

DEPARTAMENTO DE ASUNTOS ECONOMICOS Y SOCIALES
OFICINA DE ESTADISTICA DE LAS NACIONES UNIDAS

INFORMES ESTADISTICOS

Serie **M** No. **57**

**RECOMENDACIONES
INTERNACIONALES
SOBRE ESTADISTICAS
DEL COMERCIO
DE DISTRIBUCION
Y LOS SERVICIOS**



NACIONES UNIDAS
Nueva York, 1976

NOTA

Las firmas de los documentos de las Naciones Unidas se componen de letras mayúsculas y 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/57

PUBLICACION DE LAS NACIONES UNIDAS

Número de venta: S. 75.XVII.9

Precio: \$ 3,00 (EE.UU.)
(o su equivalente en la moneda del país)

INDICE

	<u>Página</u>
INTRODUCCION	1
Necesidad de estadísticas del comercio de distribución . .	2
Historial de las recomendaciones	3
Finalidad de las recomendaciones internacionales	4
Organización de las recomendaciones	6
I. CAMPO DE APLICACION, COBERTURA Y UNIDADES	
QUE HAN DE UTILIZARSE	7
A. Clases de encuestas y frecuencia	7
B. Campo de aplicación y clasificación	7
1. Comercio al por mayor	9
2. Comercio al por menor	10
3. Servicios	11
C. Cobertura	12
D. Período de referencia	13
E. Unidad estadística	13
F. Unidades auxiliares	17
G. Actividades secundarias	18
II. CARACTERISTICAS DE LA UNIDAD ESTADISTICA Y SU	
CLASIFICACION	20
A. Clase de actividad	20
B. Tipo de operación	22
C. Clase de organización económica	23
D. Clase de organización jurídica y tipo de propiedad. .	24
E. Ubicación	25
F. Tamaño.	26
G. Número de unidades estadísticas	27

INDICE (continuación)

	<u>Página</u>
III. CLASES DE DATOS QUE HAN DE REUNIRSE Y ESTADISTICAS	
QUE HAN DE PUBLICARSE	28
A. Datos que han de reunir y publicar los países que tengan estadísticas desarrolladas del comercio de distribución y los servicios	29
B. Datos que han de reunir y publicar los países que comienzan a desarrollar sus estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios	40
C. Descripciones que se han de publicar de las encuestas	45
IV. DEFINICIONES DE LAS CLASES DE DATOS	47
A. Empleo	47
B. Remuneración de los empleados	49
C. Activo fijo	51
D. Ventas e ingresos	53
E. Compras	57
F. Otros gastos	58
G. Existencias	59
H. Cuentas por cobrar	61
I. Margen bruto	61
J. Valor agregado	62
K. Indicadores para determinadas actividades	63

INTRODUCCION

1. La Comisión de Estadística en su 18^o período de sesiones (1974), adoptó las recomendaciones para las estadísticas del comercio de distribución y de los servicios y solicitó al Secretario General que las publique de manera que constituyan las nuevas recomendaciones internacionales en este campo. La presente publicación ha sido preparada en respuesta a ese pedido y constituye una versión ampliada y actualizada de las recomendaciones adoptadas en la 9^o sesión de la Comisión y publicadas en 1958 1/.
2. El primer borrador de un estudio de antecedentes de las prácticas nacionales en el campo de las estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios dentro del marco de las anteriores recomendaciones internacionales fue presentado a la Comisión de Estadística en su 16^o período de sesiones (E/CN.3/407).
3. La Comisión, después de estudiar ese documento, aprobó una resolución en su 290a. sesión en la que, entre otras cosas, se pide al Secretario General: "Que prepare una versión revisada de las recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios, teniendo en cuenta la necesidad de estos datos en los planos nacional e internacional, así como las prácticas de los diversos países".
4. Los documentos, E/CN.3/430 y E/CN.3/453, se prepararon atendiendo al pedido de la Comisión y fueron presentados en el 17^o y 18^o períodos de sesiones, respectivamente. El documento E/CN.3/453 se basó en el borrador del estudio, en las observaciones recibidas sobre él de las autoridades nacionales de estadística y en las opiniones expresadas por la Comisión en su 17^o período de sesiones.
5. La Comisión, en su 18^o período de sesiones, expresó su satisfacción por la nueva versión y consideró que el documento constituía un paso importante hacia la revisión de las recomendaciones existentes. Se formularon diversos puntos de vista y observaciones acerca de algunos aspectos del proyecto de recomendaciones y la Comisión concluyó su discusión solicitando al Secretario

1/ Recomendaciones internacionales sobre las estadísticas de la distribución, Informes estadísticos, Serie M, No. 26 (Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: 58.XVII.4).

General que revisase su informe (E/CN.3/453) sobre la base de las opiniones expresadas en su 18.^o período de sesiones, y que publicase el informe revisado en calidad de recomendaciones internacionales sobre estadísticas del comercio de distribución y de los servicios. La Comisión recomendó también que se comenzase a preparar un manual sobre la organización y realización de encuestas, que sería publicado como suplemento metodológico de las recomendaciones internacionales.^{2/}

Necesidad de estadísticas del comercio de distribución

6. Las actividades del comercio de distribución y los servicios representan una importante proporción de las actividades económicas totales de cada país, sea en cuanto a la contribución del sector al producto interno bruto, sea en cuanto a la parte que le corresponde en el empleo total. Estas actividades están diseminadas considerablemente dentro de cada país y la función económica que cumplen al encauzar la corriente de bienes y servicios del productor al consumidor es de gran importancia.
7. Los datos sobre el comercio de distribución se necesitan para una serie de fines. Sin duda, uno de los más importantes es el de establecer una base para evaluar las tendencias de la economía. A este fin, es muy importante hacer estimaciones anuales y de mayor frecuencia sobre la contribución de este sector a la economía nacional que, como se ha indicado antes, es considerable. Los sueldos y salarios percibidos dentro de este sector, los cambios en las existencias, la formación bruta de capital fijo y las ventas a los consumidores finales pueden constituir indicadores útiles de la actividad y las tendencias del sector. Se necesitan datos detallados sobre el comercio de distribución, por clase de actividad, para preparar índices de comercio al por mayor y al por menor, que son indicadores importantes de la actividad de los negocios.
8. Para los administradores interesados en los impuestos sobre la venta de productos, los datos sobre las ventas, por clase de actividad, son de considerable importancia, tanto para determinar si los impuestos sobre las ventas se recaudan adecuadamente como para desarrollar fuentes de ingresos modificando la lista de los productos que tributan y la estructura de las tasas. A las autoridades de planificación les es imprescindible conocer con exactitud el volumen y los cauces de la

^{2/} Documentos Oficiales del Consejo Económico y Social; 58.^o período de sesiones, Suplemento No. 2 (E/5603), párr. 97.

corriente de bienes y servicios. Los datos sobre el comercio de distribución no sólo ayudan a conformar el cuadro de la situación del momento, sino también a estudiar las modificaciones estructurales; a la vez, sirven de ayuda para formular planes tendientes a provocar los cambios que se persiguen mediante políticas de producción, de precios y de distribución.

9. Dichos datos son muy útiles para el comercio y la industria en las actividades de investigación de mercados, encuestas de mercados y análisis de tendencias, así como para su propia planificación. Las estadísticas comerciales sobre un período dado, por clase de actividad, pueden señalar las áreas en que aumenta o disminuye la demanda para diferentes grupos de productos, así como las pautas generales de los cambios que experimenta el gusto de los consumidores. Las estadísticas del comercio de distribución pueden ayudar a obtener un cuadro más claro de los márgenes existentes entre las precios al por mayor y los precios de los productores, los precios al por mayor y los precios al por menor, etc.

Historial de las recomendaciones

10. La Comisión, en su noveno período de sesiones, celebrado en 1956, aprobó recomendaciones sobre las estadísticas de la distribución y de los servicios conexos. Las recomendaciones sobre el comercio al por mayor, al por menor y servicios conexos se basaron en su examen del informe presentado por un Grupo de Expertos en estadísticas de la distribución (E/CN.3/L.36), que se reunió en octubre de 1955, las observaciones sobre ese informe presentadas por los países y el informe sobre el segundo período de sesiones del Grupo de Trabajo sobre estadísticas de la distribución de la Conferencia de Estadísticos Europeos.

11. Dos comisiones económicas regionales (la CEPE en 1965 ^{3/} y la CEPALO en 1966 ^{4/}) han celebrado reuniones sobre el asunto, y el Grupo de Trabajo de la CEPE celebró su cuarto período de sesiones en 1968 ^{5/}. Estas reuniones indicaron que las

^{3/} "Grupo de Trabajo sobre estadísticas del comercio de distribución; informe sobre el tercer período de sesiones" (Conf.Eur.Stats/WG.4/15).

^{4/} "Informe del Seminario sobre Censos y Encuestas por Muestreo del Comercio de Distribución", (E/CN.11/749).

^{5/} "Grupo de Trabajo sobre estadísticas del comercio de distribución y servicios; informe sobre el cuarto período de sesiones", (Conf.Eur.Stats/WG.4/21).

anteriores recomendaciones internacionales existentes en este campo habían servido como una guía útil a los países que habían hecho encuestas. Sin embargo, como lo reconoció la Comisión al examinar la labor realizada en varios países en los diez últimos años, existían diversos problemas que no habían sido adecuadamente tratados en las recomendaciones.

12. Existían otras razones para revisar las recomendaciones anteriores. La revisión del Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas 6/ tiene consecuencias, por ejemplo, sobre los conceptos, definiciones, clasificaciones y terminología utilizados en las estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios, y sobre las prioridades asignadas a estos datos en relación con los de las cuentas nacionales. Además, requerían las recomendaciones ciertos cambios originados por la revisión de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) 7/, particularmente respecto de los límites de la actividad de los servicios.

Finalidad de las recomendaciones internacionales

13. Las propuestas que aquí se presentan tienen por objeto ayudar a los países en el desarrollo de sus estadísticas nacionales, así como también fortalecer las bases para la provisión, a nivel internacional, de estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios.

14. Es evidente que se lograrían en la práctica muchas ventajas si se uniformaran las definiciones, los métodos y los procedimientos utilizados para los aspectos comunes en las encuestas económicas. En particular, a causa de las similitudes existentes entre las encuestas sobre las industrias y sobre la distribución, algunos países han realizado encuestas acerca de estos sectores como parte de una encuesta económica integrada. Aunque las presentes recomendaciones para las estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios se presentan como una unidad separada, se han incorporado en ellas, en medida de lo posible, las normas pertinentes de las recomendaciones sobre estadísticas industriales.

6/ Un sistema de cuentas nacionales, Estudio de métodos, Serie F, No. 2 Rev.3 (Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: S.69.XVII.3).

7/ Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas, Informes estadísticos, Serie M, No. 4, Rev.2 (Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: S.68.XVII.8).

15. Las recomendaciones internacionales para las estadísticas industriales ^{8/} se presentan en dos versiones: una aplicable a los países con estadísticas desarrolladas y la otra a los países que comienzan a desarrollar sus estadísticas industriales. Al parecer, esta distinción es útil y pertinente también en el caso de las recomendaciones para las estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios, que deberían estar encaminadas a satisfacer las necesidades tanto de los países desarrollados como de los países en desarrollo. Desde luego, aquellos países en desarrollo que estén en posibilidad de poner en práctica, en algunas áreas del comercio de distribución y los servicios, las recomendaciones dirigidas a los países con estadísticas desarrolladas, deberían ser alentados a hacerlo.

16. Sin embargo, es preciso señalar dos diferencias importantes en lo tocante a las recomendaciones sobre estadísticas industriales. En primer lugar, parecería que el establecimiento de una distinción entre las unidades pequeñas y las grandes no es particularmente útil para las estadísticas de la distribución, por lo que esta distinción no se ha introducido, partiendo de la base de que los países deben utilizar técnicas de muestreo adecuadas, sin limitar la cobertura en función del tamaño de las unidades. Por supuesto, el hecho de que no se necesiten distinguir las unidades en relación con su tamaño con el objeto de incluirlas en la encuesta, no significa que no deban introducirse limitaciones de tamaño posteriormente durante la recolección de datos. Por ejemplo, como lo mencionó la Comisión de Estadística, será suficiente para muchos propósitos obtener menos información de las unidades pequeñas. En segundo lugar, aunque se reconoce la necesidad de tener datos anuales, sería demasiado ambicioso considerar las encuestas anuales como la base del sistema; por ello, para los propósitos del programa, se recomienda que se parta de la base de encuestas infrecuentes. En general, el establecer un sistema integrado de estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios es una tarea difícil y a largo plazo, particularmente para los países en desarrollo. Es interesante notar, sin embargo, que algunos países estadísticamente más desarrollados han encontrado serias deficiencias en sus encuestas infrecuentes y están considerando reemplazarlas por encuestas anuales por muestreo, ligadas a un registro de negocios constantemente actualizado.

^{8/} Recomendaciones internacionales para las estadísticas industriales, Informes estadísticos, Serie M, No. 48 (Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: S.68.XVII.10).

17. Las recomendaciones internacionales que figuran en el presente documento constituyen un programa concebido como un conjunto de normas destinadas a establecer un sistema integrado de estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios. El programa se relaciona con las clases de datos que se recomienda a los países que reúnan a diferentes intervalos. También se da cierta orientación sobre los tipos de prioridades con más probabilidades de ayudar a reducir al mínimo los problemas prácticos y, al mismo tiempo, a proporcionar los datos más indispensables.

18. El presente documento no trata de fuentes de datos ni de métodos de recopilación. Las normas que se proponen pueden entrañar la obtención de datos directamente de las unidades estadísticas, la reunión de datos de unidades informantes distintas de las unidades estadísticas o la recopilación de la información pertinente de fuentes de seguridad social, registros tributarios u otras fuentes administrativas. Los datos se pueden reunir por enumeración sobre el terreno o por correo, solicitándose a todas las unidades o a una muestra de unidades, o combinando estos métodos, según las circunstancias y el tamaño de las unidades. Los aspectos prácticos de la realización de las encuestas se analizan en el manual de organización y realización de encuestas sobre el comercio de distribución y los servicios, que aparecerá pronto.

Organización de las recomendaciones

19. En el capítulo I se definen los tipos y la frecuencia de las encuestas y se examina el campo de aplicación y la clasificación, la cobertura y el período de referencia de las encuestas y la unidad estadística que se ha de utilizar. Este capítulo finaliza con un análisis del tratamiento de las unidades auxiliares y actividades secundarias. En el capítulo II se describen las características de la unidad estadística y su clasificación. El capítulo III contiene dos cuadros en los que se enumeran las clases de datos que se recomienda reunir y las estadísticas que se recomienda publicar. Se hacen recomendaciones separadas para los países con estadísticas desarrolladas sobre el comercio de la distribución y los servicios y para los países que están en el proceso de desarrollar sus estadísticas del comercio de distribución o que apenas comienzan a desarrollarlas. El capítulo IV contiene las definiciones de las clases de datos que se recomienda reunir y de las estadísticas que se recomienda publicar.

I. CAMPO DE APLICACION, COBERTURA Y UNIDADES
QUE HAN DE UTILIZARSE

A. Clases de encuestas y frecuencia

20. Las encuestas que se incluyen son las infrecuentes, las anuales y las más frecuentes que las anuales de tipo regular. En otras palabras, el programa que aparece a continuación se relaciona con la reunión y elaboración, respecto de establecimientos o unidades análogas de (a) datos amplios cada cinco años o por lo menos cada diez años, (b) estadísticas menos detalladas para cada año intermedio y (c) indicadores seleccionados mensual o trimestralmente.

21. En el programa que se recomienda no se han incluido las encuestas especiales llevadas a cabo ocasionalmente o a intervalos regulares ni los datos financieros o de otro tipo reunidos en relación con empresas o unidades análogas a las empresas. No obstante, no se excluye la utilización de la empresa como unidad informante para obtener datos relacionados con establecimientos o unidades análogas; por el contrario, en algunos casos este procedimiento podría ser el más indicado.

22. Las encuestas infrecuentes proporcionarían una lista de unidades estadísticas, un marco para las encuestas por muestreo y ponderaciones para los diferentes indicadores a corto plazo. Las encuestas anuales se utilizarían para actualizar la información contenida en las encuestas infrecuentes y, al mismo tiempo, servirían para revisar las estimaciones obtenidas de las encuestas mensuales o trimestrales, de menor envergadura. Las encuestas más frecuentes que las anuales, a su vez, proporcionarían datos para los indicadores a corto plazo y para calcular las cifras anuales provisionales.

23. Por último, es indispensable que, al aplicarse las recomendaciones relativas a la frecuencia de las encuestas, se actúe con cierta flexibilidad a fin de tener en cuenta las situaciones especiales en que se encuentren los distintos países. Por ejemplo, las recomendaciones relacionadas con algunas clases de datos que deberán reunirse en las encuestas infrecuentes no se aplicarán necesariamente a los países que ya reúnan estos datos con una cobertura suficiente en encuestas anuales, etc.

B. Campo de aplicación y clasificación

24. A los fines de estas recomendaciones, el sector del comercio de distribución y los servicios comprende todos los establecimientos situados dentro de los

límites territoriales del país informante que se ocupan fundamentalmente del comercio al por mayor y al por menor, los restaurantes y hoteles (gran división 6 de la CIIU) y servicios varios (partes de las divisiones 83, 94 y 95 de la CIIU).
 25. En general, el campo de aplicación recomendado se limita a los establecimientos comerciales cuyas actividades se financian con la venta de bienes y servicios en el mercado a un precio que normalmente está destinado a cubrir el costo de la venta de estos bienes y servicios.

26. Las actividades que se consideran dentro del campo de aplicación del comercio de distribución y de los servicios pueden definirse en función de los grupos de la CIIU, de la siguiente manera:

<u>Grupo de la CIIU</u>	<u>Actividad</u>
6100	Comercio al por mayor
6200	Comercio al por menor
6310	Restaurantes, cafés y otros establecimientos que expenden comidas y bebidas
6320	Hoteles, casas de huéspedes, campamentos y otros lugares de alojamiento
8310	Bienes inmuebles
8323	Servicios de elaboración de datos y de tabulación
8325	Servicios de publicidad
8330	Alquiler y arrendamiento de maquinarias y equipo
9411	Producción de películas cinematográficas
9412	Distribución y exhibición de películas cinematográficas
9413	Emisiones de radio y televisión
9414	Productores teatrales y servicios de esparcimiento [servicios teatrales y otros servicios de esparcimiento]
9511	Reparación de calzado y otros artículos de cuero

9512	Talleres de reparaciones eléctricas
9513	Reparación de automóviles y motocicletas
9514	Reparación de relojes y joyas
9519	Otros servicios de reparación, n.e.p.
9520	Lavanderías y servicios de lavandería; establecimientos de limpieza y teñido
9591	Peluquerías y salones de belleza
9592	Estudios fotográficos, incluida la fotografía comercial

1. Comercio al por mayor

27. El comercio al por mayor se define en la CIIU como:

" La reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados a comerciantes al por menor; a usuarios industriales o comerciales, a instituciones, o a profesionales; o a otros mayoristas o a las actividades de los agentes que compran mercaderías para esas personas o empresas o que las venden a las mismas. Las clases principales de comercio incluidas en este grupo son los comerciantes al por mayor - mayoristas que reciben el título de los bienes que venden - tales como revendedores o intermediarios mayoristas, distribuidores industriales, exportadores, importadores, empresarios de silos terminales y cooperativas de compras; sucursales y oficinas de ventas (pero no las tiendas al por menor) que poseen las empresas manufactureras o mineras, aparte de sus fábricas o minas con objeto de comercializar sus productos y que no se limita a recibir pedidos que servirán directamente tales fábricas o minas, los corredores de mercaderías y productos primarios, los comerciantes a comisión y los comisionistas; las estaciones de venta de petróleo al por mayor; y los acopiadores, compradores y cooperativas que se dedican a la comercialización de productos agrícolas. Con frecuencia los mayoristas se dedican al acopio, agrupación y clasificación de las mercaderías en grandes lotes; a la división, reembalaje, embotellado (excepto en recipientes herméticos) y redistribución en lotes más pequeños; al almacenamiento, refrigeración, entrega e instalación de productos y al fomento de las ventas en representación de los clientes. También se incluyen los comerciantes y establecimientos de chatarra, desperdicios y materiales de desecho. El alquiler de maquinaria y equipo industrial figura en el grupo 8330 (Alquiler y arrendamiento de maquinaria). El embotellado de aguas naturales y minerales en la fuente se clasifica en el grupo 3134 (Industrias de bebidas no alcohólicas y aguas gaseosas)." 9/

9/ Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas. Informes estadísticos, Serie M, No. 4, Rev.2 (Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: S.68.XVII.8).

28. A fin de asegurar la comparabilidad internacional, se recomienda a los países que excluyen unidades que aparentemente corresponden a la definición que antecede e incluyen unidades que no corresponden a la misma que, en la medida de lo posible, especifiquen todas las desviaciones y que presenten separadamente los datos para las unidades que se traten de manera diferente.

2. Comercio al por menor

29. El comercio al por menor se define en la CIU como:

"La reventa (venta sin transformación) de productos nuevos o usados al público en general para consumo o uso personal o doméstico, por tiendas, grandes almacenes, puestos, almacenes que reciben encargos por correo, estaciones de gasolina, agentes de venta de automóviles, buhoneros y vendedores ambulantes, cooperativas de consumo, casas de subasta, etc. La mayoría de los vendedores al por menor reciben el título de los productos que venden, pero algunos actúan como agentes y venden en consignación o a comisión. Los establecimientos que se dedican a la venta al público en general de productos expuestos o artículos tales como máquinas de escribir, objetos de escritorio, madera cortada o gasolina, se incluyen en este grupo, aunque sus ventas quizá no sean para consumo o uso personal o doméstico. Sin embargo, los establecimientos que venden estas mercaderías a instituciones o industrias únicamente, figuran en el grupo 6100 (Comercio al por mayor). También se clasifican en el comercio al por menor los establecimientos que se dedican principalmente a alquilar bienes al público en general para el consumo o uso personal o doméstico, con excepción de los artículos de diversión y esparcimiento, como botes y canoas, motocicletas y bicicletas y caballos de montar. El alquiler al público en general de artículos de diversión y esparcimiento se incluye en el grupo 9490 (Servicios de diversión y esparcimiento, n.e.p.). También se incluyen en este grupo los servicios de reparación e instalación que prestan los establecimientos dedicados principalmente al comercio al por menor. La venta de alimentos y bebidas para consumo en los locales figura en el grupo 6310 (Restaurantes, cafés y otros establecimientos que expenden comidas y bebidas)." 10/

30. Si bien pueden presentarse dificultades de orden práctico con respecto a determinadas actividades en algunos países, la definición que antecede parece ser aceptable y practicable en general. El principal criterio para definir el comercio al por menor consiste en que los bienes se vendan a individuos para uso personal o doméstico o para consumo, independientemente de la naturaleza de la mercadería vendida, del sitio donde se venda o del método de operación de la unidad vendedora.

10/ Ibid.

31. Tal como en el caso del comercio al por mayor, aunque en algunos países pueden presentarse desviaciones respecto de la definición del comercio al por menor, las variaciones en la práctica de los países no suponen por fuerza una falta de comparabilidad internacional si las desviaciones observadas y, en la medida de lo posible, los datos se presentan separadamente para las unidades tratadas de manera diferente.

3. Servicios

32. El campo de aplicación recomendado para los servicios ya se ha definido en el párrafo 26 en la descripción de los grupos de la CIU incluidos, que no requieren explicación adicional. En principio, este campo de aplicación se limita a los servicios que normalmente proporcionan a los hogares y empresas los establecimientos que pueden describirse como tiendas, hoteles, restaurantes, teatros, talleres y oficinas.

33. A fin de mantener en una proporción manejable el campo de aplicación de las encuestas, se han hecho algunas excepciones de importancia a la regla general que antecede, y se han excluido las siguientes actividades del campo de aplicación recomendado de los servicios: (a) productores de servicios públicos, (b) productores de servicios privados sin fines de lucro, (c) instituciones financieras y seguros y (d) algunos servicios proporcionados por individuos aislados (profesionales, artistas, escritores, personal de servicio doméstico, etc.).

34. A los fines de la comparabilidad internacional, el campo de aplicación de las encuestas en el sector de los servicios, tal como se ha definido en los párrafos precedentes, debe considerarse como una recomendación mínima para uso nacional. Respecto de los grupos no enumerados en el párrafo 26, queda por ver si se podría considerar la posibilidad de incluir algunos de ellos en el campo de aplicación de una encuesta nacional; los países deben adoptar una solución que coincida con sus prácticas nacionales y con las condiciones particulares de la encuesta.

35. La lista de los servicios que figura en el párrafo 26 se ha preparado seleccionando las actividades con más probabilidades de ser comunes a todos los países. No obstante, no todos los servicios enumerados brindan las mismas posibilidades de reunión de datos y es difícil determinar prioridades separadas para cada uno de ellos. Es posible que en algunos países sea necesario introducir ajustes en el

campo de aplicación de las encuestas, por ejemplo eliminar los servicios de poca importancia o los no existentes e incluir otros que tengan cierta importancia en el país de que se trate. Por el contrario, es posible que algunos países deseen incluir todos los establecimientos que pertenecen a las grandes divisiones 8 y 9 de la CIIU. En ese caso, convendría preparar un programa limitado para los grupos no enumerados, circunscrito a las clases de datos más imprescindibles.

C. Cobertura

36. La cobertura de las encuestas variará en la práctica según la frecuencia con que se necesiten los datos, la dificultad que haya para obtenerlos, la existencia de otras fuentes y los recursos disponibles para realizar las encuestas. En principio, no se deberían imponer restricciones sobre la cobertura de las encuestas, ya fuere con respecto al tamaño del establecimiento o a sus demás características estructurales. Si bien esto no quiere decir que sea necesario efectuar una enumeración completa de los establecimientos de todos los tamaños, significa que la enumeración debe ser de índole tal que se puedan preparar estimaciones satisfactorias para todo el universo.

37. La razón por la que la cobertura recomendada no se limita a las unidades mayores es que, en muchos de los comercios de distribución, las unidades pequeñas representan una proporción importante de las actividades totales. Sin embargo, a causa de las dificultades que hay para reunir datos correspondientes a un gran número de unidades pequeñas con registros rudimentarios o inexistentes y con numerosos declarantes analfabetos, y por los problemas que entraña mantener una lista de estas unidades, será preciso utilizar el muestreo y limitar la cantidad de datos solicitados a fin de que la tarea de abarcar un gran número de unidades pequeñas sea factible. El muestreo de áreas resulta particularmente eficiente en el caso de tiendas de ventas al por menor, establecimientos que expenden comidas y bebidas y otros servicios que tienden a distribuirse geográficamente de acuerdo con la población.

38. Es posible que a los países que comienzan a organizar sus sistemas de estadísticas básicas del comercio de distribución y los servicios les resulte conveniente limitar la cobertura de la encuesta básica a los establecimientos reconocibles. En este tipo de encuestas, las entrevistas para determinar la ubicación y la identificación de los investigados se limitan a las construcciones que evidentemente no son residenciales y a las unidades comerciales que se reconocen inmediatamente como tales. Otra restricción comúnmente utilizada respecto de la

cobertura, particularmente para el comercio al por menor y algunos de los servicios, consiste en excluir de las encuestas todas las unidades cuyas actividades no se realicen en un local fijo o en una ubicación permanente. Los países que apliquen esta restricción deberán señalarlo en las cifras que publiquen.

D. Período de referencia

39. Para las encuestas anuales e infrecuentes los datos reunidos deben corresponder, en general, a un período de 12 meses. Este período de 12 meses preferiblemente ha de ser el año civil. A los fines de las comparaciones internacionales, tal vez sea necesario aplicar algún método de estimación para los casos en que la información se reúna y se recopile sobre la base de los ejercicios económicos.

40. Sin embargo, si el período normal de contabilidad para la mayoría de los establecimientos es un ejercicio económico diferente del año civil, los datos podrán recopilarse uniformemente sobre la base del ejercicio económico y no del año civil. Es ventajoso que todos los establecimientos puedan enviar declaraciones que abarquen un período idéntico de 12 meses, particularmente para integrar los datos anuales con los datos mensuales o trimestrales.

41. Para las encuestas más frecuentes que las anuales, el período de referencia debe ser normalmente el mes civil o el trimestre civil (enero-marzo, abril-junio, julio-septiembre, octubre-diciembre). No obstante, es posible que en lo que se refiere a los flujos, como el movimiento de mercaderías, que pueden experimentar fluctuaciones regulares de considerable amplitud en diferentes días de la semana, sea necesario ajustar las cifras mensuales a fin de tomar en consideración el número diferente de días de trabajo.

E. Unidad estadística

42. Para las encuestas a que se refieren estas recomendaciones, la unidad estadística, esto es, la entidad para la que se reúnen los datos necesarios, debería ser idealmente el establecimiento o una unidad análoga. La unidad informante, o sea la entidad de la que se obtienen los datos, puede ser o no el establecimiento.

43. La diferencia entre la unidad estadística y la unidad informante reviste particular importancia en el contexto del comercio de distribución. A decir verdad, en relación con algunas de las clases de datos que se recomienda reunir, en la práctica convendría más utilizar como unidad informante una entidad más amplia, como la empresa. La utilización de tanto la empresa como el establecimiento a manera de unidades informantes para las estadísticas sobre estableci-

mientos debe decidirse tras examinar el número y la importancia de las empresas de múltiples unidades y el tipo de registros que probablemente se encuentre en ellas.

44. El establecimiento se define como la tienda, el taller, la oficina u otro local único, en el cual una combinación de recursos y actividades bajo una sólo propiedad se dedica a una clase de comercio. El establecimiento comprende las unidades auxiliares asociadas tales como almacenes, garajes y oficinas subsidiarios ubicados cerca de él.

45. En la práctica se aceptan algunas desviaciones del concepto de establecimiento definido en el párrafo precedente. Por ejemplo, aunque una característica del establecimiento es que se limite a las actividades dirigidas por una propiedad única, en algunos casos el concepto se amplía para incluir secciones alquiladas o concesiones administradas por otros como parte integrante de la operación de la tienda principal.

46. De hecho, la medida en que pueda obtenerse información de diferentes clases de negocios ubicados en uno o más lugares o de una clase de negocio ubicado en diferentes lugares pero bajo el control de los mismos dueños o la misma administración, determinará la viabilidad de dividirlos o no en establecimientos diferentes. Puede resultar muy difícil reunir algunos de los datos que interesan respecto de los gastos de capital, las existencias y las compras, o particularmente engorroso reunir información mensual o trimestral sobre las distintas clases de negocio o las diferentes ubicaciones de un negocio de propiedad única. En esos casos tal vez sea necesario reunir en un solo establecimiento: (a) diferentes clases de negocios de propiedad única en un mismo lugar (unidad local), sobre todo respecto de las encuestas infrecuentes; (b) una clase de negocio administrada por una propiedad única en diferentes locales (unidad por clase de actividad), sobre todo en lo que se refiere a las encuestas anuales y más frecuentes; o incluso (c) diferentes clases de negocios explotados por una propiedad única en diferentes lugares.

47. En las diversas situaciones que puedan presentarse, es posible que deba utilizarse, en lugar del establecimiento, alguna de las unidades estadísticas esbozadas en el párrafo precedente; su selección dependerá de la situación de que se trate. Por ejemplo, si la misma unidad lleva a cabo actividades al por menor y al por mayor en un solo local, probablemente será necesario utilizar la unidad

local para todos los datos excepto las ventas e ingresos. Por el contrario, si ello sucede en actividades de manufactura y ventas al por menor, tal vez sea más viable separar las actividades en establecimientos diferentes. En lo que se refiere a los datos sobre adquisiciones y formación de capital fijo, es frecuente tener que recurrir a la unidad por clase de actividad cuando se trata de grandes empresas que llevan a cabo actividades mixtas en muchos locales, y suele ser necesario utilizar esta unidad estadística respecto de todos los datos en las encuestas trimestrales o mensuales.

48. Así, pues, la organización y las prácticas de registro contable de las unidades informantes y las consiguientes limitaciones sobre la disponibilidad de datos deben tomarse en cuenta al definir el establecimiento a los fines prácticos. En términos operacionales, el establecimiento se define como la suma de actividades y recursos dirigidos por un único propietario o interés controlador para manipular el grupo más homogéneo de bienes o suministro de servicios, con frecuencia en un solo lugar, pero algunas veces repartido en lugares próximos, para el cual se dispone de registros que pueden proporcionar datos relativos a las actividades del establecimiento y los recursos (materiales, laborales y físicos, tanto directos como indirectos) utilizados para tal fin.

49. La unidad por clase de actividad se diferencia del establecimiento en que no existe ninguna restricción respecto de la zona geográfica en la cual una única entidad propietaria o de control realiza una determinada clase de actividad. En algunos casos, la existencia de datos por unidades según la clase de actividad quizá indique que se debe emplear esta unidad en el comercio de distribución y los servicios, en vez del establecimiento. Por ejemplo, los datos sobre formación de capital fijo, existencias y ventas pueden estar disponibles con rapidez para las unidades por clase de actividad, pero no para los establecimientos; al mismo tiempo el interés en la clasificación de los datos según el área geográfica o el tamaño del establecimiento puede revestir menos importancia, especialmente en las encuestas anuales y más frecuentes. En general, la unidad por clase de actividad puede considerarse para muchos propósitos como la alternativa más adecuada al establecimiento, en aquellos países donde las empresas grandes de establecimientos múltiples tienen sus registros organizados sobre esta base.

50. En algunos casos, una entidad propietaria o controladora única puede dedicarse a más de una clase de actividad en una misma ubicación o en dos o más sitios próximos. Igualmente, la organización y la forma de llevar los registros de las empresas pueden ser tales que quizá no sea posible reunir por separado los datos sobre los productos y los correspondientes insumos de las diferentes clases de actividad. En esos casos habrá que utilizar como unidad estadística la unidad local, es decir, todas las actividades económicas que realiza la entidad propietaria o controladora en una sola ubicación, o en la zona algo más amplia definida anteriormente. No obstante, si la mayoría de las entidades están en condiciones de informar por separado sobre sus actividades, debería tratarse de subdividir la unidad local en unidades estadísticas que fueran comparables al establecimiento, lo cual puede lograrse en la mayoría de los casos.

51. Se reconoce que la elección de la unidad estadística más adecuada para su empleo en una encuesta dependerá de las clases de datos que hayan de reunirse y de la frecuencia de la encuesta, de los usos para los cuales se espera que sirvan los datos y de la viabilidad de usar tal unidad. Para la reunión infrecuente o anual de las clases de datos que se enumeran en estas recomendaciones, el establecimiento es la unidad estadística que se recomienda internacionalmente. Como ya se ha indicado en el párrafo 48, el concepto ideal de establecimiento probablemente tendrá que modificarse en la práctica. En algunas empresas de establecimientos múltiples - por ejemplo, en el comercio al por mayor y al por menor - los datos sobre valor (y en especial sobre costos) se registran para líneas de actividad según los productos que se manejan sin tener en cuenta la ubicación, pero otras clases de datos, como los del empleo y las ventas, suelen estar disponibles y pueden obtenerse por establecimientos o al menos por unidades locales. Aún más, es posible que en las encuestas infrecuentes convenga reunir datos que ilustren la interrelación existente entre las unidades locales, los establecimientos y las unidades por clase de actividad cuando se trate de propiedades de establecimientos múltiples situados en muchos lugares.

52. En los países con economías centralmente planificadas se suele usar la empresa, y estas unidades empresariales se dedican predominantemente a una clase de actividad. A los fines de la comparabilidad internacional, los datos correspondientes a estas empresas clasificadas por clase de actividad serían, por lo

tanto, comparables en general con los datos clasificados por clase de actividad que se reúnen sobre la base del establecimiento.

F. Unidades auxiliares

53. Las unidades auxiliares proporcionan bienes o servicios no duraderos para uso principal o exclusivo del establecimiento principal. Estos bienes y servicios no pasan a ser parte física de la producción del establecimiento principal y normalmente se obtienen en el curso de actividades auxiliares y de apoyo que forman parte integrante de las actividades de la mayoría de los establecimientos.

54. El ejemplo más claro de una unidad auxiliar es la oficina administrativa central. Otros ejemplos lo constituyen los almacenes de depósito, garajes, talleres de reparación o centrales eléctricas que sirven primordialmente a sus unidades matrices. En relación con las actividades del comercio de distribución y los servicios, estas unidades auxiliares pueden ser de tres clases: unidades auxiliares de distribución y servicios pertenecientes a unidades que se clasifican en otro grupo del sector de la distribución y los servicios como, por ejemplo, un almacén de depósito ubicado en un lugar separado (que también está disponible para uso del público) de una unidad de venta al por mayor; unidades auxiliares de distribución y servicios pertenecientes a unidades clasificadas en sectores distintos de los de la distribución y los servicios como, por ejemplo, una oficina de ventas de una unidad manufacturera; y por último, unidades auxiliares que no se dedican al comercio de distribución o los servicios y que son auxiliares de unidades clasificadas en el sector de la distribución y los servicios, por ejemplo, centrales de energía que mantiene una unidad mayorista o minorista.

55. El trato recomendado para las unidades auxiliares figura en el texto de la CIU 11/. Si las actividades auxiliares se realizan en beneficio de una sola unidad estadística, estas actividades y los recursos consumidos en ellas deberán formar parte de las actividades y los recursos de la unidad estadística matriz. Sin embargo, si las actividades principales de la unidad estadística y las actividades auxiliares de apoyo están ubicadas en diferentes zonas geográficas según las regiones empleadas para los fines estadísticos, convendrá reunir datos suplementarios separados para la unidad auxiliar respecto de aquellas clases de datos que se clasifican según las zonas geográficas.

11/ Ibid., págs. 11 a 12.

56. Si las actividades auxiliares están organizadas para apoyar a dos o más unidades estadísticas de una empresa que comprende varias unidades, constituyen una unidad auxiliar central. Si se dispone de los datos requeridos para esta unidad, podrá considerarse como unidad independiente, pero en general se clasificará en la misma categoría de la CIIU que la unidad principal o unidades principales para las que trabaje. De manera análoga, una gran unidad auxiliar geográficamente separada, respecto de la cual puedan reunirse los datos pertinentes, podrá considerarse como unidad estadística independiente aunque sólo esté al servicio de otra unidad estadística. Como en el caso de la unidad auxiliar central, también deberá clasificarse en la actividad de la unidad estadística para la cual trabaje. Sin embargo, en ambos casos (el de la unidad auxiliar central y el de la gran unidad auxiliar geográficamente separada) nada impide la clasificación de estas unidades según sus propias actividades para preparar tabulaciones suplementarias.

57. La clasificación de las unidades auxiliares centrales, sobre todo de las oficinas administrativas centrales, según la clase de actividad que predomina en los establecimientos que sirven, puede ser en algunos casos dudosa o difícil. La clase de actividad predominante puede representar mucho menos de la mitad de la actividad global de los establecimientos a que sirve, o estos establecimientos y la oficina administrativa central pueden estar situados en distintos países. Esto ha hecho que se establezca una categoría especial para las oficinas administrativas centrales en algunas clasificaciones industriales nacionales. Esta categoría especial se incluye en el equivalente de la actividad de los servicios prestados a las empresas en la CIIU o figura en las industrias manufactureras, comercio al por mayor y al por menor, y quizá en otras divisiones importantes de la clasificación nacional. En el segundo caso, la oficina administrativa central se clasifica en una categoría especial dentro de la gran división a que corresponden las actividades predominantes de la empresa matriz.

G. Actividades secundarias

58. Son actividades secundarias de un establecimiento las que no pertenecen a la misma categoría de la clasificación industrial que las actividades principales del establecimiento y que no pueden considerarse como actividades auxiliares.

59. Las unidades que se dedican a actividades auxiliares pueden tratarse por separado, y lo que es más importante, clasificarse según su propia actividad únicamente en determinadas circunstancias (véase el párr. 56). En cambio, las unidades que se dedican a actividades secundarias deben considerarse normalmente como un establecimiento separado y clasificarse según su propia actividad si se dispone de los datos necesarios y si la actividad es suficientemente importante. Si no hay datos separados o si la actividad es poco importante, se puede considerar como parte de la actividad del establecimiento exactamente de la misma manera que la actividad principal.

II. CARACTERISTICAS DE LA UNIDAD ESTADISTICA Y SU CLASIFICACION

A. Clase de actividad

60. La clasificación por clase de actividad se refiere al ramo principal de actividad desarrollada por el establecimiento, es decir, comercio al por mayor, comercio al por menor o servicios. Los grupos de la CIIU indicados en el párrafo 26 supra podrían emplearse para clasificar los establecimientos por clase de actividad.

61. Las actividades de los establecimientos deben determinarse, en general, según los bienes que vendan o los servicios que presten. Se recomienda que el ramo principal de actividad se base en la proporción del valor de las ventas de bienes y de los ingresos por servicios que sea atribuible a los bienes o a los servicios correspondientes a esta clase de actividad. La mayor parte de las ventas e ingresos del establecimiento debe ser resultado de la venta de esos bienes o de la prestación de esos servicios.

62. En el caso del comercio al por mayor y del comercio al por menor (grupos 6100 y 6200 de la CIIU), la norma debe ser la de procurar hacer un desglose más detallado de las actividades que el que se da al nivel de los grupos en la CIIU. Aunque es difícil formular recomendaciones internacionales para un desglose más detallado porque las necesidades de los países a este nivel pueden variar mucho, los siguientes grupos provisionales pueden servir de guía a los países que estén estudiando la posibilidad de subdividir las divisiones 61 y 62 de la CIIU. Estos grupos se han preparado sobre la base de la "posible subdivisión en las clasificaciones de los países" que se publicó como parte de la versión de 1958 de la CIIU 12/, y sobre la base de las clasificaciones que se utilizan actualmente en varios países:

6100	Comercio al por mayor:
6101	Materias primas agrícolas y suministros para granjas
6102	Minerales (excepto el petróleo), metales y productos químicos industriales
6103	Petróleo y productos del petróleo
6104	Productos alimenticios, bebidas y tabaco
6105	Géneros textiles y prendas de vestir
6106	Madera aserrada y materiales y suministros de construcción
6107	Muebles y accesorios para el hogar
6108	Papel y productos del papel
6111	Medicamentos, medicamentos patentados y productos de farmacia

12/ Clasificación industrial internacional uniforme de todas las actividades económicas, Informes estadísticos, Serie M, No. 4, Rev.1. (Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: 58.XVII.7.)

6112	Material y suministros de ferretería, fontanería y calefacción; artículos eléctricos
6113	Maquinaria y material para la industria, el comercio y la agricultura
6114	Vehículos automóbiles y piezas y suministros para automóbiles
6118	Desechos y desperdicios
6119	Comercio al por mayor no clasificado en otra parte
6200	Comercio al por menor:
6201	Grandes almacenes, bazares y almacenes de productos generales
6202	Abacerías y otras tiendas para la venta de productos alimenticios y bebidas
6203	Tiendas de géneros textiles, prendas de vestir y calzado
6204	Farmacias
6205	Librerías y papelerías, kioskos de periódicos
6206	Ferreterías y establecimientos para la venta de madera aserrada y otros materiales de construcción
6207	Mueblerías y tiendas para la venta de accesorios y equipo para el hogar
6208	Tiendas para la venta de vehículos automóbiles, motocicletas, piezas y accesorios
6211	Estaciones de gasolina
6212	Tiendas para la venta de relojes, productos ópticos, instrumentos musicales y joyas
6219	Comercio al por menor no clasificado en otra parte

63. Algunos países han tropezado con dificultades prácticas para distinguir entre las actividades de comercio al por mayor y las de comercio al por menor, pues frecuentemente una misma entidad desarrolla ambas y rara vez se dispone de datos separados para cada clase de actividad. El método que se sugiere en la CIIU es que, si cada una de las clases de actividad de una entidad determinada es considerable y suele desarrollarse en establecimientos diferentes, se procure subdividirla en unidades estadísticas que sean comparables a los establecimientos delimitados en la mayoría de los casos. Sin embargo, se reconoce que, cuando no existan datos separados, habrá que usar la unidad local como unidad estadística.

64. Si se usa la unidad local como unidad estadística dedicada a la vez al comercio al por mayor y al comercio al por menor, se plantea el problema de asignarla a una categoría determinada de la clasificación por clase de actividad. La solución usual es clasificar toda la unidad en el comercio al por mayor o en el comercio al por menor, según cuál sea la actividad principal.

65. En los países que actualmente no siguen las normas de las Naciones Unidas en su clasificación nacional, se recomienda que se tomen medidas para clasificar por clase de actividad todos los grupos importantes de datos en el nivel más detallado de la clasificación nacional a fin de hacer posible la conversión a los grupos recomendados de la CIIU.

B. Tipo de operación

66. El tipo de operación, que también podría llamarse clase de organización técnica, se refiere al modo o medio principal de ejercicio del comercio por los establecimientos de venta al por mayor y al por menor. El tipo de operación es de mayor interés respecto del comercio mayorista que del minorista. Se recomienda que los datos sobre el tipo de operación se reúnan en encuestas infrecuentes tanto con respecto a las unidades mayoristas como a las minoristas, pero solamente una vez por año con respecto a las unidades mayoristas. El tipo de operación tiene poca importancia con respecto a los diversos servicios de que se trata en las presentes recomendaciones.

67. Con respecto a las unidades de comercio al por mayor, se recomienda el siguiente desglose de la clasificación por tipo de operación:

(a) Comerciantes al por mayor que compran y venden principalmente por cuenta propia (llamados a veces mayoristas);

(b) Agencias y sucursales de ventas de fabricantes (si están organizadas como unidades separadas, para las cuales se llevan registros separados);

(c) Agentes y comisionistas, es decir, los que compran y venden principalmente por cuenta de terceros.

68. El procedimiento para clasificar por tipo de operación las unidades que, al mismo tiempo, compran y venden por su propia cuenta y además desarrollan actividades como agentes y comisionistas por cuenta de terceros, consiste en clasificar como agente o comisionista a todo vendedor al por mayor cuyos ingresos por concepto de comisiones sean mayores que el margen bruto de comercialización que reciba respecto de las mercancías que venda por su propia cuenta.

69. Además de los tipos de operación descritos supra, deben mencionarse las siguientes clasificaciones, que pueden ser útiles para fines nacionales: (a) todas o algunas de las categorías, por comercio interno y comercio de importación y exportación; (b) los mayoristas internos, por mayoristas de servicios completos y de servicios restringidos (por ejemplo, venta al contado con transporte de los

bienes por el comprador, mayoristas ambulantes, intermediarios mayoristas y mayoristas expedidores); (c) los mayoristas internos, en mayoristas de bienes usados en la producción y mayoristas de bienes de consumo.

70. En el caso de los establecimientos de comercio al por menor, a los efectos de la comparabilidad internacional y la utilidad de los datos, los desgloses se consideran menos importantes, y podrían emplearse las clasificaciones que sean más apropiadas para cada país. La posible clasificación recomendada como guía para los países es la siguiente:

(a) Tiendas y almacenes, diferenciados, si es posible, en:

Autoservicio

Otros (La distinción entre tiendas y almacenes de autoservicio y otros deberá depender de que la mayor parte de las operaciones de la unidad se lleven a cabo mediante autoservicio o mediante el servicio tradicional);

(b) Puestos (lugares fijos, donde el cliente no entra en el local donde se hacen las ventas);

(c) Casas de venta por correspondencia;

(d) Comercio ambulante (si se incluye en la cobertura (véase el párrafo 8), este grupo comprende el comercio ambulante, la venta de puerta a puerta, la venta en la calle y la venta en el mercado);

(e) Otro comercio al por menor (se incluyen aquí las casas que explotan máquinas de venta automática).

C. Clase de organización económica

71. La clase de organización económica tiene por objeto indicar si el establecimiento es el único establecimiento de la empresa de propiedad inmediata o forma parte de una empresa que tiene varios establecimientos. Las empresas con varios establecimientos se podrían subdividir en clases según el número de establecimientos que más conviniera a cada país.

72. Se recomienda que los datos sobre la clase de organización económica se reúnan tan solo en investigaciones infrecuentes, con menor prioridad en el caso del comercio al por mayor que en el del comercio al por menor y el ramo de servicios. En general, la reunión de estos datos deberá ser posible una vez aclaradas las relaciones entre los establecimientos y la empresa matriz.

73. Para identificar la empresa a que pertenece el establecimiento, debe pedirse el nombre de la empresa propietaria inmediata y la dirección de su oficina central. Análogamente, se podría preguntar a la oficina central de la entidad jurídica, o al establecimiento mismo, si la empresa pertenece a otra entidad jurídica o está controlada por ella y, en caso afirmativo, pedirle el nombre y la dirección de la oficina central de dicha entidad jurídica. Desde el punto de vista práctico, también es útil pedir a las oficinas centrales una lista de las entidades jurídicas y establecimientos filiales.

D. Clase de organización jurídica y tipo de propiedad

74. La clase de organización jurídica es la forma jurídica de la empresa que es propietaria del establecimiento. Este dato es de más interés nacional, que internacional, y la clasificación deberá depender de la organización institucional nacional. En la clasificación por clase de organización jurídica deben distinguirse por lo menos las empresas unipersonales, las de responsabilidad limitada y todas las demás.

75. Los datos deben reunirse sólo en las encuestas infrecuentes. Además de la clase de organización jurídica, podría considerarse útil para algunos países distinguir el tipo de propiedad, es decir, entre las unidades de propiedad privada y las diversas formas de unidades de propiedad pública. Otra clasificación de la propiedad que puede resultar importante para algunos países es una en que se distingan las unidades de propiedad extranjera. A continuación figuran versiones abreviadas de las clasificaciones por clase de organización jurídica y por tipo de propiedad que se recomiendan:

Clase de organización jurídica

(a) Establecimientos pertenecientes a empresas no constituidas en sociedades de capital (empresas unipersonales y sociedades colectivas);

(b) Establecimientos pertenecientes a sociedades de capital (sociedades anónimas, sociedades por acciones);

(c) Establecimientos pertenecientes a cooperativas.

Tipo de propiedad:

(a) Establecimientos de propiedad privada;

(b) Establecimientos de propiedad pública.

76. La distinción entre establecimientos privados y establecimientos públicos dependerá de que la propiedad de la empresa a la que pertenece el establecimiento corresponda a las autoridades públicas o a entidades privadas. Se considera que las autoridades públicas o las entidades privadas son propietarias de una empresa determinada si poseen la totalidad o la mayoría de las acciones o de otras formas de participación en el capital de la unidad 13/.

E. Ubicación

77. La ubicación es el lugar en que está situado físicamente el establecimiento. Los países deben establecer distinciones según las áreas que se usen con fines administrativos, desde las áreas grandes (divisiones principales o provincias), hasta las áreas intermedias y las pequeñas (pueblos). Además, puede ser conveniente distinguir áreas económicas, empleando para este fin la densidad y la distribución de la población o la estructura geográfica del transporte o características comerciales o industriales. Las zonas económicas deben delinearse de manera que no corten al través de las áreas administrativas en uso.

78. La elección de áreas para la clasificación por ubicación dependería de varios factores. Entre ellos está la unidad estadística que se emplee; si se emplea el establecimiento, será posible hacer todas las clasificaciones por ubicación; pero en la práctica suele ser necesario definir el establecimiento como la unidad que funciona con frecuencia en un solo lugar, pero que a veces está repartida en una zona más amplia. La extensión de esta "zona más amplia" dependerá de cual sea la región más pequeña para la cual se necesiten estadísticas. El segundo factor es el método de reunión de datos que se utilice en una encuesta, es decir, si se trata de una encuesta por enumeración completa o una encuesta por muestreo. En este último caso, es probable que la clasificación por ubicación empleada sea restringida. Un tercer factor es la estabilidad de las áreas, pues si las áreas elegidas varían entre una encuesta y otra de un período a otro se perderán datos comparables importantes.

13/ Un análisis de esta cuestión figura en Un sistema de cuentas nacionales, Estudios de Métodos, Serie F, No. 2, Rev.3 (Publicación de las Naciones Unidas, No. de venta: S.69.XVII.3), párrafo 5.55.

79. Las clasificaciones de los establecimientos por ubicación son de particular interés nacional. Se recomienda reunir estos datos en encuestas infrecuentes. En las investigaciones que se hagan anualmente y a intervalos menores, la clasificación por ubicación deberá limitarse según el campo de aplicación y cobertura, así como por el método de enumeración empleado.

F. Tamaño

80. A los fines de la comparabilidad internacional, el tamaño del establecimiento debe definirse principalmente en función del número medio de personas empleadas en el establecimiento durante el período de la encuesta. La clasificación por tamaño debe componerse de clases de los siguientes tamaños, que se refieren al número medio de personas empleadas: 1 a 4, 5 a 9, 10 a 19, 20 a 49, 50 a 99, 100 a 199, 200 a 499 y 500 o más. Si fuera necesario debido a las circunstancias nacionales, podrían combinarse las clases mayores o, a la inversa, podrían hacerse dentro de esta clasificación subdivisiones más detalladas.

81. El uso de cifras de empleo como criterio de tamaño requeriría convertir los trabajadores a jornada parcial a su equivalente en jornada completa, particularmente en el comercio minorista y los servicios, en los cuales la jornada parcial es común y a veces está muy difundida. Esta conversión, a su vez, significa que será necesario o bien obtener cifras bastante detalladas con respecto al número de horas trabajadas por empleados a jornada parcial o bien aplicar algún método arbitrario de estimación con esta fin.

82. La obtención de datos sobre el número de horas-hombre que trabajan los empleados implica algunas dificultades y tal vez no siempre se puedan obtener de los registros del establecimiento. No obstante, esta información es importante a los fines de obtener datos más fidedignos para los estudios de productividad precisamente debido a la tendencia cada vez mayor a utilizar trabajadores de jornada parcial.

83. Otro problema del cómputo de empleados es la existencia de cierto número de personas que son pagadas por el establecimiento pero cuya situación no es clara; por ejemplo, los empleados que trabajan solamente a comisión, los que trabajan principalmente a comisión con un pequeño honorario, o los que trabajan para más

de un empleador. Cada país tendrá que adoptar reglas prácticas que son difíciles de establecer internacionalmente. Una posibilidad podría ser la de contar como empleados sólo a los que perciben una remuneración regularmente, y dar a los que reciben única o principalmente comisiones un tratamiento similar al que se da a los trabajadores en su domicilio en el contexto de las industrias manufactureras. Es decir, los pagos que reciben deben incluirse como parte del costo del trabajo por contrata y a comisión hecho por otros, y el número de estas personas, si se dispone de él, debe indicarse por separado sólo como un dato que debe tenerse en cuenta.

84. Hay otras formas de medir el tamaño de la unidad que también pueden ser de interés nacional para fines especiales, sea por separado o junto con el criterio recomendado. Estas son la cifra de negocios (o ventas brutas), el valor agregado, el capital fijo en uso y, en el caso de las tiendas al por menor, el espacio dedicado a la venta. Sin embargo, para las comparaciones internacionales, todo criterio de tamaño que implique valores monetarios es de aplicación limitada, a causa de los problemas que plantea la conversión a una moneda común.

G. Número de unidades estadísticas

85. Hay cuatro métodos de computar las unidades estadísticas: (a) el número de unidades estadísticas que hacen declaraciones; (b) el número de unidades estadísticas a que se refieren los datos publicados (las indicadas en (a) más toda unidad acerca de la cual se haga una estimación); (c) el número de unidades estadísticas activas en cualquier momento (o en una fecha determinada) durante el período de referencia que entra en el campo de aplicación y en la cobertura de la encuesta (este dato puede no estar disponible y puede ser o no ser igual al número indicado en (b)); y (d) el número de unidades estadísticas existentes, tanto activas como inactivas.

86. Cuando se publican todos los datos obtenidos en una encuesta, es evidente que la cifra más significativa del número de establecimientos es la del número de unidades a que se refieren los datos (método (b) del párrafo 85). Los otros métodos de contar las unidades indicados más arriba también pueden tener algún interés.

III. CLASES DE DATOS QUE HAN DE REUNIRSE Y ESTADÍSTICAS QUE HAN DE PUBLICARSE

87. Los cuadros 1 y 2 que figuran más adelante contienen las recomendaciones relativas a las clases de datos que han de reunirse, tabularse y publicarse en forma internacionalmente comparable en encuestas infrecuentes, en encuestas anuales y en encuestas más frecuentes que las anuales, acerca del comercio de la distribución y los servicios. Varias clases de datos que se indican para su tabulación y publicación solamente se derivan de otras clases cuya recopilación se recomienda.

88. A cada clase de datos se asigna primera prioridad (indicada en los cuadros con "1") o segunda prioridad (indicada con "2"). Si no se indica nada con respecto a una clase en una columna, significa que no se recomienda la recopilación ni la tabulación de esa clase de datos. Un asterisco junto al nombre de la clase indica que para los fines internacionales, no es necesario publicar los datos correspondientes a esa clase.

89. La elección de las clases de datos enumeradas y de las prioridades indicadas se basa en una consideración de la relativa utilidad de las estadísticas constituidas en parte (o en su totalidad) por la clase, así como de la relativa necesidad de contar con esas estadísticas y de las dificultades que presenta la recopilación de los datos correspondientes. A su vez, estas consideraciones se basan en las prácticas seguidas por la mayoría de los países en sus encuestas, según los informes presentados a las Naciones Unidas 14/. Además, en 1973 también se pidió a los países que examinaran los proyectos de propuestas que figuraban en E/CN.3/430 y, como consecuencia de ello, en la preparación de las presentes recomendaciones se han tenido en cuenta las observaciones pertinentes enviadas por 32 países. Sin embargo, se reconoce que las necesidades y las circunstancias a este respecto varían de país a país y que tal vez sea necesario introducir algunas modificaciones en casos determinados (véase, por ejemplo, el párrafo 23).

14/ La Oficina de Estadística de las Naciones Unidas pidió a los países que actualizaran la información sobre prácticas nacionales en materia de encuestas sobre el comercio de la distribución y los servicios.

90. Como se indica en los párrafos 36 y 37, no se ha tratado de distinguir entre unidades grandes y pequeñas para los propósitos de la cobertura de las encuestas. No obstante, los países deberán distinguir entre las clases de datos que podrían reunirse en relación con todos los establecimientos y aquellos que se refieren únicamente a los establecimientos grandes. Aún más, sería muy poco práctico tratar de reunir, respecto de las unidades pequeñas, datos como ventas por clase de producto, datos sobre diferencias entre ventas al por mayor y ventas al por menor, o sobre existencias, por lo que tal vez todos los países deseen estudiar la posibilidad de utilizar una lista más limitada de clases de datos para estas unidades y de emplear, por ejemplo, las clases de datos enumeradas en el cuadro 2, que se recomienda sean reunidas por los países que estén comenzando a desarrollar sus estadísticas de comercio de distribución.

A. Datos que han de reunir y publicar los países que tengan estadísticas desarrolladas del comercio de distribución y los servicios

91. El cuadro 1 contiene recomendaciones para los países que tienen estadísticas relativamente bien desarrolladas del comercio de distribución y los servicios.

92. Las columnas (2) a (4) de los cuadros se refieren a la frecuencia de las encuestas hechas para reunir las diversas clases de datos. Se formulan recomendaciones diferentes sobre las encuestas infrecuentes, las encuestas anuales y las encuestas más frecuentes que las anuales. Las columnas (5) a (7) se refieren a las estadísticas cuya tabulación y publicación por clase de actividad se recomienda en encuestas infrecuentes, encuestas anuales y encuestas más frecuentes que las anuales, y la columna (8) se refiere a las estadísticas cuya tabulación y publicación por clase de actividad y por tamaño se recomienda en encuestas infrecuentes únicamente.

93. A fin de proporcionar una base adecuada para el análisis internacional de los datos, las clasificaciones por clase de actividad recomendadas en las columnas (5) a (8) que usen los países deberán coincidir con la CIIU al nivel de los grupos indicados en los párrafos 26 y 62 o ser convertibles a ella.

94. Las clasificaciones por tamaño y por clase de actividad en encuestas infrecuentes, recomendadas en la columna (8), entrañan la consignación de datos sobre los establecimientos según cada clase de tamaño en cada grupo de clase de actividad. Como se indicó anteriormente, la clasificación debe ser convertible a la CIIU; no obstante, el grado de detalle tal vez deba restringirse en vista de la dimensión que agrega la introducción de la clasificación por tamaño.

95. Se recomienda que, además de los datos sobre clase de actividad y tamaño, se reúna información, con respecto a cada establecimiento, sobre tipo de operación, clase de organización económica, clase de organización jurídica, tipo de propiedad y ubicación. Aunque en el cuadro no se estipulan recomendaciones internacionales para la clasificación y tabulación de los datos según estas características, naturalmente, están disponibles para ese fin. Los tipos usuales de clasificación, con respecto a algunas clases de datos (por ejemplo, número de unidades, número de personas ocupadas, valor de las ventas y, tal vez, valor agregado), serán probablemente por clase de actividad y tipo de operación (comercio al por mayor y, tal vez, comercio al por menor), por clase de actividad y clase de organización económica (particularmente con respecto al comercio minorista), por tipo de propiedad y - lo que es de particular interés para uso nacional - por clase de actividad y ubicación. Estas clasificaciones no se han incluido en los cuadros porque son menos importantes para las comparaciones internacionales que las clasificaciones por clase de actividad y por tamaño.

Cuadro 1

Datos que han de reunir y publicar los países que tengan estadísticas desarrolladas del comercio de distribución y los servicios a/ b/

Clases de datos	Estadísticas que se reunirán en			Estadísticas que se tabularán según la clase de actividad en			Estadísticas que se tabularán según el tamaño y la clase de actividad en encuestas infrecuentes
	Encuestas infrecuentes	Encuestas anuales	Encuestas más frecuentes que las anuales c/	Encuestas infrecuentes	Encuestas anuales	Encuestas más frecuentes que las anuales	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
I. COMERCIO DE DISTRIBUCION							
A. Unidad estadística							
1. Clase de actividad d/	1	1	1				
2. Tipo de operación (clase de organización técnica) e/*	1	2					
3. Clase de organización económica*	1						
4. Clase de organización jurídica*	1						
5. Tipo de propiedad*	1						
6. Ubicación*	1						
7. Tamaño	1		2				
8. Número de unidades estadísticas				1			1
B. Empleo							
1. Total de personas ocupadas en un solo período del período de la encuesta	1	1		1	1		
distinguiendo entre:							
(a) Propietarios que trabajan	1			1			
(b) Trabajadores familiares no remunerados	1			1			
(c) Empleados	1	1	1	1	1	1	
distinguiendo entre:							
(i) Empleados a jornada completa	2			2			
(ii) Empleados a jornada parcial	2			2			

Nota: Las notas de los cuadros 1 y 2 están a continuación del cuadro 2.

Cuadro 1 (continuación)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
2. Número de empleados en varios períodos del período de la encuesta*	1	1					
distinguiendo:							
(a) Empleados a jornada completa*	2						
(b) Empleados a jornada parcial*	2						
3. Promedio de empleados ocupados durante el período de la encuesta \bar{x}			1	1	1		1
distinguiendo:							
(a) Empleados a jornada completa				2			
(b) Empleados a jornada parcial				2			
4. Promedio de personas ocupadas durante el período de la encuesta \bar{E}				1			1
C. Remuneración de los empleados							
1. Sueldos y salarios pagados a los empleados durante el período de la encuesta	1	1	1	1	1	1	2
distinguiendo entre los pagos a:							
(a) Empleados a jornada completa	2			2			
(b) Empleados a jornada parcial	2			2			
2. Sueldos y salarios pagados a los empleados durante un solo período del período de la encuesta*	2			2			
distinguiendo entre los pagos a:							
(a) Empleados a jornada completa*	2			2			
(b) Empleados a jornada parcial*	2			2			
3. Contribuciones de los empleadores a los programas de seguridad social, jubilación y otros análogos respecto de sus empleados							

Cuadro 1 (continuación)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Distinguiendo entre los pagos a:							
(a) Programas de seguridad social	2			2			
(b) Programas privados	2			2			
D. Activo fijo							
1. Costo total del activo fijo adquirido de terceros o producido por cuenta propia durante el período de la encuesta	1	1	2	1	1	2	2
distinguiendo entre:							
(a) Edificación, mejoras de terrenos y otros trabajos de construcción	2			2			
(b) Equipo de transporte	2			2			
(c) Maquinaria y otro equipo	2			2			
(d) Terrenos	2			2			
2. Valor total de las ventas de activo fijo durante el período de la encuesta*	1	2	2	1	2	2	
distinguiendo entre:							
(a) Edificación y otros trabajos de construcción*	2			2			
(b) Equipo de transporte*	2			2			
(c) Maquinaria y otro equipo*	2			2			
(d) Terrenos*	2			2			
3. Adiciones brutas al activo fijo durante el período de la encuesta h/				1	2	2	1
distinguiendo entre:							
(a) Edificación, mejoras de terrenos y otros trabajos de construcción				2			
(b) Equipo de transporte				2			
(c) Maquinaria y otro equipo				2			
(d) Terrenos				2			

Cuadro 1 (continuación)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
E. Ventas e ingresos							
1. Valor de todas las ventas de bienes y los ingresos por servicios durante el período de la encuesta	1	1	1	1	1	1	1
de los cuales:							
2. Valor de las ventas de bienes							
distinguiendo entre:							
(a) Ventas al por mayor	1	1		1	1		
(i) Ventas por clases de productos	1	2		1	2		
(ii) Ventas por cuenta propia	1	1		1	1		
(iii) Ventas por cuenta de terceros	1	1		1	1		
(iv) Comisiones recibidas en transacciones por cuenta de terceros	1	1		1	1		
(b) Ventas al por menor	1	1		1	1		
(i) Ventas por clases de productos	1	2		1	2		
(ii) Ventas de bienes sin transformar	2			2			
(iii) Venta de bienes con alguna transformación	2			2			
F. Compras							
1. Valor de todas las compras de bienes destinados a la venta efectuadas durante el período de la encuesta	1	1		1	1		
distinguiendo:							
(a) Compras por clase de productos (al por mayor y al por menor)	2			2			
G. Otros costos							
1. Valor total de los costos de operación efectuados durante el período de la encuesta	1	1		1	1		

distinguiendo entre:

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
(a) Costo de los bienes recibidos (salvo los destinados a la venta y los combustibles) .	1	2		1	2		
(b) Valor de la electricidad y de los combustibles comprados (salvo los destinados a la venta)	1	2		1	2		
(c) Costo de los trabajos de reparación y mantenimiento	1	2		1	2		
(d) Costo de los trabajos por contrata y a comisión	1	2		1	2		
(e) Otros costos de operación	2			2			
H. Existencias							
1. Valor de las existencias al comienzo y al final del período de la encuesta <u>l/</u>							
distinguiendo entre:							
(a) Bienes destinados a la venta	1	1	2	1	1	2	
(b) Otras existencias (combustibles, contenedores no duraderos, materiales de embalaje, suministros de oficina y otros, y todas las demás existencias)	2	2		2	2		
2. Movimiento de existencias <u>l/</u>							
1. 1							
1. 1							
I. Cuentas por cobrar							
1. Valor de los créditos pendientes al final del período de la encuesta							
2. 2							
2. 2							
J. Margen bruto (al por mayor y al por menor) <u>k/</u> . . .							
1. 1							
1. 1							
K. Valor agregado <u>l/</u>							
1. 1							
1. 1							
L. Indicadores para determinadas actividades de distribución							
1. Superficie del local (para el comercio al por menor)							
2. 2							
2. 2							
2. Número de plazas (para restaurantes y establecimientos que expenden comidas y bebidas)							
1. 2							
1. 2							
3. Número de habitaciones (o de camas) y tasas de ocupación (para hoteles, moteles, etc.)							
1. 2							
1. 2							

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
II. SERVICIOS							
A. Unidad estadística							
1. Clase de actividad	1	1	1				
2. Clase de organización económica*	2						
3. Tipo de organización jurídica y propiedad*	1						
4. Ubicación*	1						
5. Tamaño	1						
6. Número de unidades estadísticas		1					1
B. Empleo							
1. Total de personas ocupadas durante un solo período del período de la encuesta	1	1	1	1	1	1	
distinguiendo entre:							
(a) Propietarios que trabajan	1			1			
(b) Trabajadores familiares no remunerados	1			1			
(c) Empleados	1	1	2	1	1	1	2
distinguiendo entre:							
(i) Empleados a jornada completa	2			2			
(ii) Empleados a jornada parcial	2			2			
2. Número de empleados en varios períodos del período de la encuesta*	1	1					
distinguiendo entre:							
(a) Empleados a jornada completa*	2						
(b) Empleados a jornada parcial*	2						

Cuadro 1 (continuación)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
3. Promedio de empleados ocupados durante el período de la encuesta <u>f/</u>				1	1		1
distinguiendo entre:							
(a) Empleados a jornada completa				2			
(b) Empleados a jornada parcial				2			
4. Promedio de personas ocupadas durante el período de la encuesta <u>g/</u>				1			1
C. Remuneración de los empleados							
1. Sueldos y salarios pagados a los empleados durante el período de la encuesta	1	1	2	1	1	2	2
distinguiendo entre los pagos a:							
(a) Empleados a jornada completa	2			2			
(b) Empleados a jornada parcial	2			2			
2. Contribuciones de los empleadores a los programas de seguridad social, jubilación y otros análogos respecto de sus empleados							
distinguiendo entre los pagos a:							
(a) Programas de seguridad social	2			2			
(b) Programas privados	2			2			
D. Activo fijo <u>n/</u>							
1. Costo total del activo fijo adquirido de terceros o producido por cuenta propia durante el período de la encuesta	1	2		1	2		

Cuadro 1 (continuación)

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
distinguiendo entre:							
(a) Edificación, mejoras de terrenos y otros trabajos de construcción	2			2			
(b) Equipo de transporte	2			2			
(c) Maquinaria y otro equipo	2			2			
(d) Terrenos	2			2			
2. Valor total de las ventas de activo fijo durante el período de la encuesta*	1	2		1	2		
distinguiendo entre:							
(a) Edificación y otros trabajos de construcción*	2			2			
(b) Equipo de transporte*	2			2			
(c) Maquinaria y otro equipo*	2			2			
(d) Terrenos*	2			2			
3. Adiciones brutas al activo fijo durante el período de la encuesta ^h				1	2		1
distinguiendo entre:							
(a) Edificación, mejoras de terrenos y otros trabajos de construcción				2			
(b) Equipo de transporte				2			
(c) Maquinaria y otro equipo				2			
(d) Terrenos				2			
3. Ingresos							
1. Valor de todos los ingresos durante el período de la encuesta	1	1	1	1	1	1	1
distinguiendo:							
(a) Ingresos por ventas de bienes y por prestación de servicios	1	2		1	2		2

Cuadro 1 (continuación)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
F. Compras y otros costos								
1. Valor total de las compras y costos de operación durante el período de la encuesta		1			1			
distinguiendo entre:								
(a) Costo de todos los bienes recibidos (salvo la electricidad y los combustibles)		2			2			
(b) Valor de la electricidad y de los combustibles comprados		2			2			
(c) Costo de los trabajos de reparación y mantenimiento		2			2			
G. Valor agregado o/					2			
H. Indicadores para determinados servicios								
1. Número de plazas (para cinematógrafos, producciones teatrales y servicios de esparcimiento). .		1	2		1	2		
2. Número de entradas (para cinematógrafos, producciones teatrales y servicios de esparcimiento). .		1	2	2	1	2	2	
3. Número y metraje de películas producidas y duración de la proyección (para la producción de películas cinematográficas)		1	2		1	2		

B. Datos que han de reunir y publicar los países que comienzan a desarrollar sus estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios

96. El cuadro 2 contiene recomendaciones para los países que comienzan a desarrollar o están desarrollando sus estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios. Desde luego, todos los países tratarán más adelante de adoptar las recomendaciones de más amplio alcance que figuran en el cuadro 1, pero es necesario establecer una serie provisional de objetivos. Esta serie provisional es una versión modificada y abreviada de esas recomendaciones más amplias.

97. Las recomendaciones del cuadro 2 abarcan menos clases de datos que las del cuadro 1 y en algunos casos se recomienda que las clases de datos se reúnan con menos frecuencia o menor prioridad. Al hacer estas recomendaciones menos ambiciosas a los países interesados se han tenido en cuenta sus limitados recursos y las dificultades que presenta la reunión de los datos.

98. En el cuadro 2 no se ha intentado recomendar por separado las clases de datos que se han de reunir y publicar con respecto al comercio de distribución y a los servicios. Esta distinción resulta innecesaria a consecuencia de las restricciones impuestas al número de clases y a su prioridad.

99. Como en el caso del cuadro 1 (véase el párrafo 95), para clasificar los datos se dispone de otras características de los establecimientos, además de las que se mencionan en los encabezamientos de las columnas (4) a (6). Esas características son la clase de organización jurídica, el tipo de propiedad y la ubicación.

Cuadro 2

Datos que han de reunir y publicar los países que comienzan a desarrollar o están desarrollando sus estadísticas del comercio de la distribución y de los servicios a/ b/

Clases de datos	Estadísticas que se reunirán en		Estadísticas que se tabularán según la clase de actividad en		Estadísticas que se tabularán según el tamaño y la clase de actividad en encuestas infrecuentes
	Encuestas infrecuentes	Encuestas anuales	Encuestas infrecuentes	Encuestas anuales	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
A. <u>Unidad estadística</u>					
1. Clase de actividad ^{d/}	1	1			
2. Clase de organización jurídica y tipo de propiedad*	1				
3. Ubicación*	1				
4. Tamaño	1				
5. Número de unidades estadísticas			1		1
B. <u>Empleo</u>					
1. Total de personas ocupadas en un período del período de la encuesta	1	1	1	1	
distinguiendo entre:					
(a) Propietarios que trabajan	1		1		
(b) Trabajadores familiares no remunerados	1		1		
(c) Empleados	1	1	1	1	
2. Empleados ocupados en varios períodos del período de la encuesta*	1	1			
3. Promedio de empleados ocupados en el período de la encuesta f/			1	1	
4. Promedio de personas ocupadas en el período de la encuesta g/			1		1
C. <u>Remuneración de los empleados</u>					
1. Sueldos y salarios pagados a los empleados durante el período de la encuesta	1	1	1	1	

Cuadro 2 (continuación)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
D. <u>Ventas e ingresos</u>						
1. Valor de todas las ventas e ingresos durante el período de la encuesta . . .	1	1	1	1	1	1
distinguiendo entre:						
(a) Ventas de bienes por cuenta propia	1	2	1	2		
(b) Comisiones recibidas en transacciones por cuenta de terceros . . .	1	2	1	2		
E. <u>Compras y otros costos</u>						
1. Valor de las compras de bienes destinados a la venta	1	2	1	2		
F. <u>Margen bruto</u> (al por mayor y al por menor) p/				1	2	
G. <u>Indicadores para determinados servicios</u>						
1. Número de plazas (para restaurantes, establecimientos que expenden comidas y bebidas, cinematógrafos, productores teatrales y servicios de esparcimiento). . .	1	2	1	2		
2. Número de habitaciones (o camas) y tasas de ocupación (para hoteles, moteles, etc.)	1	2	1	2		
3. Número de entradas (para cinematógrafos, productores teatrales y servicios de esparcimiento)	1	2	1	2		

(Las notas de los cuadros 1 y 2 en la página siguiente)

a/ El campo de aplicación que se recomienda para las encuestas abarca el comercio al por mayor y al por menor, los restaurantes y hoteles (gran división 6 de la CIIU) y determinados servicios (parte de las divisiones 83, 94 y 95 de la CIIU). La unidad estadística recomendada es el establecimiento o la unidad tipo establecimiento. Véanse los párrafos 26 y 42 a 52.

b/ Para fines internacionales, deben publicarse todas las clases de datos reunidas, salvo las que se señalan con un asterisco.

c/ En las encuestas más frecuentes que las anuales, entre los usos importantes de las clases de datos figura el cálculo de índices de ventas y empleo.

d/ Para el detalle recomendado, véanse los párrafos 26 y 62.

e/ Para la clasificación detallada, véanse los párrafos 67 y 70.

f/ Calculado a partir del número de empleados en varios períodos del período de la encuesta. Otra posibilidad es la de enumerar esta clase directamente en encuestas infrecuentes y anuales.

g/ Se define como la suma del promedio de empleados más los propietarios que trabajan y los trabajadores familiares no remunerados en un solo período.

h/ El costo del activo fijo adquirido menos el valor de las ventas de activo fijo.

i/ Para las encuestas anuales y más frecuentes que las anuales bastará con el valor de las existencias al final del período de la encuesta.

j/ La relación entre el valor total de las ventas y el valor de las existencias al principio o al final del período (o el promedio del valor de las existencias al principio y al final del período).

k/ Clases (E.2.a.ii), (E.2.a.iv) y (E.2.b) menos clase (F.1) más clase (H.1.a) al final del período menos clase (H.1.a) al comienzo del período. La definición figura en el párrafo 152.

l/ Clase (E.1) menos clase (E.2.a.iii), menos clase (F.1) menos las siguientes clases: (G.1.a), (G.1.b), (G.1.c) y (G.1.d), más clases (H.1.a) y (H.1.b) al final del período, menos clases (H.1.a) y (H.1.b) al comienzo del período. La definición figura en el párrafo 154.

m/ Para el detalle recomendado, véase el párrafo 26.

n/ Se recomienda reunir datos sobre el activo fijo únicamente respecto de algunos servicios seleccionados en los que es probable que los gastos de capital sean importantes, como: bienes raíces (exceptuados los agentes y comisionistas), servicios de elaboración y tabulación de datos, alquiler de maquinaria y equipo, producción, distribución y exhibición de películas cinematográficas, emisiones de radio y televisión, productores teatrales y servicios de esparcimiento y, posiblemente, de diversión y recreo.

o/ Clase (E.1) menos clase (F.1). Se excluyen los ajustes por cambios en las existencias sobre la base de que, en los servicios, las sumas en juego tienden a ser pequeñas. La definición figura en el párrafo 154.

p/ Clase (D.1.a) más clase (D.1.b) menos clase (E.1). Esta es una aproximación del concepto definido en el párrafo 152, pues no se tienen en cuenta los ajustes por cambios en las existencias.

C. Descripciones que se han de publicar de las encuestas

100. A fin de que los usuarios de las estadísticas publicadas puedan evaluar su comparabilidad - tanto con las estadísticas derivadas de otras encuestas realizadas en el mismo país, como con las estadísticas de otros países - y determinar su confiabilidad, se deberá publicar la siguiente información:

(a) Una descripción del campo de aplicación de la encuesta, es decir, de las actividades incluidas en el campo de la encuesta y una definición de la unidad estadística en términos del campo de la encuesta y de las clases de datos reunidos;

(b) Una descripción de la cobertura de la encuesta, es decir, si se han incluido unidades de todos los tipos (tamaño, tipo de propiedad, clase de organización jurídica, etc.);

(c) Una descripción de los métodos adoptados para cubrir el campo de la encuesta, es decir, si se utilizaron procedimientos directos de recopilación (enumeración por correspondencia o sobre el terreno), registros administrativos o muestreo (incluida una descripción del diseño de la muestra utilizado y cálculos de probables errores del muestreo). La descripción también podría incluir una evaluación del grado de completabilidad de la cobertura lograda.

(d) Las definiciones operacionales de las clases de datos reunidos, quizás en forma de copias de los cuestionarios y de las instrucciones básicas utilizadas, incluida una descripción de los métodos de valoración utilizados respecto de las distintas clases. También se habrán de dar las definiciones de las clases derivadas que se hayan elaborado a partir de las clases de datos reunidos;

(e) La magnitud de cualquier falta de respuesta y la forma en que se haya tratado, con inclusión de:

(i) El número y la importancia de las unidades estadísticas conocidas que no hayan respondido al cuestionario y, cuando sea posible, algunas de las características fundamentales de los no informantes, es decir, su clase de actividad y, sobre todo, su tamaño. Además, se indicará también si en los datos publicados se han incluido estimaciones para los no informantes;

(ii) La magnitud de la falta de respuesta a preguntas determinadas para las cuales no se hicieron estimaciones o no fue posible hacerlas;

(f) Una descripción de la clasificación por clase de actividad y de otras clasificaciones que se hayan utilizado;

(g) Cuando sea posible, sobre todo en el caso de las categorías que comprenden muchas unidades que realizan indistintamente actividades al por mayor y al por menor, una indicación de la medida en que los datos correspondientes a cada grupo de clase de actividad que se publica se refieren a actividades que, si se hubieran declarado por separado, se habrían asignado a otros grupos de la clasificación. Una de estas medidas es la tasa de homogeneidad, que es la relación que existe entre el valor de las ventas y los ingresos, respecto de las unidades clasificadas en el grupo indicado, de bienes y servicios que en rigor se pueden clasificar en dicho grupo, por una parte, y el valor total de las ventas e ingresos de las mismas unidades, por la otra.

IV. DEFINICIONES DE LAS CLASES DE DATOS

A. Empleo

1. Total de personas ocupadas durante un solo período del período de la encuesta

101. El número de personas ocupadas en un establecimiento se define como el número total de personas que trabajan en el establecimiento o para éste, incluidos los propietarios que trabajan, los socios comerciales no remunerados y los trabajadores familiares no remunerados. Las personas que trabajan a comisión deben incluirse si también perciben una remuneración regularmente (véase el párr. 83). Sin embargo, no se incluyen los directores de empresas constituidas en sociedad que perciben una remuneración únicamente por asistir a las reuniones de las juntas directivas. La enumeración debe referirse al número de personas ocupadas durante un período determinado, como un período de pago o una semana civil, y no un día determinado. El total debe abarcar a las personas en uso de licencia de corta duración, tal como licencia por enfermedad y vacaciones anuales y también a los huelguistas; no debe incluir a las personas en uso de licencia indefinida, a las que prestan servicio militar o a las jubiladas. Cada categoría de ocupación se define en los párrafos siguientes.

2. Propietarios que trabajan

102. Esta definición debe abarcar a todos los propietarios y socios que participen activamente en el trabajo del establecimiento. No están incluidos los socios capitalistas o inactivos ni los miembros de la familia del propietario a menos que participen activamente en el trabajo del establecimiento. Esta categoría no es aplicable a una empresa constituida en sociedad o empresa análoga en que la propiedad esté representada por acciones.

3. Trabajadores familiares no remunerados

103. Son todas las personas que viven en el hogar de cualquiera de los propietarios de la empresa y que trabajan en el establecimiento sin percibir una remuneración regularmente (es decir, sin percibir una suma convenida por el trabajo realizado) al menos durante la tercera parte de la jornada normal del establecimiento. Esta categoría no es aplicable a una empresa constituida en sociedad o empresa análoga en que la propiedad esté representada por acciones.

104. Hay que señalar que en la práctica, cabría preguntarse si la antedicha definición es demasiado rígida y si los países no tendrían que idear ciertas normas para que resultara práctica. En particular, hay que tener en cuenta que el trabajo no remunerado puede ser realizado por personas que no pertenezcan al hogar.

105. Además, en algunos países puede no ser posible distinguir entre "trabajadores familiares no remunerados" y "propietarios que trabajan", por lo que tal vez haya que incluirlos en un solo grupo.

4. Número de empleados

106. Todas las personas que trabajan en el establecimiento y perciben una remuneración regularmente y las personas que trabajan fuera del establecimiento pero bajo su control y a quienes el establecimiento paga una remuneración. También están incluidos los gerentes y directores de empresas no constituidas en sociedad que perciben un sueldo, salvo cuando se les paga únicamente por concurrir a las reuniones de las juntas directivas.

107. Deben considerarse como empleados todas las personas remuneradas que se dedican a la venta de bienes o a la prestación de servicios y otras actividades afines del establecimiento. Abarca al personal empresarial, administrativo, técnico, de supervisión, ventas, oficina y servicios. También deben incluirse a los empleados de categorías semejantes que se dedican a actividades subsidiarias de la actividad principal del establecimiento y las personas que se ocupan de la conducción de camiones, las reparaciones, el mantenimiento, etc. La categoría "empleados" incluye a todas las personas ocupadas que no sean propietarios o trabajadores familiares no remunerados.

108. Se recomienda que, en las encuestas infrecuentes o anuales, aunque sea como una segunda prioridad, se trate de establecer una distinción entre los empleados a jornada completa y a jornada parcial. Esa distinción podría hacerse tomando como base una fracción del horario de trabajo que se considere normal para el tipo de actividad y el país de que se trate durante un período determinado. No se puede recomendar para estos fines una distinción uniforme para uso internacional; los países deberán adoptar un límite que se adapte a sus circunstancias.

109. En las encuestas infrecuentes, las cifras correspondientes al número de empleados en un solo período del período de la encuesta deberían desglosarse también por sexo y hacer una distinción entre adultos y adolescentes basada en las leyes y costumbres de cada país. No obstante, estas distinciones no se recomiendan a los fines internacionales.

5. Número de empleados en varios períodos del período de la encuesta

110. Es el número de empleados que se ha definido en los párrafos precedentes. En general, se sugiere adoptar un período determinado (semana civil o período de pago) hacia la mitad de cada trimestre. Normalmente uno de esos períodos coincidiría con el que se emplea para reunir datos sobre el número de personas ocupadas y para el cual deben identificarse varias categorías de ocupación (véase el párr. 101).

6. Promedio de empleados durante el período de la encuesta

111. El promedio de empleados (y los correspondientes promedios de empleados a jornada completa y a jornada parcial) es el promedio aritmético del número de empleados en varios períodos determinados del período de la encuesta, según se ha definido en el párr. 110.

7. Promedio de personas ocupadas durante el período de la encuesta

112. Este promedio se emplea como criterio para determinar el tamaño de la unidad. Se define como el promedio de empleados (calculado tal como se indica en el párr. 111), al que se suma el número de propietarios que trabajan y el número de trabajadores familiares no remunerados que se hallen ocupados en un período único del período de la encuesta. Si no se dispone del promedio de empleados el criterio de tamaño debería ser el "total de personas ocupadas durante un solo período del período de la encuesta".

B. Remuneración de los empleados

1. Sueldos y salarios pagados a los empleados durante el período de la encuesta

113. La remuneración incluye todos los pagos en dinero o en especie con que un empleador retribuye el trabajo de todas las personas incluidas en la nómina de empleados durante el período de la encuesta. Abarca todos los pagos en efectivo, comisiones ^{15/}, bonificaciones, subsidios por costo de la vida y salarios pagados durante períodos de vacaciones o enfermedad; los impuestos,

^{15/} La situación con respecto a los pagos por concepto de comisión hechos a personas que no son empleados se trata en el párr. 83.

las aportaciones a programas de seguridad social y otros análogos pagaderos por el empleado que son deducidos por el empleador; y los pagos en especie. Las indemnizaciones por despido y las prestaciones por desempleo también se incluyen excepto cuando se hacen con cargo a un fondo fiduciario u otro fondo especial establecido a tal efecto, es decir, cuando los pagos no los hace el empleador. Las aportaciones a programas de seguridad social y a cajas de pensiones y otras contribuciones análogas pagaderas por el empleador no se incluyen en los sueldos y salarios sino que se consideran una parte separada de la remuneración de los empleados.

114. Los pagos en especie se definen como el costo neto para el empleador de los bienes y servicios que proporciona gratuitamente o a un precio muy reducido a los empleados, y que benefician clara y principalmente a tales empleados como consumidores. Este concepto incluye alimentos, bebidas, tabaco y vestimenta (salvo los uniformes civiles, que normalmente no se usan fuera del lugar de trabajo) y alojamiento proporcionado gratuitamente o a un costo muy reducido. Sin embargo, los gastos del empleador que benefician a él y a sus empleados (por ejemplo, comodidades en el lugar de trabajo, exámenes médicos, deportes y otras actividades recreativas, gastos de viaje, entretenimiento, etc. de los empleados en relación con el negocio) no constituyen parte de la remuneración de los empleados.

115. A fin de llegar a una estimación más precisa de los niveles de sueldos y salarios que la proporcionada por los sueldos y salarios pagados durante el período de la encuesta, se recomienda que en las encuestas infrecuentes se recojan datos sobre los sueldos y salarios pagados a los empleados a jornada completa y a jornada parcial en un solo período del período de la encuesta respecto del cual se hayan reunido datos sobre el número de empleados.

2. Contribuciones de los empleadores a los programas de seguridad social, etc.

116. Son las aportaciones que hacen los empleadores a los programas de seguridad social, jubilación y otros análogos respecto de sus empleados. Este concepto abarca los pagos hechos por el empleador en beneficio de sus empleados, y que para los fines de la contabilidad nacional normalmente se consideran parte integrante de la retribución de los empleados pero no de los sueldos y salarios. Son, por ejemplo, las contribuciones del empleador a los programas de seguridad

social y las aportaciones del empleador a planes privados de jubilación, prestaciones familiares, seguros médicos y contra accidentes, seguros de vida y planes análogos. La suma de este concepto y del concepto 1 (es decir, sueldos y salarios pagados) representa la remuneración total de los empleados según se define a los efectos de las cuentas nacionales. Se excluyen los pagos que el empleador no hace directamente así como los gastos de viaje y de otra índole que se hacen en relación con el negocio y que son reembolsados por el empleador.

C. Activo fijo

1. Alcance de los datos

117. Los datos sobre los gastos en activo fijo han de incluir el valor de todos los activos físicos cuya vida útil se estima en más de un año y destinados a ser utilizados por el establecimiento (edificios, maquinaria, equipo, vehículos y terrenos). Se incluyen las adiciones, modificaciones y mejoras de importancia hechas al activo fijo ya existente que prolongan su vida económica normal o aumentan su productividad. También se incluye el valor del activo fijo nuevo y de las adiciones y mejoras que el establecimiento hace en el activo fijo existente con su mano de obra y para su propio uso. Se incluyen las reparaciones de capital, pero no los gastos en trabajos corrientes de reparación y conservación. Tampoco se incluyen los títulos de propiedad.

2. Valoración

118. El activo fijo adquirido de terceros debe evaluarse al costo total, es decir, al precio de entrega más los gastos de instalación, incluidos todos los derechos e impuestos del caso, pero sin incluir los gastos de financiación. El activo fijo producido por el establecimiento para su propio uso debe evaluarse al costo de todo el trabajo puesto en obra, así como los correspondientes gastos generales. El activo fijo producido por un establecimiento perteneciente a una empresa que posee varios establecimientos para uso de otro establecimiento de la misma empresa, debe ser evaluado por el establecimiento que lo recibe como si hubiera sido comprado fuera de la empresa. El activo fijo usado que se haya vendido durante el lapso de la encuesta debe valorarse según la suma real obtenida.

3. Momento en que se efectúan
gastos en activo fijo

119. Las transacciones respecto del activo fijo deben registrarse generalmente cuando se produce la transferencia de la propiedad. En el caso de los gastos de un establecimiento en activo fijo, debe considerarse que éstos coinciden con el momento en que el activo se termina y se entrega al control del establecimiento. Como excepción a esta regla, el valor del trabajo puesto en obra en la construcción de edificios, estructuras, caminos y otros proyectos durante el período de la encuesta, debe registrarse como gastos en activo fijo del establecimiento para el que la construcción se realiza, tanto si el proyecto se termina dentro del período de la encuesta como fuera de él. Por lo tanto, los gastos parciales de trabajos de construcción encargados deben registrarse como gastos en activo fijo realizados en el momento en que se efectúan esos pagos; en otras palabras, el gasto que debe declararse en el caso de los trabajos de construcción debe referirse al valor total del trabajo terminado durante el período de la encuesta, menos el importe de los pagos parciales hechos por ese trabajo antes del período de la encuesta, más todos los pagos parciales hechos durante el período de la encuesta por trabajos aún no terminados al final de dicho período.

120. En la definición anterior se consideran en forma distinta los pagos parciales de trabajos de construcción y de otros activos fijos. Para los trabajos de construcción, los pagos parciales deben incluirse en los gastos en activo fijo; para otro activo fijo, los pagos parciales deben excluirse de los gastos en activo fijo y registrarse como crédito financiero. En algunos países quizá no sea viable este método y tal vez todos los gastos parciales deben registrarse como gastos en activo fijo.

4. Distinción entre diversos tipos de activo fijo

121. Las transacciones del establecimiento en activo fijo se dividen en las categorías siguientes:

(a) Edificios, mejoras en los terrenos y otros trabajos de construcción

Se incluyen edificios residenciales y otros edificios, tales como almacenes de depósito, edificios de oficinas, comercios, tiendas, hoteles y restaurantes;

nuevas construcciones, como caminos, calles, lugares de estacionamiento, etc. y reformas y mejoras importantes. Se excluye el valor de los terrenos antes de las mejoras, pero se incluyen las mejoras a los terrenos hechas durante el lapso de la encuesta.

(b) Equipo de transporte

Vehículos automotores, aviones, barcos, material rodante de ferrocarriles y tranvías, tractores para remolque por carretera, carros y vagones y reformas y mejoras importantes del equipo de transporte existente.

(c) Maquinaria y otro equipo

Maquinaria generadora de energía; maquinaria, equipo y muebles para comercios y oficinas; enseres tales como mostradores, estanterías y recipientes de depósito; equipo para conservación en frigoríficos; grúas, carrillos de horquilla elevadora y afines; contenedores duraderos; y toda otra maquinaria y equipo y renovaciones y reformas importantes en estos tipos de maquinaria y equipo.

(d) Terrenos

122. Debido a las dificultades con que se tropieza para obtener de los establecimientos datos detallados sobre el activo fijo, no se ha recomendado hacer distinciones entre el activo fijo nuevo y el usado. Sin embargo, para toda la economía, el total de los gastos en activo fijo realizados durante el año, ajustado según las ventas de activo fijo, deberá constituir una aproximación al valor de los gastos en activo fijo nuevo.

5. Adiciones brutas al activo fijo

123. Este concepto se define como la suma del costo total del activo fijo adquirido durante el período de la encuesta, menos el valor de las ventas de activo fijo realizadas durante ese período.

D. Ventas e ingresos

1. Valor de las ventas de bienes y los ingresos por servicios

124. Este concepto comprende el valor de venta de todos los bienes cuya propiedad o usufructo se ha cedido a terceros con miras a su compra efectiva, y el valor de todos los servicios prestados durante el período de la encuesta,

cualquiera que sea el plazo o la forma de pago. Los contratos de alquiler con derecho de compra o las ventas a plazos deben sumarse a las ventas en el momento en que se formalizan. Se incluyen los bienes que un establecimiento vende por su propia cuenta y por cuenta de terceros, o que los propietarios retiran del establecimiento para su propio uso. No se incluyen los bienes entregados para su venta en consignación, para ser exhibidos o para fines análogos, ni los enviados a otros establecimientos de la misma empresa. Se incluyen en los ingresos por concepto de servicios prestados las comisiones y derechos percibidos por el establecimiento por ventas y compras efectuadas por cuenta de terceros. (Los establecimientos que ceden bienes a otros establecimientos de la misma empresa deben deducir del valor total de las compras el valor de compra de los bienes cedidos.)

125. El valor de venta de los bienes y servicios es la suma total que ha de pagarse por ellos. Incluye el precio de venta, los impuestos sobre las ventas y sobre el consumo y cualquier otro gravamen e impuesto indirecto que se cobre al comprador, así como los gastos de financiación, entrega e instalación si el establecimiento presta esos servicios. Es conveniente declarar por separado los gravámenes e impuestos indirectos que se cobren, así como obtener por separado las cifras relativas a los subsidios que se reciban en relación con las ventas. También puede ser conveniente declarar separadamente del valor total de las ventas las cifras correspondientes a los gastos de financiación. Se entiende que el precio de venta no incluye los descuentos, rebajas y otras concesiones, pero incluye el valor de los bienes recibidos en pago parcial o que son objeto de trueque en la transacción. Los bienes retirados por los propietarios del establecimiento, así como los servicios que les hayan sido prestados, deben valorarse a los correspondientes precios del mercado (es decir, como si se hubieran vendido a un cliente); y tal vez sea conveniente indicar por separado el valor de estas ventas. En la práctica, tal vez sea necesario valorar los bienes retirados por los propietarios al precio de costo para el establecimiento.

2. Clasificación de las ventas

126. Los establecimientos incluidos en el sector del comercio de distribución y los servicios suelen ocuparse del manejo de una gran variedad de bienes y servicios. Esto sucede particularmente respecto de la venta de bienes, mientras que los distintos servicios por lo general pueden definirse con una breve descripción de la unidad. Para que los datos tengan más utilidad, normalmente sería necesario reunir clasificaciones bastante pormenorizadas de las ventas de bienes de cada unidad. Como son muchas las clasificaciones que resultarían útiles para un fin u otro, los países deben decidir cuáles son las que más satisfacen sus necesidades particulares.

127. Para los fines de estas recomendaciones, se ha sugerido clasificar las ventas en cuatro categorías. Dos para las unidades clasificadas en el comercio mayorista y minorista: (a) ventas al por mayor y al por menor, (b) por clase de producto; una para unidades mayoristas únicamente; (c) por cuenta propia y por cuenta de terceros; y una clasificación suplementaria, a la que se asigna segunda prioridad, para las unidades minoristas únicamente: (d) por bienes vendidos sin transformar y bienes vendidos después de cierto grado de transformación.

128. Cada una de estas clasificaciones exige una gran colaboración de los informantes y requiere que se disponga de registros detallados. Por lo tanto, deben pedirse clasificaciones pormenorizadas de las ventas sólo para las que el establecimiento lleve registro. Además, generalmente no es posible hacer clasificaciones cruzadas para la mayoría de las categorías sugeridas, por lo que se sugiere que se tome cada una de las clasificaciones por separado y se aplique al valor total de las ventas. En los párrafos siguientes se describen las clasificaciones recomendadas.

3. Ventas al por mayor y al por menor

129. En la clasificación de ventas al por mayor y al por menor deben distinguirse al menos dos amplias categorías: (a) ventas a mayoristas, a minoristas y a usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales, es decir, ventas al por mayor; (b) al público en general para uso o consumo personal o del hogar, es decir, comercio al por menor.

4. Ventas clasificadas por clase de mercadería

130. El valor de las ventas debe clasificarse por mercadería o, al menos, por grupos de mercaderías, en lo que respecta a las ventas de cuya ejecución detallada se encarga el propio establecimiento (es decir, las que factura), ya sea por propia cuenta o por cuenta de terceros.

131. Es necesario que las autoridades estadísticas nacionales preparen listas especiales para consignar las ventas por tipo de mercadería. Desde luego, es mucho más fácil preparar estas listas para el comercio al por menor que para el comercio al por mayor y, sin duda, las ventas al por menor clasificadas por tipo de mercadería son más útiles para describir la corriente de bienes a los hogares. Tanto en el plano nacional como en el internacional, toda lista de productos vendidos al por menor deberá vincularse a la clasificación de bienes y servicios del hogar para los fines de la contabilidad nacional 16/.

5. Ventas por cuenta propia y ventas por cuenta de terceros

133. Son ventas por cuenta propia las ventas a terceros de bienes pertenecientes a un establecimiento que constituye una empresa de una sola unidad, o que están en poder de un establecimiento que forma parte de una empresa constituida por varias unidades y que es dueña de los bienes. Son ventas por cuenta de terceros todas las demás ventas de mercaderías. La distinción entre las ventas por cuenta propia y las ventas por cuenta de terceros se recomienda para las unidades mayoristas únicamente.

6. Venta de bienes sin transformar y de bienes con alguna transformación

134. La distinción entre los bienes que se han vendido elaborados y sin elaborar tiene segunda prioridad y se recomienda para las encuestas infrecuentes únicamente, respecto de unidades clasificadas en comercio al por menor.

16/ Pueden servir de guía para preparar una clasificación de esta naturaleza los estudios realizados por la Oficina de Estadística de las Naciones Unidas durante la elaboración de una clasificación general de productos. Véase "Proyecto de clasificación internacional uniforme de todos los bienes y servicios (CIBS)" (E/CN.3/493).

E. Compras

1. Valor de las compras de bienes destinados a la venta

135. Esta clasificación comprende el valor de entrega de los bienes destinados a la venta cuya propiedad haya adquirido el establecimiento, si éste constituye una empresa independiente, o cuya posesión haya adquirido el establecimiento si forma parte de una empresa que consta de varias unidades y de cuya propiedad son los bienes. Se incluyen los bienes cuyo usufructo, con miras a su compra efectiva, se haya cedido al establecimiento. Las compras de bienes deben registrarse en la fecha en que se traspase la propiedad o se conceda el usufructo o la posesión, independientemente de la fecha de pago. La fecha en que se declare la compra dependerá en la práctica de la fecha en que sea registrada por el establecimiento. Esta puede ser: (a) la fecha del contrato, (b) la fecha del traspaso de la propiedad, del usufructo o de la posesión, mediante documentos de embarque u otros análogos, o (c) la fecha de su recepción.

136. Las compras de bienes deben evaluarse al costo de entrega en el establecimiento, incluyendo (además del precio de compra), los impuestos sobre las ventas, el consumo y otros gravámenes e impuestos indirectos, así como los gastos de expedición y otros análogos que imponga la compra, pero deducidas las compensaciones, descuentos, rebajas y otras concesiones recibidas.

Además, el precio de compra del establecimiento debe incluir el valor de los bienes que se entregan como pago parcial o que son objeto de trueque en la transacción. Los bienes cedidos por otros establecimientos de la misma empresa se evaluarán como si hubieran sido comprados. Cuando en la práctica no sea posible hacerlo, los bienes cedidos podrán valorarse al precio de costo para la empresa al entregarlos al establecimiento, es decir, al precio de compra original más los gastos de expedición y otros, los gastos directos de mano de obra y materiales y, de ser posible, los gastos generales.

2. Compras clasificadas por clase de producto

137. Como una alternativa a la clasificación de las ventas por clase de producto, está la posibilidad de desglosar las compras por producto, a la que se

da segunda prioridad en las encuestas infrecuentes. A pesar de los diferentes márgenes de comercialización y tasas de movimiento de los bienes, quizás resulte más fácil reunir datos sobre las compras clasificadas por producto, particularmente en los establecimientos minoristas, pues hay menos facturas de compras que de ventas, y los datos pueden obtenerse de los registros de contabilidad sin recurrir a las facturas individuales.

F. Otros gastos

1. Valor total de los gastos de operación

138. El valor de los gastos totales de operación efectuados en el período de la encuesta, tanto por concepto de bienes consumidos como por servicios utilizados se define como la suma de: (a) el costo de los bienes recibidos (salvo de los destinados a la venta y los combustibles), (b) el valor de la electricidad y los combustibles comprados (salvo los destinados a la venta), (c) el costo de los trabajos de reparación y mantenimiento, (d) el costo de los trabajos por contrata y a comisión, y (e) otros gastos de operación. Cada una de estas clasificaciones se define en los párrafos siguientes.

2. Costo de los bienes recibidos

139. Son todos los bienes (salvo los destinados a la venta y los combustibles) cedidos al establecimiento y que son de su propiedad (o de propiedad de la empresa a que pertenece el establecimiento). Se incluyen: lubricantes, agua, materiales para embalaje y envase, herramientas pequeñas, repuestos, materiales para reparación y mantenimiento, artículos de escritorio y de oficina, etc. El valor de los bienes recibidos ha de ser el valor de entrega en el establecimiento.

3. Valor de la electricidad y los combustibles comprados

140. Es el costo total de toda la electricidad comprada por el establecimiento para iluminación, acondicionamiento de aire, refrigeración y otros fines durante el período de la encuesta, así como el de los combustibles comprados y recibidos por el establecimiento (salvo los combustibles comprados para la venta), incluidos la gasolina y otros combustibles para vehículos.

4. Costo de los trabajos de reparación y mantenimiento

141. Es el costo total para el establecimiento de los servicios de reparación y conservación de los edificios y otro activo fijo del establecimiento prestados por terceros durante el período de la encuesta. Se incluye el costo de los servicios de reparación y mantenimiento prestados por una unidad auxiliar de reparación y mantenimiento, que se ha considerado como un establecimiento separado. Deben incluirse los gastos ordinarios de reparación y mantenimiento, pero no las reparaciones de capital.

5. Costo de los trabajos por contrata y a comisión

142. Es el costo de los trabajos a contrata realizados por terceros durante el período de la encuesta en bienes del establecimiento, y el monto de las comisiones pagadas por venta de bienes a personas que no perciben regularmente un sueldo y que trabajan exclusiva o principalmente a comisión.

6. Otros gastos de operación

143. Esta categoría comprende los pagos por servicios de contabilidad, publicidad, comunicaciones, transporte, almacenamiento, seguros, licencias y servicios jurídicos y de otra índole, y los pagos de alquiler bruto (salvo los pagos por el uso de terrenos). Este concepto incluye el costo de todos los demás servicios prestados por terceros que inciden en el valor de las ventas que el establecimiento ha efectuado durante el lapso de la encuesta. En algunos casos, quizá se puedan reunir datos sobre determinados gastos únicamente. Este concepto tiene segunda prioridad y se recomienda sólo para las encuestas infrecuentes.

G. Existencias

1. Valor de todas las existencias

144. Es el valor de las existencias de bienes destinados a la venta y de los materiales, combustibles y suministros para uso de la unidad. El valor indicado ha de ser el valor, al principio y al fin del período de la encuesta, de los bienes destinados a la venta, independientemente del lugar donde se les tenga, y de los materiales para uso de la unidad y que sean de propiedad del establecimiento (es decir, sobre los que tenga título de propiedad) cuando

éste constituye una empresa independiente o que estén en poder del establecimiento y sean de propiedad de la empresa de la que forma parte cuando se trata de una empresa de varias unidades. No se incluyen los bienes cuyo usufructo haya concedido el establecimiento a terceros, con miras a la compra efectiva por éstos; si se incluyen los bienes cuyo usufructo se haya concedido al establecimiento con miras a su compra efectiva por éste. En la práctica, puede ser necesario excluir ciertas clases de bienes de propiedad del establecimiento pero que no están en su poder, tales como los bienes comprados por sus agentes en el exterior y no recibidos por el establecimiento. Los bienes destinados a la venta, independientemente de que luego sean elaborados o no, comprenden los que están listos para la venta y los materiales que el establecimiento transforma antes de venderlos en forma de bienes o de servicios, tales como el té que se mezcla, los granos de café verde que se tuestan y mezclan y los productos alimenticios que se usan en los restaurantes para servir comidas.

145. En principio, las existencias deben valorarse al costo corriente de reposición, basado en los precios de mercado vigentes en las fechas de referencia. Estos precios deben incluir todos los derechos e impuestos pagaderos por el comprador, una vez deducidas las rebajas y los descuentos dados por el vendedor. Otra posibilidad sería la de consignar el valor según libros.

146. En algunas encuestas se podrían reunir datos sobre las existencias de bienes individualmente importantes. Esta información serviría, por ejemplo, para los cuadros de insumo-producto, balances de productos y cálculos de las existencias. Sin embargo, no se hace ninguna recomendación concreta en vista de que la reunión de esos datos impondría una pesada carga a los informantes.

147. Se recomienda que al evaluar las existencias se haga una distinción entre (a) las existencias de bienes destinados a la venta y (b) otras existencias, inclusive combustibles, contenedores no duraderos, material de embalaje, suministros de oficina, y todas las demás existencias.

2. Movimiento de existencias

148. En los términos más sencillos, el movimiento de existencias es la relación entre las ventas o las compras y el volumen de existencias. Este concepto se emplea para determinar el número de veces que en el período de la encuesta la unidad necesita reponer sus existencias. El movimiento de existencias se puede determinar de distintas maneras, según se calculen las relaciones entre el valor total de las ventas, el costo de las ventas o el valor total de las compras de mercaderías destinadas a la venta durante el período de la encuesta, y el valor de las existencias al comienzo de ese período, al fin del mismo, o el valor medio de las existencias al comienzo y al fin de dicho período.

149. Como las tasas de movimiento de existencias pueden variar según los tipos de bienes, este concepto tendría más pertinencia si se aplicara a ciertos productos importantes y no a una gran variedad de bienes.

H. Cuentas por cobrar

150. Este concepto se define como el valor, al final del año de la encuesta, de los créditos pendientes que se concedieron al vender bienes por cuenta propia o al prestar servicios. Los pagos por recibir sobre bienes cuyo usufructo se ha traspasado mediante contrato de alquiler con derecho de compra u otro arreglo de pago a plazos también deben clasificarse como cuentas por cobrar.

151. En vista de las dificultades que se plantean en la práctica y de las limitaciones de los datos, sobre todo en el caso de las unidades de comercio al por menor, se asigna a este concepto sólo segunda prioridad.

I. Margen bruto

152. El margen bruto es la diferencia entre el valor de los bienes vendidos por cuenta propia (incluidas las comisiones recibidas por las ventas por cuenta de terceros) durante el período de la encuesta y el costo bruto de tales bienes. El costo bruto de los bienes es el valor de las compras de bienes destinados a la venta, ajustado para tener en cuenta la variación de las existencias durante el período de la encuesta. Este concepto se recomienda para el comercio al por mayor y al por menor únicamente.

153. La determinación del margen bruto según el valor a precios de productor o según valores básicos aproximados depende de cómo se consideren los impuestos indirectos (sobre los bienes) y los subsidios, en proporción a la cantidad o el valor de los productos vendidos. En la evaluación según el valor a precios de productor, los impuestos indirectos deben incluirse en el valor de las ventas del establecimiento, y debe excluirse el valor de los subsidios; para evaluarlo según los valores básicos aproximados, deben excluirse los impuestos indirectos e incluirse los subsidios recibidos.

J. Valor agregado

154. El valor agregado durante el año de la encuesta es igual al valor de las ventas de bienes hechas por cuenta propia más los ingresos de operación menos los siguientes conceptos: "valor de todas las compras de bienes destinados a la venta", "costo de los bienes (no destinados a la venta) recibidos", "valor de la electricidad y los combustibles comprados", "costo de los trabajos de reparación y mantenimiento", y "costo de los trabajos por contrata y a comisión". Este resultado se ajusta para reflejar las variaciones de las existencias de bienes destinados a la venta y de otras existencias añadiendo el valor de esas existencias al final del período de la encuesta y sustrayendo ese valor al comienzo del período de la encuesta.

155. Si se ha calculado el margen bruto, la cifra del valor agregado será el valor del margen bruto menos el "costo de los bienes (no destinados a la venta) recibidos", el "valor de la electricidad y los combustibles comprados", el "costo de los trabajos de reparación y mantenimiento", y el "costo de los trabajos por contrata y a comisión", corregido por cambios en las existencias de bienes no destinados a la venta.

156. Al igual que en el caso del margen bruto, el valor agregado puede calcularse según valores a precios de productor o según valores básicos aproximados. Para todas las tabulaciones se recomiendan los valores a precios de productor.

157. Debe observarse que el valor agregado definido en el párrafo 154 (que podría denominarse "valor agregado censal") no es lo mismo que el valor agregado (contribución del sector del comercio de la distribución y los servicios al producto interno bruto) definido en las cuentas nacionales.

Para obtener un cálculo más exacto del producto interno bruto partiendo del valor agregado censal sería necesario deducir los "otros costos de operación" (como contabilidad, publicidad, comunicaciones, etc.) y añadir el valor de los ingresos por concepto de esos servicios, si los hubiere. Como en los registros del establecimiento rara vez constan estos datos, sobre todo en el caso de establecimientos que pertenecen a una empresa constituida por varias unidades, sería más apropiado recogerlos mediante encuestas especiales por muestreo, utilizando la empresa como unidad estadística.

K. Indicadores para determinadas actividades

158. Para complementar los datos sobre los conceptos descritos más arriba, sería útil reunir, tanto para fines nacionales como internacionales, datos sobre varios indicadores expresados en unidades físicas de medición para determinadas actividades. Cabe señalar que estos datos normalmente no figuran en los registros contables de los establecimientos.

159. A los fines de la comparabilidad internacional, se han incluido cinco indicadores como conceptos de primera prioridad en las encuestas infrecuentes. Esos indicadores y la actividad de las unidades para las que se recomiendan son los siguientes:

(a) Superficie del local (para el comercio al por menor);

(b) Número de plazas (para restaurantes y establecimientos que expenden comidas y bebidas, cines, teatros y servicios de esparcimiento);

(c) Número de habitaciones (o camas) y tasas de ocupación (para hoteles, moteles, etc.). La tasa de ocupación podría definirse como la relación entre el número de habitaciones (o camas) disponible multiplicado por el número de noches en que funcionó la unidad durante el período de la encuesta, dividido por la suma del número de habitaciones (o camas) ocupados en cada una de las noches de ese período;

(d) Número de entradas (para cinematógrafos, teatros y servicios de esparcimiento), y

(e) Número y metraje de películas producidas y duración de la proyección (para la producción de películas cinematográficas).

كيفية الحصول على منشورات الأمم المتحدة

يمكن الحصول على منشورات الأمم المتحدة من المكتبات ودور التوزيع في جميع أنحاء العالم. استعلم عنها من المكتبة التي تتعامل معها أو اكتب إلى: الأمم المتحدة، قسم البيع في نيويورك أو في جنيف.

如何购取联合国出版物

联合国出版物在全世界各地的书店和经售处均有发售。请向书店询问或写信到纽约或日内瓦的联合国销售组。

HOW TO OBTAIN UNITED NATIONS PUBLICATIONS

United Nations publications may be obtained from bookstores and distributors throughout the world. Consult your bookstore or write to: United Nations, Sales Section, New York or Geneva.

COMMENT SE PROCURER LES PUBLICATIONS DES NATIONS UNIES

Les publications des Nations Unies sont en vente dans les librairies et les agences dépositaires du monde entier. Informez-vous auprès de votre libraire ou adressez-vous à : Nations Unies, Section des ventes, New York ou Genève.

КАК ПОЛУЧИТЬ ИЗДАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ

Издания Организации Объединенных Наций можно купить в книжных магазинах и агентствах во всех районах мира. Наводите справки об изданиях в вашем книжном магазине или пишите по адресу: Организация Объединенных Наций, Секция по продаже изданий, Нью-Йорк или Женева.

COMO CONSEGUIR PUBLICACIONES DE LAS NACIONES UNIDAS

Las publicaciones de las Naciones Unidas están en venta en librerías y casas distribuidoras en todas partes del mundo. Consulte a su librero o diríjase a: Naciones Unidas, Sección de Ventas, Nueva York o Ginebra.
