien o servicio producido, ya sea en forma de una suma específica de dinero por unidad de cuantía de bienes o servicios, o en forma de porcentaje específico del precio por unidad; también puede calcularse como la diferencia entre un precio meta fijado y el precio de mercado que realmente paga el comprador.

Otros subsidios sobre la producción (elemento 7.2.2)

4.161. Otros subsidios sobre la producción son, salvo los aplicables a productos, aquellos que las empresas residentes pueden recibir como consecuencia de su participación en la producción, por ejemplo, subsidios sobre las nóminas o la fuerza de trabajo, o subsidios para reducir la contaminación.

8. Producción

Producción bruta a precios básicos (elemento 8.1)

4.162. Este elemento ilustra la actividad de producción general de los establecimientos comerciales. La producción no puede observarse directamente a partir de los registros de contabilidad de dichos establecimientos, sino que se calcula a partir de los elementos de datos que figuran en los grupos siguientes: Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos (elemento 5 a)); Compras de bienes y servicios (elemento 4 a)); e Inventarios (elemento 6). La producción de las unidades de comercio se calcula de manera específica. El margen bruto (elemento 8.1.1) representa la parte más significativa de la producción comercial total. El cálculo de la producción comercial debe considerarse una prioridad fundamental debido a su relación directa con la compilación de las cuentas nacionales.

4.163. El valor de la producción corresponde a la suma del valor de todos los bienes o servicios que efectivamente se producen dentro de un establecimiento comercial y pasan a estar disponibles para su uso fuera de dicho establecimiento, más cualesquiera bienes y servicios producidos para uso final propio. El valor de la producción a precios básicos se calcula como sigue:

Producción bruta =

- + Valor de venta/volumen de negocios/envíos de los bienes producidos por el establecimiento (elemento 5.1.1)
- + Valor de venta/volumen de negocios/envíos de todos los bienes y servicios comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 5.1.2)
- Compras de bienes y servicios para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 4.5)
- + Comisiones y honorarios por la venta de bienes y servicios por cuenta de terceros (elemento 5.1.3)
- + Entradas por el trabajo industrial realizado o los servicios industriales prestados para terceros (elemento 5.1.4)
- + Otros ingresos (elemento 5.2)
- + Valor de activos fijos producidos por cuenta propia (elemento 5.3)
- + Cambios en los trabajos en curso (elemento 6.3.3)
- + Cambio en los inventarios de los productos terminados (elemento 6.4.3)
- + Cambio en los inventarios de bienes comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 6.5.3)

4.164. A fin de mantener la coherencia con los conceptos de valoración aplicables a la producción presentes en otras recomendaciones internacionales sobre estadísticas de empresas y cuentas nacionales, se recomienda que los países valoren la producción comercial a precios básicos. No obstante, para los países en que, tanto para los encuestados como para los estadísticos que realizan el estudio, resulte difícil distinguir entre “impuestos y subsidios sobre productos” y “otros impuestos sobre la producción”, la valoración de la producción con arreglo al costo de los factores puede ser la segunda mejor alternativa. En función del tratamiento aplicado a otros impuestos y subsidios sobre la producción, puede realizarse cualquiera de las tres siguientes valoraciones de la producción: con arreglo al costo de los factores, a los precios básicos o a los precios de productores.

Valor de la producción bruta con arreglo al costo de los factores

- + Otros impuestos sobre la producción (elemento 7.1.1)
 - Otros subsidios sobre la producción (elemento 7.2.2)
- = Valor de la producción bruta a precios básicos
- + Impuestos sobre productos (excluidas las importaciones y cualquier impuesto sobre el valor añadido o impuestos deducibles semejantes, facturados al comprador)
 - Subsidios sobre productos (elemento 7.2.1)
- = Valor de la producción bruta a precios de productores

Margen bruto (elemento 8.1.1)

4.165. El margen bruto se define como la diferencia entre el precio real o imputado alcanzado por un bien comprado para la reventa (ya sea al por mayor o al por menor) y el precio que habría de abonar el distribuidor para sustituir el bien en el momento en que se vende o se enajena. La valoración del margen bruto, en principio, debe realizarse a precios básicos, aunque también pueden aplicarse principios de valoración alternativos,

semejantes a los utilizados para la valoración de la producción bruta a precios básicos (elemento 8.1). El valor del margen bruto se obtiene mediante la siguiente ecuación:

Margen bruto =

- + Valor de venta/volumen de negocios/envíos de todos los bienes y servicios comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 5.1.2)
- Compras de bienes y servicios para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 4.5)
- + Cambio en los inventarios de bienes comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron (elemento 6.5.3)
- Valor de las pérdidas recurrentes debidas a tasas normales de merma

4.166. Como recomendación general, los cambios en las reservas de bienes para la reventa deben valorarse excluyendo las pérdidas y ganancias de valor. Ambas se excluyen del margen bruto y de la producción bruta valorando todas las entradas en los inventarios o las retiradas de éstos a los precios vigentes en los momentos en que se producen las entradas o retiradas.

9. Consumo intermedio e insumos registrados en censos

Consumo intermedio a precios de adquisición (elemento 9.1)

4.167. El consumo intermedio engloba el valor de los bienes y servicios consumidos como insumos por un proceso de producción, excluidos los activos fijos cuyo consumo se registra como consumo de capital fijo (depreciación (elemento 11.4)). Los bienes o servicios pueden transformarse o consumirse por completo en el proceso de producción. El consumo intermedio se suele valorar al precio de adquisición vigente cuando los bienes y servicios entran en el proceso de producción, es decir, al precio que el productor habría de pagar para sustituirlos en el momento en que se utilizan.

4.168. El consumo intermedio constituye una categoría de las cuentas nacionales y se registra en el momento en que el bien o servicio entra en el proceso de producción, a diferencia del momento en que el productor compró/adquirió dicho bien o servicio. Ambos momentos coinciden en el caso de los servicios, no así en el caso de los bienes. En la práctica, las unidades mantienen registros de las compras de bienes y servicios que se pretenden emplear como insumos y también de cualquier cambio en las cuantías de dichos bienes que se mantienen en los inventarios. Por ello es necesario ajustar las compras de los bienes a los cambios en los inventarios.

4.169. El consumo intermedio no puede observarse directamente a partir de los registros de contabilidad de los establecimientos comerciales, sino que se calcula a partir de los elementos de datos que figuran en los grupos siguientes: Compras de bienes y servicios (elemento 4 a)) e Inventarios (elemento 6).

Consumo intermedio =

- + Costo de materias primas y suministros excepto gas, combustibles y electricidad (elemento 4.1)
- + Costo de gas, combustibles y electricidad comprados (elemento 4.2)
- + Costo del agua y de los servicios de evacuación de aguas residuales (elemento 4.3)
- + Compras de servicios a excepción de alquileres (elemento 4.4)
- + Pagos de alquiler (elemento 4.6)
- + Cambios en los inventarios de materiales, combustibles y suministros (elemento 6.2.3)

10. Valor añadido

Valor añadido total a precios básicos (elemento 10.1)

4.170. El valor añadido a precios básicos se calcula como la diferencia entre la producción bruta a precios básicos (elemento 8.1) y el consumo intermedio a precios de adquisición (elemento 9.1). La valoración del valor añadido corresponde muy particularmente a la valoración de la producción bruta (elemento 8.1). Si la producción se valora a precios básicos, entonces la valoración del valor añadido también se realiza a precios básicos (la valoración del consumo intermedio siempre se efectúa a precios de adquisición).

Valor añadido total a precios básicos =

- + Producción bruta a precios básicos (elemento 8.1)
- Consumo intermedio a precios de adquisición (elemento 9.1)

4.171. También pueden aplicarse principios de valoración alternativos, semejantes a la valoración de la producción bruta (elemento 8.1). En ciertas circunstancias no será posible segregar los impuestos y subsidios sobre los productos y la producción. Por tanto, esta recomendación tiene en cuenta las perspectivas específicas de cada país permitiendo la medición del valor añadido con arreglo al costo de los factores. El valor añadido con arreglo al costo de los factores se mide como sigue:

Valor añadido total con arreglo al costo de los factores =

- + Producción bruta *con arreglo al costo de los factores*
- Consumo intermedio *a precios de adquisición* (elemento 9.1)

4.172. El valor añadido puede expresarse en términos brutos o netos en función de la inclusión/exclusión del consumo de capital fijo (depreciación).

11. Activos, gastos de capital, amortizaciones y depreciación

4.173. La formación bruta de capital fijo se mide por el valor total de las adquisiciones de una unidad de comercio, menos las enajenaciones de activos fijos durante el período de referencia más ciertos gastos determinados en servicios que se suman al valor de los activos no producidos.

Valor bruto de los activos fijos (elemento 11.1)

4.174. En este elemento de datos se incluye el valor de todos los bienes duraderos para los que se prevé una vida productiva superior a un año y que están destinados a la utilización por parte del establecimiento (tierras, yacimientos de minerales, extensiones dedicadas a la producción de madera y similares, edificios, maquinaria, equipo y vehículos). Se incluyen las adiciones, reformas y mejoras realizadas a los activos fijos existentes que amplían su duración o aumentan su productividad. También se incluye el valor de los activos fijos nuevos y las adiciones y mejoras realizadas a los activos fijos existentes por parte de la fuerza de trabajo propia del establecimiento para uso propio. Si bien se incluye la reparación de capital, se excluyen los gastos en reparación y mantenimiento habituales. Las transacciones en materia de derechos de crédito y activos intangibles (como los derechos a yacimientos de minerales, derechos de propiedad intelectual y similares) quedan excluidas.

4.175. La distinción entre activos fijos nuevos y existentes puede tener un interés nacional considerable:

- Entre los activos fijos nuevos se incluyen todos aquellos que nunca antes se hayan utilizado en el país. Los activos fijos importados se consideran nuevos con independencia de si se han utilizado o no antes de importarse. Los activos fijos nuevos abarcan no sólo la adquisición de activos completos, sino también cualquier renovación, reconstrucción o ampliación que aumente significativamente la capacidad productiva o la vida útil de un activo existente.
- Un activo fijo existente es aquel que ya haya sido adquirido por al menos un usuario o que ya haya sido producido por cuenta propia y cuyo valor ya haya sido incluido en la formación bruta de capital fijo.

Valoración

4.176. Los activos fijos se valoran como sigue:

- a) Los activos fijos adquiridos mediante la compra a terceros se valoran a precios de adquisición que incluyen los gastos de transporte e instalación, y todos los costos contraídos en la transferencia de titularidad en forma de honorarios y cualquier impuesto pagadero sobre las transferencias.
- b) Los activos fijos adquiridos por trueque se valoran con arreglo a sus precios básicos estimados más cualesquiera impuestos y costos de transferencia de titularidad.
- c) Los activos fijos producidos por cuenta propia se valoran con arreglo a sus precios básicos estimados o a sus costos de producción cuando no sea posible efectuar estimaciones satisfactorias de sus precios básicos. Los costos de producción equivalen a la suma de los costos de los materiales y servicios, la remuneración de los empleados, otros impuestos sobre la producción, la depreciación de los activos fijos utilizados en la producción y, si es posible, un margen imputado de costos y beneficios adicionales.
- d) Los activos fijos producidos por un establecimiento de una empresa integrada por múltiples establecimientos para uso de otro establecimiento de la misma empresa son valorados por el establecimiento receptor como si se hubieran comprado fuera de la empresa.
- e) Las enajenaciones de activos fijos se valoran con arreglo a las cuantías reales vendidas, más que a los valores contables.

Momento de registro

4.177. Los principios generales por los que se rige el momento de registro de las adquisiciones menos las enajenaciones de activos fijos determinan que dicho momento debe ser aquel en el que la titularidad de los activos fijos se transfiera a la unidad que pretende utilizarlos en la producción. Los activos fijos producidos por cuenta propia se registran cuando se producen.

4.178. Una excepción a esta regla es el registro de los activos cuando la facturación, la entrega, el pago y la primera utilización del bien pueden tener lugar en diferentes períodos de referencia, como es el caso de la construcción de edificios, estructuras, carreteras y otros proyectos, así como la cría de animales y plantas inmaduros. Primero se tratan como trabajos en curso y se reclasifican de inventarios a activos fijos cuando se hayan completado o hayan madurado y se hayan entregado a la unidad que pretenda utilizarlos.

4.179. Cuando la construcción tiene lugar de conformidad con un contrato de venta previamente acordado, la titularidad de la estructura se transfiere efectivamente en varias fases a medida que avanza el trabajo. Cuando no se haya formalizado dicho contrato previamente, el trabajo de construcción producido por la unidad (de cons-

trucción) debe registrarse como parte de sus cambios en los inventarios de los trabajos en curso o de los productos terminados, en función de si la construcción se ha completado o no.

4.180. La definición esbozada más arriba trata los pagos parciales del trabajo de construcción y de otros activos fijos de manera diferente. Para el trabajo de construcción, los pagos parciales deben incluirse en los gastos en activos fijos; para otros activos fijos, dichos pagos deben excluirse de los gastos en activos fijos y registrarse como un derecho de crédito. En algunos países puede que este tratamiento no resulte viable y que todos los pagos parciales tengan que registrarse como gastos en activos fijos.

Clasificación de activos fijos por tipo

4.181. Las transacciones de activos fijos se dividen en las categorías siguientes:

Viviendas (elemento 11.1.1)

4.182. Las viviendas son edificios utilizados completa o principalmente como residencias, incluidas cualesquiera estructuras asociadas, como garajes, y todos los accesorios permanentes habitualmente instalados en las residencias. También se incluyen barcos vivienda, gabarras, viviendas móviles y caravanas utilizadas como residencias principales de los hogares.

Otros edificios y estructuras (elemento 11.1.2)

4.183. Otros edificios y estructuras comprenden edificios no residenciales, otras estructuras y mejoras de los terrenos:

- a) *Edificios no residenciales.* Los edificios no residenciales son aquellos diferentes de las viviendas, incluidos los accesorios, instalaciones y equipo que son partes integrantes de las estructuras. En el caso de edificios nuevos, se incluyen los costos de despeje y preparación del lugar. Algunos ejemplos de edificios no residenciales son los almacenes, los edificios industriales y los edificios comerciales.
- b) *Otras estructuras.* Otras estructuras incluyen aquellas diferentes de los edificios, para las que se incluye el costo de las calles, de la evacuación de aguas residuales, etcétera, así como los costos de despeje y preparación del lugar. Algunos ejemplos son las carreteras, calles, puentes, pozos, túneles y otras estructuras asociadas a la explotación de reservas de minerales y de energía, así como la construcción de escolleras, diques, barreras contra inundaciones, etcétera, que tienen por objeto mejorar la calidad y la cantidad de las tierras adyacentes a ellas.
- c) *Mejoras de los terrenos.* Las mejoras de los terrenos son el resultado de medidas que conducen a mejoras principales de la cantidad, calidad y productividad de las tierras, o a prevenir su deterioro, y también se tratan como formación de capital fijo. Actividades como el desmonte, el contorneado de las tierras y la creación de pozos y fuentes de extracción de agua que son parte integrante del terreno en cuestión deben tratarse como conducentes a mejoras de los terrenos.

4.184. En cuanto a las mejoras de los terrenos, no se incluye el valor de la tierra natural antes de la mejora. No obstante, se incluyen los costos de transferencia de titularidad en las mejoras de las tierras.

4.185. La adiciones, reformas y mejoras importantes de los edificios y estructuras (es decir, su renovación, reconstrucción o ampliación) que prolongan su vida útil o aumentan su capacidad productiva deben clasificarse junto con las adquisiciones de activos fijos nuevos del mismo tipo.

Maquinaria y equipo (elemento 11.1.3)

4.186. Esta categoría de activos incluye los activos nuevos o usados adquiridos durante el período de referencia. La maquinaria y el equipo abarcan el equipo de transporte, la maquinaria para la información, el equipo de tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) y otros tipos de maquinaria y equipo. Los instrumentos que son relativamente baratos y se compran con una frecuencia relativamente constante, como las herramientas manuales, pueden excluirse. También se excluyen la maquinaria y el equipo que formen parte integrante de los edificios y que estén incluidos en las viviendas y en los edificios no residenciales.

Equipo de transporte (elemento 11.1.3.1)

4.187. El equipo de transporte es aquel destinado a trasladar personas u objetos. En él se incluyen vehículos automotores, remolques y semirremolques; buques; locomotoras ferroviarias y de tranvía, y material rodante; aeronaves y vehículos espaciales; motocicletas, bicicletas, etcétera.

Equipo de tecnología de la información y las comunicaciones (elemento 11.1.3.2)

4.188. El equipo de tecnología de la información y las comunicaciones consta de dispositivos que emplean controles electrónicos y también los componentes electrónicos que forman parte de estos dispositivos. Algunos ejemplos son productos que figuran en la CCP, Ver.2, en las categorías 452 y 472³⁹ (equipos informáticos (ordenadores, ordenadores portátiles) y unidades periféricas, diferentes dispositivos de presentación, etcétera).

³⁹ <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/CCP-2.asp>.

Otros tipos de maquinaria y equipo (elemento 11.1.3.3)

4.189. Otros tipos de maquinaria y equipo son aquellos que no están clasificados en ninguna otra parte. Algunos ejemplos son la maquinaria para usos generales; la maquinaria para usos especiales; el equipo de oficina, contabilidad e informática, maquinaria y aparatos eléctricos, y equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones; dispositivos médicos, de precisión u ópticos, relojes, etcétera.

Productos de propiedad intelectual (elemento 11.1.4)

4.190. Los productos de propiedad intelectual son el resultado de la investigación, el desarrollo o la innovación, que dan lugar a un conocimiento que el creador puede comercializar o utilizar para su propio beneficio en la producción porque el uso de dicho conocimiento esté restringido por medio de protección jurídica o de otra índole. Las formas específicas de productos de propiedad intelectual son la investigación y desarrollo, la prospección y evaluación minera, el *software* y las bases de datos informáticos, y productos originales de entretenimiento, literarios o artísticos. Cada componente de los productos de propiedad intelectual debe dividirse en dos tipos de componentes: aquellos que son bienes de inversión obtenidos de otras empresas y aquellos que se desarrollan por cuenta propia o para uso propio.

Investigación y desarrollo (elemento 11.1.4.1)

4.191. La investigación y el desarrollo (experimental) (I+D) comprenden el valor de los gastos en trabajo creativo llevado a cabo de forma sistemática para incrementar el volumen de conocimientos y usar éstos para crear nuevas aplicaciones. El valor de la I+D debe determinarse en función de los beneficios económicos que se prevé reporte en el futuro. A menos que sea posible observar directamente el valor de mercado de la I+D, su valoración puede llevarse a cabo, por convención, con arreglo a la suma de sus costos, incluido el costo de la parte de I+D que no reporte beneficios.

4.192. El enfoque basado en la suma de costos de la I+D realizada por cuenta propia por parte de las empresas se expresa mediante la siguiente ecuación:

Producción de I+D por cuenta propia =

- + Costos de materiales y servicios
- + Remuneración de los empleados que participan en investigación y desarrollo
- + Otros impuestos menos los subsidios sobre la producción
- + Depreciación de activos fijos utilizados en I+D

Prospección y evaluación minera (elemento 11.1.4.2)

4.193. La prospección y evaluación minera comprende el valor de los gastos en prospección en busca de petróleo y gas natural, así como de depósitos no petrolíferos, y la posterior evaluación de los hallazgos logrados. Estos gastos incluyen los costos previos a la obtención de licencia, los costos de licencia y adquisición, los costos de evaluación, los costos de perforación de prueba, así como los costos de estudio aéreo y de otra índole, los costos de transporte, etcétera, contraídos a fin de posibilitar la realización de las pruebas. Las revalorizaciones que pueden tener lugar después de la explotación comercial de la reserva también se incluyen en la formación bruta de capital fijo.

Software y bases de datos informáticos (elemento 11.1.4.3)

4.194. En el *software* informático se incluyen programas informáticos, descripciones de programas y materiales de apoyo para *software* de sistemas y de aplicaciones. La formación bruta de capital fijo en el *software* informático incluye tanto el desarrollo inicial como las extensiones posteriores del *software*, así como la adquisición de copias que se clasifican como activos. La fórmula empleada para calcular la producción de *software* informático es semejante a la utilizada para investigación y desarrollo (elemento 11.1.4.1).

4.195. Una base de datos consta de archivos de datos organizados de tal manera que permita un acceso eficaz en función de los recursos y el uso de los datos. Las bases de datos pueden desarrollarse exclusivamente para uso propio o para la venta en su conjunto, o bien para la venta por medio de una licencia que permita el acceso a la información que contienen. Tanto la base de datos comprada como activo fijo como el costo del desarrollo de una base de datos para uso propio se consignan en este elemento. Por lo general, el desarrollo de una base de datos para uso propio deberá estimarse mediante un enfoque basado en la suma de costos.

Productos originales de entretenimiento, literarios y artísticos (elemento 11.1.4.4)

4.196. Entre los productos originales de entretenimiento, literarios y artísticos, se incluyen los originales de películas, grabaciones de sonido, manuscritos, cintas, modelos, etcétera en los que estén grabados o plasmados actuaciones dramáticas, programas de radio y televisión, actuaciones musicales, acontecimientos deportivos, producción literaria y artística, etcétera. Con frecuencia, dichas obras se desarrollan por cuenta propia y pueden estimarse mediante un enfoque basado en la suma de costos.

Depreciación (elemento 11.4)

4.197. La depreciación, en la forma en que se calcula en la contabilidad de empresas, es un método para distribuir los costos de gastos anteriores en activos fijos a lo largo de ejercicios contables posteriores. Representa la pérdida de valor de un activo fijo debido al envejecimiento y a su utilización en la producción. Principalmente se calcula sobre la base de los costos históricos de los activos fijos. La depreciación se aplica a todos los activos fijos, por lo que la clasificación de la depreciación debe corresponder a la clasificación de los activos fijos tal como figuran en el elemento de datos 11.1.

4.198. La depreciación en la contabilidad de empresas se aparta del concepto de consumo de capital fijo que se emplea en las normas de contabilidad económica. El consumo de capital fijo se define en términos generales como la parte del producto bruto necesaria para sustituir el capital fijo que se ha consumido por completo en el proceso de producción durante el período de referencia. El consumo de capital fijo se basa en el concepto de la vida económica prevista de cada uno de los activos y tiene por objeto cubrir la pérdida de valor debida a la obsolescencia prevista y a la cantidad normal de daños producidos por accidente que no son reparables, así como al desgaste normal. La obsolescencia imprevista se trata como una pérdida de capital en el momento en que realmente se produzca, y no como consumo de capital fijo. En principio, el alcance del equipo de capital para el que se debe registrar el consumo viene dado por la definición de la formación de capital fijo. Los contables nacionales calcularán el consumo de capital fijo para fines analíticos posteriormente, no en la etapa de recopilación de datos.

Capítulo V

Indicadores de rendimiento

A. Necesidad de disponer de indicadores de rendimiento

5.1. La creciente demanda de información que permita evaluar la situación de las empresas en el sector del comercio de distribución en los ámbitos de la rentabilidad, la productividad y la eficiencia ha despertado un profundo interés por los indicadores de rendimiento del comercio al por mayor y al por menor. Los indicadores de rendimiento permiten evaluar el rendimiento de cada uno de los minoristas y mayoristas, o bien determinar en qué medida está funcionando bien el comercio de distribución con relación a otros sectores de la economía nacional o a escala internacional.

5.2. La información recopilada que emplea los elementos de datos descritos en el capítulo IV puede resultar útil a la hora de analizar la estructura y la actividad de producción de las unidades de comercio al por mayor y al por menor. No obstante, la utilización directa de tales elementos de datos cuando haya que adoptar decisiones sobre políticas o gestión no siempre es suficiente. Para satisfacer dichas necesidades es claramente necesario otro conjunto de variables. Esas variables se denominan indicadores de rendimiento.

5.3. Se reconoce que, dada la diversidad de necesidades de los usuarios, las cuales pueden cambiar con el tiempo, no es posible crear una lista definitiva de indicadores de rendimiento que pueda aplicarse en todos los países y en todas las circunstancias. En este capítulo se expone un conjunto limitado de indicadores para supervisar y medir el rendimiento general del sector del comercio de distribución en su conjunto o el rendimiento de algunas de sus divisiones —un conjunto que permite una significativa comparabilidad nacional e internacional—, se describen los objetivos de los indicadores de rendimiento y se examinan los principios fundamentales que rigen la manera en que éstos pueden elaborarse, utilizarse óptimamente e interpretarse en el comercio de distribución.

B. Objetivos de los indicadores de rendimiento

5.4. En general, un indicador de rendimiento es una variable relacionada con las políticas, un número o una descripción cuantitativa que refleja las condiciones y el funcionamiento de cualquier sector, incluido el del comercio de distribución o sus unidades. En la práctica, un indicador de rendimiento puede ser cualquier relación que resuma dos o más mediciones importantes y que esté vinculada directamente al rendimiento más que a la actividad de una unidad o un sector.

5.5. Los indicadores de rendimiento también constituyen un poderoso instrumento para presentar información compleja de manera sintetizada y sirven para resumir y comunicar la información a los encargados de la adopción de decisiones y al público. Como instrumento para medir el rendimiento general del sector del comercio de distribución, los indicadores de rendimiento ayudan a los encargados de la adopción de decisiones y a los planificadores económicos a evaluar con qué eficacia se organiza la actividad comercial, a identificar posibles ámbitos susceptibles de mejora y a adoptar decisiones estratégicas mejor fundamentadas en lo tocante a la futura estrategia de desarrollo.

5.6. La compilación y la amplia difusión de los indicadores de rendimiento también tienen por objeto ayudar a las unidades activas en el comercio de distribución a acceder al entorno empresarial en el que operan. Los indicadores de rendimiento permiten a los minoristas y a los mayoristas desarrollar sus propios programas de medición del rendimiento, identificar y fijar sus objetivos a largo plazo en materia de rendimiento y medir su progreso. Gestionar y notificar el rendimiento puede reportar beneficios empresariales considerables, como el aumento de la eficiencia mediante la reducción y la gestión de los recursos, el incremento de las ventas y la mejora de la reputación entre los clientes.

5.7. Los indicadores de rendimiento también son un instrumento idóneo para los medios universitarios e investigadores que los utilizan para establecer comparaciones entre países y sectores, también a lo largo del tiempo y para identificar factores que mejoren el rendimiento.

C. Tipos de indicadores de rendimiento

5.8. A grandes rasgos, los indicadores de rendimiento pueden dividirse en tres tipos, a saber: *a*) tasas de crecimiento; *b*) indicadores de relación; y *c*) indicadores de proporción. Algunos indicadores de rendimiento son aplicables a cualquier tipo de actividad económica, mientras que una compilación de otros tan sólo resulta significativa para el sector del comercio de distribución y sus tres subsectores. La mayor parte de la información necesaria para calcular los indicadores de rendimiento se genera en los registros de contabilidad y de las nóminas de las empresas y se incluye en los estudios estadísticos sobre comercio de distribución. A fin de hacer uso de ciertas medidas particulares, no obstante, puede ser necesario generar nueva información.

5.9. Todos los países deben considerar la compilación de los indicadores de rendimiento como una parte del programa de estadísticas del comercio de distribución. Se recomienda compilar los indicadores de rendimiento anualmente al nivel de tres dígitos (grupo) de la CIU, Rev.4, y trimestralmente al nivel de dos dígitos (división).

5.10. La mayoría de los indicadores de rendimiento tienen una dimensión comparativa o un punto de referencia que permite la evaluación en series cronológicas. En función de la importancia y la disponibilidad de los datos, las empresas pueden compilar algunos indicadores y realizar un seguimiento a diario (por ejemplo, el volumen de negocios), mientras que otros usuarios pueden estudiarlos de forma mensual (relaciones entre inventarios y ventas), trimestral o anual.

5.11. Históricamente, la importancia de cualquier actividad económica en la economía total, incluido el comercio de distribución, se ha medido mediante dos indicadores: el valor añadido y el empleo generados, y sus respectivas proporciones o tasas de crecimiento. Se recomienda utilizar estos y otros indicadores de rendimiento para la compilación.

1. Tasas de crecimiento

Crecimiento del valor añadido

5.12. La variación porcentual anual (trimestral) del valor añadido de la actividad del comercio de distribución (o el valor añadido de cualquier otra actividad económica) constituye la tasa de crecimiento del valor añadido. Se expresa en función de una tasa de crecimiento aritmético como $(Y_t/Y_{t-1}) - 1$, donde Y y t denotan el valor y el período de tiempo, respectivamente.

Crecimiento del empleo en el comercio de distribución

5.13. El crecimiento del empleo en la actividad del comercio de distribución es la variación porcentual anual (mensual o trimestral) de las personas ocupadas en el sector del comercio de distribución. El indicador puede compilarse por tipo de actividad, por categorías de empleo, por género y por clase de tamaño de empresas.

Índice de volumen de negocios en el comercio al por menor o al por mayor⁴⁰

5.14. Este índice es un indicador de la actividad mensual del sector del comercio de distribución en términos nominales y reales. Como tal, se incluye en la lista de estadísticas del comercio de distribución a corto plazo, pero también se enumera aquí como indicador de rendimiento debido a su importancia para la evaluación y el análisis del desarrollo en cuanto a volumen de negocios del comercio al por mayor y al por menor. Describe únicamente el desarrollo —y no el nivel— del volumen de negocios (elemento 5 a)).

5.15. En términos reales, el índice se calcula deflactando los valores actuales del volumen de negocios con los índices de precios adecuados. Los coeficientes de deflación del volumen de negocios del comercio al por menor pueden ser los correspondientes índices de precios de consumo (IPC), mientras que los coeficientes de deflación del comercio al por mayor deben contar con una metodología semejante a la del índice de precios de producción (IPP), en su forma adaptada a las particularidades del comercio al por mayor y que refleja los cambios de precio de los bienes intercambiados en lugar del de los servicios comerciales prestados. Si no se compilan los índices de precios al por mayor, un sustituto razonable y aceptable de los precios al por mayor son los índices de precios de producción adecuados. En general, la deflación es el método preferente para obtener el volumen de negocios en términos reales; no obstante, los indicadores directos de volumen serán la alternativa apropiada cuando no se disponga de índices de precios.

5.16. Es preferible tener los datos sobre el volumen de negocios ajustados al calendario y a las variaciones estacionales aplicando los métodos adecuados de ajustes estacionales⁴¹. La tasa de variación (o crecimiento) se determina como el porcentaje de cambio del volumen de negocios con respecto al mes correspondiente del año anterior (si se relaciona con el valor que tuvo con anterioridad) o con respecto a un año que se toma por base fija de referencia (año base). Alternativamente, en lugar del índice de volumen de negocios del comercio al por menor o al por mayor puede emplearse la magnitud que alcance el volumen de negocios.

5.17. El índice de volumen de negocios mensual nominal (índice de valor del volumen de negocios) se calcula de manera semejante, es decir, como la variación porcentual del volumen de negocios mensual con respecto al volumen de negocios del año anterior o de un año base. El valor del año que se toma por base fija de referencia (el año anterior también es un año base) es la media aritmética de los 12 resultados mensuales del volumen de negocios del año base.

5.18. Siguiendo el enfoque de calcular cifras de índices mensuales, éstas pueden ser una compilación de índices trimestrales y anuales.

⁴⁰ Para obtener más información sobre el índice de volumen de negocios, véase el capítulo VII, Estadísticas del comercio de distribución a corto plazo.

⁴¹ Para obtener más información sobre los métodos de ajuste estacional, véase el capítulo VII, Estadísticas del comercio de distribución a corto plazo.

2. Indicadores de relación

Producción por persona ocupada

5.19. La producción por persona ocupada se obtiene dividiendo la producción bruta, tal como se define en el elemento 8.1, entre el número total de personas ocupadas (elemento 2.1). Relacionar la producción bruta con las medidas de trabajo (y los insumos de capital e intermedios) al nivel de cada unidad o actividad es una práctica subyacente

a diferentes aspectos de la medición de la productividad. Este indicador refleja el cambio que se produce en el coeficiente de insumo de trabajo por actividad y puede ayudar en el análisis de las necesidades de trabajo por actividad.

5.20. Cualquier indicador que tenga como denominador el número total de personas ocupadas presenta deficiencias, ya que se ve influido por los proveedores del insumo de trabajo y la proporción cambiante de empleo a jornada parcial en la fuerza de trabajo. Por ejemplo, dicho indicador aumenta como consecuencia de la contratación externa y además no refleja los cambios que se producen en las características individuales de la fuerza de trabajo. Una manera de corregir la deficiencia relacionada con el empleo a jornada parcial es tener en cuenta el número de horas trabajadas.

Valor añadido por persona ocupada

5.21. Este indicador de rendimiento es la relación entre el valor añadido total (elemento 10.1) y el número total de personas ocupadas (elemento 2.1). La determinación del valor añadido por persona ocupada es el método habitual para estimar las tendencias de productividad del trabajo para la economía total o bien por actividad.

Valor añadido por hora trabajada

5.22. Un simple recuento de las personas ocupadas no revela los cambios ocurridos en el promedio de horas trabajadas causados por la evolución del trabajo a jornada parcial, por los efectos de las variaciones de las horas extraordinarias o por los cambios de las horas de trabajo normales. El insumo de trabajo aportado al proceso de producción se mide de la mejor manera a través del número total de horas trabajadas. Utilizando la información relativa al total de horas trabajadas, el valor añadido por hora trabajada se obtiene dividiendo el valor añadido total (elemento 10.1) entre el total de horas trabajadas (elemento 2.5) invertidas en generar dicho valor añadido. Se asemeja al valor añadido por persona ocupada; no obstante, a fin de arrojar resultados precisos, es necesario disponer de datos de buena calidad sobre las horas trabajadas. En función de la disponibilidad de los datos, este indicador puede calcularse con una periodicidad trimestral o anual. Muestra los cambios que se producen de un período a otro en la cantidad de bienes y servicios producidos por hora.

Volumen de negocios por persona ocupada

5.23. Este indicador de rendimiento se obtiene dividiendo el volumen de negocios total (elemento 5 a)) entre el número total de personas ocupadas (elemento 2.1). La tendencia a este respecto también puede medirse en términos reales, es decir, dividiendo el volumen de negocios en términos reales (véase el párr. 5.15) entre el número total de personas ocupadas. El indicador resulta útil para interpretar el desarrollo de cada subsector del comercio de distribución, ya que el volumen de negocios en algunas actividades de distribución (las de los mayoristas y minoristas por cuenta propia) puede ser relativamente alto en comparación con el volumen de negocios en otras actividades (comercio al por mayor en comisión). El indicador puede compilarse por tipo de actividad, por categorías de empleo, por clase de tamaño de empresas, etcétera.

Relación entre margen bruto y volumen de negocios

5.24. Este indicador de rendimiento se obtiene dividiendo el margen bruto sobre los bienes para la reventa (elemento 8.1.1) entre el volumen de negocios de las actividades comerciales de compra y reventa únicamente (elemento 5.1.2). La relación proporciona un buen indicio del rendimiento de las unidades comerciales y sienta la base para la comparación entre los diferentes tipos de comercio.

Relación entre inventarios y volumen de negocios

5.25. La relación entre inventarios y volumen de negocios es aquella existente entre los valores de los inventarios a final de mes y el volumen de negocios mensual. Los inventarios suelen representar una gran proporción de los activos totales de los comerciantes, por lo que la mejora de la gestión de los inventarios puede tener efectos significativos en su rentabilidad. La relación es más importante para las estadísticas del comercio a corto plazo, aunque puede calcularse para cualquier período de tiempo. Por ejemplo, una relación de 2,5 indicaría que el minorista o mayorista dispone de suficientes existencias de mercancías para cubrir dos meses y medio de ventas.

Ventas por espacio de ventas al por menor

5.26. La relación entre las ventas y el espacio de ventas se obtiene dividiendo el volumen de negocios (elemento 5 a)) entre el espacio de ventas, es decir: la superficie de suelo estimada de la parte de los locales que se dedica a la venta y la exposición. El espacio de ventas incluye el espacio total al que tienen acceso los clientes, incluidos los probadores, el espacio de mostradores y el de escaparates, así como el espacio de detrás de los mostradores que utilizan los dependientes. El espacio de ventas no incluye las oficinas, las salas de almacenamiento y preparación, los talleres, las escaleras, los guardarropas ni otras salas destinadas a otros servicios de apoyo. Las categorías específicas de espacio de ventas deben definirse en el contexto de las circunstancias nacionales. Debido a la falta de uniformidad de las clases de espacio de ventas y a las diferentes prácticas nacionales en este ámbito, no es posible establecer un desglose internacional de los espacios de ventas.

3. Indicadores de proporción

Proporción del valor añadido del comercio de distribución con respecto al valor añadido total

5.27. Este indicador de rendimiento se refiere al valor añadido generado en el comercio de distribución (o en cualquier otra actividad económica) como proporción del valor añadido total de la economía. Cuando este indicador se calcula para todas las actividades económicas, describe la composición estructural de la economía y muestra la contribución de cada actividad económica al producto interno bruto (PIB).

Empleo en la actividad del comercio de distribución como proporción del empleo total de la economía

5.28. Este indicador de rendimiento sirve como instrumento útil para evaluar la segmentación y las tendencias del mercado de trabajo. Se calcula como la relación entre el número total de personas ocupadas en el comercio de distribución y el número total de personas ocupadas en la economía total.

Proporción del comercio electrónico con respecto al volumen de negocios total

5.29. Este indicador de rendimiento se calcula como la proporción del volumen de negocios total (elemento 5 a)) que corresponde a las ventas del comercio electrónico (elemento 5.4). La importancia de este indicador ha crecido en los últimos años con la enorme expansión de las transacciones realizadas por medio de redes de computadoras.

D. Otros indicadores

5.30. Los indicadores que figuran bajo este epígrafe no necesariamente evalúan el rendimiento; más bien, su compilación se pone de relieve a fin de ayudar a las empresas y a otros usuarios a supervisar algunos aspectos específicos de la organización de la activi-

dad comercial. No obstante, cabe señalar que dicha compilación requiere recopilar datos adicionales, lo que aumenta considerablemente el nivel de molestia que experimenta el encuestado. Se recomienda a los países que recopilen esta información sólo si resulta necesaria en razón de sus circunstancias concretas.

Cuentas por cobrar (saldos pendientes de pago al final del año en concepto de plazos y cuentas de crédito)

5.31. Las cuentas por cobrar en el comercio al por menor se definen como las cuantías de los créditos concedidos por los minoristas a sus clientes para sus compras y que están pendientes de pago al final del período de referencia. Entre las cuentas por cobrar se incluyen las cuantías pendientes de pago por las deudas por cobrar de los consumidores, como por ejemplo: *a)* crédito concedido en las ventas al por menor de automóviles para pasajeros y otros vehículos; *b)* crédito concedido en las ventas al por menor, basado en una línea de crédito y que surge de la venta de bienes de consumo distintos de automóviles para pasajeros y otros vehículos; y *c)* otras cuentas por cobrar relacionadas con el consumo, es decir, todo el crédito que no se concede con arreglo a una línea de crédito con respaldo bancario y que surge de las ventas al por menor de bienes de consumo distintos de vehículos automotores. De este elemento se excluyen las cuantías cobradas a través de tarjetas de crédito emitidas por los bancos u otras organizaciones emisoras de tarjetas de crédito.

Número de almacenes de comercio al por menor

5.32. Se trata del número total de almacenes de comercio al por menor que tiene operativos una empresa, ya sean de su propiedad o alquilados. Los almacenes se definen como locales de ventas fijos a los que acceden los clientes para realizar sus compras.

Número de tiendas fijas de mercado y/o puestos de venta

5.33. Aquí se incluye el número total de tiendas fijas de mercado y/o puestos de venta permanentes que tiene operativos una empresa, ya sean de su propiedad o alquilados. Aunque los clientes sí entran en los almacenes, no suelen entrar en los locales de ventas de las tiendas de mercado o puestos de venta para realizar sus compras.

E. Interpretación de los indicadores de rendimiento

5.34. Los indicadores de rendimiento no son números absolutos: adquieren significado en el contexto de la comparación y el análisis. La comparación con otros indicadores de medición pone en perspectiva una unidad o un sector; el análisis conduce a la comprensión de los factores responsables de un determinado nivel de rendimiento.

5.35. A la hora de utilizar los indicadores de rendimiento para establecer comparaciones debe procederse con cuidado, para garantizar que las unidades o los fenómenos sean lo bastante semejantes para ser comparables o, al menos, que las diferencias se expongan de manera explícita. No tiene mucho sentido, por ejemplo, comparar el rendimiento de una pequeña tienda especializada con el de unos grandes almacenes de elevado tamaño. Además, en los casos en que los indicadores de rendimiento se expresan como relaciones entre dos o más elementos de datos extraídos de la lista que figura en el capítulo IV, debe garantizarse la coherencia con respecto a sus definiciones y a su cobertura.

5.36. El mejor uso de los indicadores de rendimiento es el destinado a evaluar el rendimiento general del sector del comercio de distribución (o cualquier otro sector de la economía), su estructura o sus procesos en curso; por consiguiente, se recomienda que este objetivo no se sacrifique en aras de un análisis sumamente detallado o del cálculo de indicadores de rendimiento que tengan una importancia menor pero cuya compilación

requiera numerosos datos adicionales. Los indicadores de rendimiento tienen por objeto facilitar la comprensión del rendimiento y las tendencias generales de las actividades empresariales del sector del comercio de distribución y la aplicación de dicha comprensión de manera armonizada y comparable internacionalmente.

Capítulo VI

Fuentes de datos y métodos de compilación de datos

6.1. El presente capítulo contiene recomendaciones generales sobre las fuentes de datos y los métodos de compilación de datos que se utilizan en las estadísticas del comercio de distribución. En la publicación *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual*, que se publicará a continuación de las presentes Recomendaciones, se ofrecerá una orientación más detallada sobre las buenas prácticas pertinentes.

A. Fuentes de datos

6.2. *Fuentes de datos para la compilación de las estadísticas del comercio de distribución.* La generación de estadísticas del comercio de distribución se basa en los datos recopilados a partir de numerosas fuentes que describen las actividades de producción y a partir de elementos seleccionados de los balances de las unidades que participan en el comercio de distribución, con arreglo a su clasificación en la sección G de la CIU, Rev.4. Cabe distinguir dos categorías básicas de fuentes de datos según su propósito o según el proveedor de la información estadística. No obstante, en ambas categorías las fuentes de datos originales son las mismas, a saber: los registros que mantienen las unidades de comercio. Estas dos fuentes de datos son las siguientes:

- a) Fuentes de datos estadísticas que proporcionan datos recopilados específicamente para fines estadísticos, como los datos procedentes de censos y estudios.
- b) Fuentes de datos administrativas que proporcionan datos creados originalmente para fines distintos de la producción de datos estadísticos.

1. Fuentes de datos estadísticas

6.3. *Estudios estadísticos.* Los estudios estadísticos de las unidades en cuestión son tradicionalmente la principal fuente de información para compilar estadísticas del comercio de distribución. Esos estudios se llevan a cabo enumerando todas las unidades de la población (censo) o bien obteniendo respuestas de tan sólo unas pocas unidades representativas seleccionadas científicamente de entre la población (encuesta por muestreo).

6.4. Las ventajas principales de los estudios estadísticos frente a las fuentes de datos administrativas son que la planificación y ejecución de los estudios, la recopilación de datos y los procedimientos de procesamiento están bajo el control de la propia oficina estadística. En principio, los encuestados tienen menos motivos para falsear los datos de forma deliberada, pues la oficina estadística garantiza que los datos que recopile serán estrictamente confidenciales y no se utilizarán para otros fines que para los estadísticos. El enfoque del estudio, no obstante, presenta ciertos inconvenientes, como la solidez de los recursos (tanto financieros como relacionados con el personal), el nivel adicional de

molestia que experimenta el encuestado, el aumento de las tasas de falta de respuesta y los errores de muestreo.

42 No existe ninguna definición convenida internacionalmente de "censo económico". Los países pueden tener distintas denominaciones y concepciones para un mismo tipo de estudio estadístico. Algunas de las variaciones conocidas de este término son "censo de unidades económicas", "censo de establecimientos" y "censo de establecimientos y empresas".

6.5. *Censo económico.* Un censo económico⁴² es, en general, un estudio estadístico realizado a intervalos de tiempo poco frecuentes (normalmente cada 5 o 10 años) que tiene por finalidad recopilar estadísticas amplias y detalladas sobre las características operativas y la estructura de las unidades que participan en todas las actividades económicas (o en algunas de ellas). Algunos de los objetivos principales de un censo económico son establecer y mantener el registro de actividades empresariales y proporcionar un marco de muestreo para estudios estadísticos más frecuentes.

6.6. *Censo de unidades comerciales.* El censo de unidades de comercio puede elaborarse como parte de un censo sobre toda la economía, que incluya todas las actividades económicas, o como censo independiente para el sector del comercio de distribución o las actividades de éste únicamente. Cabe señalar que la planificación y la organización del censo y la posterior transformación de los datos básicos obtenidos a partir de él en elementos de datos de estadísticas del comercio de distribución es una tarea que requiere tiempo y la inversión de importantes recursos. Este enfoque es costoso, impone un alto nivel de molestia a las unidades encuestadas y puede reducir las tasas de respuesta, lo que afecta a la calidad de la información recopilada. La elaboración de un censo completo de unidades de comercio puede resultar útil en los casos en que un país particular no mantenga un registro actualizado de actividades empresariales o cuando exista un interés considerable por parte de los usuarios en disponer de datos estadísticos detallados por zona geográfica. No deberían realizarse censos de unidades comerciales si existen otros medios para recopilar y producir estadísticas del comercio de distribución de una calidad suficientemente alta.

6.7. Los censos de unidades de comercio tienden a proporcionar una enumeración completa de unidades que participan en la actividad comercial (incluidas las pequeñas unidades del sector no estructurado) en un momento determinado y constituyen un enfoque adecuado para la generación de estadísticas de comercio necesarias a intervalos de tiempo más prolongados. No obstante, los censos son limitados en lo que se refiere a contenido de datos. Para los países que pongan en práctica censos de unidades de comercio de distribución como parte de su estrategia de recopilación de datos, se recomienda que los censos vayan seguidos tan estrechamente como sea posible de encuestas por muestreo periódicas (anuales, trimestrales o mensuales) a fin de garantizar la puesta a disposición de una medida continua de la actividad comercial y la recopilación de datos específicos del sector que sean más detallados.

6.8. En algunos países los marcos de estudio de las empresas se obtienen a partir de listas creadas durante el proceso de elaboración de los censos económicos o a partir de un marco de áreas mantenido de forma especial. Ésta no es una práctica recomendable. Cuando menos, se recomienda que los países establezcan un registro permanente de actividades empresariales (véase el párrafo 6.30) en el que se incluyan todas las empresas comerciales.

6.9. *Encuestas por muestreo.* Los estadísticos a menudo utilizan una técnica de encuesta por muestreo para obtener datos sobre una gran población de unidades estadísticas que lleva consigo seleccionar y medir una muestra de dicha población. Dada la variabilidad de características entre las unidades de la población, se aplican diseños de muestras científicas en el proceso de selección de muestras a fin de reducir el riesgo de distorsionar la visión de la población. Las conclusiones sobre la población total de unidades se alcanzan tomando por base las estimaciones obtenidas a partir de los datos de las encuestas por muestreo. La técnica de encuesta por muestreo es un medio menos costoso de recopilar datos en comparación con el censo económico. Puede utilizarse o no conjuntamente con un límite.

6.10. *Encuestas por muestreo para el comercio de distribución.* En la mayoría de las oficinas estadísticas nacionales las encuestas por muestreo del comercio al por mayor y al por menor rara vez se limitan a una sola forma normalizada, sino que tienden a abarcar una combinación de formas diferenciadas por la periodicidad y por características importantes, a saber:

- a) Actividad, tamaño, forma jurídica, tipo de funcionamiento y los tipos de variables abarcadas (volumen de negocios, gastos, empleo y otras variables especializadas).
- b) Una característica extra ocasional, como la ubicación geográfica de la unidad, que puede influir en los contenidos de un estudio.

6.11. *Umbral de tamaño para determinar la población destinataria.* En lo que atañe a las encuestas por muestreo, los umbrales de tamaño desempeñan una función importante a la hora de determinar la población destinataria y, cuando proceda, la población de unidades que se toma por muestra. La mayoría de las encuestas por muestreo se realizan para unidades que están por encima de un cierto umbral de tamaño. Los motivos para ello son diversos y entre ellos se incluyen el deseo de limitar el tamaño del estudio y el nivel de molestia que experimentan las empresas encuestadas, así como la voluntad de tener en cuenta los problemas de mantener registros para unidades más pequeñas. No existe ninguna recomendación internacional sobre el umbral de tamaño adecuado. La decisión se deja a juicio de cada oficina estadística nacional y puede variar entre los estudios en función de las diferentes actividades comerciales y periodicidades. No obstante, se anima a los países a que evalúen periódicamente las deficiencias de cobertura que presenten los estudios debido a los umbrales aplicados y a que incluyan en sus metadatos una descripción de tales umbrales a la que tengan acceso los usuarios.

6.12. *Tipos de estudios para recopilar datos sobre unidades de comercio.* En general, hay tres tipos de encuestas por muestreo adecuadas para recopilar datos sobre unidades de comercio en función de las unidades tomadas como muestra y/o con las que se haya establecido contacto, a saber: *estudios de empresas*, *estudios de hogares* y *estudios mixtos de hogares y empresas*. La elección del tipo de estudio que debe efectuarse depende del sistema estadístico de un país y de los recursos de los que disponga su oficina estadística.

6.13. Los *estudios de empresas* son aquellos en los que las unidades del muestreo son empresas (o unidades estadísticas pertenecientes a empresas, como son los establecimientos o las unidades de actividad económica) en su calidad de unidades de presentación de informes y de observación a partir o acerca de las cuales se obtienen los datos. En los *estudios de hogares*, por otro lado, los hogares son las unidades tomadas como muestra, las unidades de presentación de informes y de observación. En los *estudios mixtos de hogares y empresas* se selecciona una muestra de hogares y a cada uno de ellos se le pregunta si alguno de sus miembros posee o dirige una empresa no constituida en sociedad de capital (también conocida como empresa del sector no estructurado en los países en desarrollo). La lista de empresas compiladas de esta forma se utiliza como base para seleccionar las empresas a partir de las cuales se recopilan finalmente los datos deseados. Los estudios mixtos de hogares y empresas son útiles para abarcar sólo las empresas no constituidas en sociedades de capital (o de hogares), que son numerosas y no pueden registrarse con facilidad.

6.14. *Marco de muestreo.* La disponibilidad de un marco de muestreo para las unidades estadísticas es un requisito fundamental para llevar a cabo un estudio determinado, ya que el marco proporciona una base para la selección de las unidades de muestra. En función de la fuente del marco de muestreo, los estudios también pueden clasificarse como *basados en listas* o *basados en zonas*. En un estudio basado en listas, la muestra inicial se selecciona a partir de una lista ya existente de empresas u hogares. En un estu-

dio basado en zonas, las unidades de muestreo iniciales son un conjunto de zonas geográficas. Tras completar una o varias fases de la selección, se identifica una muestra de zonas dentro de la cual se enumeran las empresas o los hogares. A partir de esta lista se selecciona la muestra y se recopilan los datos.

6.15. *Estudios de empresas.* La realización de estudios de empresas presupone disponer de un marco de muestreo de empresas comerciales. El marco de muestreo puede obtenerse a partir del registro de actividades empresariales, si efectivamente existe un registro de este tipo mantenido por una oficina estadística para dar apoyo a una serie de estudios (véase el párr. 6.30). Para los países que no mantengan un registro de actividades empresariales actualizado, se recomienda que la lista de empresas que se utilice como marco de muestreo se extraiga del último censo económico. En un estudio de empresas basado en zonas, primero se selecciona una muestra de zonas y a continuación se enumeran las zonas seleccionadas con el propósito de compilar la lista de empresas que operan en la zona que sirve de marco de muestreo para la selección de las empresas de la muestra y la recopilación de la información necesaria. Para los estudios de empresas del comercio de distribución, por lo general es preferible utilizar estudios de empresas basados en listas mejor que estudios basados en zonas, por los motivos siguientes:

- a) Un estudio basado en listas es más eficaz desde la perspectiva del muestreo en lo que se refiere al tamaño de la muestra. El enfoque basado en zonas lleva consigo un muestreo por conglomerados que requiere, a fin de lograr un determinado nivel de precisión, una muestra mayor que la del estudio basado en listas.
- b) Puede resultar difícil enumerar las empresas dentro de una zona determinada. Si bien es probable que muchas empresas sean fáciles de identificar, las empresas de hogares que llevan a cabo su trabajo dentro del hogar o que carecen de una ubicación fija suelen ser difíciles de identificar.
- c) El mantenimiento de una lista de empresas por medio de un registro de actividades empresariales para fines generales resulta más barato que el mantenimiento de una lista basada en zonas.
- d) El muestreo basado en zonas resulta inapropiado para las pequeñas y medianas empresas que operan en varias zonas debido a la dificultad de recopilar datos únicamente de aquellas partes de las empresas que están situadas dentro de las zonas seleccionadas en la práctica. Además, normalmente se considera preferible, a fin de no dejar de lado partes de la empresa de forma involuntaria, recopilar los datos del conjunto de la empresa, y no sólo de una parte.

6.16. Se recomienda que los países utilicen el enfoque de estudio de empresas basado en zonas para la recopilación de datos de pequeñas empresas comerciales que suelen operar en los segmentos no estructurados o no organizados de la economía. Para dichas empresas, normalmente no se dispone de un registro o de una lista satisfactorios.

6.17. *Estudios de hogares.* Las empresas de hogares que son unidades productoras no constituidas en sociedades de capital no se reconocen como entidades jurídicas separadas de sus titulares (véase el párr. 2.45). Los activos fijos y de otro tipo utilizados en la producción que llevan a cabo estas empresas no pertenecen a ellas, sino a sus titulares. La compilación de una lista satisfactoria de este tipo de empresas o bien no resulta viable o bien constituye una tarea que requiere la inversión de importantes recursos. Se recomienda llevar a cabo estudios de hogares para prestar cobertura a la producción de dichas empresas.

6.18. Dado que los estudios de hogares se realizan con el objetivo de recopilar datos sobre la fuerza de trabajo y sobre los gastos de los hogares, pueden añadirse más preguntas relacionadas con las actividades de producción a un costo adicional relativamente

reducido. De esta forma, el uso de un estudio de hogares resulta generalmente más barato que llevar a cabo un estudio de empresas basado en zonas para el mismo propósito. No obstante, cabe señalar que, en la medida en que la unidad encuestada en un hogar es una persona y no una empresa, los datos que pueden recopilarse sobre las actividades comerciales de la empresa pueden ser, en consecuencia, más limitados. Algunas oficinas estadísticas mantienen registros de población o de hogares —o tienen acceso a ellos—, al menos para las zonas urbanas, por lo que pueden realizar estudios de hogares basados en listas. No obstante, existen pocos registros de este tipo, de modo que la mayoría de los estudios de hogares están basados en zonas.

6.19. *Inconvenientes de los estudios de hogares.* El principal inconveniente del uso de estudios de hogares para recopilar datos de la empresa comercial no constituida en sociedad de capital es que la muestra de dichos estudios está diseñada para proporcionar una cobertura representativa de la distribución de los hogares, pero no de las actividades comerciales. Si bien es posible que el comercio al por menor, que por definición vende bienes y presta servicios a clientes finales (hogares), se extienda por las diversas zonas de manera semejante a como lo hace la población, en muchos casos ambas distribuciones son diferentes, ya que las actividades comerciales tienden a concentrarse en zonas comerciales y de mercados.

6.20. *Estudios mixtos de hogares y empresas.* En los estudios mixtos de hogares y empresas se selecciona una muestra de hogares y se pregunta a cada hogar si alguno de sus miembros es empresario, es decir, si es el titular único —o un asociado— de una empresa no constituida en sociedad de capital que participa en la actividad económica (incluido el comercio). A continuación se recopilan datos sobre todas las empresas identificadas de esta manera (o sobre una submuestra de ellas), bien directamente a partir de la información facilitada por el encuestado en nombre de la empresa o bien en una fase posterior de la recopilación de datos. Así, la característica que distingue un estudio mixto de hogares y empresas de un estudio de hogares es que el primero recopila información sobre las empresas por sí mismas, mientras que el segundo recaba información acerca de las personas que integran un hogar, incluyendo posiblemente sus contribuciones personales a las empresas.

6.21. Los estudios mixtos de hogares y empresas también se recomiendan para proporcionar datos sobre pequeñas empresas que no aparezcan incluidas en los estudios de empresas basados en listas. Los países deben ser conscientes de que estos estudios presentan inconvenientes semejantes a los de los estudios de empresas basados en zonas, esto es, la ineficiencia del diseño de la muestra y el complicado tratamiento de las empresas que tengan unidades de producción en varias ubicaciones. Por lo general, los estudios mixtos de hogares y empresas son preferibles a los estudios de hogares o a los estudios de empresas basados en zonas a la hora de recopilar datos sobre las pequeñas unidades de comercio que quedan excluidas de los estudios de empresas basados en listas, así como a la hora de estimar la producción de dichas unidades.

6.22. *Enfoque modificado de los estudios mixtos de hogares y empresas.* A fin de evitar las limitaciones del enfoque de los estudios mixtos de hogares y empresas (véase el párr. 6.21), algunos países⁴³ optan por una versión modificada del enfoque, la cual lleva consigo una lista dual y recíprocamente excluyente de: *a)* operadores de empresas de hogares y basadas en el hogar; y *b)* establecimientos en las zonas de muestra. En la fase de elaboración de la lista se visita cada estructura de las unidades seleccionadas de la zona a fin de identificar y preparar una lista completa de todos los establecimientos que encajan dentro del ámbito del estudio. El enfoque modificado de los estudios mixtos de hogares y empresas es preferible al estudio de empresas basado en zonas, ya que mejora la calidad de los datos de las pequeñas unidades y microunidades, especialmente las unidades móviles frente a las situadas en una ubicación fija.

⁴³ Por ejemplo, la India y Filipinas.

6.23. *Nivel de molestia que experimenta el encuestado.* Reducir al mínimo el nivel de molestia que experimenta el encuestado debe constituir un objetivo importante para las oficinas estadísticas nacionales cuando se diseñan o realizan estudios sobre el comercio de distribución.

6.24. Debe prestarse especial atención a la cuestión del nivel de molestia que experimenta el encuestado. Como forma de reducir dicho nivel de molestia, se recomienda que los países coordinen la recopilación de datos tanto internamente en la oficina estadística, mediante la supervisión central de la delimitación de los marcos de muestreo y la selección de las muestras extraídas, como externamente, mediante el uso de las fuentes de información existentes, como son, por ejemplo, los registros administrativos, en la mayor medida posible.

2. Fuentes de datos administrativas

6.25. Las *fuentes de datos administrativas* se establecen de conformidad con la legislación y/o los reglamentos. Cada reglamento (o grupo relacionado de reglamentos) da lugar a un registro de las unidades —empresas, personas, etcétera— sometidas a dicho reglamento y a datos resultantes de la aplicación de dicho reglamento. Las oficinas estadísticas se refieren conjuntamente al registro y a los datos como a una *fente administrativa*. Las autoridades administrativas mantienen registros de las unidades de conformidad con los requisitos administrativos legislados o simplemente para fines internos, con el objeto de prestar asistencia a las unidades en la gestión de sus operaciones. Las oficinas estadísticas pueden utilizar los datos procedentes de una fuente administrativa. Se recomienda que cuando los países utilicen fuentes de datos administrativas para fines estadísticos presten especial atención a sus limitaciones y las describan en sus metadatos.

6.26. *Fuentes de datos administrativas de control privado.* Además de utilizar las fuentes de datos administrativas establecidas de conformidad con la legislación y/o con los reglamentos, las oficinas estadísticas pueden obtener ciertos datos a partir de un proveedor de datos del sector privado. Los proveedores de datos del sector privado⁴⁴ operan sobre una base comercial; por tanto, la transferencia de datos de ellos a las oficinas estadísticas implica un contrato y el pago de unos honorarios.

⁴⁴ Un ejemplo de proveedor de datos del sector privado es Dun and Bradstreet en el Reino Unido.

6.27. *Principales ventajas de utilizar fuentes de datos administrativas.* A continuación figura una lista de las ventajas más importantes de utilizar fuentes de datos administrativas:

- a) Cobertura completa de la población a la que se aplica el proceso administrativo y percepción de bajas tasas de falta de respuesta de las unidades.
- b) Se evita el nivel de molestia que experimenta el encuestado. Las unidades encuestadas facilitan la información como parte del procedimiento administrativo.
- c) Resulta menos costoso para la oficina estadística obtener los datos a partir de una fuente administrativa que realizar un estudio.
- d) Son idóneas para cubrir el segmento de menor tamaño de la población de las unidades que contribuye relativamente poco a las estimaciones pero que constituye una parte sustancial del número de unidades de la población.
- e) Se producen menos errores que en la encuesta por muestreo.
- f) Algunos datos pueden ser más precisos gracias a las intensas comprobaciones de los datos que realizan las autoridades administrativas.

6.28. *Entre los principales inconvenientes de las fuentes administrativas* cabe destacar los siguientes:

- a) Discrepancia entre los conceptos administrativos y los estadísticos. Dado que los procesos administrativos no están sometidos al control de la oficina estadística, los conceptos relacionados con las variables y las unidades con respecto a la cobertura de datos, el contenido, la calidad y la coherencia satisfacen los objetivos administrativos. Esto limita el uso de los datos administrativos para realizar cálculos estadísticos y análisis.
- b) Integración deficiente con otros datos de los sistemas estadísticos. Esto plantea problemas sobre todo cuando las unidades administrativas no se corresponden con las unidades estadísticas, ya sea debido a diferencias de conceptos o a la falta de correspondencia entre los números de identificación. Aunque las variables existentes en el registro administrativo se ajusten perfectamente a las necesidades de la oficina estadística, su utilización se puede ver impedida por un problema de correspondencia.
- c) Riesgos en materia de estabilidad. Los procesos administrativos están sometidos a cambios en respuesta a la nueva legislación, sin que se tengan mucho (o en absoluto) en cuenta las consecuencias de ello para las series estadísticas. Esto puede causar un sesgo sistemático.
- d) Aunque la autoridad administrativa compruebe los datos, normalmente se concentra en las variables que son esenciales para sus procesos administrativos. Puede que no apliquen el mismo nivel de escrutinio a las variables que tienen un interés estadístico.
- e) Es posible que los datos no pasen a estar disponibles hasta después de que se hayan producido retrasos inaceptables.
- f) Restricciones jurídicas con respecto al acceso y la confidencialidad.

6.29. Se recomienda que los compiladores de las estadísticas del comercio de distribución identifiquen y examinen las fuentes de datos administrativas disponibles en sus países y utilicen las más adecuadas para la compilación de dichas estadísticas. Esto puede ofrecer una gran ayuda al reducir considerablemente el nivel de molestia que experimenta el encuestado y los costos del estudio. Las ventajas y los inconvenientes relativos mencionados anteriormente no tienen valor absoluto. El hecho de si son aplicables o no y en qué medida lo son depende de la situación concreta. Por consiguiente, el examen debe ser un medio para proporcionar una lista de verificación que pueda utilizarse en el proceso de adopción de decisiones. Algunos ejemplos de las fuentes administrativas más adecuadas son las autoridades tributarias (para cualquier información fiscal o relacionada con el impuesto sobre el valor añadido a propósito de las unidades), las autoridades aduaneras, los registros de la seguridad social, etcétera.

3. El registro de actividades empresariales como marco para los estudios estadísticos

6.30. *Necesidad de un registro de actividades empresariales.* La organización y realización de cualquier estudio empresarial de las unidades de comercio de distribución presupone la disponibilidad de un marco de muestreo adecuado, es decir, un conjunto de unidades objeto de muestreo junto con los detalles sobre ellas que se utilizarán con fines de estratificación, muestreo y contacto. En principio, el marco de muestreo debe contener todas las unidades presentes en la población destinataria del estudio, sin que se produzcan duplicaciones ni omisiones. El registro de actividades empresariales que los países mantienen para fines estadísticos se recomienda como la fuente más adecuada a partir de la cual se debe obtener el marco de muestreo para los estudios sobre el comercio de distribución.

6.31. *Registros estadísticos de actividades empresariales.* En general, un registro estadístico de actividades empresariales es una amplia lista de todas las empresas y otras unidades —junto con sus características— que están activas en una economía nacional y un instrumento para realizar estudios estadísticos y una fuente de estadísticas en sí mismo. La creación y el mantenimiento de un registro estadístico de actividades empresariales, en la mayoría de los casos, se basan en disposiciones jurídicas, ya que su alcance y su cobertura vienen determinados por factores específicos de cada país. Se recomienda como mejor opción que el marco para todo estudio de empresas basado en listas para el comercio de distribución se obtenga a partir de un único registro estadístico de actividades empresariales diseñado para fines generales y mantenido por la oficina estadística, en lugar de utilizar registros individuales para cada estudio concreto. Hay dos motivos básicos para utilizar un único registro estadístico de actividades empresariales. En primer lugar y lo más importante de todo, el registro estadístico de actividades empresariales pone en funcionamiento el modelo seleccionado de unidades estadísticas y facilita la clasificación de las unidades con arreglo a las normas conceptuales convenidas para todos los estudios. En segundo lugar, resulta más eficiente que una única unidad organizacional dentro de la oficina estadística sea responsable del mantenimiento del marco, en lugar de crear por separado unidades responsables del marco de cada estudio.

6.32. *Creación de un registro estadístico de actividades empresariales.* El punto de partida para la creación de un registro estadístico de actividades empresariales deben ser los registros administrativos disponibles, que son registros de empresas creados y mantenidos para apoyar a la administración de cierta legislación y de determinados reglamentos. Si solo se utiliza un registro administrativo, el registro estadístico de actividades empresariales resultante probablemente será deficiente en cuanto a la cobertura y el contenido y no proporcionará un marco de muestreo adecuado para posteriores estudios estadísticos. Se anima a los países a que trabajen por la mejora de la cobertura y el contenido de los registros estadísticos de actividades empresariales incorporando datos procedentes de fuentes administrativas diversas. Antes de utilizarlos, las oficinas estadísticas deben examinar cuidadosamente la cobertura de las unidades y la calidad de los datos de cada registro administrativo. Cabe señalar que sólo sería posible combinar los datos si se introdujera un único número de actividades empresariales para todas las empresas.

6.33. *Mantenimiento del registro.* A fin de que funcione como marco central de muestreo y ponderación para todos los estudios estadísticos, incluidos los estudios sobre comercio de distribución, el registro estadístico de actividades empresariales debe estar actualizado y ofrecer una calidad satisfactoria. En la práctica, no obstante, las empresas que figuran en el registro cambian con el paso del tiempo: las unidades jurídicas que son sus titulares pueden fusionarse, dividirse o cesar sus actividades empresariales; pueden cambiar de actividades de producción o trasladarse a otra ubicación; o bien pueden crearse nuevas empresas (nacimientos), así como dejar de existir empresas existentes (muertes). Por estos motivos se recomienda mantener y actualizar periódicamente los registros estadísticos de actividades empresariales a fin de tomar nota de los cambios que se producen en la dinámica empresarial. Si el registro de actividades empresariales no se mantiene con regularidad, pronto perderá su valor, al quedar desfasado, y dejará de reflejar adecuadamente el mundo real.

6.34. *Fuentes para la creación y el mantenimiento de un registro estadístico de empresas.* En principio, las fuentes utilizadas para crear un registro estadístico de actividades empresariales suelen emplearse también para su mantenimiento. Entre ellas se incluyen las siguientes:

- a) *Censos económicos.* Los censos económicos (véase el párr. 6.5) proporcionan, en la práctica, la lista más amplia de unidades presentes en un país dado y las relaciones entre ellas sobre cuya base se puede crear y mantener un registro

estadístico de actividades empresariales. Se recomienda utilizar los censos económicos en los casos expuestos en el párrafo 6.6.

- b) *Fuentes de datos administrativas.* Las fuentes de datos administrativas son una de las fuentes más importantes para crear un registro estadístico de actividades empresariales (véase el párr. 6.32); aunque también hay ciertos problemas asociados a la utilización de dichas fuentes para el mantenimiento de dicho registro. Algunos ejemplos comunes de fuentes de datos administrativas que pueden utilizarse para crear y mantener registros de actividades empresariales son los sistemas de registro de actividades empresariales, los sistemas de impuesto sobre el valor añadido, los sistemas de impuestos sobre la renta de las personas físicas, así como los registros mantenidos por los gobiernos para la administración de los seguros de desempleo, la seguridad social u otros programas. No obstante, es necesario examinar cuidadosamente dichos registros para determinar su integridad, idoneidad y precisión, ya que en principio no están diseñados para satisfacer las necesidades de los estudios económicos. Como es sabido, estas fuentes contienen unidades inactivas. Además, pueden ser deficientes a la hora de proporcionar una clasificación de las actividades de las unidades e información de contacto de éstas, así como presentar deficiencias si se trata de hacer un seguimiento de una empresa no constituida en sociedad de capital cuando se produce un cambio de titulares.
- c) *Retroinformación de los estudios de empresas.* La retroinformación de los estudios de empresas es una fuente crucial para crear y actualizar el registro estadístico de actividades empresariales, ya que proporciona nueva información sobre los cambios de dirección de contacto, cierre de negocio, cambio de la actividad económica de la unidad, etcétera.
- d) *Estudios del registro de actividades empresariales.* La información para la actualización del registro que no pueda obtenerse a partir de la fuente administrativa en la que se basa dicho registro o a partir de la retroinformación de los estudios ha de obtenerse mediante estudios del registro de actividades empresariales (a veces llamados *estudios de la naturaleza de las actividades empresariales*) y mediante operaciones de elaboración de perfiles realizadas por el personal del registro de actividades empresariales.
- e) *Otras posibles fuentes.* Entre estas otras fuentes se incluye la información que conservan las asociaciones comerciales acerca de sus miembros, las guías telefónicas o las listas especiales elaboradas por las compañías telefónicas, etcétera. Cada fuente tiene sus propias características, que deben estudiarse cuidadosamente antes de adoptar una decisión sobre el modo en que debe utilizarse.

6.35. En general, el registro estadístico de actividades empresariales se elabora utilizando un registro para cada establecimiento y uno para cada empresa, e identificando el vínculo existente entre cada establecimiento y su empresa matriz. En el caso de las empresas integradas por múltiples establecimientos, esto significa que también habrá un registro para la oficina central y que cada establecimiento debe remitirse a dicha oficina. Se recomienda que los países asignen una codificación adecuada a las empresas y a los establecimientos a fin de establecer relaciones jerárquicas entre ellos tal como figura en el gráfico VI.1 (véase la página siguiente). La codificación de la relación contemplaría la asignación del superávit de explotación del establecimiento principal a sus unidades auxiliares de apoyo y la imputación de las producciones de las unidades auxiliares como consumo intermedio a los establecimientos consumidores. Las sociedades de cartera no son unidades auxiliares porque las funciones que desempeñan para controlar y dirigir las sociedades filiales no son actividades auxiliares. El Sistema de Cuentas Nacionales, 2008 trata las sociedades de cartera como sociedades anónimas financieras.

6.36. Como mínimo, el registro estadístico de actividades empresariales debe incluir la siguiente información sobre las unidades de comercio:

- Nombre y ubicación física de cada empresa
- Dirección postal, que puede ser diferente de la ubicación física
- Nombre y dirección de la oficina central o de la sede de la empresa y de los establecimientos que formen parte de una empresa integrada por múltiples establecimientos
- Tipo de actividad económica, descripción o código
- Organización jurídica: constituida o no en sociedad de capital
- Tipo de titularidad: pública (de los gobiernos centrales, estatales o locales); privada nacional y bajo control extranjero
- Número de personas ocupadas
- Volumen de ventas y valor de la producción
- Fuente y fecha de la información.

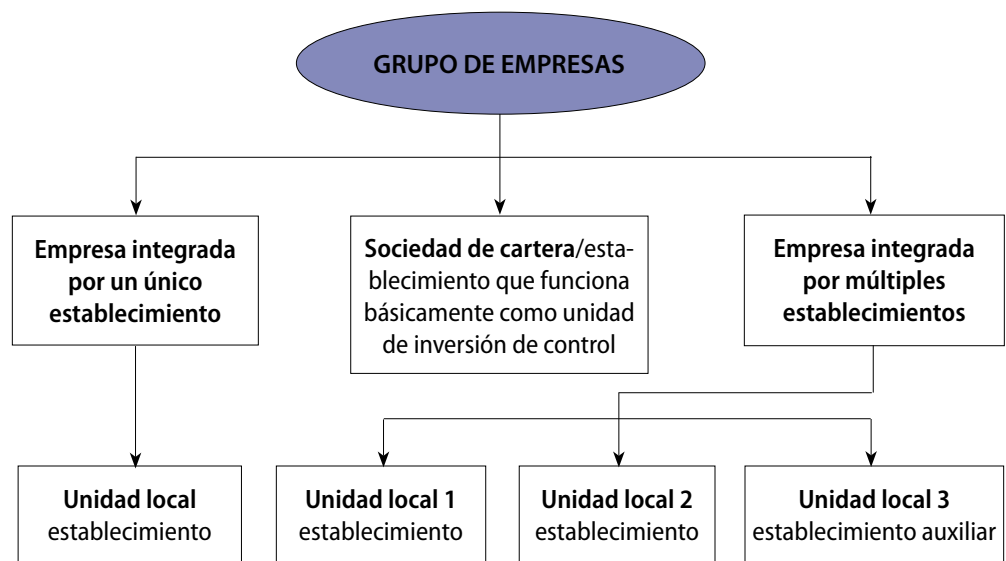
B. Métodos de compilación de datos

6.37. Los datos, tal como se hayan obtenido de los encuestados en los estudios estadísticos, son el punto de partida para la compilación de las estadísticas del comercio de distribución. El proceso de compilación de datos implica algo más que agregar los elementos del cuestionario. Las oficinas estadísticas realizan una serie de comprobaciones, validaciones y procedimientos estadísticos sobre los datos recopilados con el objetivo de llevarlos hasta el nivel de producción estadística pretendido. Los procedimientos más importantes de este tipo se explican directamente a continuación.

6.38. *Validación y edición de datos.* Como cualquier otro encuestado en un estudio, el encuestado para las estadísticas de comercio es proclive a cometer errores mientras completa un cuestionario estadístico. Así pues, los datos recopilados incluso en los me-

Gráfico VI.1

Relaciones jerárquicas entre un grupo de empresas, una empresa y los establecimientos que la integran



jores estudios estadísticos se ven afectados por errores de respuesta o falta de respuesta de diferentes tipos. A fin de solventar estos problemas de respuestas omitidas, inválidas o incoherentes, la edición y la imputación se han convertido en una parte integral de todos los tipos de operaciones de procesamiento de datos en los estudios estadísticos. La edición es el examen sistemático de los datos recopilados de los encuestados con el fin de identificar y finalmente modificar los valores inadmisibles, incoherentes y altamente cuestionables o improbables, con arreglo a unas normas predeterminadas. Se trata de un proceso fundamental para garantizar la calidad de la información recabada. La microedición (también conocida como la edición de las aportaciones) se centra en el registro o cuestionario individual, a diferencia de la macroedición, en la que las comprobaciones se realizan sobre datos agregados.

6.39. *Edición selectiva (por importancia)*⁴⁵. La edición selectiva es un enfoque dirigido a establecer prioridades y reducir los costos de la edición, que es uno de los procesos que consumen más recursos en la producción de estadísticas oficiales. Se trata de un procedimiento que actúa únicamente sobre aquellos elementos o registros de microdatos que podrían tener consecuencias importantes en los resultados de los estudios sobre el comercio de distribución. Se recomienda que al decidir sobre la asignación de recursos en las diversas fases del proceso estadístico, los países den prioridad a la utilización de la edición selectiva como método más eficiente de edición de los datos del comercio de distribución.

6.40. La edición de datos puede tener lugar durante la fase de entrada de datos (edición de las aportaciones) o con posterioridad a ella (edición de los resultados). Se recomienda llevar a cabo las siguientes comprobaciones de edición por su utilidad para detectar errores en los datos del comercio de distribución:

- a) *Comprobaciones rutinarias*: utilizadas para verificar si todas las preguntas que deben haberse respondido efectivamente se han respondido.
- b) *Comprobaciones de validación*: utilizadas para verificar si las respuestas son permisibles. La respuesta a un elemento de datos particular del cuestionario se coteja con un rango de valores válidos especificado a tal efecto. Cualquier observación que quede fuera de dicho rango debe ser examinada por los compiladores de datos y deben adoptarse medidas correctivas.
- c) *Comprobaciones racionales*: un conjunto de comprobaciones basadas en el análisis estadístico de los datos de los encuestados. Muchas comprobaciones toman la forma de una relación entre dos variables, que debe mantenerse dentro de unos límites especificados. Otro tipo de comprobación racional es la comprobación aritmética que especifica, por ejemplo, que una suma de variables debe equivaler a un total estipulado.

6.41. Los grandes errores aleatorios cometidos por los encuestados salen a la luz casi siempre mediante comprobaciones de verosimilitud de los datos; por ejemplo, comparando los datos facilitados con valores anteriores, o relacionando los datos facilitados con los límites razonables para los diferentes tipos de empresa. La oficina estadística no puede descubrir todos los errores cometidos por los encuestados y por tanto ni siquiera la edición de datos más exhaustiva puede dar lugar a un archivo de datos sin error alguno. Por ejemplo, apenas pueden descubrirse los errores que se mantienen de forma sistemática, como la infravaloración del volumen de negocios y la sobrevaloración de los gastos por parte de las unidades de comercio.

6.42. *Observaciones influyentes*. Algunas respuestas particulares de los elementos de datos suelen tener las consecuencias más significativas en las estimaciones principales. Éstas se denominan a menudo *observaciones influyentes*. En general, los esfuerzos de edición deben centrarse más en este tipo de respuestas de los elementos de datos. En par-

⁴⁵ Para más información, véase OECD STES Timeliness Framework: Selective (or Significance) Editing, en: http://www.oecd.org/document/21/0,2340,en_2649_34257_30214485_1_1_1_1,00.html.

ticular, las empresas muy grandes suelen ser fuente de observaciones influyentes y sus datos deben comprobarse de forma individual.

6.43. *Imputaciones.* En la mayoría de los estudios de comercio suele ser frecuente que haya datos que faltan, lo que plantea problemas para la edición de datos. Puede ser que falten datos para un elemento de datos particular del cuestionario (falta de respuesta del elemento) o que la unidad seleccionada no haya devuelto el cuestionario completado (falta de respuesta de la unidad). La técnica de la imputación se emplea para calcular los datos que faltan en caso de falta de respuesta del elemento. El problema de la falta de respuesta de la unidad suele abordarse volviendo a ponderar o imputando los datos de períodos anteriores disponibles de dicha unidad (sustitución) o sobre la base de la información administrativa que haya disponible sobre ella.

6.44. *Falta de respuesta del elemento.* La falta de respuesta del elemento o la falta de respuesta parcial ocurre cuando la unidad tomada como muestra no ha respondido a todas las preguntas pertinentes, sino sólo a parte de ellas. Puede darse el caso de que un encuestado haya respondido a todas las preguntas pero que algunas de las respuestas sean ilógicas, o que existan incoherencias entre algunas de las preguntas contestadas por el encuestado. La presencia de este tipo de falta de respuesta del elemento o de datos inválidos en el conjunto de datos afecta en última instancia a la calidad de los resultados de la encuesta. Muchos de estos problemas se eliminan cuando se siguen las normas de edición adecuadas.

6.45. *Falta de respuesta de la unidad.* Aunque las unidades seleccionadas en la muestra tienen la obligación jurídica de proporcionar respuestas al estudio realizado por las oficinas estadísticas y pueden verse penalizadas en caso de una falta de respuesta, en la práctica este requisito no elimina el problema de la falta de respuesta. La falta de respuesta puede producirse por varias razones: inexistencia de la unidad incluida en el estudio, subestimación de la importancia de los datos por parte de los encuestados, rechazo, desconocimiento sobre la manera de responder, falta de recursos y no disponibilidad de la información deseada.

6.46. Sí existen medios para reducir al mínimo la falta de respuesta, entre los que se incluyen la concienciación sobre la importancia de los datos que se han de recopilar, la realización de llamamientos a los encuestados para que cooperen con las autoridades estadísticas a través de medios impresos y electrónicos cuando se ponga en marcha un estudio y el envío de recordatorios a quienes no hayan respondido a las encuestas, así como la aplicación de las medidas coercitivas contempladas en la legislación nacional.

6.47. *Enfoques para tratar la falta de respuesta del elemento.* La presencia de una falta de respuesta requiere dar pasos encaminados a reducir sus efectos en las estimaciones. Hay dos estrategias generales para tratar los elementos de datos que faltan (falta de respuesta):

- a) Todos los formularios a los que les falten algunos valores se ignoran y el análisis se ciñe a los formularios totalmente completados.
- b) Los datos que faltan se imputan de manera que la matriz de datos esté completa. Se aplican técnicas estadísticas de análisis al conjunto total de datos completado con la ayuda de la imputación.

6.48. La adopción de la primera estrategia conduce a desechar incluso los datos válidos que figuren en los formularios parcialmente completados. Así, es conveniente adoptar la segunda estrategia para tratar la falta de respuesta del elemento. Los valores de cada uno de los elementos de datos que faltan en la respuesta original o que se estiman erróneos no deben interpretarse automáticamente como nulos; antes bien, deben aplicarse métodos adecuados de imputación. Cuando todos los datos se han editado utilizando las normas predeterminadas y se descubre que al archivo le faltan algunos datos,

la imputación suele llevarse a cabo como paso separado. Con ello se resuelven las incoherencias que hayan quedado pendientes de solucionar en las fases anteriores de escrutinio manual y con apoyo informático.

6.49. La imputación supone sustituir una o varias respuestas erróneas o faltas de respuesta en uno o varios registros por valores verosímiles e internamente coherentes. Mediante este proceso se cubren las lagunas y se eliminan las incoherencias, produciendo un archivo completo y coherente que contiene datos imputados. Hay varios métodos de imputación, que abarcan desde procedimientos estadísticos sencillos e intuitivos hasta otros bastante complejos. La elección del método adecuado depende del objetivo del análisis y del tipo de datos que falten. Algunos de los métodos de imputación de uso más común son los siguientes:

- a) *Tratamiento subjetivo*: Imputación basada en valores que parecen razonables. Por ejemplo, es posible deducir los costos de la fuerza de trabajo si se conoce el número de empleados.
- b) *Imputación del valor medio/modal*: Imputar el valor medio de una variable para los datos que faltan. En el caso de los datos de categorías, imputar el valor modal. Una mejora puede ser imputar el valor mediano, como manera de eliminar el efecto de los valores extremos.
- c) *Postestratificación*: Se logra una mayor precisión en cuanto al mantenimiento del valor imputado más cercano al valor real si el valor medio/modal/mediano se imputa utilizando las observaciones formuladas por las unidades que sean homogéneas con respecto a aquella sobre la que faltan datos. A tal efecto, se utiliza la postestratificación, esto es, la muestra se divide en estratos y a continuación se imputa el estrato correspondiente al valor medio/modal/mediano.
- d) *Sustitución*: Se confía en la disponibilidad de datos comparables. Los datos imputados pueden ser los valores referentes a la empresa que se presentaron en el mismo estudio en el año anterior, en su forma ajustada para reflejar el aumento (descenso) medio del valor del elemento de datos en el estrato.
- e) *Imputación “cold deck”*: Se utiliza un conjunto de valores fijado, que abarca todos los elementos de datos. Los valores pueden fijarse recurriendo a datos históricos, conocimientos especializados sobre la materia, etcétera. Se crea un cuestionario “perfecto” a fin de cumplir los requisitos de imputación completa o parcial.
- f) *Imputación “hot deck”*: Se sustituye un valor que falta por el valor disponible de un “donante”, es decir, un participante semejante del mismo estudio. El donante puede seleccionarse al azar de entre un grupo de donantes que comparten el mismo conjunto de características predeterminadas. Se crea una lista de posibles donantes que satisfacen estos criterios y se selecciona uno de ellos al azar. Una vez que se encuentra el donante, la respuesta de éste (por ejemplo, sobre ingresos anuales) sustituye la correspondiente respuesta que falte o que sea inválida.
- g) *Imputación del vecino más cercano o correspondencia por la función distancia*: Se asigna un valor de elemento para un registro que no haya podido editarse a partir del registro editado aprobado “más cercano”. En este caso, el más cercano se define mediante una función distancia dependiente de otras variables conocidas. La unidad que presente el valor más cercano al que falta se utiliza entonces como donante.
- h) *Imputación secuencial “hot-deck”*: Los valores de registros editados aprobados se almacenan, y el valor que falta se sustituye por una función de los valores almacenados. Comienza con un valor “cold-deck”. El principal inconveniente

de este método es que a menudo conduce a usos múltiples de donantes, lo que afecta a la distribución.

- i) *Imputación por regresión (basada en modelos)*: Se utiliza un conjunto de variables de predicción de los registros aprobados para efectuar una regresión sobre la variable. A continuación, la ecuación de regresión se utiliza para imputar los valores para los valores de los elementos que falten o que sean incoherentes.

6.50. En la mayoría de los sistemas de imputación se emplea una combinación de métodos de imputación. A continuación figuran las propiedades deseables de todos los métodos de imputación:

- a) Los registros imputados deben asemejarse en gran medida al registro que no se haya podido editar, conservando al tiempo la máxima cantidad posible de datos facilitados por el encuestado. Así pues, debe imputarse un número mínimo de variables (o campos).
- b) Los registros imputados deben satisfacer todas las comprobaciones de edición.
- c) Conviene marcar los valores imputados e identificar los métodos y fuentes de imputación.

6.51. *Enfoques para tratar la falta de respuesta de la unidad*. Volver a ponderar es el enfoque aplicado más habitualmente cuando no se recibe ninguna respuesta a un cuestionario estadístico por parte de la unidad encuestada. Este caso se conoce como falta de respuesta de la unidad. Se vuelve a ponderar la muestra a fin de incluir tan sólo las unidades de muestra que sí hayan respondido. Es práctica común que las oficinas estadísticas asignen un peso determinado a los elementos de la muestra en función de su importancia. Estos pesos se utilizan, entre otras funciones, para ampliar la información de la muestra hasta el nivel de la población destinataria. Alternativamente, el problema de la falta de respuesta de la unidad puede abordarse utilizando enfoques semejantes a los usados para la falta de respuesta del elemento, a saber, diversas formas de imputación a partir de los períodos anteriores disponibles de la unidad (sustitución) o con base en la información disponible acerca de ella.

6.52. *Procedimientos de extrapolación, agregación*. Después de haber tratado los datos mediante la edición dirigida a la falta de respuesta, etcétera, se utilizan para estimar el nivel de la variable. La extrapolación supone elevar el valor de la muestra mediante un factor basado en la fracción de muestreo (o un factor que utiliza los datos facilitados) para cada celda de la muestra estratificada a fin de obtener los niveles de datos para la población marco. La extrapolación utilizará datos editados para calcular un valor representativo de todas las unidades. En el caso de que la información sobre la variable auxiliar relacionada con la variable objeto de estudio esté disponible para las unidades de la muestra así como en el marco de muestreo a esta información, pueden aplicársele técnicas estadísticas más sofisticadas para la extrapolación.

6.53. *Valores atípicos*. Los valores atípicos constituyen una categoría particular de observaciones influyentes que son correctas pero poco habituales en el sentido de que no representan a la población tomada como muestra y, por ende, tienden a distorsionar las estimaciones. Por consiguiente, se recomienda identificar y tratar cuidadosamente los valores atípicos, ya que pueden afectar considerablemente a las estimaciones. Si el factor de extrapolación es grande y el valor atípico está incluido en la muestra, la estimación final será considerablemente superior a la requerida y muy poco representativa, ya que se verá muy influida por un valor extremo. La manera más sencilla de tratar un valor atípico es reducir su peso en la muestra para garantizar que tan sólo se represente a sí mismo. También pueden emplearse técnicas estadísticas para calcular un peso más adecuado para la unidad que presenta un valor atípico.

C. La estrategia de recopilación de datos

6.54. Todas las unidades de la economía que participan en actividades económicas dentro del ámbito del sector del comercio de distribución (sección G de la CIIU, Rev.4) deben quedar abarcadas por los estudios estadísticos y/o por las fuentes de datos administrativas, con el objetivo de recopilar y compilar las estadísticas del comercio de distribución. Esto engloba unidades de todos los tamaños y tipos, incluidas las sociedades anónimas y las unidades no constituidas en sociedades de capital (hogares). Entre las unidades de hogares se incluyen las pequeñas empresas comerciales que están basadas en los hogares, las que operan fuera del hogar en una ubicación separada (por ejemplo, un puesto de venta fijo en un mercado) o las que no tienen una ubicación fija (por ejemplo, un puesto de venta móvil en una vía pública o el vehículo utilizado por un vendedor ambulante). “Unidad de hogar no constituida en sociedad de capital” (o “unidad del sector no estructurado”) es un término utilizado en los países en desarrollo. En la mayoría de los países desarrollados, una unidad de hogar suele asumir la forma —más estructurada— de una pequeña empresa y se constituye en sociedad de capital. No obstante, otras pequeñas unidades de hogares pueden seguir estando no constituidas en sociedades de capital.

6.55. A fin de garantizar una cobertura completa de la actividad del comercio de distribución, los países deben elaborar su propia estrategia de recopilación de datos basada en un enfoque integrado que cubra en principio todas las unidades de comercio de todas las clases de tamaño de empresas y realizado acorde con sus circunstancias específicas desde el punto de vista estadístico y organizacional. Dentro del alcance de las estadísticas del comercio de distribución, existen diferencias significativas entre las unidades en lo que atañe a la organización jurídica (constituidas o no en sociedades de capital), al tamaño (que abarca desde las grandes empresas integradas por múltiples establecimientos con más de 250 empleados hasta las pequeñas empresas integradas por un único establecimiento con menos de 10 empleados) y al tipo de titularidad (pertenecientes al sector público, de titularidad privada o bajo control extranjero). El gráfico VI.2 (en la página siguiente) ilustra una estrategia general de recopilación de datos para diferentes segmentos de la economía.

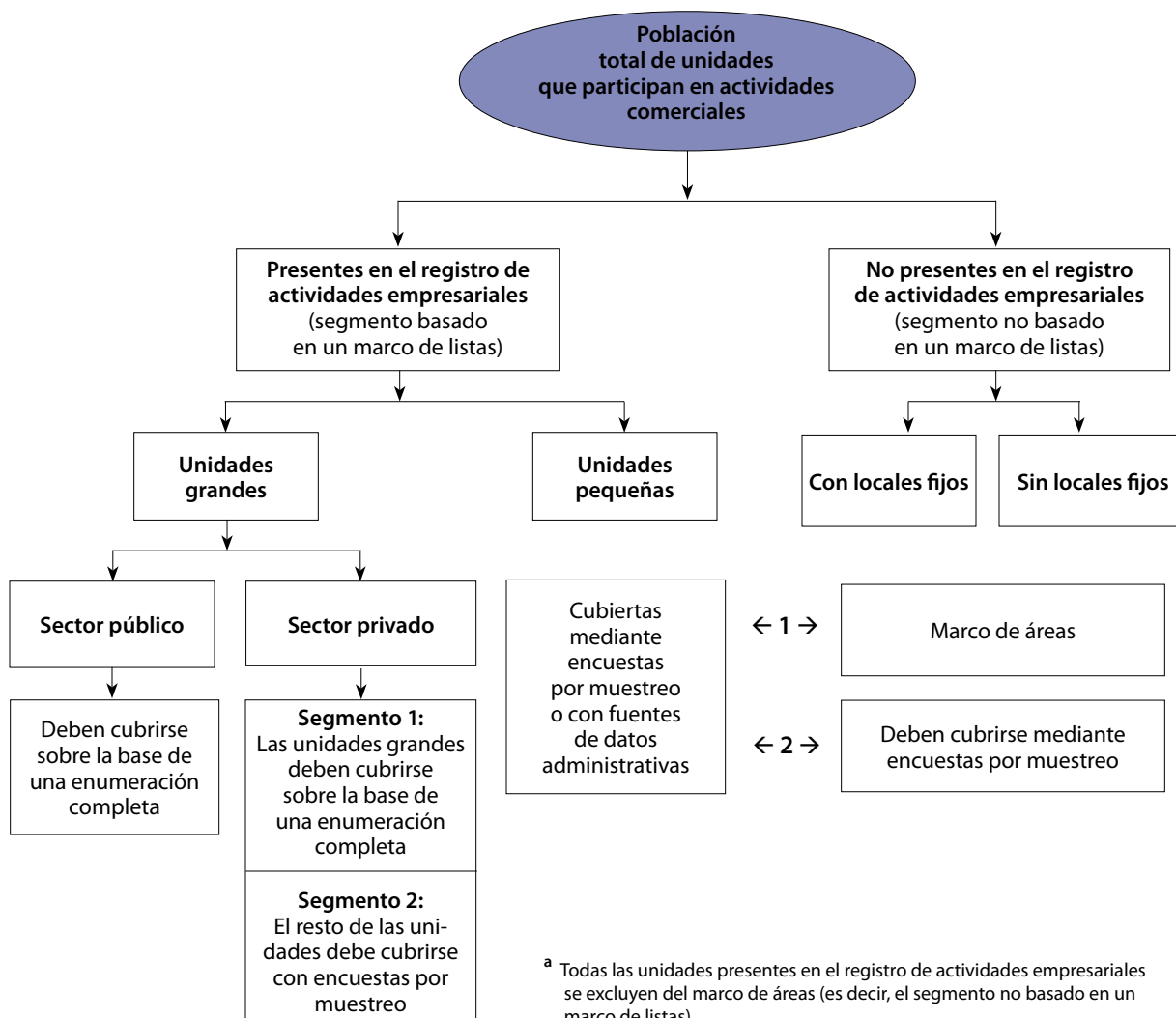
6.56. En un extremo del espectro se encuentran aquellas unidades de comercio empresarial que están constituidas en sociedades de capital de conformidad con el estatuto de un país (empresas públicas) y que son comparativamente grandes; en el otro extremo se encuentran las empresas comerciales no constituidas en sociedades de capital, y que se caracterizan por un bajo nivel de organización. Los tipos de empresas pueden describirse como sigue:

- a) *Empresas públicas constituidas en sociedades de capital.* Estas empresas están altamente organizadas y tienen la obligación de contabilizar sus transacciones y presentar sus cuentas anuales a las autoridades con las que están registradas. Siempre hay disponible una guía de dichas unidades. No cabe esperar que estas empresas sean numerosas y deben abarcarse mediante una enumeración completa.
- b) *Empresas privadas y bajo control extranjero constituidas en sociedades de capital.* La cobertura de estas empresas debe lograrse dividiéndolas en dos segmentos: uno que contenga las unidades de gran escala, y otro, el resto. Puede determinarse que el segmento de gran escala de la economía no se adecue a las encuestas por muestreo por haber una gran diferenciación en cuanto a tamaño y actividad en comparación con el número de unidades involucradas. Por tanto, las empresas del segmento de gran escala deben estar cubiertas mediante una enumeración completa, a ser posible. Las empresas de menor tamaño, que tienden

a ser mucho más numerosas, son relativamente homogéneas en comparación con las pertenecientes al segmento de gran escala. Puede ser más adecuado utilizar una encuesta por muestreo para cubrir este segmento de empresas.

- c) *Pequeñas empresas.* El segmento de las pequeñas empresas constituidas en sociedades de capital o empresas de hogares no constituidas en sociedades de capital puede cubrirse mediante cualquiera de los dos enfoques siguientes, en función de si las empresas están registradas o no:
 - i) Mediante encuestas por muestreo, si esas empresas figuran en el registro estadístico de actividades empresariales, o mediante el uso de datos administrativos (declaración de impuestos sobre la renta de pequeñas empresas).
 - ii) Mediante la Fully Integrated Rational Survey Technique (FIRST) [técnica de estudio racional totalmente integrada] si no se dispone del registro de empresas no constituidas en sociedades de capital (véase la sección D a continuación).

Gráfico VI.2
Una estrategia general de recopilación de datos para diferentes segmentos de la economía^a



D. Método de estudio

6.57. Se anima a los países a que examinen la Fully Integrated Rational Survey Technique (FIRST)⁴⁶ como opción de programa de estudio que recaba de forma eficiente una amplia información estadística de todas las empresas —incluidas las del comercio de distribución— de todos los tamaños que operan en una economía. La aplicación de esta técnica de estudio requiere dos conjuntos estadísticos básicos de información, a saber: *a*) alguna enumeración censal, preferentemente mediante un censo económico, para establecer la población estadística completa de unidades para la construcción del marco de muestreo y la selección de muestreo (a falta de un censo económico, normalmente también bastará un censo de población); y *b*) buena documentación de apoyo sobre las zonas de muestra y los bloques de enumeración para la enumeración de referencia. Una vez que se satisfagan estos dos requisitos básicos, las condiciones sobre el terreno deben determinar la selección del diseño más adecuado para cualquier estudio particular del comercio de distribución.

6.58. La metodología de la FIRST requiere que el universo estadístico se divida en dos partes:

- a) Un marco de lista que incluya un número relativamente pequeño de unidades grandes (en lo sucesivo denominado segmento de marco de lista) que se distingan claramente del resto de las unidades por su condición jurídica. Para este segmento se adopta una enumeración completa o un programa de muestreo (casi siempre estratificado) en una sola fase.
- b) El resto de las unidades (en lo sucesivo denominado el segmento de marco sin listas) para las que no resulta viable confeccionar una lista exhaustiva y que, por tanto, sólo pueden abarcarse mediante un enfoque de marco de áreas (geográficas). Para este segmento se adopta un diseño de muestra en dos fases (en casos concretos puede ser en múltiples fases).

6.59. La metodología de la FIRST permite abarcar todas las actividades económicas de la economía de manera integrada y presenta una clara ventaja frente a la realización de un conjunto de estudios de actividades separados (cada uno efectuado de manera independiente sobre un único grupo de actividades económicas) para cubrir el mismo ámbito. La reducción de los costos del estudio es una de las principales ventajas de la FIRST. Además, un estudio integrado garantiza que en la cobertura no se solapen los grupos de establecimientos formados según su actividad económica. Cada establecimiento se clasifica en un único sector. La metodología de la FIRST proporciona amplia información recopilada en un breve espacio de tiempo con medios relativamente modestos. Si se aplica adecuadamente, la FIRST elimina la necesidad de sacrificar los contenidos del estudio en aras de la publicación a tiempo de los resultados, lo que a menudo influye considerablemente en el diseño del estudio.

6.60. *Estudio basado en marcos de lista sobre el segmento de marco de lista.* En los estudios realizados mediante la FIRST, el marco de lista suele obtenerse a partir de un registro de actividades empresariales o de una guía de unidades que contiene todas las unidades del segmento de marco de lista aplicando el criterio de la condición jurídica y/o administrativa que distingue las unidades “grandes” del resto. Esta lista se utiliza para llevar a cabo un estudio mediante la FIRST, preferentemente por medio de un cuestionario con visitas de seguimiento en los casos en que sea necesario. La definición de gran escala que aquí se utiliza se basa en consideraciones prácticas y difiere de un país a otro. La facilidad para mantener el marco de lista constituye el único criterio de mayor importancia para la definición del subsector de gran escala. El marco de lista suele componerse de los grupos siguientes, que son fácilmente identificables:

⁴⁶ Véase *Strategies for Measuring Industrial Structure and Growth*, Estudios de métodos, No. 65 (publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: E.94.XVII.11).

- a) Compañías que se cotizan en bolsa (en otras palabras, compañías que figuran en las listas de alguna bolsa).
- b) Compañías que no se cotizan en bolsa (es decir, compañías registradas con un organismo gubernamental como el Departamento de Justicia, el Ministerio de Comercio o similares).
- c) Empresas de titularidad gubernamental (empresas públicas que también pueden haber sido incluidas en los apartados *a*) y *b*) anteriores).

6.61. Además de un único marco no duplicado, es fundamental utilizar un diseño de muestra integrado para garantizar la cobertura completa y no duplicada de las unidades de gran escala. La disponibilidad de un marco de lista permite efectuar un muestreo en una única fase para este subsector. No obstante, es necesaria una estratificación adicional del marco de lista si se necesitan más detalles sobre la actividad económica o la ubicación geográfica.

6.62. La población de unidades en el segmento de gran escala suele ser muy heterogénea en cuanto a tamaño y características. Un número relativamente reducido de unidades representa a menudo la proporción principal de la producción o del valor añadido de la economía. Cabe esperar que la inclusión de todas estas unidades en la muestra proporcione unas estimaciones más eficientes. Por consiguiente, para la mayoría de los estudios de establecimientos, todas las unidades que superen un determinado límite se incluyen en el estudio, mientras que del resto de las unidades tan sólo se extrae una muestra. El estrato que comprende todas las unidades se conoce como el estrato de “certeza” o “autorrepresentativo”.

6.63. Las unidades que quedan fuera de este estrato dentro del segmento de marco de lista pueden cubrirse adecuadamente sobre la base de muestras para los estudios anuales e infraanuales. La adopción de un diseño de muestra integrado para ambos tipos de estudios a menudo ayuda a resolver los problemas de incoherencia que surgen entre los dos conjuntos de estimaciones obtenidas a partir de ellos. Las estimaciones de los parámetros de cambio anual e infraanual, así como los parámetros de nivel, pueden obtenerse utilizando un *diseño de muestra de panel rotativo* para el estudio integrado. Un diseño de panel rotatorio presenta una serie de ventajas frente al *diseño transversal repetido* (muestras independientes en ocasiones diferentes) y el *diseño de muestra de panel fijo*, a saber:

- a) Es más rentable y logra el equilibrio entre los objetivos en conflicto: obtener unas estimaciones anuales fiables y obtener unas estimaciones infraanuales fiables.
- b) El nivel de cooperación de los encuestados tiende a disminuir de manera progresiva a medida que aumenta el número de visitas a esas mismas personas, hecho que afecta a la calidad de las respuestas. La rotación de la muestra incentiva a los encuestados a participar en el estudio.
- c) La serie de estimaciones obtenidas a partir de encuestas repetidas empleando un programa de muestreo de panel rotativo suele estar libre de variaciones temporales amplias y poco realistas. Además, el recurso de muestras rotatorias permite el uso de estimaciones compuestas, que limita aún más dichas variaciones temporales derivadas de los errores de muestreo.
- d) Posibilita la inclusión de nuevas unidades en el estudio.

6.64. Todas las unidades *no* cubiertas en el segmento de marco de listas quedan incluidas en la parte del universo descrita como segmento no basado en un marco de listas. La recopilación de datos para este subsector requiere el muestreo de unidades de área en un marco de áreas formado a partir de los datos recopilados durante el último censo económico o de población.

6.65. *Estudio basado en marcos de áreas sobre el segmento no basado en marcos de listas.* La metodología de la FIRST de estudios integrados para el segmento de marco de listas y para el segmento no basado en marcos de listas captura de forma coherente datos completos sobre todas las actividades económicas de una economía en su conjunto. Esto requiere el desarrollo de una norma operativa dirigida a garantizar que las unidades inscritas en el registro de actividades empresariales se excluyan del marco de áreas para el segmento no basado en marcos de listas. Aquellos establecimientos cuyas actividades estén consolidadas en las cuentas de una empresa matriz deben eliminarse de la muestra del área. Este hecho hace referencia, por ejemplo, a los almacenes o depósitos gestionados por empresas comerciales en distintas partes del país.

6.66. En principio, la FIRST lleva consigo la realización de un estudio basado en establecimientos, si bien para el *segmento no basado en marcos de listas* se sirve de técnicas de muestreo por zonas. En una técnica de muestreo por zonas dirigida a encuestar a hogares y establecimientos se selecciona durante la primera fase del estudio una muestra de unidades incluidas en zonas. A continuación, en cada una de las unidades seleccionadas durante esa primera fase, se requiere la identificación y la enumeración de todos los establecimientos que operan en el área seleccionada que no estén incluidos ni guarden relación con ninguna de las empresas que aparezca en el marco de listas utilizado para el estudio del segmento del marco de listas. Los establecimientos así identificados y que estén incluidos en el alcance del estudio son clasificados a continuación en función del tipo de actividad que desarrollan, y se extrae una muestra de unidades de los establecimientos enumerados para cada tipo de actividad.

6.67. Este enfoque concede un tratamiento especial a las unidades móviles, como las que existen en las actividades comerciales y en otras actividades de servicios, que constituyen un grupo importante en la mayoría de los países en desarrollo. Este enfoque permite abarcar las empresas o establecimientos dirigidos por hogares, incluso aunque carezcan de locales fijos.

6.68. Asimismo, en este enfoque, todos los establecimientos identificables fuera de los hogares de los propietarios y que estén ubicados en la unidad de la zona seleccionada, así como las empresas de hogares ubicadas dentro del hogar, quedan enumerados mediante una visita efectuada de casa en casa (de estructura a estructura). Además, las unidades que carezcan de locales fijos, como sucede en el caso de los buhoneros, los vendedores ambulantes y los proveedores de servicios por cuenta propia (unidades móviles), se identifican a través de preguntas adicionales que se formulan a los hogares en la fase de enumeración y se enumeran contra el hogar en el que reside el propietario (o el socio de una asociación implicada). De este modo queda garantizado que todos los establecimientos presentes en las zonas seleccionadas que estén dentro del alcance del estudio se incluyan en la lista, la cual se utiliza a continuación para seleccionar muestras de establecimientos.

E. Alcance y cobertura de los estudios del comercio de distribución

6.69. *Estudios anuales.* Todos los países, con independencia del desarrollo de sus sistemas estadísticos, llevan a cabo estudios anuales sobre el comercio de distribución. Se recomienda a los países que, por medio de los estudios anuales, se esfuercen por proporcionar estimaciones que abarquen a todos los establecimientos de comercio, tanto al por mayor como al por menor. Esta recomendación no implica que siempre sea necesario efectuar un estudio completo. Los países podrán aplicar una de las opciones siguientes: a) una enumeración completa en el estudio de todos los establecimientos situados por

encima de un límite determinado (por ejemplo, un límite basado en un criterio de tamaño) y una muestra del resto; *b*) todas las unidades reciben un formulario de encuesta, si bien cabe la posibilidad de utilizar una versión abreviada para los establecimientos pequeños; y *c*) las estimaciones para los pequeños establecimientos pueden obtenerse a partir de datos administrativos o bien de otras fuentes estadísticas, como estudios mixtos de hogares y empresas.

6.70. *Estudios infraanuales.* La cobertura de los estudios infraanuales (trimestrales o mensuales) sobre el comercio de distribución es necesariamente más limitada que la de los estudios anuales. Incluso en países que cuenten con sistemas estadísticos fuertemente desarrollados, la cobertura de los pequeños establecimientos con estudios mensuales o trimestrales para la producción de estadísticas de comercio de distribución a corto plazo es inviable. Si los pequeños establecimientos son numerosos en una clase de actividad particularmente importante del comercio de distribución y no se dispone de fuentes de datos administrativas fiables que los abarquen, esas unidades deberían incluirse en la cobertura de los estudios infraanuales mediante la utilización de técnicas de muestreo apropiadas.

6.71. *Estudios poco frecuentes.* Además de los estudios anuales e infraanuales, algunos países pueden llevar a cabo estudios poco frecuentes sobre las unidades del comercio de distribución. Estos estudios se utilizan para la recopilación de elementos de datos sobre temas especializados o con un mayor grado de detalle. Por lo general, el uso de estudios de referencia poco frecuentes, que se suelen efectuar con intervalos de cinco o diez años, no resulta adecuado para la recopilación y la compilación de estadísticas estructurales sobre el comercio de distribución.

6.72. En los países caracterizados por una contribución significativa de las unidades no constituidas en sociedades de capital a la actividad del comercio de distribución (el segmento no basado en marcos de listas del gráfico VI.2) es fundamental recopilar también datos para esas unidades. Tal como se ha expuesto anteriormente, la cobertura de esas unidades exige la realización de estudios basados en un muestreo por marcos de áreas, que consumen mucho tiempo e importantes recursos. Un estudio de referencia efectuado cada cinco años puede utilizarse para la recopilación de datos completos de carácter estructural, mientras los estudios de frecuencia anual o superior a la anual recogen un volumen de datos similar o inferior. Las estimaciones de referencia pueden proyectarse utilizando las estimaciones de variación y crecimiento obtenidas a partir de los estudios anuales o infraanuales del segmento no basado en marcos de listas o de cualquier otro estudio relevante.

F. Período de referencia

6.73. *Período de referencia para estudios anuales.* En general, los datos compilados en estudios anuales deben hacer referencia a un período de 12 meses, que preferentemente coincidirá con el año natural, comenzando el 1º de enero y finalizando el 31 de diciembre. No obstante, cuando sea más fácil disponer de datos para establecimientos concretos en los que un ejercicio económico no coincida con el año natural, puede ser necesario aceptar que la recogida de datos se efectúe de conformidad con ello. En tales casos sería deseable que algunos elementos de datos, como los sueldos y salarios, sean recopilados tanto para el ejercicio económico como para el año natural, a fin de facilitar la obtención de agregados para el año natural. Si el período de contabilidad utilizado por la mayor parte de los establecimientos es un ejercicio económico que no coincide con el año natural, los datos podrían compilarse de manera uniforme a lo largo del ejercicio económico en lugar de hacerlo con base en el año natural. La presentación de cuentas por parte de todos los establecimientos referidas a un mismo período de doce meses ofrece algunas

ventajas, en particular en lo tocante a la integración de los datos anuales con los datos mensuales o trimestrales. En muchos países las fechas de cierre de los ejercicios económicos de las empresas se sitúan en diversos momentos del año natural, lo que hace que las oficinas estadísticas encuentren dificultades para obtener la información de los establecimientos para un período coherente de 12 meses. Si los períodos sobre los que se informa difieren de la forma descrita, cabe la posibilidad de incluir en el informe publicado una tabla complementaria que muestre la distribución de las fechas de cierre por meses; esta tabla ayudará a los usuarios de los datos a estimar el período que éstos abarcan.

6.74. *Período de referencia para estudios infraanuales.* Se recomienda utilizar el mes o trimestre natural correspondiente como período de referencia para los estudios infraanuales. Sin embargo, algunos establecimientos trabajan en períodos trimestrales de cuatro y cinco semanas; en tales casos será necesario que las oficinas estadísticas inviertan los esfuerzos necesarios para normalizar la información mensual proporcionada a través de algún procedimiento de estimación.

Capítulo VII

Estadísticas del comercio de distribución a corto plazo

A. Antecedentes

7.1. Las estadísticas del comercio de distribución a corto plazo constituyen una importante fuente de información para el desarrollo y la supervisión de la efectividad de la política económica y para la realización de análisis sobre los ciclos económicos. Mientras las estadísticas anuales, como las de naturaleza estructural descritas en los capítulos anteriores, sitúan sus prioridades en el detalle, en la precisión y en el hecho de ser completas, la prioridad de las estadísticas a corto plazo es producir indicadores mensuales y trimestrales de la evolución del sector del comercio de distribución en el momento oportuno, incluso aunque ello pueda traducirse en una pérdida de precisión, en un menor grado de detalle o en una reducción del alcance de las estadísticas. Estas estadísticas suelen producirse de acuerdo con un calendario muy estricto, y los encargados de la formulación de políticas necesitan disponer de ellas lo antes posible. En ocasiones esto lleva consigo la necesidad de revisar o ajustar posteriormente los datos iniciales a medida que se vaya recopilando y analizando una cantidad mayor de datos.

7.2. Por lo común, las estadísticas a corto plazo en general y las referidas al comercio de distribución en particular se presentan en forma de índices (respecto a un período base) o expresadas como tasas de crecimiento, si bien existe una práctica muy extendida según la cual las cifras absolutas también son objeto de compilación y difusión.

7.3. Pese a que son muchos los usuarios de las estadísticas del comercio de distribución a corto plazo y presentan motivaciones muy diversas para utilizar estos datos, cabe resumir los análisis que efectúan en dos grandes categorías:

- a) Comparación de actividades de las unidades de comercio de distribución en dos momentos diferentes del tiempo, o bien
- b) Comparación de dos o más subpoblaciones de unidades en un período de referencia, tales como unidades situadas en diferentes ubicaciones geográficas; comparación entre unidades de comercio y otras unidades clasificadas dentro de las actividades de servicios, o entre comerciantes al por mayor y al por menor, etcétera.

7.4. La existencia de objetivos y prioridades diferentes con respecto a las estadísticas del comercio de distribución estructurales y a corto plazo requiere que los países desarrollen y apliquen técnicas estadísticas apropiadas con objeto de combinar ambos conjuntos de datos. El principal objetivo de estas técnicas es conciliar los datos estadísticos derivados de diferentes fuentes de datos con distintas frecuencias a fin de obtener series de datos a corto plazo que, respetando las limitaciones impuestas por las fuentes de información a largo plazo, más fiables y precisas, protejan al máximo el perfil temporal dinámico de las series temporales de alta frecuencia.

7.5. Con el fin de facilitar el logro de este objetivo, ambos conjuntos de estadísticas deben estar basados en los mismos conceptos, principios de medición, unidades estadísticas, clasificaciones y definiciones de elementos de datos. Las estadísticas a corto plazo deben elaborarse con base en unas fuentes de datos infraanuales que sean precisas y estén accesibles en el momento oportuno y que abarquen a una proporción adecuada de unidades (tamaño de las muestras). Asimismo, debe asegurarse su coherencia con sus homólogas anuales, en parte por la conveniencia para los usuarios y en parte —lo que es más importante— porque el proceso de análisis comparativo incorpora el contenido de información de los datos anuales en las estimaciones mensuales o trimestrales. En principio, los métodos econométricos y los procedimientos de estimación indirectos no deberían sustituir a la recopilación de estadísticas que llevan a cabo los países. No obstante, el uso de esos métodos es inevitable en la producción de estimaciones rápidas (por ejemplo, producción de datos trimestrales dentro de los 30 días siguientes al final del trimestre) cuando la disponibilidad de datos es, por lo general, reducida. En esos casos se recomienda que los países pongan a disposición de los usuarios tanto los métodos empleados como la fiabilidad de las estimaciones y revisen estas últimas en cuanto se disponga de información nueva y más precisa.

7.6. En este capítulo se exponen algunas de las cuestiones importantes pertinentes para las estadísticas del comercio de distribución a corto plazo, tales como la compilación de índices de comercio de distribución, su carácter de serie temporal y la necesidad de realizar ajustes estacionales y análisis comparativos.

B. Índices del comercio de distribución

1. Información general

7.7. *Tipos de índices del comercio de distribución.* Para analizar los diversos aspectos de la dinámica del comercio de distribución puede elaborarse una serie de índices, desde un índice relativamente simple que mide las variaciones del volumen de negocios en términos nominales (índice de valor) hasta otro más detallado y complejo del volumen de negocios y la producción del sector del comercio de distribución (que refleja el volumen de producción de los servicios comerciales al por mayor y al por menor). Para obtener estos índices de volumen debería disponerse de los índices de precios del comercio al por menor y al por mayor, o bien de indicadores apropiados referentes al volumen. Las Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución (IRDTS) no contemplan el desarrollo de recomendaciones internacionales sobre la compilación de dichos índices de precios, si bien a continuación se dan algunas orientaciones al respecto.

7.8. *Finalidad.* Uno de los fines principales de la compilación de índices del comercio de distribución es describir los cambios que experimentan a corto plazo el valor y el volumen de negocios de la actividad comercial, mayorista o minorista, así como la producción del sector del comercio de distribución en conjunto y la de cada uno de sus componentes. En caso de que se disponga de ellos con frecuencia mensual o trimestral, los índices del volumen de negocios complementan a los de otras actividades económicas en el análisis a corto plazo de la economía global, incluida la identificación de los puntos de inflexión de los ciclos económicos. Los índices de producción del sector del comercio de distribución, además de la importancia que revisten para los análisis a corto plazo, constituyen una aportación clave para la compilación de las cuentas nacionales trimestrales.

7.9. *Periodicidad.* Se recomienda compilar los índices de producción y volumen de negocio con frecuencia mensual, pues de ese modo se obtiene un mejor reflejo de las fluctuaciones de estas variables a corto plazo. Los índices mensuales resultan aún de

mayor utilidad si se producen sin dejar un espacio de tiempo excesivamente amplio, es decir, si se elaboran dentro del mes (o de los dos meses) inmediatamente posterior(es) al período de referencia. En reconocimiento del hecho de que las oficinas de estadística nacionales pueden no disponer de la capacidad para producir índices mensuales fiables, se recomienda a los países que en esos casos compilen índices trimestrales, dado que ello ofrece flexibilidad suficiente en términos de tiempo y de utilización de recursos. Debe tenerse en cuenta, no obstante, que el uso de índices trimestrales acarrea una disolución de los efectos de las condiciones actuales del mercado, de las variaciones estacionales y de otros factores relacionados con la producción a corto plazo.

7.10. *Elección de las fórmulas de los índices y del año base.* Son numerosas las fuentes internacionales que ofrecen una exposición detallada de los tipos de índices, de sus propiedades teóricas y de sus ventajas e inconvenientes comparativos⁴⁷, por lo que esas cuestiones no se abordan en la presente publicación. Se recomienda que los compiladores de índices del comercio de distribución utilicen esas fuentes y manuales a la hora de desarrollar los índices del comercio de distribución para sus propios países. Si bien este capítulo presenta algunas directrices políticas sobre esta materia, una exposición más detallada de las buenas prácticas en este ámbito supera el alcance de las presentes Recomendaciones. Dicha exposición se ofrecerá en la publicación *Indices of Distributive Trade: A Handbook of Good Practices* (Índices del comercio de distribución: Un manual de buenas prácticas), que se publicará a continuación de estas Recomendaciones.

7.11. *Recomendaciones generales para la compilación de índices de volumen del comercio de distribución.* Como principio general, para la compilación de índices de volumen se recomienda utilizar preferentemente el índice en cadena de Laspeyres, actualizando las ponderaciones al menos cada cinco años. Esta fórmula satisface la mayoría de los criterios deseables, como los de monotonía, homogeneidad, una estructura de ponderaciones actualizada, comparación real de volúmenes, rentabilidad, oportunidad, etcétera. La fórmula de Paasche no ofrece importantes ventajas frente al índice de Laspeyres y su aplicación resulta más complicada, puesto que exige disponer de las ponderaciones actuales. El índice encadenado de Fisher, que utiliza la ponderación actual y la del período base en sus componentes de Laspeyres y de Paasche, posee numerosas ventajas teóricas, como la simetría o la inversión temporal, pero también presenta algunos inconvenientes en términos de interpretación y es el índice cuya aplicación resulta más difícil. Merece la pena mencionar que las cadenas anuales tienen mejor en cuenta las variaciones experimentadas por los precios relativos, por lo que deberían considerarse adecuadas para la compilación de índices de los servicios de comercio de distribución cuya estructura de ponderaciones evoluciona con rapidez.

7.12. Los países que disponen de recursos limitados y tienen problemas para obtener las ponderaciones actualizadas utilizan el índice de volumen de Laspeyres sin variar las ponderaciones durante un período de tiempo prolongado (más de cinco años). Este enfoque presenta la ventaja de producir a precios constantes unos datos que son aditivos (la suma de los componentes es igual al valor total) y, por consiguiente, tiene una interpretación económica muy clara y su uso resulta muy útil. No obstante, a medida que aumenta el espacio de tiempo entre el año base y el período actual, la calidad del índice se deteriora, puesto que no refleja la evolución del comercio de distribución. Si un país utiliza el índice de volumen de Laspeyres con ponderaciones fijas, se recomienda que los períodos entre los momentos en los que se actualicen dichas ponderaciones se aproximen lo más posible a cinco años. Se alienta a los países a que hagan todo lo que esté en sus manos para encadenar las series con las nuevas ponderaciones en el proceso de actualización de las ponderaciones.

7.13. Se recomienda a los países que al seleccionar el tipo de índice tengan en cuenta la finalidad de éste y las consideraciones prácticas pertinentes, como la política ge-

⁴⁷ Véase *Sistema de Cuentas Nacionales, 2008*, cap. XVI; *Compilation Manual for an Index of Service Production* (París, Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, 2007), sección 5, Eurostat, *Handbook on Price and Volume Measures in National Accounts* (Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2001); manuales sobre índices de precios de consumo y de producción, etcétera.

neral de una oficina estadística nacional dada en la esfera de las estadísticas de precios, la disponibilidad y la calidad de los datos, las limitaciones de los recursos, etcétera. A modo de orientación adicional para la compilación de los índices del comercio de distribución, se recomienda a los países que utilicen series ajustadas según la estacionalidad, cuando sea adecuado y posible. El apartado 2 a continuación proporciona algunas recomendaciones adicionales con respecto a los índices de producción y de volumen de negocios de los servicios de comercio de distribución.

2. Índices de volumen de negocios del comercio al por mayor y al por menor

7.14. *Índice de valor del volumen de negocios.* El índice de valor del volumen de negocios es un índice directo que compara el valor del volumen de negocios en el período actual (a precios corrientes) con el valor del volumen de negocios en el año base (a precios del año base). Este índice se puede calcular tanto para el comercio al por menor como al por mayor, así como para sus componentes.

7.15. *Índice de volumen de negocios.* El índice de volumen de negocios, especialmente el volumen de negocios del comercio al por menor, es una de las series que son objeto de un seguimiento más estrecho. A fin de eliminar el efecto de los precios sobre el volumen de negocios, el índice debe deflactarse. En principio, el coeficiente de deflación del volumen de negocios debe ser un índice de precios representativo de la clase de actividad del comercio de distribución en particular, y debe reflejar las variaciones de los precios de los bienes vendidos en lugar de las de los servicios comerciales prestados. Los índices de precios del comercio al por menor y los del comercio al por mayor, o los índices de precios de consumo y de producción, se pueden utilizar como alternativas aptas para estos coeficientes de deflación. El coeficiente de deflación de los precios de una determinada actividad debe calcularse como el promedio ponderado de los índices de precios de la categoría de bienes pertinente vendidos a través de dicha actividad en el período de que se trate.

7.16. A fin de compilar los índices de volumen de negocios a los niveles más altos de la sección G de la CIIU, Rev.4, los índices de menor nivel deben agregarse. Dicha agregación se lleva a cabo utilizando ponderaciones basadas en la proporción del valor añadido (o del volumen de negocios) que representa cada actividad en el año base. Por ejemplo, el índice del grupo 471, Venta al por menor en almacenes especializados, se deriva de todos los índices de menor nivel (es decir, de las clases incluidas en el grupo 471). El índice de la sección G se calculará tomando el promedio ponderado de todas las divisiones de componentes de la sección.

7.17. *Métodos alternativos para medir el volumen de negocios.* Si no se dispone de índices de precios apropiados para deflactar el volumen de negocios debido a dificultades en la medición de las variaciones de los precios o a la complejidad de las fuentes de datos, el volumen podría estimarse utilizando indicadores de volumen de producción o indicadores de insumos como los que a continuación se describen:

- a) *Indicadores de volumen de producción.* Se aceptan las variables de producción (por ejemplo, cantidad física de productos vendidos) como segunda mejor opción si representan productos correctamente definidos y se aplican con un nivel de detalle suficiente;
- b) *Indicadores de insumos.* El empleo se considera uno de los principales indicadores de insumos y puede utilizarse como variable alternativa para medir la producción. Existen numerosas situaciones en las que la única fuente disponible inmediatamente, si bien no recomendada, es la información sobre las medidas de los insumos. En este caso se supone que las variaciones de la pro-

ducción y de los insumos son proporcionales entre sí. Los compiladores deben ser cautos con respecto al uso de estimaciones basadas en variables referidas a insumos.

7.18. *Índice de volumen de negocios e índice de producción del comercio al por mayor y al por menor.* El objetivo del índice de volumen de negocios es mostrar la evolución del mercado de bienes y servicios. En este sentido, debe tenerse en cuenta que existen diferencias conceptuales importantes entre este índice y el índice de producción de los servicios de comercio al por mayor y al por menor (también llamado índice de producción de los servicios comerciales mayoristas y minoristas). A continuación se exponen las principales diferencias entre ambos índices:

- a) El volumen de negocios incluye las ventas de productos comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron, mientras que los índices de producción de los servicios de comercio al por mayor y al por menor no tienen en cuenta esta variable.
- b) Los bienes producidos (o adquiridos) y almacenados con anterioridad a su venta se incluyen tanto en la producción como en el volumen de negocios, si bien su inclusión se produce en momentos diferentes.
- c) El índice de producción de los servicios de comercio al por mayor y al por menor tiene en cuenta las variaciones de la calidad del servicio comercial prestado.

7.19. Ambos índices son importantes por derecho propio. Mientras el volumen de negocios está recomendado para la compilación en el marco de las estadísticas a corto plazo, la compilación de los índices de producción de los servicios comerciales al por mayor y al por menor solamente tiene sentido en el contexto de las cuentas nacionales, preferiblemente en el marco de los cuadros de oferta y utilización.

7.20. Los índices de producción miden las variaciones que experimenta la producción de servicios según las diversas actividades del comercio de distribución. Uno de los principales incentivos para la compilación de estos índices es su uso como información de entrada en la compilación de las cuentas nacionales trimestrales a modo de estimación apropiada de las variaciones que experimenta a corto plazo el valor añadido bruto de los servicios comerciales al por mayor y al por menor. Por consiguiente, en principio, estos índices deben calcularse como promedios ponderados de la producción de estas actividades utilizando ponderaciones del valor añadido y suponiendo una relación constante a corto plazo entre el valor añadido y la producción. En la práctica, no obstante, puede que no estén disponibles los datos necesarios referidos al valor añadido con el nivel de detalle preciso para los períodos en cuestión. Por consiguiente, si no se dispone del valor añadido, deberían utilizarse medidas alternativas para la elaboración de estos índices, como, por ejemplo, el volumen de negocios.

C. Ajuste estacional

7.21. *Necesidad de contar con estadísticas del comercio de distribución ajustadas según la estacionalidad.* Los datos mensuales y trimestrales sobre las estadísticas del comercio de distribución representan una importante herramienta para la formulación de políticas económicas, el análisis de ciclos económicos, la elaboración de modelos y la formulación de previsiones. No obstante, estos datos suelen caracterizarse por fluctuaciones estacionales y otros efectos relacionados con el calendario y los días hábiles para la actividad comercial, que constituyen obstáculos para una identificación clara de las características de las series temporales, como sus movimientos a corto y a largo plazo, sus puntos de inflexión y su coherencia con otros indicadores económicos. El ajuste es-

tacional es un proceso por el cual las variaciones debidas a las influencias estacionales o del calendario se eliminan de una serie temporal a fin de obtener una mejor comprensión del comportamiento subyacente de dicha serie. La presente sección contiene una breve introducción a los conceptos básicos y a las recomendaciones para la compilación de series temporales ajustadas según la estacionalidad. El *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* (Estadísticas del comercio de distribución: Manual para compiladores), de próxima publicación, ofrecerá orientaciones adicionales sobre esta cuestión. En el apartado 3 *infra* (Efectos del calendario) se exponen los aspectos del ajuste estacional que son de especial interés para las estadísticas del comercio de distribución, como las repercusiones que para la actividad comercial tienen los días hábiles y los días festivos móviles.

7.22. A modo de recomendación general, los países deberían considerar la producción de series ajustadas según la estacionalidad como parte integral de sus programas de mejora continua de la calidad de sus estadísticas sobre el comercio de distribución. Se anima a los países a que comiencen a producir con carácter prioritario series de elementos de datos sobre el comercio de distribución ajustadas según la estacionalidad. El método de ajuste estacional, una vez elegido, no debe ser modificado con frecuencia. En el caso de que sea necesario introducir cambios, éstos deben ser justificados detalladamente.

1. Conceptos básicos para su aplicación en la compilación de datos ajustados según la estacionalidad

7.23. *Series temporales.* Cuando los datos estadísticos se recopilan a intervalos regulares, forman una serie temporal. Un buen ejemplo de serie temporal puede ser el volumen de negocios del comercio al por menor para cada subperíodo del año (semana, mes o trimestre) en un país determinado. En cambio, los datos recopilados sin una frecuencia regular o por una sola vez no constituyen una serie temporal. Existen dos tipos de series temporales: series de flujo y series de existencias. Estas últimas miden la actividad *en un momento* del tiempo, mientras que las primeras miden el nivel de actividad *a lo largo* de un intervalo temporal.

7.24. *Componentes de las series temporales.* Por lo general se considera que una serie temporal se compone de los siguientes elementos:

- a) *El componente de tendencia (T_t)*, que refleja movimientos a largo plazo cuya duración puede ser de muchos años. En general, este componente está asociado con fenómenos estructurales, como acontecimientos institucionales, cambios demográficos y tecnológicos, nuevos métodos de organización, la evolución general de la economía, etcétera. En muchas series, como sucede con las relativas a las ventas al por mayor o al por menor, o a la producción de bienes y servicios, este componente puede ser calificado como el elemento de crecimiento.
- b) *El componente cíclico (C_t)*, que indica la fluctuación en torno a la tendencia, caracterizado por períodos alternativos de expansión y contracción, lo que suele conocerse como ciclos económicos. En buena parte de los trabajos analíticos ambos componentes (tendencial y cíclico) se combinan, puesto que para las series que abarcan un período de tiempo breve, no es posible estimar adecuadamente la tendencia a largo plazo. Por tanto, el componente ciclo-tendencia es la trayectoria subyacente o la dirección general que reflejan los datos, es decir, los movimientos combinados de tendencia a largo plazo y de ciclo económico que los datos implican.
- c) *El componente estacional (S_t)* es un movimiento que tiene lugar dentro del año, que adopta una forma característica para cada serie temporal y representa

el efecto de los sucesos climáticos e institucionales que se repiten más o menos regularmente cada año. Dicho componente incluye los efectos estacionales según su definición estricta y los efectos sistemáticos relacionados con el calendario que no son estables en un intervalo anual, como los de los días hábiles para la actividad comercial o los días festivos móviles (véanse los párrs. 7.36 a 7.42). El efecto estacional, según su definición estricta, es relativamente estable en términos de magnitud. Entre las causas posibles de este efecto cabe citar factores naturales, medidas administrativas o jurídicas, tradiciones sociales o culturales y efectos relacionados con el calendario que sean estables en un intervalo anual (por ejemplo, festividades públicas como la Navidad).

- d) *El componente irregular (I_t)* representa movimientos imprevisibles relacionados con sucesos de todo tipo. Comprende las variaciones residuales debidas a cambios o a sucesos trascendentales, tales como guerras o catástrofes nacionales, que afecten a varias series simultáneamente. En general, el componente irregular tiene una apariencia de aleatoriedad estable y capta efectos imprevisibles, a menos que se disponga de información adicional, en términos de duración, impacto y del momento en que se producen. El componente irregular incluye: a) efectos irregulares en sentido estricto; b) efectos atípicos; c) otros efectos regulares como unas condiciones meteorológicas poco habituales para cada estación, desastres naturales, huelgas, campañas de ventas irregulares, etcétera. Debe tenerse en cuenta, no obstante, que estos efectos se pueden estimar de forma independiente del componente irregular y que es importante realizar dichas estimaciones a fin de garantizar la máxima calidad del ajuste estacional.

7.25. *Ajuste estacional.* El proceso por el cual se estima y se elimina el componente estacional de una serie temporal se conoce como ajuste estacional. Mediante este proceso se eliminan todas aquellas variaciones que son sistemáticas (efectos estacionales) o que guardan relación con el calendario (acontecimientos institucionales que se repiten más o menos regularmente cada año).

2. Principios y modelos destacados de ajuste estacional

7.26. Como regla general, el proceso de ajuste estacional debería llevarse a cabo al final del ciclo del estudio, una vez que éste ha sido diseñado y realizado, que los datos se han recopilado, procesado y editado, y que se han elaborado las estimaciones. Este proceso comienza una vez que se dispone de las estimaciones originales y que se han formado las series temporales de datos originales.

7.27. *Principios básicos del ajuste estacional.* Con objeto de eliminar el componente estacional de una serie temporal, ésta debe descomponerse primero en los componentes que la forman: el ciclo, la tendencia, el componente estacional y el componente irregular, cada uno de los cuales puede estar compuesto a su vez por diversos subcomponentes. Las variaciones estacionales se pueden distinguir de la tendencia por su carácter oscilante; del ciclo económico por presentar una periodicidad anual, y de los componentes irregulares, por ser sistemáticas. Los cuatro componentes citados se pueden combinar de diversas formas. Las combinaciones más comunes se representan a través de dos tipos de modelos de descomposición: el modelo de descomposición aditiva y el de descomposición multiplicativa.

7.28. *Modelo de descomposición aditiva.* El modelo aditivo supone que cada componente de una serie temporal se comporta de manera independiente de los otros. En particular, el tamaño de las oscilaciones estacionales es independiente del nivel de la serie. Por ejemplo, un incremento en el ciclo de tendencia no producirá un aumento en

el componente estacional. Este modelo se utiliza cuando los efectos irregulares y estacionales son independientes del comportamiento de la tendencia, es decir, si los efectos estacionales son los mismos cada año. En este caso, por tanto:

$$X_t = T_t + C_t + S_t + I_t$$

7.29. *Modelo de descomposición multiplicativa.* El modelo multiplicativo suele adoptarse como modelo por defecto en los paquetes de *software* de ajuste estacional. Este modelo supone que los componentes de la serie son interdependientes y, por tanto, que el tamaño de la variación estacional aumenta y disminuye con el nivel de la serie, lo cual es una característica común a la mayoría de las series macroeconómicas. Por ejemplo, un incremento en la tendencia producirá un aumento en la magnitud del componente estacional. En este caso, por tanto:

$$X_t = T_t \cdot C_t \cdot S_t \cdot I_t$$

7.30. *Calidad del ajuste estacional.* El requisito fundamental de la calidad del ajuste estacional es que la serie, una vez ajustada según la estacionalidad, no presente efectos estacionales significativos. La presencia de este tipo de efectos en la serie ajustada o en la serie ajustada una vez eliminada la tendencia (en otras palabras, el componente irregular) es lo que se conoce generalmente como *estacionalidad residual*. A fin de conocer si la serie temporal ajustada según la estacionalidad contiene todavía efectos relacionados con la estacionalidad residual y con los días hábiles para la actividad comercial, debería llevarse a cabo un “diagnóstico espectral” especial para los datos mensuales o para las series trimestrales que sean lo suficientemente largas. En función del paquete utilizado para efectuar el ajuste estacional pueden utilizarse otros diagnósticos para evaluar la presencia de estacionalidad residual.

7.31. Otros requisitos importantes para un buen ajuste estacional son la ausencia de sesgos en el nivel de las series y la estabilidad de las estimaciones. La ausencia de sesgos en el nivel significa que el nivel de la serie debe ser similar para la serie original y para la serie ajustada según la estacionalidad. La estabilidad de las estimaciones hace referencia al hecho de que, a medida de que se disponga de nuevos datos y que éstos se incorporen al procedimiento de estimación, las revisiones de las estimaciones pasadas serán de escasa importancia. La necesidad de efectuar revisiones amplias puede indicar que las estimaciones son erróneas o, incluso, que carecen de sentido.

7.32. *Concepto de ajustes de estacionalidad directos e indirectos.* Muchos datos del comercio de distribución representan agregados o elementos residuales. Por ejemplo, el margen comercial y el valor añadido se calculan por diferencia entre dos componentes. En el primer caso esos componentes son los valores del volumen de negocios y de los productos adquiridos para su reventa; en el caso del valor añadido, los componentes son los valores de la producción y del consumo intermedio. Puede obtenerse una estimación del valor añadido ajustada según la estacionalidad ajustando directamente el valor añadido según la estacionalidad o bien calculando la diferencia entre la producción y el consumo intermedio ajustados según la estacionalidad.

7.33. En la mayoría de las circunstancias, los ajustes directos e indirectos de una serie agregada son diferentes. Existen, sin embargo, algunas situaciones en las que ambos tipos de ajustes coinciden, especialmente si se trata de ajustes aditivos. La mayor adecuación de un ajuste directo o indirecto para un conjunto de series dado dependerá en gran medida del conjunto de series en cuestión. Dado que no hay evidencias teóricas ni empíricas que inclinen la balanza en favor de un enfoque frente al otro, se recomienda a los países que resuelvan esta cuestión caso por caso tras un análisis detallado basado en las características de las series en cuestión y en las restricciones de agregación impuestas por el contexto (cuentas nacionales, desglose geográfico, etcétera). A continuación se expo-

nen algunas orientaciones prácticas acerca de cómo decidirse entre un ajuste estacional directo o indirecto en una serie de casos concretos:

- a) El ajuste estacional indirecto es preferible cuando la serie de componentes que conforman la serie agregada y esta última presentan claramente patrones de estacionalidad diferentes y ofrecen ajustes de buena calidad. En este caso el ajuste estacional indirecto es de mayor calidad que el ajuste directo.
- b) El ajuste estacional directo se aplicará de forma prioritaria cuando la serie de componentes presente patrones de estacionalidad similares y el hecho de sumar las series pueda traducirse en su cancelación debido al ruido estadístico.

7.34. *Valores atípicos en el ajuste estacional.* Los valores atípicos son valores anormales presentes en una serie temporal, generalmente causados por un acontecimiento económico o social que se produce una sola vez. Su localización y corrección con anterioridad al proceso de ajuste constituye una importante determinación de la calidad del ajuste estacional. Resulta esencial distinguir entre los diferentes tipos de valores atípicos, pues el tratamiento de cada uno de ellos es también distinto. Los valores atípicos se dividen en dos grupos: a) errores en los datos, y b) sucesos especiales “auténticos”. El primer paso de cualquier análisis de valores atípicos debe ser la detección y corrección de los errores que contengan los datos en bruto y, a continuación, la detección y corrección de los valores atípicos “auténticos”. La corrección de los valores atípicos tiene la finalidad de evitar que la tendencia resulte distorsionada. El patrón de la tendencia tiene el objetivo de medir el crecimiento de una serie temporal a largo plazo, por lo que no es deseable que responda a un movimiento irregular que tenga lugar una sola vez. Obsérvese que todos los paquetes de ajuste estacional incluyen una opción para la detección y el tratamiento de los valores atípicos, al menos para la parte histórica de la serie. Para los valores más recientes, sin embargo, no es posible llevar a cabo una corrección automática sofisticada.

7.35. *Factores de estacionalidad concurrentes frente a extrapolados.* Para el año en curso, los datos ajustados según la estacionalidad pueden computarse ejecutando el procedimiento de ajuste estacional cada mes o trimestre, o bien utilizando coeficientes extrapolados computados una vez al año. En el primer caso los datos se revisan cada mes o trimestre, mientras en el segundo los datos no se revisan sino una vez al año. Por lo que respecta a la previsión de las series ajustadas según la estacionalidad, el enfoque recomendado es el concurrente, puesto que permite la producción de datos actualizados y ajustados según la estacionalidad al recalcular los valores cada vez que se dispone de nuevos datos. El uso de factores de estacionalidad extrapolados, a pesar de ser el enfoque preferido por algunos usuarios, puede producir resultados sesgados, especialmente cuando se producen acontecimientos imprevistos a lo largo del año. Se recomienda a los países que programen regularmente las revisiones de las series ajustadas según la estacionalidad, preferentemente de conformidad con la política común de revisiones vigente.

3. Efectos relacionados con el calendario

7.36. *Efectos relacionados con el calendario.* Las variaciones asociadas a la composición del calendario desempeñan un importante papel en el análisis de las estadísticas del comercio de distribución. Los efectos del calendario tienen consecuencias regulares que no se producen necesariamente en el mismo mes o trimestre de cada año, pero que pueden identificarse y eliminarse de las series. Entre las consecuencias, las más importantes son aquellas producidas por los efectos relacionados con los días festivos móviles y con las variaciones de los días hábiles para el comercio; esta última categoría representa “efectos dentro del mes”. Dichas variaciones suelen tratarse como de estacionales y deben eliminarse conjuntamente con otras variaciones de carácter estacional al producir las series ajustadas según la estacionalidad.

7.37. *Días festivos móviles.* Los días festivos móviles son festivos cuya fecha exacta cambia sistemáticamente cada año natural del calendario gregoriano, que es el más utilizado en todo el mundo para las series temporales estadísticas. A menudo, la influencia de estos días festivos móviles sobre el comportamiento económico y social puede ser específica de cada país, lo que dificulta su integración en las rutinas y prácticas de las normas. A modo de ejemplos de este tipo de festivos cabe citar la Pascua, el Año Nuevo chino, el Día de Acción de Gracias en Corea o el Ramadán. Por lo general, la Pascua cae en el mes de abril, pero también puede caer a finales de marzo, hecho que puede afectar a diversos tipos de series, como las referidas a la producción industrial o a las ventas del comercio al por menor, especialmente en el hemisferio occidental. El efecto de la Pascua es la variación del volumen de actividad debida al desplazamiento del mes de abril al de marzo cuando esta festividad cae en marzo en lugar de tener lugar, como es habitual, en abril. El Año Nuevo chino tiene un efecto similar al de la Pascua sobre las actividades comerciales, y su magnitud y dirección son previsibles.

7.38. Los días festivos móviles llevan generalmente asociados dos tipos de efectos: *a)* un efecto inmediato asociado al hecho de que ciertos almacenes comerciales de venta al por menor cierran durante los festivos, y *b)* un efecto gradual, asociado al hecho de que el nivel de actividad comercial se ve afectado durante varios días anteriores a los festivos.

7.39. *El efecto de los días hábiles para el comercio.* El efecto de los días hábiles para el comercio es un efecto muy común relacionado con el calendario que, con frecuencia, se ve reflejado en las series temporales económicas, especialmente en las referidas al comercio de distribución. Este efecto depende del número de veces que tiene lugar cada día de la semana en un mes o trimestre dado, así como del número total de días en dicho mes o trimestre. El número de días hábiles para el comercio se ve afectado asimismo por el número de festivos en el período en cuestión que no coincidan con fines de semana. El número de días hábiles para el comercio puede variar no sólo de un período a otro, sino también entre los mismos períodos de años diferentes.

7.40. El efecto de los días hábiles en el comercio se produce cuando el nivel de actividad varía en función de los días de la semana. Las variaciones en dichos días hábiles implican la existencia de un patrón de actividad diario subyacente definido a lo largo de la semana. Este patrón diario ilustra la importancia relativa de los días de la semana. Por ejemplo, si un mes tiene cinco domingos, la serie de datos sobre comercio al por menor se ve afectada por no ser el domingo un día laborable y marca un punto de reducida actividad económica. El número de viernes y sábados también tiene una importancia considerable en estas series, pues en esos días la gente hace la mayor parte de sus compras. Las variaciones en los días hábiles para el comercio están asociadas asimismo con las prácticas contables y de presentación de informes de las unidades de comercio. Los almacenes que llevan a cabo sus actividades de contabilidad los viernes tienden a presentar unos volúmenes de ventas mayores en los meses que tienen cinco viernes que en los que tienen sólo cuatro. Es preciso tener en cuenta los efectos de los días hábiles para el comercio, puesto que estos efectos producen cambios aparentes en el nivel de actividad cuando, de hecho, el nivel subyacente permanece sin cambios.

7.41. *El efecto del número de días en el mes.* Debido a la diferente duración de los meses del año (28, 29, 30 o 31 días), una forma de concretar el efecto de los días hábiles para el comercio es considerar cada mes del año como un bloque de 28 días (con 4 días de cada tipo de día de la semana) más un bloque adicional que contiene 0, 1, 2 o 3 días extras. Si el nivel de actividad de cada tipo de día de la semana fuese constante a lo largo del año, la única diferencia entre los meses de un año dado vendría determinada por el número de días de ese bloque adicional (0, 1, 2 o 3). Por consiguiente, si los meses de junio y julio presentan los mismos niveles de actividad en sus respectivos días de la semana, el nivel de actividad total para julio puede ser mayor que el de junio por el simple hecho de

que julio tiene un día más. Esto se denomina *efecto del número de días en el mes*. En caso de que una serie no esté corregida teniendo en cuenta el número de días hábiles para el comercio, el efecto del número de días en el mes se tendrá en cuenta automáticamente en los factores de estacionalidad. Si la serie ha sido corregida teniendo en cuenta el número de días hábiles para el comercio, la duración del mes también podrá ser tenida en cuenta en los factores de estacionalidad o, alternativamente, en los factores relacionados con los días hábiles para el comercio.

7.42. *Métodos para el ajuste del número de días hábiles para el comercio*. El ajuste de los días hábiles para el comercio puede llevarse a cabo utilizando el método de ajuste proporcional, o bien el de regresión. En el primer caso los efectos de los días hábiles para el comercio se estiman calculando la proporción que representan en el mes o trimestre en cuestión, mientras que bajo el segundo enfoque dichos efectos se estiman mediante un modelo de regresión. Por lo general, los países deben utilizar con carácter preferente el enfoque basado en la regresión como método de ajuste de los días hábiles para el comercio. En cuanto al otro efecto relacionado con el calendario (los días festivos móviles), los paquetes estadísticos incluyen opciones para la observación y el tratamiento de sus efectos sobre el número de días hábiles para el comercio. Pese a que estos paquetes ofrecen calendarios por defecto, se recomienda que en lo tocante al ajuste de los días hábiles para el comercio, los países utilicen calendarios específicos que reflejen su caso concreto, a fin de obtener resultados más precisos.

4. Paquetes de *software* de ajuste estacional

7.43. Los paquetes de ajuste estacional más frecuentemente utilizados pueden agruparse en dos grandes categorías según: *a)* la descomposición de las series temporales de una variable, a saber, técnicas de media móvil; y *b)* modelos explícitos con un número reducido de parámetros para cada componente. Los países deberían elegir entre ambos tipos de paquetes basándose en un análisis profundo de las series temporales, en función del ajuste estacional y/o de la experiencia pasada.

7.44. *Paquetes de ajuste estacional basados en métodos de media móvil*. La mayoría de los métodos de ajuste estacional que emplean las oficinas de estadística pertenecen a la clase de medias móviles. Los métodos de ajuste estacional pertenecientes a esta categoría son en esencia procedimientos descriptivos y no paramétricos, en el sentido de que carecen de modelos paramétricos explícitos para cada componente no observado. Las grandes diferencias informáticas que existen entre los diversos enfoques de esta clase suelen deberse a las diferentes técnicas utilizadas al final de la serie temporal. Al final de las series, algunos métodos utilizan filtros asimétricos, mientras otros amplían las series sirviéndose de modelos autorregresivos integrados de media móvil (ARIMA) y aplican filtros simétricos a las series ampliadas. El enfoque general en esta clase de modelos de media móvil sigue un procedimiento de estimación iterativa cuyo fundamento está basado en una serie de medias móviles. Los censos X-11/X-12 y los modelos ARIMA se encuentran entre las técnicas de ajuste estacional basadas en métodos de media móvil.

7.45. *Paquetes de ajuste estacional basados en métodos que utilizan modelos*. El enfoque basado en modelos requiere establecer modelos separados para los componentes tendencial, estacional e irregular de la serie temporal original. Eso supone que el componente irregular es “ruido blanco”. Las grandes diferencias informáticas entre los diversos métodos del enfoque basado en modelos suelen deberse a la especificación de los propios modelos. En algunos casos los modelos para los componentes se diseñan directamente, mientras que en otros se establece el modelo para la serie original y los modelos de los componentes se derivan de aquél. Entre los programas de ajuste estacional basados en modelos se encuentran, por ejemplo, TRAMO-SEATS, STAMP y BV4.

7.46. *Diagnóstico del ajuste estacional.* Los programas proporcionan un conjunto de diagnósticos para evaluar el resultado de la fase de diseño del modelo y el de la de ajuste estacional, que deberían utilizarse. Dichos diagnósticos abarcan desde pruebas avanzadas dirigidas a expertos que busquen poner a punto el tratamiento de series complejas hasta pruebas sencillas, que, como mínimo, deberían ser utilizadas por todos los usuarios de los programas. Aunque los programas se usan a veces como una “caja negra” sin utilizar los diagnósticos, no deberían usarse de ese modo, dado que muchas de las pruebas indicadas pueden comprenderse fácilmente.

7.47. *Longitud mínima que debe tener una serie temporal para poder efectuar un ajuste estacional.* Por lo general se requieren datos de un período de cinco años y una estacionalidad relativamente estable como longitud mínima de la serie para obtener unas estimaciones correctamente ajustadas en función de la estacionalidad. Para las series que muestren movimientos estacionales particularmente notorios y estables puede ser posible obtener estimaciones ajustadas según la estacionalidad basadas únicamente en una serie de datos de tres años. No obstante, se requerirá una longitud mayor de la serie para identificar con mayor precisión el patrón de estacionalidad y para ajustar la serie a las variaciones del calendario (es decir, a los días hábiles para el comercio y a los días festivos móviles), a las rupturas de la serie, a los valores atípicos y a los acontecimientos concretos que puedan haberla afectado y que puedan dificultar una correcta identificación del patrón de estacionalidad de la serie. Si un país ha sufrido cambios estructurales importantes que han producido alteraciones radicales en sus patrones de estacionalidad, quizá no sea posible realizar el ajuste estacional de sus datos hasta muchos años después de la ruptura de la serie. En tales casos puede que sea necesario realizar por separado el ajuste estacional de los períodos anterior y posterior a la ruptura de la serie.

7.48. *Ajuste estacional y coherencia con los datos anuales.* Los totales anuales basados en los datos ajustados según la estacionalidad no serán automáticamente (ni conceptualmente) iguales a los totales anuales correspondientes basados en los datos originales sin ajustar. El número de días laborables, el impacto de los festivos móviles y otros efectos relacionados con el calendario varían de un año a otro. De manera similar, la estacionalidad móvil implica que el impacto del efecto estacional, en sentido estricto, también variará de un año a otro. Por tanto, desde el punto de vista conceptual, para las series que presenten efectos importantes relacionados con el calendario o con la estacionalidad móvil, los totales anuales de una serie ajustada según la estacionalidad *deberían ser distintos* de los de la serie sin ajustar. En tales casos, la coherencia con la serie anual se logrará a expensas de la calidad del ajuste estacional y podría ser conceptualmente errónea.

7.49. Sin embargo, en algunos casos concretos como, por ejemplo, a efectos de las cuentas nacionales o de los desgloses geográficos, podría ser necesario mantener las restricciones de aditividad a fin de garantizar la coherencia de los datos. En estos casos debe “obligarse” a que los totales anuales de la serie ajustada según la estacionalidad sean iguales al total anual de la serie sin ajustar. Los modelos X-11-ARIMA y X-12-ARIMA ofrecen opciones que permiten obligar a que los totales anuales de los datos ajustados según la estacionalidad sean iguales a los totales originales.

7.50. *Política de revisión y reestimación de modelos ARIMA.* Una cuestión importante relacionada con los métodos basados en modelos concierne a la frecuencia con que se realiza la redefinición y reestimación de los modelos ARIMA a medida que se dispone de nuevos datos. La estabilidad de los modelos y sus parámetros asociados depende de la naturaleza de las series. En principio, los modelos ARIMA cambian lentamente a lo largo del tiempo, mientras que los parámetros asociados a estos modelos son más sensibles a los nuevos datos. En estos casos el enfoque recomendado consiste en rediseñar el modelo una vez al año y reestimar los parámetros cada vez que se lleve a cabo un ajuste estacional.

7.51. *Difusión de los datos y ajuste estacional.* Una vez eliminada la estacionalidad y todos los efectos relacionados con el calendario pueden presentarse los datos del comercio de distribución en forma ajustada según la estacionalidad o en forma de ciclo-tendencia. La diferencia entre ambas maneras reside en el componente irregular. Por lo general se recomienda a los países que pongan a disposición de los usuarios tanto las series originales como las ajustadas según la estacionalidad. La difusión de otras series depende de los intereses de los usuarios y de sus necesidades, así como de la propia capacidad del país. Por ejemplo, los datos ajustados según la estacionalidad suelen considerarse de carácter más informativo con fines de análisis univariable y multivariable, mientras los datos expresados en forma de ciclo-tendencia, en principio, están recomendados para representaciones gráficas y para series caracterizadas por un alto grado de volatilidad.

7.52. *Datos parcialmente ajustados.* Algunos países publican como “datos no ajustados según la estacionalidad” datos en los que en realidad sí se han corregido efectos estacionales, como el número de días laborables. Debe tenerse en cuenta que los datos parcialmente ajustados pueden llevar a equívocos y ofrecen una utilidad analítica limitada. En primer lugar, los datos presentados como no ajustados según la estacionalidad no deben haber sido objeto de ningún tipo de ajuste, mostrando aquello que efectivamente ha sucedido, y tampoco haber sido ajustados parcialmente para corregir algunos efectos estacionales. Los efectos relacionados con los días laborables o con los días hábiles para el comercio forman parte de la variación estacional general de las series, y el ajuste de esos efectos debe tratarse como parte integral del proceso de ajuste estacional y no como un proceso independiente. En segundo lugar, los ajustes según el número de días laborables efectuados fuera del contexto del ajuste estacional suelen llevarse a cabo empleando métodos simples que no resultan apropiados en el caso, por ejemplo, de coeficientes fijos basados en la relación entre el número de días laborables en el mes o el trimestre y el número de días laborables en un mes o trimestre corriente. Los países deben hacer todo lo posible por abandonar esas prácticas. No obstante, de publicarse datos parcialmente ajustados, deberá proporcionarse la correspondiente nota explicativa a fin de advertir a los usuarios de las limitaciones de esos datos. Es importante que los procedimientos de ajuste estacional se documenten correctamente y se incluyan en los metadatos de las estadísticas del comercio de distribución.

D. Análisis comparativo

1. Necesidad de realizar análisis comparativos en las estadísticas del comercio de distribución

7.53. Las características comunes de las estadísticas a corto plazo (mensuales y trimestrales) son su ámbito reducido y su bajo nivel de precisión y detalle. Puede haber diferencias en la cobertura de las unidades, en el grado de detalle de los elementos de datos incluidos, o de las actividades, o de las áreas geográficas representadas, etcétera. Así, las estadísticas a corto plazo, en comparación con los datos anuales más completos, están expuestas al sesgo derivado de factores como el error de muestreo, las diferencias en la utilización del registro de actividades empresariales (versiones diferentes de dicho registro, métodos de extrapolación, reclasificación de establecimientos, etcétera) y a los diferentes métodos de contabilidad mensual, trimestral y anual utilizados por los encuestados. La presente sección trata sobre los procesos involucrados en la producción de datos óptimos a corto plazo sobre el comercio de distribución que a su vez sean coherentes con los datos anuales. La expresión general utilizada para denominar estos procesos es “desagregación temporal”, y sus variantes comunes son la interpolación y el análisis comparativo.

7.54. El *análisis comparativo*, que hace referencia al caso en el que hay dos fuentes de datos para una misma variable objetivo con diferentes frecuencias, se ocupa de corregir las incoherencias entre las diferentes estimaciones, como, por ejemplo, las existentes entre las estimaciones a corto plazo del volumen de negocios del sector del comercio de distribución y las estimaciones anuales de esta misma variable. Estas diferencias se deben a la obtención de ambas estimaciones a través de fuentes diferentes. El análisis comparativo puede aplicarse a series de datos históricas (distribución), en las que las estimaciones mensuales o trimestrales deben añadirse a final de año a los nuevos niveles obtenidos por las estimaciones anuales, o a series progresivas (extrapolación), en las que la serie temporal en cuestión se amplía con estimaciones mensuales o trimestrales cuando no se dispone aún de datos anuales.

7.55. La *interpolación* se refiere al caso en el que no existen datos originales mensuales (o trimestrales), y los totales anuales se distribuyen entre los meses (o trimestres) utilizando un indicador alternativo para el patrón mensual (o trimestral) cuando esto sea posible, o bien un algoritmo simple de ajuste de curva en caso contrario. Puede obtenerse un patrón de interpolación a corto plazo a partir de los datos de encuestas previas (que ya no se lleven a cabo) o de variables alternativas, así como mediante funciones matemáticas simples.

7.56. *Objetivos del análisis comparativo*. La principal finalidad del análisis comparativo es combinar las ventajas relativas de los datos de baja frecuencia con las de los datos de alta frecuencia, protegiendo en lo posible los movimientos a corto plazo en los datos originales bajo las restricciones impuestas por las referencias adoptadas. Los datos de baja frecuencia y los de alta frecuencia pueden obtenerse a partir de los censos realizados o de encuestas por muestreo más precisas, de datos administrativos o de una combinación de las fuentes anteriores. Debe tenerse en cuenta que la cuestión del análisis comparativo también surge cuando se utilizan datos anuales —cuando se lleva a cabo una encuesta sólo cada unos cuantos años— y cuando se utilizan datos mensuales —cuando éstos datos deban compararse con las estimaciones trimestrales—.

2. Principios y métodos fundamentales para el análisis comparativo

7.57. *Relación entre la referencia y el indicador*. Para un año cualquiera, es esencial garantizar la coherencia entre las estimaciones anuales e infraanuales de los niveles de cualquier variable. Para comprender la relación que existe entre los datos anuales y los mensuales o trimestrales, resulta útil observar la relación de la referencia anual con respecto a la suma de los 12 valores mensuales (o de los cuatro trimestrales) del indicador, es decir, la relación anual entre el indicador y la referencia establecida. Por lo general, el valor de esta relación es distinto de 1 si las estimaciones se han obtenido a partir de fuentes de datos con frecuencias diferentes.

7.58. En el marco de la relación entre el indicador y la referencia, el indicador determina el movimiento de las estimaciones a corto plazo, mientras los datos anuales determinan el nivel general de las estimaciones y su evolución a largo plazo. La relación entre el indicador y la referencia suele variar de un año a otro, si bien es necesario introducir ajustes a fin de que dicha relación arroje siempre el valor 1.

7.59. La relación entre el indicador y la referencia puede reflejar también la relación existente entre los niveles de la encuesta por muestreo y los niveles de población anuales. Considérese, por ejemplo, una situación en la que se selecciona una muestra de empresas comerciales que abarquen un 20% (*sm*) de las ventas a la población (*SM*) mensualmente. Así, para cada mes, el total poblacional se estima a través de la expresión $SM = sm * 100/20$. La relación entre el indicador y la referencia en este caso sería 100/20, es decir, 5,0; sin embargo, el coeficiente de 100/20 quedará obsoleto en cuanto la mues-

tra pierda su representatividad. Por consiguiente, cuando se disponga de datos completos (SA) de un censo de empresas anual, es probable que estos datos difieran de la suma de las ventas de los 12 meses (SM).

7.60. *Métodos de análisis comparativo.* Existen dos grandes enfoques para realizar el análisis comparativo de las series temporales: un enfoque puramente numérico y otro basado en modelos estadísticos. El primero de ellos se diferencia del enfoque basado en modelos estadísticos en que no especifica un modelo estadístico que refleje el comportamiento supuesto de las series temporales. El enfoque numérico abarca el método de prorrata y los métodos de la familia de los mínimos cuadrados, es decir, la familia de métodos Denton. El enfoque basado en modelos estadísticos incluye los modelos ARIMA y diversos tipos de modelos de regresión⁴⁸. A continuación se describen brevemente los métodos del enfoque numérico que se usan con más frecuencia. Próximamente se publicará *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* (Estadísticas del comercio de distribución: Manual para compiladores), que ofrecerá orientaciones adicionales sobre la aplicación de las técnicas de análisis comparativo.

7.61. *Método de distribución mediante prorrata y el problema de las fases.* Para cualquier año de referencia para el que se disponga de estimaciones anuales de una variable dada puede calcularse la relación entre el índice y la referencia. Habitualmente esta relación es distinta de 1, y para corregir el sesgo de la relación basta con distribuir los datos anuales de acuerdo con la distribución de los valores mensuales o trimestrales de la variable, es decir, se trata de efectuar una distribución según el método de prorrata en los meses o trimestres. Como resultado de ello, el método de prorrata conserva la evolución proporcional dentro de cada año. Sin embargo, las relaciones entre los indicadores y las referencias para años adyacentes son distintas y el ajuste mediante el método de prorrata introduce una discontinuidad potencialmente elevada entre el último mes (o trimestre) de un año y el primero del año siguiente. Es lo que se conoce como “problema de las fases”. La técnica de distribución mediante prorrata representa el método de análisis comparativo más sencillo, si bien, debido al problema de las fases, no se recomienda para la conciliación de los datos de frecuencia alta y baja sobre el comercio de distribución.

7.62. *La familia de métodos Denton de análisis comparativo.* El método Denton es una forma integrada de tratar ambos aspectos del análisis comparativo (la distribución y la extrapolación). La familia de métodos de análisis comparativo Denton se compone de numerosas versiones. Los métodos de esta familia se basan en el principio de conservación del movimiento, que requiere lo siguiente: *a*) el crecimiento mes a mes (o trimestre a trimestre) de la serie mensual ajustada y de la serie mensual (o trimestral) original debe ser lo más parecido posible; o bien *b*) el ajuste efectuado en meses adyacentes debe ser lo más parecido posible. El requisito fundamental de esta técnica es que el cálculo debe estar basado en el indicador mensual o trimestral original (sin revisión ni ajuste estacional). Habitualmente, la incorporación de nuevos datos anuales para un año exige la revisión de las estimaciones mensuales o trimestrales previamente publicadas, dado que la corrección del sesgo del indicador se extiende a lo largo de varios períodos; es decir, no se limita a un único año. En la práctica, el impacto de la aplicación de los métodos Denton de análisis comparativo se vuelve insignificante una vez transcurridos tres o cuatro años.

7.63. El método proporcional Denton se prefiere a las demás versiones del método de la familia Denton porque: *a*) su aplicación es considerablemente más sencilla; *b*) produce en la mayoría de las situaciones prácticas aproximadamente las mismas estimaciones para las series temporales retroactivas que las obtenidas a través de las otras versiones; y *c*) brinda un marco sencillo y eficiente para la extrapolación utilizando el método proporcional Denton mejorado, que tiene plenamente en cuenta la existencia de cualquier sesgo sistemático (o la inexistencia de tal sesgo) en la tasa de variación interanual del indicador.

⁴⁸ Puede encontrarse una exposición detallada de estos métodos, así como un análisis pormenorizado del *software* disponible para la conciliación en Eurostat, *Handbook on Quarterly National Accounts* (Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 1999); y en Adriaan M. Bloem, Robert J. Dippelsman and Nils Ø. Maehle, *Quarterly National Accounts Manual: Concepts, Data Sources, and Compilation* (Washington, D.C., FMI, 2001).

7.64. La técnica proporcional Denton es relativamente sencilla y resulta muy apropiada para aplicaciones de gran escala; como tal, se considera adecuada para el análisis comparativo en la esfera de las estadísticas del comercio de distribución. La principal característica de esta técnica en particular es que, mediante la aplicación del método de mínimos cuadrados, reduce al mínimo las diferencias en los ajustes relativos en la evolución mes a mes (o trimestre a trimestre) de la relación entre un indicador y la referencia entre la serie comparada y el indicador. Esto significa que este método suaviza también las variaciones del crecimiento mes a mes o trimestre a trimestre de la serie del indicador y, a partir de las relaciones observadas entre el indicador y su correspondiente referencia, construye una serie temporal de las relaciones entre las estimaciones y el indicador comparadas mensual o trimestralmente. Esta técnica puede utilizarse particularmente para evitar el problema de las fases, es decir, la distorsión de la serie temporal mensual o trimestral asociada a la aplicación del método de distribución mediante prorrata (véase el párrafo 7.61), causada principalmente por el cambio de una relación entre indicador y referencia a otra. La aplicación práctica de la técnica proporcional Denton, no obstante, no requiere la utilización de programas informáticos especiales.

3. Análisis comparativo y compilación de las estadísticas del comercio de distribución

7.65. Se anima a los países a que consideren el análisis comparativo como una parte integral del proceso de compilación de estadísticas del comercio de distribución a corto plazo y a que lo lleven a cabo con un nivel de detalle de compilación suficiente. En la práctica esto puede implicar la realización de un análisis comparativo de diferentes series por fases, de modo que los datos de algunas de estas series, una vez comparadas, se utilizan para estimar otras series, seguidas por una segunda o una tercera ronda de comparaciones. La ejecución real del análisis variará en función de las particularidades que presente cada caso. Los problemas asociados a la aplicación práctica del análisis comparativo se discutirán en el *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* (Estadísticas del comercio de distribución: Manual para compiladores), que se publicará próximamente. En la actualidad, no obstante, los países pueden considerar los siguientes puntos a modo de orientaciones a la hora de llevar a cabo el análisis comparativo de los datos del comercio de distribución:

- a) Las estimaciones de una variable obtenidas con frecuencias distintas han de ser coherentes, a fin de no confundir a los usuarios.
- b) Tan pronto como se disponga de nuevos datos anuales, las estimaciones mensuales o trimestrales se alinearán con ellos.
- c) Deberán conservarse las tasas de crecimiento de las series de indicadores.
- d) La importancia de utilizar unos métodos adecuados de análisis comparativo aumenta cuando los indicadores trimestrales muestran una desviación considerable con respecto a los datos anuales. En este sentido, es necesario examinar la coherencia entre las estimaciones de las fuentes de datos anuales e infra-anuales; dicho examen podría identificar sesgos u otros problemas y ayudaría a perfeccionar las prácticas de estimación y compilación para ambas fuentes.
- e) Los métodos de análisis comparativo deben ser revisados regularmente.
- f) Deben evitarse los métodos mecánicos de distribución de las diferencias entre las estimaciones mensuales o trimestrales y las anuales, como la distribución mediante prorrata, pues introducen fases entre los diferentes años.
- g) La mejora de la precisión de las estadísticas a corto plazo, lograda a través del análisis comparativo, puede permitir disminuir el tamaño de las muestras y

reducir así los costos y/o brindar oportunidades para mejorar la agilidad de obtención de los datos.

7.66. *Análisis comparativo y revisiones.* A fin de evitar introducir distorsiones en las series, la incorporación de nuevos datos anuales para un año dado requerirá generalmente acometer una revisión de los datos publicados previamente durante varios años con objeto de proteger al máximo los movimientos de las series infraanuales a corto plazo. Este es un rasgo básico de todos los métodos de análisis comparativo aceptables. Sin embargo, en la práctica, en la mayor parte de los métodos de análisis comparativo el impacto de la introducción de nuevos datos anuales disminuirá gradualmente hasta cero para períodos suficientemente distantes. A modo de recomendación práctica, los países podrían permitir que se revisen al menos dos de los tres últimos años precedentes (y posteriores) cada vez que se disponga de nuevos datos anuales.

7.67. *Análisis comparativo y calidad.* Una aplicación más amplia de las técnicas de análisis comparativo tiene un papel muy importante que desempeñar en la mejora de la calidad de las estadísticas del comercio de distribución. De hecho, las características fundamentales del análisis comparativo guardan una relación muy estrecha con las dimensiones de la calidad, como la precisión, la agilidad y la coherencia. A corto y medio plazo, cuando la disponibilidad de recursos es limitada y la capacidad de las oficinas estadísticas para ampliar la recopilación de datos es restringida, estas técnicas a menudo tienen éxito a la hora de suplir las carencias producidas por la falta de datos y de superar las deficiencias existentes. A largo plazo, cuando la calidad de los datos depende en gran medida de la disponibilidad y la calidad de las fuentes de datos básicas, las técnicas de análisis comparativo pueden desempeñar un papel muy relevante en la optimización del uso de los datos disponibles.

7.68. *Análisis comparativo y ajuste estacional.* Como se ha expuesto en la sección C *supra*, el análisis comparativo también se utiliza en el contexto del ajuste estacional. El ajuste estacional de una serie temporal mensual o trimestral puede causar discrepancias entre las sumas anuales de las series originales y las correspondientes sumas anuales de las series ajustadas según la estacionalidad, especialmente en el caso de series que presenten efectos importantes relacionados con el calendario o estacionalidad móvil (véanse los párrafos 7.48 y 7.49). A fin de satisfacer determinadas restricciones relacionadas con la geografía o con las cuentas nacionales, estas series ajustadas según la estacionalidad deberán compararse con las sumas anuales de las series originales. En este caso, como regla general, deberá efectuarse el análisis comparativo al final del ciclo de la encuesta, una vez que los datos se hayan recopilado, procesado y editado y que se hayan producido las estimaciones. El proceso de análisis comparativo comienza una vez que se dispone de las estimaciones originales y que se han formado las series temporales de datos originales. En la mayoría de los casos el análisis comparativo se lleva a cabo antes que el proceso de ajuste estacional, con objeto de poner a punto la serie original que se utilizará como entrada para el proceso de ajuste estacional. En algunos casos, sin embargo, el análisis comparativo se efectúa sobre los datos ajustados según la estacionalidad. Por ejemplo, la necesidad de que exista coherencia con los datos anuales (por motivos geográficos o relacionados con las cuentas nacionales) puede requerir la realización del análisis comparativo dentro del proceso de ajuste estacional.

Capítulo VIII

Metadatos y calidad de los datos

A. Mejora de la calidad de los datos del comercio de distribución

8.1. *Medición de la calidad de las estadísticas del comercio de distribución.* Los datos sobre las estadísticas del comercio de distribución representan el producto final de un complejo proceso que incluye varias fases, desde la recopilación y el procesamiento de los datos hasta la compilación y la difusión de las estadísticas. La medición de la calidad de las estadísticas del comercio de distribución tiene por misión proporcionar a los usuarios información suficiente para juzgar si los datos ofrecen o no un nivel adecuado de calidad para el uso que tienen previsto hacer de ellos, es decir, para juzgar su “aptitud para ser utilizados”. Los usuarios de los datos deben poder verificar, por ejemplo, que el marco conceptual y las definiciones que satisfarían sus necesidades particulares con respecto a los datos son los mismos, o suficientemente parecidos, a los utilizados a la hora de recopilar y procesar los datos. Asimismo, los usuarios deben tener la posibilidad de evaluar hasta qué punto la precisión de los datos es coherente con el uso que pretenden hacer de ellos o con la interpretación que tienen previsto extraer. Todas las medidas que adopte una oficina estadística con objeto de garantizar la calidad de la información estadística constituyen medidas de gestión de la calidad.

8.2. *Marcos de evaluación de la calidad de los datos.* La mayoría de las organizaciones internacionales y de los países han desarrollado definiciones de calidad que destacan las diferentes dimensiones (aspectos) de la calidad y de la medición de la calidad, y las han integrado en sus marcos de evaluación de la calidad⁴⁹. Pese a que los marcos actuales de evaluación de la calidad difieren en cierta medida en lo tocante a sus enfoques sobre la calidad, el número, el nombre y el alcance de las dimensiones de la calidad (véase el gráfico VIII.1 en la página siguiente), son mutuamente complementarios y proporcionan estructuras completas y flexibles para la evaluación cualitativa de una amplia gama de estadísticas. Por ejemplo:

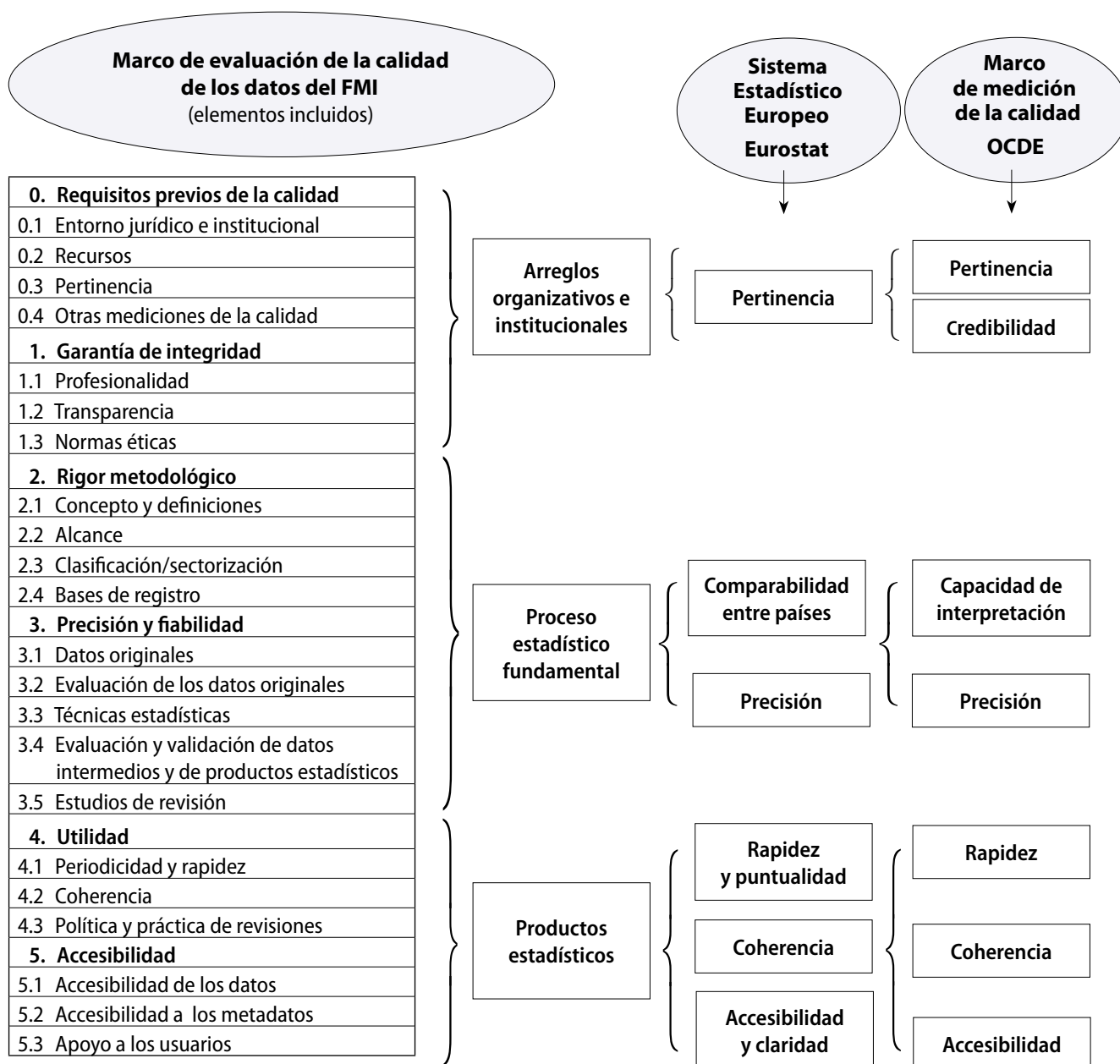
- a) El *Marco de evaluación de la calidad de los datos*, del Fondo Monetario Internacional (FMI) adopta un enfoque holístico en su aproximación a la calidad de los datos, e incluye la gobernanza de los sistemas estadísticos y los procesos y productos estadísticos fundamentales. Este marco está organizado según una estructura en cascada que abarca los requisitos previos y cinco dimensiones de la calidad: garantía de integridad, rigor metodológico, precisión y fiabilidad, utilidad y accesibilidad;
- b) El *Sistema Estadístico Europeo* se centra en mayor medida en los productos estadísticos y define la calidad de las estadísticas en referencia a seis criterios: pertinencia, precisión, rapidez y puntualidad, accesibilidad y claridad, comparabilidad y coherencia;

⁴⁹ Véase Marco de evaluación de la calidad de los datos, del Fondo Monetario Internacional (<http://dsbb.imf.org/Applications/web/dqrs/dqrsdqaf/>); Eurostat, Grupo de Trabajo: “Assessment of quality in statistics”, “Definition of quality in statistics” (documento Eurostat/A4/Quality/03/General/Definition), elaborado para la sexta reunión (Luxemburgo, 2 y 3 de octubre de 2003); Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, Dirección de Estadística, “Quality framework for OECD statistics” (París, junio de 2002); Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, Oficina Nacional de Estadística, *Guidelines for Measuring Statistical Quality*, versión 3.1 (Londres, 2007); *Statistics Canada’s Quality Assurance Framework* (Ottawa, septiembre de 2002); *Statistics Finland, Quality Guidance for Official Statistics*, 2a. ed. rev. (Helsinki, 2007), y otros.

- c) El *marco de medición de la calidad* de la OCDE considera la calidad como un concepto con múltiples facetas. Al igual que en el caso del enfoque del Eurostat, las características de la calidad dependen de las perspectivas, las necesidades y las prioridades de los usuarios, que varían según el grupo de usuarios de que se trate. La calidad se analiza desde siete dimensiones: pertinencia, precisión, credibilidad, rapidez, accesibilidad, capacidad de interpretación y coherencia.

Gráfico VIII.1

Relación entre el Marco de evaluación de la calidad de los datos del Fondo Monetario Internacional, la definición de calidad del Sistema Estadístico Europeo y el Marco de medición de la calidad, de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos



Fuente: Lucie Laliberte (FMI), Werner Grunewald and Laurent Probst (Eurostat), "Data quality: A comparison of IMF's Data Quality Assessment Framework (DQAF) and Eurostat's quality definition", enero de 2004. La columna de la derecha, que muestra la relación con el Marco de medición de la calidad de la OCDE, es una contribución de la División de Estadística de las Naciones Unidas.

8.3. El objetivo general de los tres marcos de evaluación de la calidad es normalizar y sistematizar la medición de la calidad de las estadísticas y la presentación de informes en los diferentes países. Estos marcos permiten llevar a cabo una evaluación de las prácticas nacionales tomando como referencia los enfoques estadísticos internacionalmente (o regionalmente) aceptados para la medición de la calidad. Los marcos de medición de la calidad pueden utilizarse en diversos contextos, como, por ejemplo *a)* para guiar los esfuerzos de los países en pos del fortalecimiento de sus sistemas estadísticos, proporcionándoles una herramienta de autoevaluación y un medio para identificar posibles áreas de mejora; *b)* con fines de asistencia técnica; *c)* revisiones de ámbitos estadísticos concretos por parte de organizaciones internacionales; y *d)* evaluación por parte de otros grupos de usuarios de datos.

8.4. *Dimensiones de la calidad.* Las oficinas nacionales de estadística pueden tomar la decisión de aplicar uno de los marcos existentes para realizar la evaluación de cualquier tipo de estadística, inclusive las estadísticas relativas al comercio de distribución, ya sea directamente o mediante el desarrollo (basándose en esos marcos) de marcos nacionales de evaluación de la calidad adecuados a sus circunstancias y a sus prácticas específicas. Las siguientes dimensiones de la calidad, que reflejan una perspectiva amplia y, en consecuencia, han sido incorporadas en la mayor parte de los marcos existentes, deberían tenerse en cuenta a la hora de desarrollar marcos de evaluación de la calidad para medir y elaborar informes sobre la calidad de las estadísticas en general y de las del comercio de distribución en particular: requisitos previos de la calidad, pertinencia, credibilidad, precisión, rapidez, rigor metodológico, coherencia y accesibilidad. A continuación se describen con mayor detalle:

- a) Requisitos previos de la calidad.* Los requisitos previos de la calidad hacen referencia a todas las condiciones institucionales y organizacionales que influyen en la calidad de las estadísticas del comercio de distribución. Entre los elementos incluidos en esta dimensión se incluyen la base jurídica para la compilación de los datos; la adecuación del intercambio de datos y la coordinación entre las diferentes agencias productoras de datos; la garantía de confidencialidad; la adecuación de los recursos humanos, financieros y técnicos para la aplicación de los programas de las estadísticas del comercio de distribución y la aplicación de medidas encaminadas a garantizar su uso eficiente; y la sensibilización sobre la calidad.
- b) Pertinencia.* La pertinencia de las estadísticas del comercio de distribución refleja el grado en que satisfacen las necesidades reales de los usuarios. Por consiguiente, la medición de la pertinencia requiere la identificación de los grupos de usuarios y de sus necesidades. Las oficinas estadísticas deben buscar el equilibrio entre las diferentes necesidades de los usuarios actuales y potenciales con miras a elaborar un programa que vaya lo más lejos posible en la satisfacción de las necesidades más importantes de los usuarios tanto en términos de cobertura como de contenido de los datos del comercio de distribución, dada la limitación de recursos. Los indicadores de pertinencia son las solicitudes de los usuarios, los estudios de satisfacción de los usuarios y sus resultados, y las brechas descubiertas entre los intereses de los usuarios claves y las estadísticas compiladas en el campo del comercio de distribución por lo que respecta a los conceptos, la cobertura y el grado de detalle de estas estadísticas.
- c) Credibilidad*⁵⁰. La credibilidad de las estadísticas del comercio de distribución hace referencia a la confianza que otorgan los usuarios a los datos proporcionados, basándose en la imagen de la oficina o agencia estadística que los produce. La confianza de los usuarios se gana con el tiempo. Un aspecto importante de la credibilidad es la confianza en la objetividad de los datos, que implica

⁵⁰ Esta dimensión se conoce con el nombre de garantía de integridad en el Marco de evaluación de la calidad de los datos del FMI.

que existe la percepción de que éstos son producidos de forma profesional de acuerdo con normas estadísticas adecuadas, y que las políticas y prácticas adoptadas son transparentes. Los datos, por ejemplo, no deben ser manipulados ni el momento de su publicación depender de presiones políticas.

- d) *Precisión.* La precisión de las estadísticas del comercio de distribución se refiere al grado en que los datos estiman o describen correctamente las cantidades o las características para cuya medición fueron diseñados. La precisión es un concepto que abarca numerosas facetas, y en la práctica no es posible evaluarla a través de un solo agregado ni de una medición única. En general, su caracterización se lleva a cabo en términos de errores en las estimaciones estadísticas, y tradicionalmente se descompone en dos elementos: sesgo (error sistemático) y varianza (error aleatorio), pero también abarca la descripción de cualquier proceso que las oficinas estadísticas hayan emprendido con objeto de reducir los errores de medición. En el caso de estimaciones del comercio de distribución basadas en encuestas por muestreo, la precisión puede medirse a través de los indicadores siguientes: cobertura, errores de muestreo, errores por falta de respuesta, errores de respuesta, de procesamiento, de medición o de modelo. Las revisiones y los estudios de revisión de las estadísticas del comercio de distribución realizados a intervalos regulares se consideran un indicador de credibilidad.
- e) *Rapidez.* La rapidez de las estadísticas del comercio de distribución es una función que depende de la cantidad de tiempo que exista entre el final del período de referencia en el que se obtienen los datos y la fecha en la que se publiquen los datos. El concepto de rapidez se aplica por igual a los datos estructurales y a corto plazo, dado que la única diferencia es el marco temporal. La rapidez está estrechamente relacionada con la existencia de un calendario de publicación, que puede incluir un conjunto de fechas de publicación para las diversas estadísticas o bien implicar un compromiso de publicar datos sobre el comercio de distribución dentro de un plazo establecido tras la recepción de dichos datos. Por lo general, este factor suele llevar consigo la búsqueda del equilibrio con respecto a la precisión: a mayor rapidez, menor precisión, y viceversa. La rapidez de la información influye también en su pertinencia. La puntualidad es otro aspecto incluido en la rapidez; refleja la cantidad de tiempo que transcurre entre la fecha de publicación establecida y la fecha efectiva en que se difunden los datos sobre el comercio de distribución.
- f) *Rigor metodológico.* El rigor metodológico es una dimensión que abarca la aplicación de las normas, directrices y buenas prácticas internacionales en la producción de las estadísticas del comercio de distribución. La adecuación de las definiciones y de los conceptos, de las poblaciones objetivo, de las variables y de la terminología subyacentes a los datos, así como la información que describa las limitaciones de éstos, en su caso, determinan en gran medida el grado de respeto de las normas internacionales por parte de un conjunto de datos concreto. Los metadatos proporcionados junto con las estadísticas del comercio de distribución desempeñan un papel crucial a la hora de evaluar el rigor metodológico de los datos. Estos metadatos informan a los usuarios acerca de hasta qué punto las variables utilizadas para sus estimaciones se encuentran próximas a la variable objetivo (cualquiera de los elementos de datos, por ejemplo). Cuando existan diferencias significativas, debería ofrecerse una explicación acerca de en qué medida dichas diferencias podrían introducir un sesgo en la estimación de los elementos de datos. El rigor metodológico guarda una relación cercana con la capacidad de interpretación de los datos, que de-

pende de todas las características de la información sobre el comercio de distribución anteriormente mencionadas y refleja la facilidad con la que el usuario podrá comprender, utilizar y analizar correctamente los datos.

- g) *Coherencia*. La coherencia de las estadísticas del comercio de distribución refleja el grado en que los datos guardan una conexión lógica y son mutuamente coherentes, es decir, el grado en el que pueden reunirse con éxito con otra información estadística dentro de un marco analítico amplio así como a lo largo del tiempo. El uso de conceptos, clasificaciones y poblaciones objetivo estándar facilita la coherencia, al igual que la utilización de una metodología común en las diferentes encuestas. La coherencia, que no implica necesariamente una total consistencia numérica, incluye cuatro importantes subdimensiones:
- i) *Coherencia interna del conjunto de datos*. Implica que los elementos de datos fundamentales estén basados en conceptos, definiciones y clasificaciones compatibles y que puedan combinarse sin perder su sentido. Para las estadísticas del comercio de distribución esta subdimensión rige la necesidad de que todos los elementos de datos sean compilados de conformidad con las bases metodológicas de las recomendaciones presentadas en las Recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución, 2008 (IRDTS, 2008).
 - ii) *Coherencia entre los diferentes conjuntos de datos*. La coherencia implica que los datos de los diferentes conjuntos deben estar basados en conceptos, definiciones y clasificaciones comunes. La coherencia entre las estadísticas del comercio de distribución y las estadísticas industriales, así como la coherencia de las estadísticas del comercio de distribución con las cuentas nacionales quedará garantizada si todos los conjuntos de datos están basados en unos mismos conceptos, definiciones, principios de valoración, clasificaciones, etcétera, y siempre que cualquier diferencia se explique y sea admisible.
 - iii) *Coherencia a lo largo del tiempo*. Esta subdimensión implica que los datos estén basados en conceptos, definiciones y una metodología comunes a lo largo del tiempo. Esta propiedad se cumplirá si, por ejemplo, se compila una serie temporal completa de datos sobre el comercio de distribución con base en las recomendaciones de las IRDTS, 2008. En caso contrario, se recomienda a los países que indiquen claramente las divergencias con respecto a las Recomendaciones.
 - iv) *Coherencia entre países*. Esta subdimensión implica que los datos estén basados en conceptos, definiciones y una metodología comunes en los diferentes países. La coherencia de las estadísticas del comercio de distribución entre países puede depender de en qué medida se hayan adoptado las recomendaciones de las IRDTS, 2008.
- h) *Accesibilidad*. La accesibilidad de las estadísticas del comercio de distribución se refiere a la facilidad con que dichas estadísticas pueden obtenerse de la oficina de estadística, incluida la facilidad con que dicha información puede validarse, así como la adecuación de la forma o de los medios de difusión a través de los que pueda accederse a la información. Entre otros aspectos relacionados con la accesibilidad se encuentran también la accesibilidad de los metadatos y la existencia de servicios de asistencia al usuario. La accesibilidad exige el desarrollo de un calendario de publicación (véase el párrafo 9.13) de manera que los usuarios sabrán con antelación suficiente cuándo y dónde estarán disponibles los datos y el modo de acceder a ellos.

8.5. Las dimensiones anteriores de la calidad se solapan y están interconectadas entre sí, por lo que guardan una relación compleja. Las medidas encaminadas a abordar o a modificar un determinado aspecto de la calidad tenderán a afectar a otros aspectos. Cabe la posibilidad, por ejemplo, de que exista un conflicto entre la búsqueda de la estimación más precisa del volumen de negocio total anual de las unidades de comercio y la capacidad para ofrecer dicha información a tiempo y cuando todavía sea de interés para los usuarios. Se recomienda que si, al compilar un conjunto de datos dado sobre las estadísticas del comercio de distribución, los países no tienen capacidad para responder simultáneamente a los requisitos de precisión y rapidez, elaboren una estimación provisional en un plazo breve tras el final del período de referencia que debe estar basada en un contenido de datos menos completo. Dicha estimación podrá complementarse posteriormente con información basada en datos más completos, aunque ya no será tan oportuna como la versión provisional. En ausencia de conflicto entre estas dos dimensiones de la calidad, obviamente no será necesario producir este tipo de estimaciones.

8.6. La medición de la calidad de cualesquiera datos estadísticos, incluidas las estadísticas referentes al comercio de distribución, no es una tarea sencilla. Los problemas se derivan de las dificultades involucradas en la cuantificación de los niveles de cada una de las dimensiones individuales y en la agregación de los niveles de todas las dimensiones. En esas circunstancias es imposible inferir una única medición cuantitativa de la calidad. En ausencia de una medida única, se anima a los países a que utilicen un sistema de indicadores/medidas de calidad (véase la sección B a continuación) de manera de desarrollar sus propios marcos de evaluación de la calidad basados en los enfoques y en las dimensiones anteriormente descritos y en sus circunstancias económicas concretas, y a que publiquen regularmente informes de calidad como parte de sus metadatos. El marco de calidad ofrece a las oficinas de estadística un enfoque práctico sobre la provisión de datos que satisfagan las necesidades de los diferentes usuarios, mientras que el suministro de una información de calidad permite a los usuarios juzgar por sí mismos si un conjunto de datos cumple sus requisitos particulares en materia de calidad. Se recomienda llevar a cabo una revisión de la calidad de las estadísticas del comercio de distribución cada cuatro o cinco años (o incluso con una frecuencia mayor) si se producen cambios significativos en la metodología o en las fuentes de datos.

B. Indicadores de calidad frente a medidas de calidad directas

8.7. *Medidas de calidad.* Las medidas de calidad se definen como aquellos elementos que miden directamente un aspecto concreto de la calidad. Por ejemplo, la demora en el tiempo desde la fecha de referencia hasta el momento de la publicación de una estadística concreta sobre el comercio de distribución constituye una medida directa de la calidad. No obstante, en la práctica, el cálculo de muchas medidas de la calidad puede ser complejo o costoso, por lo que, en lugar de estas medidas, pueden utilizarse indicadores de calidad. Ambos —las medidas de calidad y los indicadores de calidad— pueden complementarse o actuar como sustitutivos en la medición de la calidad deseada.

8.8. *Indicadores de calidad.* Los indicadores de calidad son datos cuantitativos sintéticos que proporcionan pruebas acerca de la calidad o el nivel de los datos producidos por las agencias estadísticas nacionales e internacionales y están vinculados al logro de determinados objetivos o metas. A diferencia de las estadísticas ordinarias en bruto, los indicadores de calidad suelen conceptualizarse con respecto a un punto de referencia y, estructurados de ese modo, pueden ayudar a realizar diferentes tipos de comparaciones.

8.9. Los indicadores de calidad suelen consistir en información que es un producto secundario del proceso estadístico. Estos indicadores no miden directamente la

calidad, pero pueden proporcionar información suficiente para evaluarla. En lo tocante a la precisión, por ejemplo, es prácticamente imposible medir el sesgo derivado de la falta de respuesta, dado que puede ser muy difícil y costoso determinar las características de las personas que no responden a una encuesta. En este caso, suele utilizarse a menudo la tasa de respuesta como indicador de calidad alternativo a fin de proporcionar una medida del posible alcance del sesgo derivado de la falta de respuesta.

8.10. No se pretende afirmar que deban abordarse todas las dimensiones de la calidad para todos los datos. En lugar de ello, se anima a los países a que seleccionen aquellos indicadores y/o medidas de la calidad que puedan proporcionar conjuntamente una evaluación de las fortalezas, limitaciones y usos apropiados que presenta, en general, un conjunto de datos determinado. Determinados tipos de medidas e indicadores de calidad se producirán para cada elemento de datos; por ejemplo, la tasa de respuesta para el volumen de negocios total (véase el elemento de datos 5.1) se calculará con cada nueva estimación. Alternativamente, otros elementos de datos se producirán una sola vez para todos los elementos de datos y únicamente será preciso recalcularlos si se produce algún cambio. A modo de ejemplo de este último caso, considérese la descripción de los enfoques de los estudios con respecto a la recopilación de datos para la dimensión de la calidad denominada “rigor metodológico” (véase el párrafo 8.4. f)), que sería de aplicación a todos los elementos de datos de las estadísticas del comercio de distribución.

8.11. *Definición de indicadores de calidad.* Cuando los países definan sus indicadores de calidad para las estadísticas del comercio de distribución, se recomienda que se cercioren de que tales indicadores satisfagan los criterios siguientes: a) los indicadores abarcan todas o parte de las dimensiones de la calidad anteriormente definidas; b) la metodología empleada para su compilación está bien definida; y c) los indicadores son fáciles de interpretar.

8.12. *Tipos de indicadores de calidad.* Los indicadores de calidad pueden clasificarse según su importancia como sigue:

- a) *Indicadores clave*, que deberían satisfacer los criterios expuestos en el párrafo 8.11. A modo de ejemplos de indicadores clave, cabe citar el coeficiente de variación, que mide la precisión de las estadísticas del comercio de distribución obtenidas a partir de encuestas por muestreo, o el retardo temporal entre el final del período de referencia y la fecha de primera publicación de los datos, que mide la rapidez de las estadísticas del comercio de distribución.
- b) *Indicadores de apoyo*, que cumplen los criterios expuestos en el párrafo 8.11 en la medida en que se consideren importantes como medidas indirectas de la calidad de los datos. Un indicador de este tipo es, por ejemplo, el tamaño promedio de las revisiones llevadas a cabo entre las estimaciones provisionales y finales de un conjunto de datos determinado, que mide la precisión de las estadísticas del comercio de distribución.
- c) *Indicadores para profundizar en el análisis*, que están sujetos a un examen y a un debate más profundos por parte de las oficinas de estadística. Tras un cuidadoso análisis de las capacidades de sus oficinas estadísticas y de los recursos disponibles, algunos países pueden tomar la decisión, por ejemplo, de llevar a cabo una encuesta de satisfacción de los usuarios y calcular un índice de satisfacción de los usuarios para medir la pertinencia de las estadísticas del comercio de distribución.

8.13. Se recomienda a los países que presten una atención especial al equilibrio entre las diferentes dimensiones de la calidad y al número de indicadores que utilizan. El objetivo de la medición de la calidad es disponer de un conjunto de indicadores limitado (mínimo) que pueda utilizarse para medir la calidad de los datos del comercio de

distribución y realizar un seguimiento de la calidad de dichos datos producidos por las oficinas estadísticas a lo largo del tiempo, además de garantizar que los usuarios dispongan de un resumen útil sobre la calidad global de los datos y evitar así sobrecargar a los encuestados exigiéndoles que aporten una cantidad exagerada de metadatos referentes a la calidad.

8.14. *Conjunto mínimo de medidas/indicadores de calidad.* El cuadro VIII.1 *infra* presenta un conjunto limitado de indicadores clave⁵¹ que se anima a los países a utilizar regularmente a fin de medir la calidad de sus estadísticas del comercio de distribución. Su utilización es muy sencilla y estos indicadores ofrecerán al usuario una visión clara y actualizada del nivel general de calidad de las estadísticas del comercio de distribución.

⁵¹ Pueden consultarse más indicadores de calidad en: Código de buenas prácticas de las estadísticas europeas, en: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=2273,1,2273_47140765&_dad=portal&_schema=PORTAL; así como en el sitio web del Marco de evaluación de la calidad de los datos del FMI, en: <http://dsbb.imf.org/Applications/web/dqrs/dqrsdqaf/>; y Oficina Nacional de Estadística del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, *Guidelines for Measuring Statistical Quality* [Directrices para la medición de la calidad de las estadísticas], en: <http://www.statistics.gov.uk/StatBase/Product.asp?vlnk=13578>.

C. Metadatos sobre las estadísticas del comercio de distribución

8.15. *Contenido de los datos estadísticos.* Los datos estadísticos suelen constar de:

- Microdatos:* Datos sobre las características de las unidades de una población dada, como, por ejemplo, establecimientos comerciales, recogidos mediante un censo o una encuesta.
- Macrodatos:* Datos obtenidos a partir de los microdatos mediante agrupación o agregación de éstos, como el número total de establecimientos o el valor añadido total.
- Metadatos:* Datos descriptivos de los microdatos, de los macrodatos o de otros metadatos.

Cuadro VIII.1

Indicadores clave para la medición de la calidad de las estadísticas del comercio de distribución

Dimensión de calidad		Indicador/medida de calidad
Pertinencia	R ₁	Identificación de lagunas entre los intereses de los usuarios clave y las estadísticas del comercio de distribución en términos de conceptos, cobertura y grado de detalle
	R ₂	Encuestas de satisfacción de los usuarios realizadas
Precisión	A ₁	Errores de muestreo — Coeficiente de variación
	A ₂	Errores no debidos al muestreo — Tasa de respuesta de las unidades — Tasa de respuesta de los elementos
	A ₃	Tasa de respuesta sobre la cantidad (porcentaje de las ventas totales declarado)
	A ₄	Número y tamaño promedio de las revisiones de los datos del comercio de distribución
Rapidez	T ₁	Retardo temporal entre el final del período de referencia y la fecha de primera publicación (o de publicación de los resultados finales) de los datos del comercio de distribución
Rigor metodológico	MS ₁	Número y tasas de divergencia con respecto a las normas estadísticas internacionales pertinentes en cuanto a los conceptos y procedimientos de medición empleados en la recopilación/compilación de las estadísticas del comercio de distribución
Coherencia	CO ₁	Comparación y utilización conjunta de datos relacionados sobre el comercio de distribución procedentes de diferentes fuentes
Accesibilidad	AC ₁	Número y tipos de medios utilizados para la difusión de las estadísticas del comercio de distribución
	AC ₂	Conjuntos de datos de las estadísticas del comercio de distribución puestos a disposición de los usuarios, según modalidad de difusión, como porcentaje del total de los conjuntos de datos producidos para las estadísticas del comercio de distribución

8.16. *Metadatos.* El término metadatos se emplea para definir toda la información utilizada para describir otros datos. Así, una definición muy breve de lo que son los metadatos sería “datos sobre datos”. Las descripciones de los metadatos van más allá de la forma y el contenido puros de los datos y abarcan hechos administrativos relacionados con los datos (quién los creó y cuándo lo hizo), así como la manera como se recopilaron y se procesaron antes de su difusión o de su almacenamiento en una base de datos. Además, los metadatos facilitan una búsqueda y una localización eficientes de los datos.

8.17. *Metadatos estadísticos.* Los metadatos estadísticos describen o documentan datos estadísticos, es decir, microdatos, macrodatos u otros metadatos. Facilitan el intercambio, la consulta y la comprensión de los datos estadísticos a lo largo de la vida de éstos. Asimismo, se refieren a las descripciones metodológicas relativas al modo en que se recopilan y se manipulan los datos. En el caso de los elementos de datos de las estadísticas del comercio de distribución, por ejemplo, los metadatos incluyen el nombre del elemento de datos, la unidad de la que se haya obtenido la información, las fuentes de datos, información sobre las clasificaciones utilizadas y las posibles rupturas de la serie, así como las definiciones y metodologías utilizadas para su compilación. Los metadatos son fundamentales para la interpretación de los datos estadísticos. Si no se contase con metadatos adecuados sería imposible llegar a una plena comprensión de los datos estadísticos.

8.18. *Metadatos y calidad.* Entre los metadatos y la calidad existe una relación bidireccional. Por un lado, los metadatos describen la calidad de las estadísticas, mientras que por otro, los metadatos son en sí mismos un componente de la calidad, lo que mejora la disponibilidad y la accesibilidad de los datos estadísticos.

8.19. *Usuarios y usos de los metadatos.* Para cualquier conjunto de datos existen numerosos tipos de usuarios y de usos. La extensa gama de usuarios y usos posibles implica la necesidad de responder a un amplio espectro de requisitos con respecto a los metadatos. En particular, las oficinas estadísticas, en su calidad de proveedores de datos, deben poner a disposición de los usuarios una cantidad suficiente de metadatos para permitir a todos los usuarios —*todos* significa los más sofisticados y los menos sofisticados— evaluar fácilmente los datos y su calidad. Se recomienda a los países que acepten la segmentación de los usuarios en grupos y que adopten un enfoque por niveles por lo que respecta a la presentación de los metadatos, de modo que cada nivel sucesivo proporcione un nivel de detalle superior al anterior. Como segmentación mínima, se recomienda establecer los dos niveles siguientes para los metadatos:

- a) *Metadatos estructurales*, presentados como parte integral de los cuadros de datos.
- b) *Metadatos de referencia*, que ofrezcan detalles sobre el contenido y la calidad de los datos, y que podrían acompañar a los cuadros o presentarse por separado a través de Internet o de publicaciones ocasionales.

8.20. *Uso de metadatos para fomentar la comparabilidad internacional de los datos.* Los metadatos proporcionan un mecanismo que posibilita la comparación de las prácticas nacionales en la compilación de las estadísticas, lo que puede ayudar y alentar a los países a aplicar las normas internacionales y a adoptar las mejores prácticas en la compilación de las estadísticas en ámbitos concretos. Una mayor armonización de los enfoques adoptados por los diferentes países mejorará la calidad y la cobertura generales de los indicadores estadísticos clave.

8.21. *Fines de los metadatos de las estadísticas del comercio de distribución.* La finalidad fundamental de los metadatos de las estadísticas del comercio de distribución es ayudar a los usuarios de esas estadísticas a interpretar, comprender y analizar los datos, incluso aunque no hayan participado en el proceso de producción de éstos. En otras palabras, las estadísticas del comercio de distribución deberían ayudar a los usuarios a transformar los datos estadísticos en información. Los metadatos de las estadísticas del

comercio de distribución también son de utilidad para los productores de estadísticas. Los nuevos conocimientos obtenidos mediante la interpretación de los datos pueden contribuir a mejorar tanto la producción (a través de una reducción de los costos y una mejora de la calidad de los datos) como la difusión de éstos (mediante la difusión de datos completos, oportunos, accesibles y fiables).

8.22. *Componentes de los metadatos.* Con el fin de difundir unas estadísticas completas sobre el comercio de distribución, sus correspondientes metadatos deberían abarcar los seis grandes componentes que a continuación se enumeran: *a)* cobertura, periodicidad y rapidez de obtención de los datos; *b)* acceso por parte del público; *c)* integridad de los datos difundidos; *d)* calidad de los datos; *e)* resumen de la metodología, y *f)* formatos de difusión. Cada uno de estos componentes puede caracterizarse por unos pocos elementos que pueden vigilarse y que pueden ser observados por los usuarios de las estadísticas.

8.23. Se anima a los países a que concedan una alta prioridad al desarrollo de metadatos y a que consideren su difusión como una parte integral de la de sus estadísticas sobre el comercio de distribución. Además, teniendo en cuenta el enfoque integrado sobre la compilación de estadísticas económicas, se recomienda también el desarrollo y la adopción de un sistema coherente y de un enfoque estructurado en relación con los metadatos en todas las áreas que abarcan las estadísticas económicas, centrados en la mejora de su cantidad y de su cobertura.

8.24. Varias organizaciones internacionales, como el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat) y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) han desarrollado normas referentes a los metadatos y han recopilado este tipo de datos para diferentes áreas estadísticas. La futura publicación *Distributive Trade Statistics: Compilers Manual* (Estadísticas del comercio de distribución: Manual para compiladores) ofrecerá orientaciones adicionales sobre los metadatos en el ámbito de las estadísticas del comercio de distribución. Las normas técnicas y las directrices sobre el contenido de la iniciativa Intercambio de Datos Estadísticos y Metadatos (SDMX)⁵² proporcionan formatos y nomenclaturas comunes para el intercambio de datos estadísticos y metadatos utilizando la tecnología moderna. Se recomienda difundir los datos y los metadatos nacionales a través de la tecnología web y utilizando las normas propuestas por la iniciativa SDMX como medio para reducir la carga internacional a la hora de elaborar los informes correspondientes.

⁵² Para obtener información adicional sobre la iniciativa SDMX, véase: <http://www.sdmx.org/>.

Capítulo IX

Difusión

A. Presentación de informes nacionales

9.1. *Difusión de datos.* La difusión de los datos es una de las principales actividades en las que participan las oficinas nacionales de estadística. Se trata de un medio no sólo de proporcionar información estadística de alta calidad a los encargados de la formulación de políticas, a la comunidad empresarial y a otros usuarios, sino también de motivar a los encuestados a participar en los estudios estadísticos. Aunque las oficinas nacionales de estadística tienen la capacidad jurídica para recopilar y difundir la información estadística, también tienen el deber de proteger la confidencialidad de los encuestados.

9.2. *Secreto estadístico.* La mayor parte de la información sobre las unidades estadísticas individuales clasificada en la sección G de la CIIU, Rev.4, y que es recopilada directamente por las oficinas estadísticas u obtenida a partir de otras fuentes se considera información confidencial. El secreto estadístico es necesario para ganarse y conservar la confianza tanto de los potenciales encuestados como de los usuarios de la información estadística.

9.3. El principio 6 de los Principios fundamentales de las estadísticas oficiales de las Naciones Unidas sienta la base para gestionar el secreto estadístico. Dicho principio dispone lo siguiente:

Los datos que reúnan los organismos de estadística para la compilación estadística, ya sea que se refieran a personas naturales o jurídicas, deben ser estrictamente confidenciales y utilizarse exclusivamente para fines estadísticos.

9.4. Las disposiciones legales que rigen el secreto estadístico en el ámbito nacional están establecidas en la legislación estadística de cada país y en el resto de reglamentos públicos complementarios. Las definiciones de secreto estadístico y las normas para el acceso a los microdatos pueden variar de un país a otro, si bien deben ser coherentes con este principio fundamental. Esto resulta particularmente pertinente en el caso de países en los que la distinción entre el uso de microdatos con fines estadísticos y no estadísticos no cuenta con una tradición prolongada o no esté contemplada en ley alguna.

9.5. Por lo general, los datos sobre el comercio de distribución son difundidos por las oficinas nacionales de estadística en forma de cuadros estadísticos. El secreto estadístico queda garantizado si los datos tabulados no permiten identificar directa ni indirectamente las unidades estadísticas, por lo que no se revela información individual. La identificación directa es posible cuando una celda refleja únicamente los datos de una sola unidad estadística, al tiempo que existe la posibilidad de que se produzcan casos de identificación indirecta si pueden obtenerse datos individuales a partir de datos difundidos (debido, por ejemplo, a que una celda recoge datos de un número muy reducido de unidades, o al dominio de una o dos unidades en una celda). Con el fin de determinar si

53 Véase la definición del Eurostat sobre el secreto estadístico, en el capítulo V (Secreto estadístico) del Reglamento (CE) No. 322/97 del Consejo, de 17 de febrero de 1997, sobre la estadística comunitaria, y en el Reglamento No. 1588/90 del Consejo, de 11 de junio de 1990, relativo a la transmisión a la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas de las informaciones amparadas por el secreto estadístico.

54 Véase "Principios y directrices para la gestión de la confidencialidad estadística y el acceso a los microdatos", documento de antecedentes preparado para la Comisión de Estadística en su trigésimo octavo período de sesiones, celebrado en Nueva York del 27 de febrero al 2 de marzo de 2007 (<http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2007.htm>).

se puede identificar una unidad estadística, deben tenerse en cuenta todos los medios de los que un tercero podría servirse para identificarla⁵³.

9.6. *Control de la divulgación de la información estadística.* Las técnicas de control de la divulgación de la información estadística se definen como el conjunto de métodos empleados para reducir el riesgo de revelar información sobre las unidades individuales. Aunque la aplicación de estos métodos tiene lugar en la fase de difusión, estas técnicas resultan pertinentes en todas las fases del proceso de producción estadística.

9.7. Las técnicas de control de la divulgación de la información estadística relacionadas con la fase de difusión suelen basarse en una restricción de la cantidad de los datos publicados o en la modificación de la propia publicación de datos. Los métodos de control de la divulgación de información tienen la finalidad de lograr un equilibrio óptimo entre la mejora de la protección del secreto estadístico y la reducción de la calidad de los datos. Los diferentes tipos de datos plantean distintos problemas de secreto estadístico y, por consiguiente, requieren inevitablemente soluciones diferentes. Con base en las directrices internacionales disponibles⁵⁴ en esta materia, se alienta a los países a que desarrollen métodos propios de control de la divulgación de la información estadística que respondan a sus circunstancias concretas. El párrafo 9.8 presenta algunos ejemplos de los métodos de protección utilizados con mayor frecuencia.

9.8. *Métodos para proteger el secreto estadístico.* Como primer paso en el control de la divulgación de datos tabulares es preciso identificar las celdas que contengan información confidencial. Éstas son las celdas que puedan revelar, ya sea de forma directa o indirecta, información sobre las unidades estadísticas individuales (véase el párrafo 9.5). Entre las prácticas más habituales para evitar la divulgación de datos confidenciales se encuentran las siguientes:

- a) *Agregación.* En un cuadro, una celda que contiene información confidencial se agrega con otra celda y a continuación la información se difunde de forma agregada y sin distinguir cada una de las celdas. A menudo esto se traduce, por ejemplo, en una agrupación de datos del comercio de distribución al nivel de clase de la CIU que son confidenciales con datos de otra clase, y en su presentación y difusión al nivel de grupo de la CIU.
- b) *Supresión.* La supresión implica la eliminación de registros de una base de datos o de un cuadro que contengan datos confidenciales. Este método permite a los estadísticos evitar la publicación de valores presentes en celdas confidenciales, publicando los valores originales en las otras celdas (supresión primaria). El hecho de suprimir sólo una celda en un cuadro significa, no obstante, que no podrá efectuarse el cálculo de los totales para los niveles mayores a aquel al que pertenezca esa celda. En ese caso deberán suprimirse algunas celdas adicionales a fin de garantizar la protección de los valores que se encuentren bajo las celdas primarias, lo que lleva a una supresión secundaria.
- c) *Otros métodos.* El redondeo controlado y la perturbación representan técnicas más sofisticadas en la protección de la confidencialidad de los datos. El redondeo controlado permite a los estadísticos modificar el valor original de cada celda redondeándolo al alza o a la baja hasta un múltiplo cercano a un número que se toma como base. La perturbación constituye una variante de la técnica del redondeo controlado que utiliza la programación lineal.

9.9. En los casos en los que los países prefieran utilizar el método de supresión para proteger el secreto de los datos del comercio de distribución, se recomienda que cualquier dato considerado confidencial se exponga con todo detalle en el siguiente nivel de clasificación que proteja adecuadamente su confidencialidad —si los datos se presentan por actividades— o en el siguiente nivel de agregación —en el caso de cualquier otra

característica—. Aparte de proteger el secreto estadístico, esta técnica debe reducir al mínimo la pérdida de información.

9.10. *Confidencialidad de empresas complejas.* En el caso de las grandes empresas comerciales es preciso adoptar medidas especiales por lo que respecta a la confidencialidad. En general, las unidades de gran tamaño pueden identificarse más fácilmente que las pequeñas y tienen una probabilidad mayor de resultar seleccionadas en los estudios referidos al comercio; además, es muy probable que sus datos dominen los totales en varias celdas, permitiendo de este modo la identificación de dichas unidades.

9.11. *Reglas de confidencialidad para los datos del comercio de distribución.* Las reglas dirigidas a proteger la confidencialidad de los datos del comercio de distribución deben ser coherentes con la legislación y la práctica de los diferentes países. Como mínimo, deberán tenerse en cuenta los dos factores siguientes al definir las reglas de confidencialidad: *a)* número de unidades en una celda de un cuadro, y *b)* dominio de la aportación de una o varias unidades al valor total de una celda. Las oficinas nacionales de estadística serán las encargadas de adoptar una decisión con respecto a la definición exacta de los criterios de confidencialidad; por ejemplo, en términos del número de unidades por cada celda y el porcentaje de dominancia. En casos individuales cabe la posibilidad de relajar las reglas de confidencialidad solicitando a los encuestados dominantes que autoricen a la oficina estadística a divulgar los datos.

9.12. *Internacionalización de la confidencialidad.* Los datos recopilados y difundidos por las organizaciones internacionales dependen en gran medida de la calidad y la integridad de la información que les suministren los países involucrados. Por consiguiente, el problema de la confidencialidad trasciende la dimensión nacional, para convertirse en una cuestión de alcance internacional. Hay diferentes razones para considerar que la confidencialidad en los datos es un elemento de primer orden a efectos estadísticos. Tres de ellas son: *a)* el alto grado de interés por realizar comparaciones internacionales; *b)* la internacionalización de los usuarios de los datos estadísticos (incluidas las organizaciones internacionales), y *c)* el aumento del volumen de datos difundidos a través de Internet. Como consecuencia de todo ello, se está produciendo un incremento de la demanda de datos (en algunos casos incluso de los microdatos) nacionales a un nivel muy detallado.

9.13. *Calendario de difusión de datos.* La producción de la información estadística suele enfrentarse a la dificultad de encontrar un equilibrio entre la rapidez con la que se elabora la información y la precisión y el grado de detalle de los datos que se publican. Por consiguiente, un factor crucial para el mantenimiento de unas buenas relaciones entre las oficinas nacionales de estadística como productores de estadísticas sobre el comercio de distribución y la comunidad de usuarios que utilizarán esas estadísticas es la elaboración de un calendario adecuado de compilación y publicación de los datos. Dado que este elemento es importante para medir la rapidez, que es una de las dimensiones de la calidad de las estadísticas del comercio de distribución (véase el párrafo 8.4 *e*)), se recomienda a los países que desarrollen y anuncien con antelación las fechas exactas en las que se publicarán las estadísticas sobre el comercio de distribución. El avance del calendario de publicación debería publicarse al comienzo de cada año en la página web de la oficina estadística nacional.

9.14. Entre los elementos más importantes que deben tenerse en cuenta al determinar el calendario de compilación y publicación de las estadísticas del comercio de distribución cabe destacar:

- a)* El momento en que se recopilan los datos iniciales de las principales encuestas sobre el comercio de distribución.
- b)* Hasta qué punto están sujetos a revisión los datos derivados de las principales fuentes.

- c) El tiempo necesario para la elaboración de los documentos importantes en materia de política económica nacional que necesitan los datos sobre el comercio de distribución.
- d) Las modalidades de difusión de los datos (comunicados de prensa, papel o formato electrónico).

9.15. La rapidez de publicación de los datos iniciales mensuales, trimestrales y anuales sobre el comercio de distribución varía enormemente de un país a otro, hecho que refleja fundamentalmente las diferentes perspectivas en relación con el equilibrio entre rapidez, fiabilidad y precisión. De conformidad con las buenas prácticas estadísticas, se anima a los países a publicar sus datos mensuales iniciales 45 días después del final del mes en cuestión; sus datos trimestrales, 3 meses después de finalizar el trimestre, y sus datos anuales, 18 meses después de la finalización del año al que se refieran los datos. Los datos mensuales y trimestrales deberían hacer referencia a un mes o trimestre diferenciado. La mayoría de los países utilizan un sistema separado para la compilación de las estadísticas anuales sobre el comercio de distribución. En ese caso los datos del cuarto trimestre (o del mes duodécimo) deben publicarse por derecho propio y no deberían obtenerse por diferencia entre los totales anuales y la suma de los tres primeros trimestres (o de los 11 primeros meses).

9.16. *Revisiones de datos.* Las revisiones constituyen una parte esencial de las prácticas nacionales en lo tocante a la compilación de las estadísticas del comercio de distribución. Su producción es consecuencia del intercambio entre la rapidez de publicación de los datos y su fiabilidad, precisión e integridad. Para resolver estos problemas, las oficinas estadísticas compilan datos provisionales que, posteriormente, son revisados cuando se dispone de información nueva y más precisa. Pese a que, en general, las revisiones repetidas pueden percibirse como un reflejo negativo de la fiabilidad de los datos oficiales sobre el comercio de distribución, el intento de evitarlas produciendo datos muy precisos pero también con una gran tardanza tampoco logrará, en última instancia, satisfacer las necesidades de los usuarios. Es importante resaltar que las revisiones de los datos sobre el comercio de distribución se llevan a cabo para beneficio de sus usuarios, con el fin de proporcionarles datos lo más rápidamente y con la mayor precisión posibles. Las revisiones afectan tanto a las estadísticas anuales sobre el comercio de distribución como a los datos a corto plazo, pero su importancia es mayor para los datos de este último grupo.

9.17. *Motivos que llevan a la revisión de datos.* Con carácter general, existen dos tipos de revisiones: *a)* revisiones derivadas de procedimientos estadísticos “normales” (por ejemplo, disponibilidad de nueva información, la introducción de cambios en la metodología o en la fuente de datos, el cambio del año base, etcétera), y *b)* revisiones en forma de corrección de errores cometidos en la fuente de datos o durante el procesamiento de éstos. En el caso de las revisiones estadísticas normales (también llamadas revisiones habituales), los países deberían elaborar una política de revisiones. En un momento cualquiera del tiempo, las oficinas de estadística deciden llevar a cabo una revisión especial, aparte de las revisiones normales a las que se someten los datos estadísticos, con el fin de reevaluar los datos o de investigar en profundidad alguna nueva estructura económica. Estas revisiones se llevan a cabo a intervalos de tiempo más largos e irregulares. Con frecuencia, pueden requerir la introducción de cambios en las series temporales, que pueden implicar la revisión de dichas series incluso desde su origen, con el fin de no perder coherencia metodológica. Se recomienda obligar a las oficinas estadísticas nacionales a notificar estas revisiones a los usuarios con antelación. Dicha notificación debe incluir los motivos de la revisión y proporcionar información sobre las repercusiones de las revisiones de los datos que se vayan a acometer.

9.18. *Política de revisiones.* A fin de abordar las cuestiones relacionadas con las revisiones de los datos del comercio de distribución, se anima a los países a que desarro-

llen una política de revisiones bien diseñada, rigurosamente gestionada y adecuadamente coordinada con otros ámbitos de estadísticas. El desarrollo de una política de revisiones debería ir encaminado a no evitar las revisiones sino, más bien, a proporcionar a los usuarios la información necesaria para manejar las revisiones de manera más sistemática. Los usuarios consideran la ausencia de coordinación y de planificación de las revisiones como un problema de calidad. Las características fundamentales de una política de revisiones bien diseñada son el hecho de contar con un calendario predefinido, una razonable estabilidad de un año a otro, su apertura, la notificación anticipada de motivos y efectos y un fácil acceso por parte de los usuarios a series temporales suficientemente largas de datos revisados, así como la inclusión de la documentación pertinente acerca de las revisiones en las publicaciones y en las bases de datos estadísticas.

9.19. *Prácticas recomendadas para las revisiones de datos.* Una buena política de revisiones goza de reconocimiento como un aspecto importante de la buena gobernanza en el ámbito de la estadística, pues no sólo ayudará a los usuarios nacionales de los datos, sino que también fomentará la coherencia internacional. Con miras a ayudar a aquellos países que no hayan diseñado aún una política de esta naturaleza, se recomienda seguir las buenas prácticas siguientes⁵⁵:

- a) Deberían celebrarse consultas con los usuarios a fin de conocer sus puntos de vista sobre las prácticas de revisión.
- b) Los usuarios deberían tener acceso inmediato a una declaración breve y clara referente a cuándo y por qué motivos se tiene previsto llevar a cabo las revisiones.
- c) El ciclo actual de revisiones debería ser relativamente estable entre un año y otro.
- d) Deberían llevarse a cabo revisiones conceptuales y metodológicas importantes cada cuatro o seis años, buscando el equilibrio entre la necesidad de cambio y las demandas de los usuarios.
- e) Las revisiones deberían abarcar varios años atrás, a fin de garantizar la coherencia de las series temporales.
- f) Los usuarios deberían tener fácil acceso a la documentación sobre las revisiones.
- g) Debería recordarse a los usuarios la magnitud de las revisiones probables con base en la experiencia anterior.
- h) Cuando se cometa un error en el procesamiento o en la elaboración de un informe, la revisión correspondiente debería llevarse a cabo de manera ágil y transparente.

9.20. *Formatos de difusión.* Un aspecto básico para que las estadísticas sobre el comercio de distribución sean útiles es la disponibilidad de los datos y, en consecuencia, su amplia difusión. Los datos se pueden difundir a través de publicaciones en papel o electrónicas. Se recomienda a los países que elijan el formato que mejor se ajuste a las necesidades de sus usuarios. Por ejemplo, los comunicados de prensa sobre las estadísticas del comercio de distribución deben difundirse a través de medios que faciliten su redifusión por parte de los medios de comunicación de masas, mientras las estadísticas más completas o detalladas deberán difundirse a través de formatos electrónicos y/o de papel. Si los recursos lo permiten, puede organizarse y facilitarse el acceso a las estadísticas actuales y a las series temporales más amplias (de forma gratuita o a cambio del cobro de una tasa) a través de bases de datos electrónicas mantenidas por la oficina estadística. Además de las estadísticas que se publican de forma periódica, las oficinas estadísticas pueden poner a disposición de los usuarios datos relativos al comercio de distribución si así lo solicitan. Asimismo, pueden proporcionarse tabulaciones personalizadas de datos (clasificación de actividades no estándar, tipos de unidades concretos, etcétera) con fines específicos. Es recomendable que los usuarios sean informados claramente acerca de la

55 Para obtener más detalles véase Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, *Data and Metadata Reporting and Presentation Handbook* (París, 2007), capítulo 7, "Guidelines on key reporting practices".

disponibilidad de estadísticas adicionales y de los procedimientos que deben seguir para obtenerlas.

9.21. *Difusión de metadatos.* El suministro de metadatos adecuados y la evaluación de la calidad de las estadísticas del comercio de distribución tienen para los usuarios tanta importancia como el propio suministro de los datos. Se anima a los países a seguir las recomendaciones dadas en el capítulo VIII sobre calidad de los datos y de los metadatos en las estadísticas del comercio de distribución y a que desarrollen y difundan metadatos que incluyan: *a)* la cobertura, periodicidad y rapidez de obtención de los datos; *b)* el acceso por parte del público; *c)* la integridad de los datos difundidos; *d)* la calidad de los datos; *e)* el resumen de la metodología, y *f)* los formatos de difusión, y a que indiquen en los metadatos cualquier desviación con respecto a las normas y directrices estadísticas internacionalmente aceptadas. Los metadatos de las estadísticas del comercio de distribución deben estar fácilmente accesibles a través de los sitios web y/o de las publicaciones de las oficinas estadísticas. Los países deberían estudiar la posibilidad de desarrollar diferentes niveles de detalle de los metadatos para responder así a las demandas y a las necesidades de los usuarios especializados⁵⁶.

⁵⁶ Para obtener más detalles sobre la presentación de informes sobre los datos y los metadatos, véase: Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, *Data and Metadata Reporting and Presentation Handbook* (París, 2007).

B. Presentación de informes internacionales

9.22. Se alienta a los países a que publiquen sus estadísticas sobre el comercio de distribución en sus sitios web o a que las difundan a escala internacional tan pronto como estén disponibles para sus usuarios nacionales.

9.23. Los cuadros IX.1, IX.2 y IX.3 recogen una lista de elementos de datos sobre las estadísticas del comercio de distribución cuya difusión se recomienda a escala internacional, así como la periodicidad y el nivel de detalle de dichos elementos de datos.

Cuadro IX.1

Lista de elementos de datos sobre estadísticas del comercio de distribución para su difusión internacional con periodicidad anual

Número de elemento	Elemento de datos	Grado de detalle	Requisitos mínimos (en términos de la CIU, Rev.4)	Plazo (meses)
A	Demografía			
1.10	Número de empresas	Desglosado por actividad y clase de tamaño	Nivel de tres dígitos para desglose por actividad Nivel de un dígito para desglose por clase de tamaño	18
B	Empleo			
2.1	Número total de personas ocupadas	Desglosado por actividad y clase de tamaño	Nivel de tres dígitos para desglose por actividad Nivel de un dígito para desglose por clase de tamaño	18
2.1.3	Número total de empleados	Desglosado por actividad y clase de tamaño	Nivel de tres dígitos para desglose por actividad Nivel de un dígito para desglose por clase de tamaño	18
C	Remuneración de los empleados			
3.1	Salarios y sueldos en efectivo y en especie de los empleados	Desglosado por actividad	Nivel de tres dígitos	18
H	Producción			
8.1	Producción bruta a precios básicos	Desglosado por actividad	Nivel de tres dígitos	18
8.1.1	Margen bruto	Desglosado por actividad	Nivel de tres dígitos	18
J	Valor añadido			
10.1	Valor añadido total a precios básicos	Desglosado por actividad	Nivel de tres dígitos	18
K	Formación bruta de capital fijo		Nivel de un dígito	18

Cuadro IX.2

Lista de elementos de datos sobre estadísticas del comercio de distribución para su difusión internacional con periodicidad trimestral

Número de elemento	Elemento de datos	Grado de detalle	Requisitos mínimos (en términos de la CIU, Rev.4)	Plazo (meses)
B	Empleo			
2.1	Número total de personas ocupadas	Desglosado por actividad	Nivel de dos dígitos	3
2.1.3	Número total de empleados	Desglosado por actividad	Nivel de dos dígitos	3
C	Remuneración de los empleados			
3.1	Salarios y sueldos en efectivo y en especie de los empleados	Desglosado por actividad	Nivel de dos dígitos	3
E	Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos			
5 a)	Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos	Desglosado por actividad	Nivel de dos dígitos	3

Cuadro IX.3

Lista de elementos de datos sobre estadísticas del comercio de distribución para su difusión internacional con periodicidad mensual

Número de elemento	Elemento de datos	Grado de detalle	Requisitos mínimos (en términos de la CIU, Rev.4)	Plazo
	Índices del volumen de negocios del comercio al por mayor y al por menor (valor y/o volumen)	Desglosado por actividad	Nivel de dos dígitos	45 días en el caso del comercio al por menor (división 47, de la CIU, Rev.4); 60 días para el comercio al por mayor y el comercio de vehículos automotores (divisiones 45 y 46 de la CIU, Rev.4)

Anexo I

Lista de elementos de datos para su uso en las estadísticas del comercio de distribución

A. Demografía

1 a) Características de las unidades estadísticas

Número de elemento	Elemento de datos
1.1	Código de identificación
1.2	Ubicación
1.3	Período de funcionamiento
1.4	Tipo de organización económica
1.4.1	Empresa con un único establecimiento
1.4.2	Empresa con varios establecimientos
1.4.2.1	Número de establecimientos de los que consta la empresa con varios establecimientos
1.5	Tipo de organización jurídica y titularidad
1.5.1	Empresas constituidas en sociedades de capital excepto sociedades en comandita y cooperativas
1.5.1.1	Titularidad pública
1.5.1.1.1	Del Gobierno central
1.5.1.1.2	Del gobierno del estado
1.5.1.1.3	Del gobierno local
1.5.1.2	Titularidad privada nacional
1.5.1.3	Titularidad privada bajo control extranjero
1.5.2	Cooperativas y sociedades en comandita
1.5.2.1	Titularidad pública
1.5.2.1.1	Del Gobierno central
1.5.2.1.2	Del gobierno del estado
1.5.2.1.3	Del gobierno local
1.5.2.2	Titularidad privada nacional
1.5.2.3	Titularidad privada bajo control extranjero
1.5.3	Instituciones sin fines de lucro
1.5.3.1	Titularidad pública
1.5.3.1.1	Del Gobierno central
1.5.3.1.2	Del gobierno del estado
1.5.3.1.3	Del gobierno local
1.5.3.2	Titularidad privada nacional
1.5.3.3	Titularidad privada bajo control extranjero

* A menudo, la oficina estadística obtendrá este elemento a partir de otros elementos de los datos recopilados. En algunos casos puede que los países prefieran incluir el elemento en el cuestionario para, por ejemplo, verificar la precisión de otras cifras aportadas.

Número de elemento	Elemento de datos
1.5.4	Empresas no constituidas en sociedades de capital; <i>entre ellas:</i>
1.5.4.1	Empresas del sector no estructurado
1.6*	Tamaño
1.7	Tipo de actividad
1.8	Tipo de unidad
1.8.1	Unidad de producción principal
1.8.2	Unidad auxiliar
1.9	Tipo de funcionamiento
1.9.1	Comercio al por mayor
1.9.1.1	Comercio al por mayor por cuenta propia
1.9.1.1.1	Comercio al por mayor especializado
1.9.1.1.2	Comercio al por mayor no especializado
1.9.1.2	Comercio en comisión
1.9.2	Comercio al por menor
1.9.2.1	Comercio al por menor en almacenes
1.9.2.1.1	Almacenes especializados
1.9.2.1.2	Almacenes no especializados
1.9.2.2	Comercio al por menor no realizado en almacenes
1.9.2.2.1	Comercio al por menor en puestos de venta o mercados
1.9.2.2.2	Otros tipos

1 b) Número de unidades estadísticas

Número de elemento	Elemento de datos
1.10*	Número de empresas
1.10.1*	Empresas con varios establecimientos
1.10.1.1*	Número de establecimientos
1.10.2*	Empresas con un único establecimiento

B. Empleo

2 a) Número de personas ocupadas

Número de elemento	Elemento de datos
2.1*	Número total de personas ocupadas; <i>entre ellas:</i>
2.1.1	Trabajadores titulares
2.1.2	Trabajadores familiares no remunerados
2.1.3	Empleados; <i>entre ellos:</i>
2.1.3.1.1	Empleados que realizan labores de investigación y desarrollo
2.1.3.1.3	Empleados que realizan labores de desarrollo de programas informáticos y bases de datos
2.1.3.1.5	Empleados que participan por cuenta propia en la formación de activos fijos y en reparaciones importantes
2.2	Número de empleados cedidos

Número de elemento	Elemento de datos
2.3*	Número total de personas ocupadas en el sector no estructurado
2.3.1	Trabajadores del sector no estructurado
2.3.2	Otras personas empleadas en el sector no estructurado

* A menudo, la oficina estadística obtendrá este elemento a partir de otros elementos de los datos recopilados. En algunos casos puede que los países prefieran incluir el elemento en el cuestionario para, por ejemplo, verificar la precisión de otras cifras aportadas.

2 b) Promedio de personas ocupadas

Número de elemento	Elemento de datos
2.4	Promedio de personas ocupadas; <i>entre ellas:</i>
2.4.1	Promedio de empleados

2 c) Horas trabajadas

Número de elemento	Elemento de datos
2.5	Horas trabajadas por los empleados; <i>entre ellas:</i>
2.5.1.1	Empleados que realizan labores de investigación y desarrollo
2.5.1.3	Empleados que realizan labores de desarrollo de programas informáticos y bases de datos
2.5.1.5	Empleados que participan por cuenta propia en la formación de activos fijos y en reparaciones importantes
2.6	Horas trabajadas por los empleados cedidos

C. Remuneración de los empleados

3. Remuneración de los empleados

Número de elemento	Elemento de datos
3.1	Salarios y sueldos en efectivo y en especie de los empleados; <i>entre ellos:</i>
3.1.1.1	Empleados que realizan labores de investigación y desarrollo
3.1.1.3	Empleados que realizan labores de desarrollo de programas informáticos y bases de datos
3.1.1.5	Empleados que participan por cuenta propia en la formación de activos fijos y en reparaciones importantes
3.2	Pagos a los directivos de empresas constituidas en sociedades de capital por asistir a reuniones
3.3	Contribuciones a la seguridad social pagaderas por los empleadores

D. Otros gastos

4 a) Compras de bienes y servicios

Número de elemento	Elemento de datos
4.1	Costo de materias primas y suministros excepto gas, combustibles y electricidad; <i>entre ellos:</i>
4.1.1	Compras o recepción de materias primas y suministros de otras empresas
4.1.2	Valor de las materias primas y suministros distribuidos por otros establecimientos de la misma empresa

Número de elemento	Elemento de datos
4.1.3	Costo de los materiales destinados a la formación de activos fijos por cuenta propia y a las reparaciones importantes; <i>entre ellos:</i>
4.1.3.1	Para investigación y desarrollo
4.1.3.3	Para el desarrollo de programas informáticos y bases de datos
4.1.3.5	Para formación de activos fijos por cuenta propia y reparaciones importantes
4.2	Costo de gas, combustibles y electricidad comprados
4.2.1	Costo de cada combustible y del gas comprados
4.2.2	Costo de la electricidad comprada
4.3	Costo del agua y los servicios de evacuación de aguas residuales
4.3.1	Costo del agua comprada
4.3.3	Costo de los servicios comprados de evacuación de aguas residuales
4.4	Compras de servicios, excepto alquileres
4.4.1	Costo de servicios industriales comprados y también prestados por otros establecimientos de la misma empresa
4.4.1.1	Servicios de mantenimiento, reparación e instalación (excepto la construcción)
4.4.1.2	Trabajo con contrato o en comisión
4.4.1.2.1	Cuotas pagadas por empleo cedido
4.4.2	Costo de servicios industriales comprados y también prestados por otros establecimientos de la misma empresa
4.4.2.1	Mantenimiento y reparación de edificios y estructuras
4.4.2.2	Servicios de comunicaciones
4.4.2.3	Servicios de transporte
4.4.2.4	Servicios promocionales y publicitarios
4.4.2.5	Servicios financieros (excepto pagos de intereses)
4.4.2.9	Otros servicios no industriales
4.5	Compras de bienes y servicios para reventa en las mismas condiciones en que se recibieron
4.5.1	Combustibles comprados para la reventa sin procesamiento adicional
4.5.2	Partes de vehículos automotores y motocicletas utilizados exclusivamente en actividades de mantenimiento y reparación
4.5.3	Todos los demás bienes comprados para la reventa sin procesamiento adicional
4.5.4	Servicios comprados para la reventa sin procesamiento adicional
4.6	Pagos de alquileres
4.6.1	Pagos de alquileres de maquinaria y equipo
4.6.2	Pagos de alquileres de viviendas y estructuras
4.7	Primas de seguros distintos del de vida pagaderos en relación con los bienes inmuebles del establecimiento

E. Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos

5 a) Volumen de negocios, ventas, envíos, entradas de servicios y otros ingresos

Número de elemento	Elemento de datos
5.1	Venta/volumen de negocios/valor de envíos, incluidas las transferencias a otros establecimientos de la misma empresa

5.1.1	Venta/volumen de negocios/valor de envío de los bienes producidos por el establecimiento
5.1.2	Venta/volumen de negocios/valor de envíos de todos los bienes y servicios comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron
5.1.2.1	Ventas de tarjetas de regalo
5.1.3	Comisiones y honorarios por la venta de bienes y servicios por cuenta de terceros
5.1.4	Entradas por el trabajo industrial realizado o por los servicios industriales prestados a terceros
5.1.4.1	Trabajo con contrato o en comisión
5.1.4.2	Servicios de mantenimiento, reparación e instalación (excepto la construcción)
5.2	Otros ingresos
5.2.1	Ingresos procedentes del alquiler o el arrendamiento de maquinaria y equipo
5.2.2	Ingresos procedentes del alquiler o el arrendamiento de edificios
5.2.3	Otros ingresos n.c.p.
5.3*	Valor de activos fijos producidos por cuenta propia

* A menudo, la oficina estadística obtendrá este elemento a partir de otros elementos de los datos recopilados. En algunos casos puede que los países prefieran incluir el elemento en el cuestionario para, por ejemplo, verificar la precisión de otras cifras aportadas.

5 b) Comercio electrónico

Número de elemento	Elemento de datos
5.4	Venta/volumen de negocios/valor de envíos/entradas de servicios y otros ingresos en el comercio electrónico

5 c) Elementos de datos sobre la cantidad

Número de elemento	Elemento de datos
Q5.1	Valor del volumen de negocios según categorías de productos

F. Inventarios

Inventarios

Número de elemento	Elemento de datos
6.1*	Total de inventarios
6.1.1	Al comienzo del período
6.1.2	Al final del período
6.1.3*	Diferencia (positiva o negativa)
6.2	Inventarios de materiales, combustibles y suministros
6.2.1	Al comienzo del período
6.2.2	Al final del período
6.2.3*	Diferencia (positiva o negativa)
6.3	Trabajo en curso
6.3.1	Al comienzo del período
6.3.2	Al final del período
6.3.3*	Diferencia (positiva o negativa)
6.4	Inventarios de productos terminados
6.4.1	Al comienzo del período
6.4.2	Al final del período

* A menudo, la oficina estadística obtendrá este elemento a partir de otros elementos de los datos recopilados. En algunos casos puede que los países prefieran incluir el elemento en el cuestionario para, por ejemplo, verificar la precisión de otras cifras aportadas.

* A menudo, la oficina estadística obtendrá este elemento a partir de otros elementos de los datos recopilados. En algunos casos puede que los países prefieran incluir el elemento en el cuestionario para, por ejemplo, verificar la precisión de otras cifras aportadas.

Número de elemento	Elemento de datos
6.4.3*	Diferencia (positiva o negativa)
6.5	Inventarios de bienes comprados para la reventa en las mismas condiciones en que se recibieron
6.5.1	Al comienzo del período
6.5.2	Al final del período
6.5.3*	Diferencia (positiva o negativa)

G. Impuestos y subsidios

Otros impuestos y subsidios a la producción

Número de elemento	Elemento de datos
7.1	Impuestos
7.1.1	Otros impuestos sobre la producción
7.2	Subsidios recibidos
7.2.1	Subsidios a los productos
7.2.2	Otros subsidios a la producción

H. Producción

Producción

* A menudo, la oficina estadística obtendrá este elemento a partir de otros elementos de los datos recopilados. En algunos casos, puede que los países prefieran incluir el elemento en el cuestionario, por ejemplo, para verificar la precisión de otras cifras aportadas.

Número de elemento	Elemento de datos
8.1*	Producción bruta a precios básicos
8.1.1*	Margen bruto

I. Consumo intermedio e insumos registrados en censos

Consumo intermedio e insumos registrados en censos

Número de elemento	Elemento de datos
9.1*	Consumo intermedio a precios de adquisición

J. Valor añadido

Valor añadido total y valor añadido registrado en censos

Número de elemento	Elemento de datos
10.1*	Valor añadido total a precios básicos

K. Formación bruta de capital fijo

Activos, gastos de capital, amortizaciones y depreciación

Número de elemento	Elemento de datos
11.1	Valor bruto de los activos fijos (a costos de adquisición) al comienzo del período
11.1.1	Viviendas
11.1.2	Otros edificios y estructuras
11.1.3	Maquinaria y equipo
11.1.3.1	Equipo de transporte
11.1.3.2	Equipo de tecnologías de la información y las comunicaciones
11.1.3.3	Otra maquinaria y equipo
11.1.4	Productos de propiedad intelectual
11.1.4.1	Investigación y desarrollo
11.1.4.2	Exploración y evaluación de minerales
11.1.4.3	Programas informáticos y bases de datos
11.1.4.4	Originales literarios, artísticos y de entretenimiento
11.1.4.5	Otros
11.2	Gastos de capital en activos fijos nuevos y usados (adquisiciones) en el período
11.2.1	Viviendas
11.2.2	Otros edificios y estructuras
11.2.3	Maquinaria y equipo
11.2.3.1	Equipo de transporte
11.2.3.2	Equipo de tecnologías de la información y las comunicaciones
11.2.3.3	Otra maquinaria y equipo
11.2.4	Productos de propiedad intelectual
11.2.4.1	Investigación y desarrollo
11.2.4.2	Exploración y evaluación de minerales
11.2.4.3	Programas informáticos y bases de datos
11.2.4.4	Originales literarios, artísticos y de entretenimiento
11.2.4.5	Otros
11.3	Valor bruto de los activos fijos vendidos, amortizados y desechados (eliminados) en el período
11.3.1	Viviendas
11.3.2	Otros edificios y estructuras
11.3.3	Maquinaria y equipo
11.3.3.1	Equipo de transporte
11.3.3.2	Equipo de tecnologías de la información y las comunicaciones
11.3.3.3	Otra maquinaria y equipo
11.3.4	Productos de propiedad intelectual
11.3.4.1	Investigación y desarrollo

Número de elemento	Elemento de datos
11.3.4.2	Exploración y evaluación de minerales
11.3.4.3	Programas informáticos y bases de datos
11.3.4.4	Originales literarios, artísticos y de entretenimiento
11.3.4.5	Otros
11.4	Depreciación
11.4.1	Viviendas
11.4.2	Otros edificios y estructuras
11.4.3	Maquinaria y equipo
11.4.3.1	Equipo de transporte
11.4.3.2	Equipo de tecnologías de la información y las comunicaciones
11.4.3.3	Otra maquinaria y equipo
11.4.4	Productos de propiedad intelectual
11.4.4.1	Investigación y desarrollo
11.4.4.2	Exploración y evaluación de minerales
11.4.4.3	Programas informáticos y bases de datos
11.4.4.4	Originales literarios, artísticos y de entretenimiento
11.4.4.5	Otros
11.5*	Valor bruto de los activos fijos al final del período
11.5.1*	Viviendas
11.5.2*	Otros edificios y estructuras
11.5.3*	Maquinaria y equipo
11.5.3.1	Equipo de transporte
11.5.3.2	Equipo de tecnologías de la información y las comunicaciones
11.5.3.3	Otra maquinaria y equipo
11.5.4*	Productos de propiedad intelectual
11.5.4.1	Investigación y desarrollo
11.5.4.2	Exploración y evaluación de minerales
11.5.4.3	Programas informáticos y bases de datos
11.5.4.4	Originales literarios, artísticos y de entretenimiento
11.5.4.5*	Otros

* A menudo, la oficina estadística obtendrá este elemento a partir de otros elementos de los datos recopilados. En algunos casos puede que los países prefieran incluir el elemento en el cuestionario para, por ejemplo, verificar la precisión de otras cifras aportadas.

Anexo II

Lista de actividades en términos de la CIIU, Rev.4, excluidas del alcance de las divisiones y las clases pertinentes del comercio de distribución

Se considera que las actividades siguientes bien llevan consigo una transformación de productos o bien no pertenecen a las divisiones y clases relacionadas con el comercio de distribución, por lo que se excluyen de éste:

1. División 45: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas

- Comercio al por menor de combustible y productos lubricantes o refrigerantes para vehículos automotores
- Alquiler de vehículos automotores o motocicletas

CIIU, Rev.4, clase	Actividad excluida
4510	Venta al por mayor y al por menor de partes y accesorios para vehículos automotores; véase 4530
	Alquiler de vehículos automotores con conductor; véase 4922
	Alquiler de camiones con conductor; véase 4923
	Alquiler de vehículos automotores y camiones sin conductor; véase 7710
4520	Recauchutado y reparación de neumáticos; véase 2211
4530	Venta al por menor de combustible para vehículos automotores; véase 4730
4540	Venta al por mayor de bicicletas y de partes y accesorios conexos; véase 4649
	Venta al por menor de bicicletas y de partes y accesorios conexos; véase 4763
	Alquiler de motocicletas; véase 7730
	Mantenimiento y reparación de bicicletas; véase 9529

2. División 46: Comercio al por mayor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas

- Comercio al por mayor de vehículos automotores, caravanas y motocicletas, así como de accesorios para vehículos automotores (véase la división 45)
- Alquiler y arrendamiento de productos (véase la división 77)
- Envase y empaque de productos sólidos y embotellado de productos líquidos o gaseosos, incluidos la mezcla y el filtrado, para terceros (véase la clase 8292)

CIIU, Rev.4, clase	Actividad excluida
4610	Comercio al por mayor en nombre propio; véanse los grupos 462 a 466 y 469 Actividades de agentes en comisión para vehículos automotores; véase 4510 Subastas de vehículos automotores; véase 4510 Comercio al por menor por agentes en comisión no realizado en almacenes; véase 4799 Actividades de agentes de seguros; véase 6622 Actividades de agentes inmobiliarios; véase 6820
4620	Comercio al por mayor de fibras textiles; véase 4669
4630	Mezcla de vino o de licores destilados; véase 1101, 1102
4641	Comercio al por mayor de joyas y artículos de piel; véase 4649 Comercio al por mayor de fibras textiles; véase 4669
4649	Comercio al por mayor de cintas vírgenes de audio y vídeo, CD y DVD; véase 4652 Comercio al por mayor de equipo de transmisión de radio y televisión; véase 4652 Comercio al por mayor de mobiliario de oficina; véase 4659
4651	Comercio al por mayor de componentes electrónicos; véase 4652 Comercio al por mayor de maquinaria y equipo de oficina (excepto computadoras y equipos periféricos); véase 4659 Venta al por mayor de maquinaria controlada por computadora; véase 4659
4652	Comercio al por mayor de cintas de audio y vídeo, CD y DVD grabados; véase 4649 Comercio al por mayor de artículos electrónicos de consumo; véase 4649 Comercio al por mayor de computadoras y equipos periféricos; véase 4651
4659	Comercio al por mayor de vehículos automotores, remolques y caravanas; véase 4510 Comercio al por mayor de partes de vehículos automotores; véase 4530 Comercio al por mayor de motocicletas; véase 4540 Comercio al por mayor de bicicletas; véase 4649 Comercio al por mayor de computadoras y equipos periféricos; véase 4651 Comercio al por mayor de componentes electrónicos y equipo telefónico y de comunicaciones; véase 4652
4662	Comercio al por mayor de chatarra metálica; véase 4669
4663	Recogida de residuos industriales y domésticos; véase el grupo 381 Tratamiento de residuos, no con fines de un uso ulterior en el proceso industrial de manufactura, sino para su eliminación; véase el grupo 382 Procesamiento de residuos, chatarra y otros artículos en materia prima secundaria cuando se requiera un proceso de transformación real (la materia prima secundaria resultante es apta para su uso directo en un proceso industrial de manufactura pero no constituye un producto final); véase 3830 Desmontaje de automóviles, computadoras, televisores y otro equipo con fines de recuperación de materiales; véase 3830 Desguace de coches mediante un proceso mecánico; véase 3830 Desguace de buques; véase 3830 Venta al por menor de artículos usados; véase 4774

3. División 47: Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas

- Venta de productos de granja por los propios granjeros (véase la división 01)
- Fabricación y venta de productos, generalmente clasificados como industrias manufactureras en las divisiones 10 a 32
- Venta de vehículos automotores, motocicletas y sus partes (véase la división 45)
- Comercio de cereales en grano, minerales, petróleo crudo, productos químicos industriales, hierro, acero y maquinaria y equipo industrial (véase la división 46)
- Venta de alimentos y bebidas para el consumo en los locales y venta de alimentos para llevar (véase la división 56)
- Alquiler de efectos personales y enseres domésticos al público en general (véase el grupo 72)

CIIU, Rev.4, clase	Actividad excluida
4711	Venta al por menor de combustible en combinación con alimentos, bebidas, etcétera, con predominio de la venta de combustible; véase 4730
4721	Elaboración de productos de panadería en instalaciones propias; véase 1071
4730	Venta al por mayor de combustibles; véase 4661
	Venta al por menor de combustible en combinación con alimentos, bebidas, etcétera, con predominio de la venta de alimentos y bebidas; véase 4711
	Venta al por menor de gas de petróleo licuado para cocina o calefacción; véase 4773
4741	Venta al por menor de cintas y discos vírgenes; véase 4762
4751	Venta al por menor de prendas de vestir; véase 4771
4753	Venta al por menor de baldosas de corcho para suelos; véase 4752
4759	Venta al por menor de antigüedades; véase 4774
4761	Venta al por menor de artículos usados o libros antiguos; véase 4774
4764	Venta al por menor de consolas de videojuegos; véase 4741
	Venta al por menor de programas informáticos no personalizados, incluidos videojuegos; véase 4741
4771	Venta al por menor de telas; véase 4751
4774	Venta al por menor de vehículos automotores usados; véase 4510
	Actividades de subastas a través de Internet y otras subastas (al por menor) no realizadas en almacenes; véase 4791, 4799
	Actividades de casas de empeños; véase 6492
4781	Venta al por menor de comida preparada para su consumo inmediato (vendedores de comida a domicilio); véase 5610
4799	Entrega de productos por parte de almacenes; véanse los grupos 471 a 477

Anexo III

Identificación de la actividad principal de una unidad estadística por el método “de arriba abajo” en el comercio al por mayor y al por menor

Ejemplo

Una unidad estadística puede llevar a cabo las actividades siguientes:

Sección	División	Grupo	Clase	Descripción de la clase	Proporción del valor añadido (porcentaje)
G	46	465	4651	Venta al por mayor de ordenadores, equipo periférico y programas informáticos	10
	47	474	4741	Venta al por menor de ordenadores, unidades periféricas, programas informáticos y equipo de telecomunicaciones en almacenes especializados	8
			4742	Venta al por menor de equipo de grabaciones musicales y de vídeo en almacenes especializados	15
		475	4759	Venta al por menor de aparatos eléctricos de uso doméstico, muebles, equipo para iluminación y otros artículos para uso doméstico en almacenes especializados	4
		476	4761	Venta al por menor de libros, periódicos y útiles de escritorio en almacenes especializados	3
			4762	Venta al por menor de grabaciones musicales y de vídeo en almacenes especializados	12
	479	4791	Venta al por menor de casas de venta por correo o por Internet	35	
N	77	772	7722	Alquiler de cintas y discos de vídeo	13

La actividad principal se determina como sigue:

Paso 1. Identificar la sección

Sección	Descripción	Proporción del valor añadido (porcentaje)
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas	87
N	Actividades administrativas y servicios de apoyo	13

Paso 2. Identificar la división (dentro de la sección G)

División	Descripción	Proporción del valor añadido (porcentaje)
46	Comercio al por mayor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas	10
47	Comercio al por menor, excepto el comercio de vehículos automotores y motocicletas	77

Paso 3. Identificar el grupo (dentro de la división 47)

Paso 3 a) Identificar el comercio realizado en almacenes y el no realizado en almacenes (dentro de la división 47)

Grupo	Descripción	Proporción del valor añadido (porcentaje)
471 a 477	Comercio al por menor en almacenes	42
478 a 479	Comercio al por menor no realizado en almacenes	35

Paso 3 b) Identificar el comercio especializado y el no especializado (dentro de los grupos 471 a 477)

Recalcular las proporciones de valor añadido en relación con el volumen total del comercio al por menor.

Clase	Volumen de comercio	Proporción del valor añadido (porcentaje)
4741	= 8% / 77%	10
4742	= 15% / 77%	19
4759	= 4% / 77%	5
4761	= 3% / 77%	4
4762	= 12% / 77%	16

Sólo cuatro clases representan una proporción del 5% o más. Por consiguiente, la unidad se clasifica dentro del comercio al por menor especializado.

Paso 3 c) Identificar el grupo (dentro del comercio al por menor especializado)

Grupo	Descripción	Proporción del valor añadido (porcentaje)
474	Venta al por menor de equipo de la información y las comunicaciones en almacenes especializados	23
475	Venta al por menor de otro tipo de equipo de uso doméstico en almacenes especializados	4
476	Venta al por menor de productos culturales y de recreo en almacenes especializados	15

Nota: Para identificar la proporción mayor, no importa si se utilizan los datos originales o recalculados del valor añadido.

Paso 4. Identificar la clase (dentro del grupo 474)

Clase	Descripción	Proporción del valor añadido (porcentaje)
4741	Venta al por menor de ordenadores, unidades periféricas, programas informáticos y equipo de telecomunicaciones en almacenes especializados	8
4742	Venta al por menor de equipo de grabaciones musicales y de vídeo en almacenes especializados	15

En consecuencia, la actividad principal es la **4742: Venta al por menor de equipo de grabaciones musicales y de vídeo en almacenes especializados.**

Referencias y bibliografía

Canadá

Quality Assurance Framework. Ottawa: Statistics Canada, 2002.

Estados Unidos de América

Thomas L. Mesenbourg (Director Adjunto de la Oficina de Programas Económicos del Censo), *Measuring electronic business: definitions, underlying concepts, and measurement plans*. Washington, D.C.: Oficina del Censo de los Estados Unidos, 2000.

Finlandia

Quality Guidance for Official Statistics, segunda edición revisada. Helsinki: Statistics Finland, 2007.

Fondo Monetario Internacional

Adrian M. Bloem, Robert J. Dippelsman and Nils Ø. Mæhle, *Quarterly National Accounts Manual: Concepts, Data Sources, and Compilation*. Washington, D.C.: Fondo Monetario Internacional, 2001.

Oficina Estadística de las Comunidades Europeas (Eurostat)

Reglamento (CEE, Euratom) No. 1588/90 del Consejo, de 11 de junio de 1990, relativo a la transmisión a la Oficina Estadística de las Comunidades Europeas de las informaciones amparadas por el secreto estadístico. *Diario Oficial*, L 151, 15/06/1990, págs. 0001-0004. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31990R1588:ES:HTML>

Reglamento (CEE, Euratom) No. 58/97 del Consejo, de 20 de diciembre de 1996, relativo a las estadísticas estructurales de las empresas. *Diario Oficial*, L 014, 17/01/1997, págs. 0001-0024. Disponible en: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997R0058:ES:HTML>

Reglamento (CE) No. 322/97 del Consejo, de 17 de febrero de 1997, relativo a la estadística comunitaria. *Diario Oficial*, L 052, 22/02/1997, págs. 0001-0007. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31997R0322:ES:HTML>

Reglamento (CE) No. 1165/98 del Consejo, de 19 de mayo de 1998, relativo a las estadísticas coyunturales. *Diario Oficial*, L 162, 05/06/1998, págs. 0001-0015. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998R1165:ES:HTML>

Reglamento (CE) No. 2700/98 de la Comisión, de 17 de diciembre de 1998, relativo a las definiciones de las características de las estadísticas estructurales de las empresas. *Diario Oficial*, L 344, 18/12/1998, págs. 0049-0080. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31998R2700:ES:HTML>

European System of Accounts: ESA 1995. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 1996.

Directrices del Eurostat sobre ajuste estacional. Presentadas durante la novena reunión del Grupo de Trabajo sobre Euroindicadores, Luxemburgo, 4 y 5 de diciembre de 2006.

Eurostat-OECD Manual on Business Demography Statistics. European Methodologies and Working Papers. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2007. Disponible en: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1073,46587259&_dad=portal&_schema=PORTAL&p_product_code=KS-RA-07-010

Handbook on the Design and Implementation of Business Surveys. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 1998.

Handbook on Price and Volume Measures in National Accounts. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 2001.

Handbook on Quarterly National Accounts. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 1999.

Manual of Recommendations on Business Registers. 2003. Disponible en: http://circa.europa.eu/irc/dsis/bmethods/info/data/new/embs/registers/embs1_5.html

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos

Compilation Manual for an Index of Service Production. París: OCDE, 2007. Disponible en: http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html

Data and Metadata Reporting and Presentation Handbook. París: OCDE, 2007. Disponible en: http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html

Frascati Manual: Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development. París: OCDE, 2002.

Measuring the information economy. París, OCDE, 2002. Disponible en: www.oecd.org/sti/measuring-infoeconomy

Measuring the Non-Observed Economy: A Handbook. París: OCDE, 2002. Disponible en: http://www.oecd.org/findDocument/0,2350,en_2649_34257_1_119669_1_1_1,00.html

Organización Internacional del Trabajo

Resolución sobre estadísticas de las horas de trabajo, adoptada por la décima Conferencia Internacional de Estadígrafos del Trabajo (11 de octubre de 1962). Disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/res/index.htm>

Resolución sobre estadísticas de la población económicamente activa, del empleo, del desempleo y del subempleo, adoptada por la decimotercera Conferencia Internacional de Estadígrafos del Trabajo (octubre de 1982). Disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/res/index.htm>

Resolución sobre la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo (CISE), adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (enero de 1993). Disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/res/index.htm>

Resolución sobre las estadísticas del empleo en el sector informal, adoptada por la decimoquinta Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo (enero de 1993). Disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/stat/res/index.htm>

Naciones Unidas

Clasificación Central de Productos (CCP), Versión 2. Informes estadísticos, No. 77. No. de venta: S.08.XVII.7.

Principios fundamentales de las estadísticas oficiales. Nueva York: Comisión de Estadística de las Naciones Unidas, 1994. Disponible en: <http://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/fundprinciples.aspx>.

Recomendaciones internacionales para las estadísticas de la construcción. Informes estadísticos, No. 47, Rev.1. No. de venta: S.97.XVII.11 (1997).

Recomendaciones internacionales para las estadísticas industriales. Informes estadísticos, No. 48, Rev.1. No. de venta: S.83.XVII.8 (1983).

International Recommendations on Statistics of the Distributive Trades and Services. Informes Estadísticos, No. 57. No. de venta: E.75.XVII.9 (1975).

Clasificación Internacional Industrial Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU), Rev. 4. Informes Estadísticos, No. 4, Rev.4. No. de venta: S.08.XVII.25 (2008).

Links between Business Accounting and National Accounting: Handbook of National Accounting. Studies in Methods, No. 76. No. de venta: E.00.XVII.13 (2000).

Organization and Conduct of Distributive Trade Surveys. Studies in Methods, No. 19. No. de venta: E.77.XVII.3.

“Principios y directrices para la gestión de la confidencialidad estadística y el acceso a los microdatos”. Documento de antecedentes preparado para la Comisión de Estadística en su trigésimo octavo período de sesiones (2007). Disponible en: <http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2007.htm>

“Principles governing international statistical activities”. Nueva York: División de Estadística de las Naciones Unidas (2005). Disponible en: http://unstats.un.org/unsd/methods/statorg/Principles_stat_activities/principles_stat_activities.asp.

Informe de la Comisión de Estadística sobre su 37º período de sesiones (7 al 10 de marzo de 2006). *Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social, 2006, Suplemento No. 4 (E/2006/24)*, cap. I, C, decisión 37/102 (sobre las estadísticas del comercio de distribución). Disponible también en: <http://unstats.un.org/unsd/statcom/sc2006.htm>.

Strategies for Measuring Industrial Structure and Growth. Studies in Methods, No. 65. No. de venta: E.94.XVII.11 (1994).

Sistema de Cuentas Nacionales, 2008. Versión electrónica disponible en el sitio web de la División de Estadística de las Naciones Unidas: <http://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/default.asp>.

Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte

Guidelines for Measuring Statistical Quality, Version 3.1. Londres: Oficina Nacional de Estadística, 2007.