

# Departamento Administrativo Nacional de Estadística



Dirección Metodológica y Producción  
Estadística - DIMPE



**Metodología Encuesta Anual de Comercio  
– EAC –**

Diciembre 2008



DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA

HÉCTOR MALDONADO GÓMEZ  
Director

CARLOS EDUARDO SEPÚLVEDA RICO  
Subdirector

ALFREDO VARGAS ABAD  
Secretario General

Directores técnicos

EDUARDO EFRAÍN FREIRE DELGADO  
Metodología y Producción Estadística

BERNARDO GUERRERO LOZANO  
Censos y Demografía

JAVIER ALBERTO GUTIÉRREZ LÓPEZ  
Regulación, Planeación, Estandarización y Normalización

NELCY ARAQUE GARCÍA  
Geoestadística

ANA VICTORIA VEGA ACEVEDO  
Síntesis y Cuentas Nacionales

CAROLINA GUTIÉRREZ HERNÁNDEZ  
Difusión, Mercadeo y Cultura Estadística

Bogotá, D.C., 2008



**Dirección de Metodología y Producción Estadística – DIMPE**  
**Eduardo Efraín Freire Delgado**

**Coordinación Técnica:** Luis Miguel Suárez Cruz

**Equipo Técnico:**

**Temática económica**

Maria Laudice Barreto Bejarano  
Ángela María Hernández Montoya

**Diseños Muestrales**

Irma Inés Parra Ramírez  
María Carolina Sandoval

**Logística de Autodiligenciamiento y Registros**

José Orlando Cruz  
Gloria Inés Fonseca Sánchez  
Nubia Rocio Medina Niño  
Lisímaco Cabrera  
Abelino Gaitan Meneses  
Nixon O Pinilla Camacho

**Sistemas de Información**

Luís Edgar Sánchez Martínez  
Diana Patricia Giraldo  
Luís Carlos Ramírez Cabrera

**Impresión:** Dirección de Difusión, Mercadeo y Cultura Estadística



## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
ÍNDICE DE TABLAS	5
PRESENTACIÓN	6
RESUMEN EJECUTIVO	7
INTRODUCCIÓN	8
1. DISEÑO	9
1.1 DISEÑO CONCEPTUAL	9
1.2 DISEÑO ESTADÍSTICO	14
2. PRODUCCIÓN ESTADÍSTICA	25
2.1 ACTIVIDADES PREPARATORIAS	25
2.2 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	27
2.3 PROCEDIMIENTO DE CODIFICACIÓN Y CRÍTICA	31
2.4 CAPTURA Y CONSOLIDACIÓN DE DATOS	31
2.5 PROCESAMIENTO E IMPUTACIÓN	32
2.6 ANÁLISIS ESTADÍSTICO	34
3. DIFUSIÓN	40
3.1 ADMINISTRACIÓN DE REPOSITORIO DE DATOS	40
3.2 PRODUCTOS E INSTRUMENTOS DE DIFUSIÓN	40
3.3 PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE PRODUCTOS	41
4. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA	42
5. CRONOGRAMA	45
GLOSARIO DE TÉRMINOS	46
BIBLIOGRAFÍA	51
ANEXOS	52
Anexo A. Formulario de Recolección Encuesta Anual de Comercio –EAC. 2007	52



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Clasificación de la actividad comercial (División 50, 51 y 52)	15
Tabla 2. Actividades Básicas Investigación Comercio Interior	27



## PRESENTACIÓN

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE –, en el marco del proyecto Planificación y Armonización Estadística, busca fortalecer el Sistema Estadístico Nacional – SEN –, para consolidar, armonizar y articular actores, iniciativas y productos; mejorar la calidad de la información estadística y la eficiencia del servicio, en respuesta a una demanda cada vez más creciente de información.

En este contexto, los estándares y metadatos de procesos, metodologías, clasificaciones, nomenclaturas y conceptos son instrumentos fundamentales para la armonización estadística, que garantizan el cumplimiento de los principios de coherencia, comparabilidad, integralidad y calidad de la información estadística.

El DANE, consciente de la necesidad de brindar a sus usuarios una mayor transparencia respecto a las operaciones estadísticas que desarrolla la institución, ha diseñado los parámetros estándar para la presentación de los documentos metodológicos de sus investigaciones, en los cuales se describen las principales características de los procesos seguidos por cada operación estadística en cuanto a sus antecedentes, objetivos, diseño, recolección, procesamiento, análisis y difusión.

Este tipo de documentos contribuirá para dar a conocer al usuario los procesos de producción estadística del DANE, a fomentar la transparencia y la confianza en la calidad técnica de la institución y buscar un mejor aprovechamiento de la información estadística producida. La presente es la metodología vigente en el momento de su publicación.

El DANE agradece a la Comisión de Expertos Independientes, a la Dirección de Estudios Económicos de FENALCO y a los integrantes del Comité de la investigación, por su aporte técnico y el apoyo permanente, lo que ha permitido ajustes metodológicos para el desarrollo de la investigación.

Así mismo, se hace un reconocimiento a los funcionarios y contratistas del DANE que han aportado a la construcción y desarrollo de la investigación y a la estructuración de este documento.



## RESUMEN EJECUTIVO

La Encuesta Anual de Comercio – EAC, surgió como respuesta a las necesidades de los usuarios por contar con información oportuna y confiable del sector. La primera Encuesta se realizó en 1994, sirviendo de prueba piloto para los ajustes de diseño. En 1996 se hizo la primera publicación y desde entonces se viene desarrollando en forma continua.

Su objetivo principal es conocer la estructura y el comportamiento económico del sector comercio a nivel nacional y por grupo de actividad comercial. Es una encuesta por muestreo probabilístico, es decir, basada en la selección aleatoria de establecimientos a partir de un directorio previamente establecido; el universo de estudio corresponde a las unidades económicas formalmente establecidas, ubicadas en el territorio nacional, cuya actividad principal es el comercio (al por mayor y al por menor); se excluyen actividades de reparación y mantenimiento, siempre y cuando éstas no se encuentren relacionadas con la actividad comercial; compraventas, puestos de chance, loterías y rifas, telemercadeo o ventas por catálogo. No se incluye el comercio de mercancías usadas excepto las de vehículos automotores.

La unidad de observación es la empresa legalmente constituida, identificada por el NIT y dedicada a la actividad de comercio. La muestra está constituida por 7905 empresas (3895 de inclusión forzosa y 4010 de inclusión probabilística). Cuando se habla de empresas de inclusión forzosa, son las que corresponden a las de mayor tamaño que cumplen con parámetros de inclusión, ya sea por ingresos o por personal ocupado. Las probabilísticas corresponden a empresas pequeñas que se incluyen por muestreo probabilístico.

La EAC tiene cobertura nacional; el período de referencia es el año anterior al de realización del operativo de recolección y el nivel de desagregación de resultados permite generar información acerca del número de empresas, ingresos por ventas, costo de la mercancía, producción bruta, consumo intermedio, valor agregado, sueldos y salarios causados, prestaciones sociales, remuneración del personal que trabaja para la empresa; por actividad comercial clasificada según CIIU, Rev. 3 A.C., escalas de personal ocupado, escalas de ventas y organización jurídica.

A partir de 1996 y hasta la fecha, se cuenta con la serie de información producida por la Encuesta Anual de Comercio – EAC y desde el 2006 se puede consultar el tema de Tecnologías de Información y Comunicaciones TIC, en la página Web del DANE ([www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co)) link tecnologías de Información.



## INTRODUCCIÓN

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE –, en cumplimiento de su misión institucional de proveer al país de estadísticas confiables y oportunas, desarrolla periódicamente la Encuesta Anual de Comercio – EAC. En 1994 la encuesta se presentó como una prueba piloto que permitió identificar aspectos metodológicos y de diseño de formularios que debían ser ajustados. Para llevar a cabo esta tarea, se conformó el marco a partir del Censo Económico de 1990; de los directorios de la Cámara de Comercio y de Confecámaras.

Posteriormente, el marco se ha venido actualizando con los datos obtenidos a partir de los registros de cámara de comercio, gremios y consultas efectuadas a través de un operativo telefónico que lleva a cabo el DANE.

Desde 1996 ininterrumpidamente, la encuesta se viene desarrollando en forma continua, permitiendo conocer la estructura y el desarrollo del comercio nacional, a través de la cuantificación de las variables más representativas de los agregados macroeconómicos como: producción bruta, consumo intermedio, valor agregado, personal ocupado, sueldos y salarios y prestaciones sociales.

El presente documento describe el desarrollo metodológico de la EAC. En él se muestran los procedimientos que hacen parte de los procesos de diseño, producción, análisis y difusión, cada uno con sus respectivos subprocesos. Esta información se ha compilado a partir de las publicaciones existentes y del conocimiento de quienes se encuentran directamente comprometidos con la investigación.



# 1. DISEÑO

## 1.1 DISEÑO CONCEPTUAL

### 1.1.1 Justificación

Dada la importancia del sector comercial en el país y teniendo en cuenta las necesidades y requerimientos de información estadística estratégica del mismo, es imprescindible contar periódicamente y en forma continua con estadísticas a nivel nacional, que permitan a las entidades del estado realizar el seguimiento, evolución, evaluación y reformulación de políticas, programas y proyectos basados en el análisis del comportamiento sectorial.

Así mismo, se requiere cuantificar las variables principales de los agregados macroeconómicos: producción bruta, consumo intermedio, valor agregado, personal ocupado, sueldos y salarios y prestaciones sociales con el fin de proveer información a los gremios, asociaciones, centros de investigación, universidades, investigadores privados y al público en general.

### 1.1.2 Antecedentes

La Encuesta Anual de Comercio surge como una etapa posterior y complementaria del Censo Económico Multisectorial de 1990, en razón a la importancia del sector comercial en el país y a la necesidad de suplir la carencia de información sectorial con una encuesta continua que dotara a los usuarios de información amplia y suficiente que permitiera tanto el conocimiento de la estructura y evolución, como su análisis económico. Así, la primera encuesta se realizó en 1994, sirviendo de prueba piloto para los ajustes de diseño y formulario. En 1996 se realizó la primera publicación y desde entonces, se viene desarrollando en forma continua.

El mayor hito relacionado con la Encuesta Anual de Comercio tiene que ver con su creación y desarrollo metodológico; inicialmente sólo se adelantaban mediciones coyunturales que no permitían conocer la estructura del sector. La Encuesta incluyó desde su diseño, variables que permiten conocer el comportamiento anualmente con una serie continua de información.

Inicialmente, se diligenciaban dos formularios, uno de ellos con menor número de variables dirigido a empresas pequeñas y otro ampliado para empresas mayores; posteriormente, se procedió a fusionar los dos formularios.

Operativamente la creación de la investigación, en unión con la creación de la Encuesta Anual de Servicios, evidenció la necesidad de establecer subsedes del DANE; pues, hasta el año 1995 la entidad sólo contaba con Oficinas Regionales y oficinas en EL DANE central en Bogotá. El mayor volumen de trabajo influyó en la necesidad de contar con un mayor número de funcionarios y mejorar la cobertura operativa de la entidad.

Entre los logros a destacar relacionados con el formulario de la Encuesta, se puede mencionar la inclusión de líneas de mercancías de acuerdo con la Clasificación Central de Productos - CPC, la coherencia y la aplicación de normas y recomendaciones internacionales relacionadas con la medición del sector comercial.



A partir del año 2006 se incluyó el anexo relacionado con la generación y publicación de información referente a Tecnologías de Información y Comunicaciones TIC, supliendo las necesidades de algunos usuarios de este tipo de información.

En lo referente a la publicación de la información, se ha pasado por diversas etapas, inicialmente se publicaba información referente sólo a las empresas de inclusión forzosa; es decir, aquellas consideradas de mayor tamaño e importancia en el sector. A partir del año 2005 se inició el proceso de publicación de la información de todas las empresas, expandiendo al total de empresas que hacen parte del marco de la investigación.

Así mismo, el esquema y la presentación del boletín de prensa ha sufrido cambios en el tiempo haciéndolo más ágil y ameno al lector, lo mismo que la inclusión de gráficos, tablas y anexos.

Un gran avance para el usuario de la información, lo constituye el hecho que la entidad acorde con los desarrollos tecnológicos, haya logrado la consulta de la información y los documentos, no sólo en el Banco de Datos de las diferentes sedes y subsedes, sino también a través de la página Web del DANE, garantizando, mayor disponibilidad, oportunidad en las entregas, facilidad y eficiencia en las consultas para una mayor y mejor utilización de los datos producidos.

En agosto de 2004 el ICONTEC aprueba la ampliación de alcance en el marco de la Certificación de Gestión de la Calidad, al Sistema de Gestión de Calidad - SGC otorgado al DANE; involucrando entre otras investigaciones la Encuesta Anual de Comercio – EAC.

A fin de evaluar y actualizar continuamente la metodología de la investigación, en el año 2007, se llevó a cabo la evaluación de esta operación, a cargo de una comisión de expertos independientes, quienes calificaron cualitativamente los diferentes procesos e hicieron algunas recomendaciones y sugerencias tales como alcanzar una mayor oportunidad en la publicación de cifras; contar con un directorio de empresas actualizado y completo; así mismo, se sugiere adelantar esfuerzos que permitan generar información a nivel regional y cubrir segmentos no cubiertos actualmente por la investigación. Todo esto se ha constituido en nuevos retos que se espera sean alcanzados en un futuro próximo.

### **1.1.3 Objetivos**

#### **Objetivo general**

- Conocer la estructura y el comportamiento económico del sector comercio a nivel nacional y por grupo de actividad comercial, de manera que permita el análisis de la evolución del sector y de la conformación de agregados económicos. Determinar la estructura de cada una de las actividades económicas de comercio y hacer análisis sectorial.

#### **Objetivos específicos**

- Generar estadísticas básicas para el cálculo de los agregados económicos del sector y para las cuentas nacionales.
-



- Obtener la información básica para la conformación de directorios de empresas de cada una de las actividades económicas investigadas, como insumo para otras investigaciones y mediciones del sector.
- Cuantificar los principales agregados macroeconómicos como: producción bruta, consumo intermedio, valor agregado, personal ocupado, sueldos y salarios y prestaciones sociales, por actividad comercial, líneas de mercancía, escalas de personal, escalas de ventas y organización jurídica.

#### 1.1.4 Marco de referencia

##### Base conceptual

El marco conceptual determinado para la Encuesta Anual de Comercio se basa en los conceptos que se manejan en este sector, las definiciones de las variables que se investigan, las recomendaciones internacionales, las adaptaciones que de éstas ha realizado el Departamento para los censos económicos, la experiencia de su aplicación en la ejecución de las encuestas a este sector de la economía nacional y la clasificación de la actividad comercial contenida en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, revisión 3, adaptada para Colombia - CIIU REV.3 A.C.

En este contexto, se afirma que el **comercio** es la actividad económica de reventa (compra y venta sin transformación) al por mayor o al por menor de mercancías o productos nuevos o usados.

**Comercio al por menor.** Actividad económica de reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados al público en general, para uso personal o doméstico.

**Comercio al por mayor.** Actividad económica de reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados a minoristas, usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales, otros mayoristas o a quienes actúan como agentes o intermediarios en la compra o la venta de mercancías para esas personas o compañías.

Para efectos de la Encuesta Anual de Comercio que realiza el DANE, se excluyen las actividades comerciales realizadas en casas de empeño, telemercadeo, expendios de lotería, puestos de ventas móviles y en viviendas con actividad económica; asimismo, no hacen parte de la investigación las empresas dedicadas exclusivamente a actividades de mantenimiento y reparación asociadas al comercio, ni la venta de mercancías usadas, exceptuando los vehículos.

También se excluyen las actividades comerciales de cualquier tipo realizadas por agentes, corredores, subastadores y comisionistas.

Por su parte, **LA EMPRESA** legalmente constituida se conoce como toda unidad económica o combinación de unidades económicas, propietaria o administradora que actuando bajo una denominación jurídica única abarca y controla directa o indirectamente todas las funciones y actividades necesarias para el desarrollo y realización del objeto social para el que fue creada.



Operativamente, se define como “la combinación de actividades y recursos que de manera independiente realiza una empresa o una parte de la empresa, para la reventa (venta sin transformación) del grupo más homogéneo posible de bienes nuevos o usados, en un emplazamiento o desde un emplazamiento o zona geográfica y de la cual se llevan registros independientes sobre compras y ventas de mercancías, costos y gastos, remuneraciones, personal ocupado, inversiones en activos fijos y demás recursos físicos que se utilizan en el proceso de comercialización y en las actividades auxiliares o complementarias a esta, entendiéndose como actividades auxiliares las que proveen servicios a la empresa y que se toman como parte de sus labores y recursos”.

Donde:

- *Combinación de actividades y recursos*, hace referencia a la gestión empresarial como tal.

- *De manera independiente*, excluye las partes de la empresa cuya actividad se destina exclusivamente como insumo o componente de los bienes elaborados o transados por la empresa.

- *Empresa o parte de una empresa*, significa que una empresa comercial no puede contener nunca partes de más de una empresa. Es decir, un establecimiento o local comercial solo puede ser igual o menor que una empresa.

- *La reventa (venta sin transformación) del grupo más homogéneo posible de bienes nuevos o usados*, garantiza de hecho la homogeneidad de la actividad de la empresa respecto a la actividad económica a la que se dedica principal o predominantemente.

- *Emplazamiento o desde un emplazamiento o zona geográfica*, asegura la consolidación de la información de la empresa respecto de su localización en sentido estricto y a la zona geográfica del país en un sentido más amplio.

- *Los registros independientes sobre compras y ventas de mercancías, costos y gastos, remuneraciones, personal ocupado, inversiones en activos fijos y demás recursos físicos que se utilizan en el proceso de comercialización y en las actividades auxiliares o complementarias a esta*, garantiza la obtención de la información básica necesaria del sector comercial y por ende, la utilización de la empresa como unidad estadística.

Asimismo, se le reconoce como **ESTABLECIMIENTO** a aquella unidad más pequeña (una empresa o parte de una empresa) que se dedica de manera independiente, exclusiva o predominantemente a un solo tipo de actividad en un emplazamiento o zona geográfica. Presenta la mayor homogeneidad posible, tanto en términos de actividad como de ubicación geográfica, pero al mismo tiempo los niveles más bajos de autonomía.

Como referente importante, se encuentra la Actividad CIIU Rev.3 A.C, la cual se define como la Clasificación Internacional Industrial Uniforme, de todas las actividades económicas, revisión 3, adaptada para Colombia, que se utiliza para establecer una estructura dentro de la cual deben presentarse las estadísticas de las actividades económicas de los diferentes sectores productivos del país.

El término **actividad** utilizado en este contexto se refiere a **ACTIVIDAD ECONÓMICA** definida como: proceso o grupo de operaciones que combinan recursos tales como equipos, mano de obra, técnicas de fabricación e insumos y se constituyen en una unidad cuyo resultado es un conjunto de bienes y/o servicios.



## **Alcance de la investigación**

Todas las empresas del país que comercializan mercancías o productos nuevos, mayoristas y minoristas, que cumplen con los parámetros establecidos para la inclusión forzosa en cuanto a ingresos por ventas y personal ocupado (véase Anexo ficha metodológica), y las empresas probabilísticas que están por debajo de los topes establecidos de ventas y personal ocupado y son seleccionadas a través de una muestra.

Se excluye el comercio de mercancías usadas<sup>1</sup>, las actividades comerciales de casas de empeño, ventas por catálogo, expendios de lotería, puestos móviles (ventas ambulantes) y viviendas con actividad comercial. Igualmente no se incluyen las actividades de mantenimiento y reparación siempre y cuando éstas no estén asociadas a la actividad comercial.

## **Marco legal e institucional**

El soporte legal para la realización de los Censos Económicos y la Encuesta Anual de Comercio está expresamente estipulado en los articulados de las diferentes disposiciones que en tal materia han sido expedidos por el Legislador. A continuación se hace una síntesis de dichas disposiciones:

El Decreto 1633 de 1960 en su Artículo 74 establece que “todas las personas naturales o jurídicas, domiciliadas en el territorio nacional y los empleados públicos, en todos sus niveles, están obligados a suministrar al Departamento Administrativo Nacional de Estadística, dentro de los plazos establecidos para el efecto que se señalen, los datos que éste requiera para el cumplimiento de sus finalidades, y a cumplir las normas que se dicten sobre la materia”.

La realización de las encuestas económicas de las cuales hace parte la destinada a medir el comportamiento del sector comercio, está contenida en la Ley 2ª de 1962, que dispuso el levantamiento de encuestas nacionales y, en especial, las de industria, comercio y servicios. En lo referente a la confidencialidad de los datos que el DANE recolecta en desarrollo de su actividad estadística, está clara y expresamente reglamentada en el Artículo 75 del mismo decreto 1633, que establece: “Los datos que están obligados a suministrar las personas naturales o jurídicas domiciliadas en el territorio nacional, tendrán un carácter estrictamente reservado, y por lo tanto, no podrán darse a conocer al público ni a las entidades oficiales, sino únicamente en resúmenes numéricos, que no hagan posible deducir de ellos información alguna de carácter individual que pudiera utilizarse para fines de tributación fiscal, investigación judicial o cualquier otro objetivo diferente al propiamente estadístico”.

La Ley número 0079 de octubre 20 de 1993, regula la realización de los censos y encuestas. Para el efecto, decreta:

“ARTÍCULO 5o.-Las personas naturales o jurídicas, de cualquier orden o naturaleza, domiciliadas o residentes en el territorio nacional, están obligadas a suministrar al Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE, los datos solicitados en el desarrollo de censos y encuestas”.

---

<sup>1</sup> Excepto la modalidad de comercio de vehículos, que sí está dentro de marco de la investigación.



“ARTÍCULO 6o.- El Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE, podrá imponer multas por una cuantía entre uno (1) y cincuenta (50) salarios mínimos mensuales, como sanción a las personas naturales o jurídicas de que trata el Artículo 5o. de la presente ley y que incumplan lo dispuesto en ésta u obstaculicen la realización del censo o de las encuestas, previa investigación administrativa”.

## **Recomendaciones internacionales**

Ante la necesidad de generar información que sea comparable internacionalmente, la Encuesta sigue muy de cerca las recomendaciones de organismos internacionales como la Organización de Naciones Unidas – ONU, la cual ha hecho referencia al sector comercio en diferentes documentos técnicos. El más destacado es el que propone algunas recomendaciones sobre estadísticas del comercio de distribución y los servicios<sup>2</sup>; sin embargo, uno de los pronunciamientos más recientes se publicó el 8 de diciembre de 2006<sup>3</sup>, dejando ver la importancia de evaluar y actualizar las recomendaciones originales.

Igualmente, se aplican las recomendaciones originadas en la Comunidad Andina de Naciones – CAN, en temas relacionados con la medición de las micro, pequeñas y medianas empresa (Mypimes), las recomendaciones de la UNCTAD en materia de Tecnologías de Información y Telecomunicaciones –TIC, así como las procedentes de la Comisión de Expertos Internacionales – CEI, quienes han evaluado el producto generado por la investigación.

## **1.2 DISEÑO ESTADÍSTICO**

### **1.2.1 Componentes básicos**

#### **Tipo de operación estadística**

De acuerdo con las operaciones estadísticas que emplea el DANE para el proceso que comprende diseño, producción y difusión de información estadística, la operación que se utiliza en esta investigación es la Encuesta por muestreo probabilístico.

#### **Universo**

Son las unidades económicas formalmente establecidas ubicadas en el territorio nacional cuya actividad principal es el comercio (al por mayor y al por menor), excepto las dedicadas a las actividades de reparación y mantenimiento, compraventa, chance, lotería y rifa, telemercadeo o ventas por correo. No se incluye el comercio de mercancías usadas, excepto vehículos.

---

<sup>2</sup> ONU, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales Internacionales, Oficina de Estadística. Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas del Comercio de Distribución y los Servicios; Serie M No.57. Nueva York, 1976.

<sup>3</sup> ONU, Consejo Económico y Social. Comisión de Estadística 38º Período de sesiones. Estadísticas del Comercio de Distribución. Informe del Secretario General. – E/CN.3/2007/19. 8 de diciembre de 2006.



## **Población objetivo**

La población objetivo son todas las empresas comerciales formalmente establecidas, ubicadas en el territorio nacional (mayoristas y minoristas) que cumplen con los parámetros establecidos para la inclusión forzosa y probabilística. Se exceptúan las empresas dedicadas a las actividades de reparación y mantenimiento, compraventa, chance, lotería y rifa, telemercadeo o ventas por correo.

## **Cobertura y desagregación geográfica**

La cobertura geográfica de la Encuesta Anual de Comercio está enmarcada dentro del nivel nacional.

## **Unidad de observación**

La *empresa comercial* es la unidad de observación a la que se refieren los datos solicitados por la Encuesta Anual de Comercio

## **Unidad de análisis**

Las empresas dedicadas a la actividad de comercio interior con personería jurídica identificadas por el NIT.

## **Unidad de muestreo**

Las empresas dedicadas a la actividad de comercio interior con personería jurídica identificadas por el NIT.

## **Nomenclaturas y clasificaciones utilizadas**

La CIU Rev.3, adaptada para Colombia, presenta una codificación a cuatro dígitos, donde cada uno de ellos corresponde a la Sección, División, Grupo y Clase, respectivamente. En la siguiente tabla se encuentran los 23 grupos de mercancías de la Encuesta Anual de Comercio, con la codificación que se puede asignar de acuerdo con las características y la actividad correspondiente de las mercancías comercializadas.

**Tabla 1. Clasificación de la actividad comercial (División 50, 51 y 52)**

No.	Numeración	Grupos de mercancías
1	501	Vehículos automotores
2	503	Partes, piezas y accesorios
3	504	Motocicletas y sus partes
4	505	Combustibles, lubricantes y aditivos
5	512	Materias primas agropecuarias
6	513	Productos de uso doméstico
7	514	Materiales de construcción, vidrio y fontanería
8	515	Productos intermedios no agropecuarios, desperdicios y desechos
9	516	Maquinaria y equipo, excepto automotores
10	5211	No especializados (principalmente alimentos)
11	5219	No especializados (diferentes de alimentos)
12	522	Especializado (alimentos)



13	5231	Productos farmacéuticos, perfumería y de tocador
14	5232	Textiles
15	5233	Prendas de vestir y sus accesorios
16	5234	Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero
17	5235-36-37	Artículos de uso doméstico
18	5239	Diversos
19	5241	Ferretería, cerrajería y productos de vidrio
20	5242	Pintura
21	5243	Muebles y equipo de oficina
22	5244	Libros, periódicos y artículos de papelerías
23	5249	Resto

Fuente: DANE. CIIU REV 3. A.C

### Período de referencia

Es el año para el cual se solicita la información. Para la investigación, corresponde al año inmediatamente anterior al de recolección.

### Período de recolección

El período de recolección para la EAC abarca un tiempo de cinco meses, cada año.

### Variables e indicadores

Teniendo en cuenta que el objetivo de la encuesta es tener elementos para determinar la estructura del sector comercio, las variables que tienen mayor importancia dentro de la investigación son aquellas referentes al empleo, producción, costos y ventas, entre otras. Dicho esto, las principales variables que se analizan en la encuesta anual de comercio son las siguientes:

- **Variables de clasificación:** escala de ventas, escala de personal y organización jurídica y clasificación CIIU Rev. 3.
- **Variables de estudio:** ingresos por ventas, gastos de personal (sueldos y prestaciones), costos de la mercancía vendida, gastos de operación, personal ocupado, inventarios, movimiento de activos fijos.
- **Variables calculadas:** producción bruta, consumo intermedio y valor agregado, inversión neta.

## 1.2.2 Diseño muestral

### Marco muestral

Esta constituido por un marco de lista. Para construir el marco muestral de la Encuesta Anual de Comercio se conformó el marco de lista con base en archivos de la Cámara de Comercio, Confecámaras, la encuesta anual de comercio y servicios 1994 y de los resultados de una miniencuesta de comercio. Con el fin de completar el marco y garantizar la cobertura necesaria se incluyeron los archivos proporcionados por algunas asociaciones y también los resultados de una miniencuesta de comercio realizada en julio de 1996.



Para la actualización de la información se procede a revisar los archivos de la Cámara de Comercio y Confecámaras, confirmando el funcionamiento de estos establecimientos económicos, dirección, número telefónico, nombre de la persona encargada de la información y número del fax.

Además, se desarrolla un proceso de depuración del listado eliminando duplicados, buscando en directorios telefónicos y revistas especializadas los números telefónicos y direcciones de algunas empresas para actualizar datos.

### **Diseño de la muestra**

Dada la naturaleza de las unidades económicas, se define un diseño probabilístico estratificado de elementos donde el universo se organiza en estratos de acuerdo con la principal actividad económica de la empresa, según el código CIIU, formando así 23 agrupaciones. Dentro de estos estratos, las unidades económicas se clasifican en empresas de inclusión forzosa o empresas de inclusión probabilística, según la distribución del tamaño de la empresa en función las ventas realizadas y/o cantidad de personal ocupado.

### **Tamaño de la muestra**

El tamaño de muestra dentro de las agrupaciones de actividades económicas está dado por:

$$n(t) = N - \frac{(N_a - t) c^2 Y_a^2}{c^2 Y_a^2 + (N_a - t) S_{[N-t]}^2}$$

Donde:

$n(t)$  = Tamaño de la muestra total

$t$  = Número de elementos de inclusión forzosa

$N_a$  = Tamaño del estrato (actividad)

$C$  = Coeficiente de variación esperado

$Y_a$  = Total de la variable ingresos en cada actividad

$S^2_{[N-t]}$  = Varianza de la variable ingresos en cada actividad con la exclusión del elemento  $t$  en el estrato de inclusión forzosa

### **Precisión de los resultados**

Se mide a través del coeficiente de variación o error relativo del estimador (cv) basado en la proporción de desviación estándar (error estándar) y la estimación del parámetro; es decir, el total de cada una de las variables de estudio.

### **Estimadores y factores de expansión**

Teniendo en cuenta que la información obtenida a través de la encuesta es de tipo muestral, deben realizarse las expansiones e inferencias del caso para poder estimar el universo de estudio, a continuación se describe los procedimientos del caso:



## Factores de expansión

Este factor permite expandir los datos muestrales, para obtener la estimación del parámetro en la población. Es necesario ajustar el factor de expansión según las novedades de la información, las cuales se presentan al momento de recopilar la misma (empresas liquidadas, cambio de sector, inactivas, sin localizar, deuda, etc.).

Como se trata de un diseño de muestreo aleatorio simple estratificado (E.S.T. M.A.S), donde al interior de cada estrato el mecanismo de selección es aleatorio simple, el factor de expansión está dado por:

$$F_{ih} = \frac{N_h}{n_h}$$

Donde  $F_{ih}$  = factor de expansión de la unidad  $i$  del estrato  $h$ .  
 $i = 1, 2, \dots, n_h, h = 1, 2, \dots, 28$  este factor es igual para todos los elementos del estrato  $h$ .

Ajuste del factor de expansión:

En el estrato  $h$ :

$$F_{ajust\ h} = F_h * \frac{UE_h}{UE_h - UENR_h}$$

Donde:

UE<sub>h</sub> = Unidades económicas esperadas en el estrato  $h$

UENR<sub>h</sub> = Unidades económicas que no respondieron en el estrato  $h$

A su vez:

No respuesta = Deuda  
 Unidades económicas esperadas = Tamaño de la muestra

Quedando finalmente el factor ajustado, así:

$$F_{ajust\ h} = F_h \times \frac{\text{Nro. esperado de entrevistas completas}}{\text{Nro. de entrevistas completas realizadas}}$$

## Estimaciones

Para la Encuesta Anual de Comercio se definen las estimaciones.

En primera instancia, se procederá a explicar los conceptos básicos a tener en cuenta para realizar de manera adecuada dichas estimaciones.

$\hat{t}_d$  = Estimación del total de la variable  $x$ , en el dominio  $d$

$\hat{V}(\hat{t})$  = Estimación de la Varianza del total  $\hat{t}$  de un dominio  $d$



Un dominio de estudio es una subpoblación para la cual se requieren estimaciones puntuales separadas con buena precisión y con intervalos de confianza útiles. En este caso, los dominios de estudio son:

- Escala de personal
  - Escala de producción
  - Organización jurídica
- Sea la variable  $Z_{dk}$  definida como

$$Z_{dk} = \begin{cases} 1 & \text{si } k \in U_d \\ 0 & \text{si } k \notin U_d \end{cases}$$

Donde:

$k$  = unidad económica  
 $U_d$  = dominio  $d$

Ahora, sea la variable:

$$y_{dk} = x_{dk} * z_{dk}$$

$x_{dk}$  = variable cuantitativa de interés y observada en la muestra

Bajo el diseño de muestreo estratificado,

**El total de un dominio**

$t_d$  = total de la variable  $x$  en el dominio  $d$

Parámetro:

$$t_d = \sum_U x_{dk}$$

Estimador:

$$\begin{aligned} \hat{t}_d &= \sum_{h=1}^H N_{dh} \bar{y}_{dm_h} \\ &= \sum_{h=1}^H \sum_{m_h} F_h y_{hdk} \end{aligned}$$

**Nota:** los subíndices de  $\bar{y}_{dm_h} = \sum_{m_h} y_{dnhk} / n_{dh}$  las sumas se refieren a:



$U$  = universo de estudio

$m_h$  = unidades seleccionadas en la muestra que pertenecen al estrato  $h$

$y_{hdk}$  = valor de la variable  $y$  para el elemento  $k$  en el estrato  $h$  en el dominio  $d$

$y_{dmh}$  = promedio de la variable  $y$  en el estrato  $h$  para el dominio  $d$

$n_{dh}$  = tamaño de la muestra para el estrato  $h$  en el dominio  $d$

$F_h$  = factor de expansión para los elementos del estrato  $h$

### Errores de muestreo

En un muestreo probabilístico la calidad de las estimaciones se mide través de la magnitud de la variabilidad del indicador de interés. Cuanto menor sea esta variabilidad, mayor será la precisión de la estimación del indicador. Esta variabilidad del estimador está dada en unidades generalmente de difícil manejo, por ello se utiliza una medida relativa con base en valores porcentuales, denominada coeficiente de variación o error relativo del estimador (cv).

El coeficiente de variación es un indicador estándar para determinar la precisión de un estimador, el cual se define como el cociente entre el error estándar del estimador y el estimador en términos porcentuales.

El coeficiente de variación estimado está dado por

$$c\hat{v} = \frac{\sqrt{\hat{V}(\hat{\theta})}}{(\hat{\theta})} * 100$$

Donde:

$\sqrt{\hat{V}(\hat{\theta})}$  : Raíz cuadrada de la varianza estimada del estimador

$(\hat{\theta})$  : Estimador

Cuando la magnitud de la variabilidad de los parámetros estimados es muy grande, pierde utilidad, es decir, el valor verdadero del parámetro, en el universo, puede estar en un intervalo muy amplio, lo cual no proporciona información útil.

El diseño de la muestra se realiza para obtener estimaciones con una precisión establecida de acuerdo con los dominios de estudio, por lo cual, cualquier otro nivel de desagregación o parámetro estimado está sujeto a que su precisión no necesariamente sea buena y, por tanto, el dato no sea confiable.



### 1.2.3 Diseño de métodos de tratamiento de la información

#### Diseño de indicadores

No se diseñan indicadores especiales, se investigan, tabulan y analizan las variables de mayor importancia para determinar la estructura del sector comercio, así:

**Variables de clasificación:** escala de ventas, escala de personal y organización jurídica y clasificación CIIU Rev. 3.

**Variables de estudio:** ingresos por ventas, gastos de personal (sueldos y prestaciones), costos de la mercancía vendida, gastos de operación, personal ocupado, inventarios, movimiento de activos fijos.

**Variables calculadas:** producción bruta, consumo intermedio y valor agregado, inversión neta.

#### Diseño de métodos de procesamiento e imputación

Uno de los problemas que se presentan en el análisis estadístico es la falta de información, ya que es probable que en el mercado existan empresas que no son posibles de ubicar debido a un cambio de dirección o empresas que simplemente se rehúsan a dar algún tipo de información económica.

Estas situaciones conllevan a tener información faltante que aumenta el error de la varianza, por tal motivo se deben implementar métodos de estimación para datos faltantes.

Este método de imputación se aplica cuando los valores faltantes superan el 2% de los datos. Aclarar que se trata del 2% de registros completos de empresas. Esta metodología de imputación (Metodología datos faltantes) solo se realiza para el 1% o el 2% de los datos. El equipo de logística dentro de sus funciones trata de evitar que los datos faltantes superen este margen.

En caso que los valores faltantes superen el 2%, se hace la imputación utilizando información auxiliar confiable de otras fuentes como: Supersociedades, Cámara y Comercio, RUE (Registro Único Empresarial) entre otras entidades.

Para la imputación de registros en estado de deuda, se utiliza la razón de crecimiento de los datos, en la serie, o variación de los datos presentada en la metodología de imputación de Andrés Lozano, titulada "Estimación de novedades en estado de deuda", definida como:

$$\text{Variación} = \frac{X_t}{X_{t-1}}$$

Donde:

$X_t$  = dato en el período  $t$

$X_{t-1}$  = dato en el período anterior  $t-1$

Bajo estas consideraciones, se estimará primero la variación que tendrá el dato faltante con respecto al dato del período anterior, teniendo en cuenta el comportamiento histórico de la serie de variaciones en cada empresa y el comportamiento histórico de las



variaciones dentro de cada actividad. A partir de esta estimación se generará el dato faltante.

La variación del dato que se imputa se obtiene en términos de la variación histórica promedio en la empresa y en la actividad.

El modelo para imputar la variación es:

$$Vart = \beta_1 Vac + \beta_2 Vem$$

Donde,

Vart = Variación que se imputa en el período t

Vac = Variación promedio histórica dentro de la actividad

Vem = Variación promedio histórica por establecimiento

$\beta_i$  = para  $i = 1, 2$  son coeficientes de ponderación.

Cuya suma debe ser igual a uno para que haya convergencia en la imputación.

El modelo describe la imputación de la variación del dato faltante, como un promedio ponderado de las variaciones de los datos en el establecimiento y en la actividad, donde los  $\beta_i$  son los coeficientes de ponderación de las variaciones.

## Diseño de instrumentos

Para la EAC se ha diseñado un cuestionario con los contenidos temáticos requeridos, el cual debe ser diligenciado por la Gerencia de cada empresa incluida en la muestra, con la asesoría de un funcionario del DANE, en caso de que se requiera.

Según la organización de cada sede territorial del DANE en el país, la distribución de formularios se hace por correo o en forma personalizada (véase anexo A).

Anualmente se hace una revisión de la estructura del formulario por parte del Grupo de Temática y Logística de Autodiligenciamiento, con el fin de determinar los ajustes a que haya lugar de acuerdo con la dinámica del sector, información subutilizada y nuevas legislaciones que se produzcan.

El esquema básico del formulario actual es:

### *Carátula Única Empresarial*

Con el fin de optimizar los requerimientos de información, el cruce de base de datos y promover una relación más eficiente entre las fuentes, el DANE y las entidades del estado encargadas del registro y formalización de nuevas empresas, se ha diseñado este formato único, donde se consignan los datos de identificación de las empresas. Dicha información contribuye con la ubicación de las fuentes y la actualización periódica de directorios. (Viene parcialmente prediligenciada).

### *Cabezote*

Contiene datos de control tales como número de orden, código de actividad y número de registro. (Viene prediligenciado).

### *Capítulo 1. Período de funcionamiento*



Contiene datos específicos sobre los meses que opera la empresa en el año del operativo y las observaciones requeridas cuando este período fue inferior a 12 meses. Adicionalmente se solicita la información del representante legal de la empresa y de la persona que diligenció el formulario.

#### *Capítulo 2. Ingresos netos operacionales*

Consta de cinco columnas; la primera describe los grupos de mercancías, la segunda y la tercera indagan por el porcentaje de ventas en la modalidad de mayorista y minorista; la cuarta y la quinta por el valor de las ventas y el porcentaje de ventas realizadas a través de Internet, respectivamente.

En este capítulo se solicitan los ingresos por ventas, en miles de pesos, para 32 grupos de mercancías. De igual forma, la información por otros ingresos netos operacionales y por prestación de servicios de reparación y mantenimiento por parte de la empresa, con el fin de conocer desagregadamente estas partidas.

En este capítulo también se pueden encontrar los grupos con mayores ventas y las causales de variación en las ventas.

#### *Capítulo 3. Metros cuadrados dedicados al área de ventas*

Con la información de este capítulo, se obtiene un indicador orientado a determinar cambios en la estructura del área, dedicada exclusivamente a la exhibición y comercialización de mercancías, excluyendo concesiones, bodegas, oficinas, zonas de parqueo, cafeterías, restaurantes, baños y demás áreas de servicios.

#### *Capítulo 4. Ingresos derivados de actividades diferentes al comercio*

Este capítulo se origina en el creciente número de empresas que realizan actividades adicionales a la comercial, como es el caso de aquellas que realizan actividades productivas, financieras o inmobiliarias.

#### *Capítulo 5. Personal promedio ocupado por la empresa*

La información solicitada en este capítulo se refiere al número de personas ocupadas de acuerdo con el tipo de contratación, clasificados por sexo. Se contempla la figura aprendices en el renglón cinco.

#### *Capítulo 6. Gastos causados por el personal ocupado*

Con este capítulo se pretende obtener información acerca de la remuneración al trabajo, solicita información acerca de los salarios y las prestaciones sociales causadas por el personal ocupado según diferentes formas de contratación.

#### *Capítulo 7. Costos y gastos causados en el año*

Este capítulo permite establecer el valor del consumo intermedio y los gastos no operacionales, en miles de pesos. A partir de la recolección de la información del año 2006 se incluyeron los costos y gastos generados a través de *outsourcing*, a fin de medir este nuevo mecanismo de contratación de servicios.

#### *Capítulo 8. Compras e inventario de mercancía*

Hace referencia al valor neto de las compras de mercancías en que incurre la empresa durante el año, para llevar a cabo su actividad comercial. En él, se pregunta por el valor total, en miles de pesos, de las mercancías compradas, así como el porcentaje



correspondiente al origen de las mercancías (nacional o extranjera). También se identifican los inventarios (inicial y final) con el fin de determinar el valor de existencias de la empresa.

#### *Capítulo 9. Importaciones y exportaciones realizadas en el año*

Permite establecer si la empresa realiza transacciones internacionales, bien sea porque compra o vende bienes al exterior.

#### *Capítulo 10. Inversión y activos fijos*

En este capítulo se solicita información acerca del valor de todos los bienes físicos que se espera tengan una vida útil superior a un año, las ampliaciones, adiciones, reformas y mejoras que prolonguen la vida económica normal o aumenten la productividad de los activos y, por consiguiente, su valor en libros.

Se elimina el capítulo referente a las depreciaciones, debido a que se establece que su diligenciamiento genera un gran desgaste en el proceso de diligenciamiento, recolección y crítica de información. Se conserva únicamente la información básica requerida.

#### *Capítulo 11. Información de la actividad a nivel territorial*

Con este capítulo se pretende captar información de aquellas empresas que tienen más de una unidad local de comercio ubicadas en las diferentes ciudades principales del país.

Igualmente se solicita la información del personal del DANE que recibe y critica el formulario.

#### *Módulo de Tecnologías de Información y Telecomunicaciones –TIC*

Este módulo se agregó para todas las encuestas económicas estructurales, con el fin de recopilar información que permita medir el avance en el uso de tecnologías de información y comunicaciones para los tres sectores de la economía (industria, comercio y servicios). El diseño y el análisis de resultados está basado en estándares internacionales de tal manera que la información publicada sea comparable con otros países.

#### *Observaciones*

Finalmente, se dispone de un espacio destinado para observaciones, las cuales pueden ser complemento o aclaración de los datos suministrados por la empresa; por tanto, revisten gran importancia.



## 2. PRODUCCIÓN ESTADÍSTICA

### 2.1 ACTIVIDADES PREPARATORIAS

#### 2.1.1 Sensibilización

La labor de sensibilización se realiza a través de una comunicación adjunta al formulario, con destino a la gerencia general de la empresa. Como complemento se hacen algunas llamadas y visitas a las fuentes, siempre y cuando se considere necesario; esto con el fin de concienciar al empresario acerca de la importancia que tiene para el sector y para el país, la información solicitada.

#### 2.1.2 Capacitación del personal

La investigación requiere que la capacitación proporcione la unidad de criterio necesaria para aplicar los conceptos técnicos de la investigación.

Como actividad complementaria a cada período y etapa de recolección de la información, se realiza la actividad de capacitación que comprende:

- Talleres de mejoramiento continuo, en los que normalmente se aprovecha la experiencia y conocimiento de los funcionarios acerca del formulario.
- Cursos de capacitación dictados en las Territoriales.

En cada una de las Direcciones Territoriales, el asistente técnico de la investigación es el encargado de impartir instrucción detallada que permita:

- Conocer los objetivos de la investigación, las etapas de la encuesta y los instrumentos de recolección.
- Obtener conocimiento y manejo exhaustivo tanto del formulario en general como de manuales y en particular de cada una de las variables que se investigan.
- Conocer las leyes que otorgan al DANE las facultades para solicitar la información y sancionar a las fuentes que no rindan, entre ellas están las normas metodológicas que sustentan la investigación y bajo las cuales se deben regir los informantes y el personal que asesora y critica el formulario.
- Instrucciones al personal a contratar, sobre el manejo de novedades en campo<sup>4</sup>.
- Conocer exhaustivamente el manual de crítica y comprender cada una de las instrucciones impartidas, de tal manera que se puedan detectar las inconsistencias en la información.
- Comprender la relación existente entre los diferentes capítulos del formulario y la importancia de efectuar los chequeos de consistencia propuestos en los manuales.
- Analizar las situaciones más comunes que se presentan durante el proceso, poniendo en práctica la experiencia en encuestas anteriores.
- Instruir y capacitar el personal para asesorar a las fuentes en el proceso de diligenciamiento del formulario cuando éstas lo requieran.

---

<sup>4</sup> Para un conocimiento más profundo, revisar el documento Manejo sobre novedades, Encuesta Anual de Comercio.



- Instruir al personal a contratar sobre el manejo de las empresas que registren novedad en campo.

#### Refuerzo de capacitación

Eventualmente se realizan cursos de realimentación, con los cuales se pretende:

- Aclarar conceptos y dudas del curso de capacitación
- Detectar vacíos y profundizar en especificaciones.
- Hacer énfasis en el proceso de crítica y codificación.
- Dar a conocer el proceso de captura e instruir sobre el manejo del mismo.
- Hacer pruebas al sistema de captura – depuración.
- Instruir respecto al proceso de análisis inmerso en la captura – depuración.

### 2.1.3 Elección del personal

La selección del personal para adelantar el operativo de la encuesta se realiza en cada una de las direcciones territoriales y subsedes, previa capacitación y evaluación. El personal es contratado para llevar a cabo las actividades de distribución, recolección, crítica y captura.

El equipo de trabajo está integrado por el asistente técnico en las direcciones territoriales o el jefe de oficina en subsedes, quienes son los responsables directos del operativo.

En las sedes con mayor número de fuentes se cuenta con el apoyo técnico para el equipo de recolectores-críticos-digitadores.

#### **Perfil apoyo técnico**

Terminación de materias en educación universitaria en Economía, Administración de Empresas, Contaduría, Estadística, Ingeniería Industrial, Ingeniería de Sistemas o carreras afines y un año de experiencia.

#### **Alternativas**

Aprobación de ocho (8) semestres de educación universitaria y un año de experiencia. Título de formación tecnológica y cuatro (4) años de experiencia.

#### **Perfil del recolector-crítico-digitador**

Aprobación de tres (3) semestres de educación universitaria, tecnológica o técnica en Economía, Contaduría, Administración de empresas, Arquitectura, Estadística, Ingeniería Industrial, Ingeniería de Sistemas e Ingeniería Química o carreras afines y un año de experiencia.

#### **Alternativas**

Título de Bachiller y tres (3) años de experiencia relacionada en el área.

### 2.1.4 Estructura funcional

Como todas las investigaciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, la Encuesta Anual de Comercio, posee su estructura administrativa y operativa,



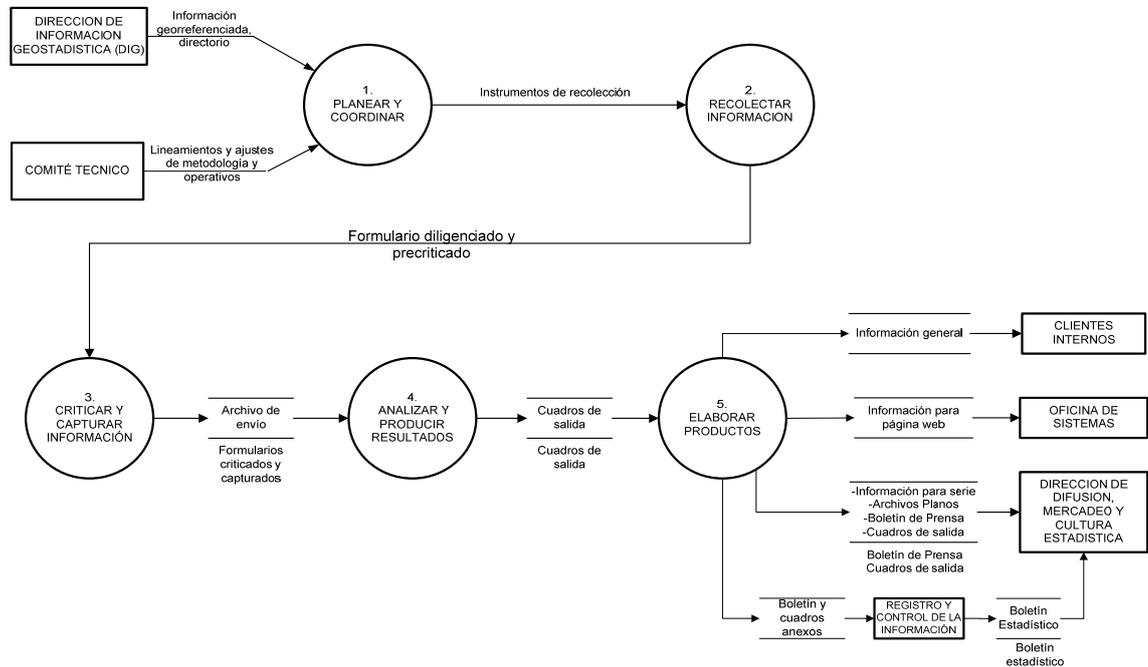
que permite garantizar el desarrollo del proyecto y que en forma general contempla las siguientes actividades básicas<sup>5</sup>.

**Tabla 2. Actividades Básicas Investigación Encuesta Anual de Comercio**

DEPENDENCIA EJECUTORA	ACTIVIDAD
Temática económica - DIMPE	Coordinación, contextualización y asistencia técnica general del proyecto
Directorios	Alimentar marco de la encuesta
Logística de empresas	Coordinación y control del operativo
Territoriales (direcciones y subdirecciones)	Distribución, recolección, precritica, crítica, codificación y depuración interactiva de formularios
Logística de empresas	Consolidación y depuración de la información
Sistemas y Temática Económica	Procesamiento general de la EAC
	Garantizar el mantenimiento y la representatividad del marco de la encuesta.
Diseños muestrales	Generar los factores de expansión y calcular los coeficientes de variación.
Temática Económica	Análisis estadístico y económico de la información y de la estructura del sector.
	Preparación de publicaciones
Mercadeo y ediciones	Edición e impresión de instrumentos de recolección y de las publicaciones EAC
Banco de datos y prensa	Distribución y divulgación de resultados

Fuente: DANE.

**Diagrama de Nivel Cero- Encuesta Anual de Comercio**



Fuente: DANE. Sistema Documental

<sup>5</sup> El modelo Funcional de la EAC muestra las interrelaciones de los equipos de trabajo e interactúan entre sí.



## 2.2 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

### 2.2.1 Esquema operativo

#### Preparación de la Encuesta

Comprende la organización y dirección técnico-operativa del proyecto. En la etapa preparatoria se desarrollan las siguientes actividades:

- Evaluación técnica de la encuesta anterior, con el propósito de evaluar y realizar los ajustes a las deficiencias y programar la encuesta siguiente.
- Estudio y análisis de informes, propuestas y sugerencias tanto de los diferentes equipos de trabajo, así como de las direcciones territoriales y entidades usuarias con el fin de determinar adiciones y mejoras en la investigación.
- Elaboración del presupuesto y la programación de actividades en el SPGI para control de la investigación.
- Diseño y elaboración de formularios.
- Actualización y elaboración de instructivos de diligenciamiento, crítica y codificación de la información.
- Implementación de las especificaciones de validación y consistencia actualizadas en el sistema de procesamiento de la investigación, para los módulos de captura de la información.
- Actualización de los directorios de fuentes a investigar.
- Prediligenciamiento de formularios, constancias de entrega y paz y salvos.
- Organización y envío del material prediligenciado y formularios de miniencuesta<sup>6</sup> a direcciones territoriales.
- Instalación y prueba del sistema de captura y envío a las direcciones y subdirecciones territoriales.

#### Desarrollo operativo de la encuesta

Esta etapa se divide en dos fases de ejecución simultánea: una que se desarrolla en las direcciones y subsedes territoriales, y otra en el DANE central:

#### Direcciones y subsedes territoriales

- Alistamiento, sectorización y distribución de formularios e instructivos de diligenciamiento a las fuentes, de acuerdo con el directorio correspondiente. Esta actividad la realizan personalmente los críticos y en algunas ocasiones a través del correo certificado con empresas especializadas o por medios electrónicos.
- Control y seguimiento a los procesos de distribución, recepción, crítica y captura de los formularios.
- Recolección de los formularios, revisión y precrítica. Estas actividades preliminares se realizan en forma sucesiva en el momento de recibir el formulario, con el ánimo de efectuar una revisión ágil y completa de la información, aclarar y corregir en forma personalizada con el informante los

---

<sup>6</sup> Durante el transcurso de la etapa de preparación de la encuesta en el DANE central, las Territoriales adelantan una miniencuesta en su jurisdicción, con el fin de detectar nuevas fuentes a incorporar en la encuesta y así contribuir en la actualización de directorios, de acuerdo con los parámetros de inclusión establecidos para la investigación.



errores de diligenciamiento y dar visto bueno al formulario de acuerdo con su consistencia.

- Control y seguimiento del estado de la distribución de formularios y recolección de información.
- Crítica y codificación de la información.
- Captura-depuración interactiva de la información.
- Control de inconsistencias y revisión de la información.
- Control y seguimiento del proceso de captura-depuración interactiva de la información.
- Remisión de la información en varios envíos, previamente programados. Dichos envíos se realizan en medio magnético a DANE central.

### **DANE central**

- Control y seguimiento permanente del desarrollo de la encuesta tanto en las sedes y direcciones territoriales como a nivel del DANE Central, de acuerdo con el cronograma de actividades establecido.
- Análisis trimestral del desarrollo del proyecto por el comité técnico.
- Supervisión técnica del desarrollo de la encuesta en las direcciones y subsedes territoriales, para apoyo metodológico a los funcionarios.
- Recepción de la información enviada por las direcciones territoriales en medio magnético.
- Control de envíos recibidos y control de cobertura del operativo.
- Análisis, detección y corrección, empresa por empresa de inconsistencias de la información recibida.
- Imputación de la información.
- Generación de listados con la información consolidada para el análisis de la información de variables generales a nivel de grupos y agrupaciones.
- Análisis de la evolución y desarrollo de la estructura sectorial nacional por grupos de mercancías.
- Preparación de cuadros estadísticos de la información.
- Preparación anexos y boletín de prensa con los resultados.

### **2.2.2 Método de recolección**

La recolección de los formularios se hace a través de:

- ✓ Asistencia de la fuente a la oficina Territorial, según fechas registradas en las constancias de entrega.
- ✓ Llamada telefónica a la fuente para que presente el formulario
- ✓ Visita personal que realiza el funcionario del DANE a quien se le asignó la empresa y quien es la persona encargada de prestar la asesoría gratuita a la fuente si ésta lo requiere
- ✓ Utilizando mecanismos electrónicos.

### **2.2.3 Procedimiento para recolección**

El proceso de recolección tiene los siguientes pasos:

- ✓ Precrítica del formulario. Consiste en una primera y ágil revisión de los datos en presencia de la persona que diligenció el formulario. En esta etapa se confirma la



identificación (carátula única) de la empresa y los principales cruces entre capítulos haciendo la respectiva comparación con la información del año anterior.

- ✓ Si se detectan inconsistencias, se devuelve el borrador de formulario a la fuente; una vez corregido el formulario borrador se da visto bueno para la transcripción al formulario original.
- ✓ Cuando el informante devuelve el formulario original, se revisan las correcciones solicitadas y se le hace entrega de la constancia de registro firmada por el asistente técnico operativo o el jefe de oficina.

#### **2.2.4 Cartografía utilizada**

No aplica para esta operación estadística.

#### **2.2.5 Supervisión y control del operativo de recolección**

La Encuesta Anual de Comercio interior posee un sistema de captura y depuración interactiva de la información que permite de manera ágil y funcional integrar el procesamiento y validación de la información recolectada, con el seguimiento y control de calidad sobre cada una de las fases que componen el operativo de la investigación. Los diferentes módulos que lo conforman han sido dispuestos y estructurados de tal manera que ofrecen permanente información sobre el estado de procesamiento de cada uno de los formularios de la investigación, la cobertura y avance del operativo en las sedes y subdirecciones territoriales y a nivel de los procesos efectuados en el DANE Central.

La introducción de nuevos módulos de análisis a nivel formulario y en el aplicativo de captura de la encuesta tanto para el seguimiento del operativo como para la captura y envíos al DANE Central garantizan el seguimiento y la calidad de los procesos y de la información recolectada.

Las características del sistema se esbozan de manera general a continuación:

Se parte de un módulo interactivo de control y seguimiento de las etapas de distribución, recolección, crítica, captura-depuración, recepción, consolidación y envío a nivel de subsedes, direcciones territoriales y DANE Central. Consta de la siguiente estructura de información:

- ✓ Directorio base de fuentes a investigar.
- ✓ Fuentes potenciales, nuevas a investigar, que puede ser permanentemente actualizado de acuerdo con resultados de la miniencuesta.
- ✓ Fuentes recibidas por traslado de otras Territoriales
- ✓ Fuentes enviadas por traslado a otras Territoriales
- ✓ Total fuentes a investigar (1+2+3-4)
- ✓ Fuentes distribuidas (de acuerdo con la fecha de entrega a la fuente)
- ✓ Fuentes sin distribuir
- ✓ Fuentes en deuda cuyo plazo de recolección no ha vencido
- ✓ Fuentes en deuda cuyo plazo de entrega por parte de la fuente ha vencido
- ✓ Fuentes recolectadas (de acuerdo con la fecha de recepción en el DANE)
- ✓ Fuentes criticadas y código del funcionario que realizó esa labor (de acuerdo con la fecha de terminación de la crítica)
- ✓ Fuentes grabadas (no depuradas por tener errores) y código del funcionario que realizó esa labor
- ✓ Fuentes depuradas sin enviar al DANE Central
- ✓ Fuentes enviadas al DANE Central



## 2.3 PROCEDIMIENTO DE CODIFICACIÓN Y CRÍTICA

El objetivo primordial de esta etapa es garantizar la consistencia de la información de acuerdo con los parámetros establecidos en el manual de crítica de la encuesta, para la posterior captura y depuración interactiva de la información del sector.

La crítica y codificación se encarga principalmente de:

- Verificar la información prediligenciada que tuvo cambios y fue corregida por el empresario.
- Revisar los chequeos y completar la información omitida previa consulta a la fuente
- Revisar las variaciones anuales y consultar a la empresa cuando estas se encuentren fuera de rango.
- Asignar los códigos que no fueron prediligenciados

Para iniciar este proceso es necesario contar con la copia del formulario del año anterior de tal manera que se pueda establecer una comparación, analizar las variaciones anuales y el comportamiento en general.

### Etapas del proceso de crítica y codificación:

El proceso de crítica y codificación será llevado a cabo en dos fases consecutivas, cada una de las cuales se ejecutará según el siguiente orden:

#### ✓ Crítica y codificación general

Comprende el análisis y corrección del formulario en su totalidad con el fin de verificar la consistencia de la información por parte del crítico. En esta etapa se deben seguir los lineamientos establecidos en el Manual de crítica y codificación.

- Supervisión de la crítica y codificación
- Comprende el estricto control de la calidad de la labor de crítica y codificación, por parte del jefe de crítica.
- Para la etapa de crítica y codificación, se cuenta con:
  - Un borrador del formulario del año anterior, que permite observar y comparar cambios o variaciones demasiado altas en la información, las cuales son aclaradas y confirmadas o corregidas directamente con el informante.
  - El manual de crítica de la información, que contiene las normas metodológicas y disposiciones a través de las cuales se establece la consistencia de los datos.
  - La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU, Rev.3 adaptada para Colombia) para revisar códigos asignados y asignar los correspondientes a nuevas líneas de venta reportadas por la fuente.

## 2.4 CAPTURA Y CONSOLIDACIÓN DE DATOS

### 2.4.1 Captura de datos

Desde el año 1995, se inició el diseño, desarrollo e implementación de un sistema de captura con validación en Visual Fox pro 6.0, este aplicativo es instalado en las Direcciones y subsedes territoriales para la captura y envío de información al DANE Central. El manual del sistema y el de usuario se encuentran en el Sistema de Gestión de Calidad del DANE.



## 2.4.2 Consolidación de archivos

Una vez recepcionada la información en cada dirección territorial y subsele del DANE, se consolida y se somete a un proceso de validación de la consistencia que radica en:

- Detectar errores de clasificación, tales como ubicación geográfica, actividad económica, organización jurídica, etc.
- Establecer variaciones en el ámbito general y posteriormente por las diferentes clasificaciones hasta llegar al nivel mínimo de desagregación para identificar la(s) fuente(s) que puede(n) estar causando o presentando comportamientos irregulares.
- Las empresas revisadas quedan registradas con sus principales observaciones en el módulo de validación y consistencia del aplicativo de captura de la encuesta.
- Durante todos y cada uno de los pasos mencionados, es posible realizar correcciones a los datos, pero siempre con el concurso del informante, quien conoce realmente la veracidad de la información.

## 2.5 PROCESAMIENTO E IMPUTACIÓN

### 2.5.1 Tipos de codificación y clasificaciones

En la Encuesta se codifican: el departamento y el municipio donde se encuentra ubicada la empresa, para lo cual se utiliza la División Político Administrativa del DANE – DIVIPOLA,

Además, la codificación de la actividad principal de la empresa se realiza de acuerdo con lo correspondiente a las mercancías comercializadas, la actividad principal de la empresa se puede clasificar según la CIIU Rev. 3 de la siguiente manera:

No.	Numeración	Grupos de mercancías
1	501	Vehículos automotores
2	503	Partes, piezas y accesorios
3	504	Motocicletas y sus partes
4	505	Combustibles, lubricantes y aditivos
5	512	Materias primas agropecuarias
6	513	Productos de uso doméstico
7	514	Materiales de construcción, vidrio y fontanería
8	515	Productos intermedios no agropecuarios, desperdicios y desechos
9	516	Maquinaria y equipo, excepto automotores
10	5211	No especializados (principalmente alimentos)
11	5219	No especializados (diferentes de alimentos)
12	522	Especializado (alimentos)
13	5231	Productos farmacéuticos, perfumería y de tocador
14	5232	Textiles
15	5233	Prendas de vestir y sus accesorios
16	5234	Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero
17	5235-36-37	Artículos de uso doméstico
18	5239	Diversos
19	5241	Ferretería, cerrajería y productos de vidrio
20	5242	Pintura



21	5243	Muebles y equipo de oficina
22	5244	Libros, periódicos y artículos de papelerías
23	5249	Resto

### 2.5.2 Forma de codificar

La manera de asignar los códigos referentes a la actividad comercial y los grupos de mercancía comercializados es mixta; una parte la realizan los recolectores y el aplicativo realiza algunos filtros adicionales.

La codificación de la actividad principal de la empresa se asigna de acuerdo con las características y la actividad correspondiente de las mercancías comercializadas.

Las demás variables son codificadas automáticamente por el aplicativo de captura, debido a que las tablas que lo alimentan cuentan con información detallada para codificar las variables que lo requieran.

### 2.5.3 Adecuación de archivos

Dependiendo del tipo de archivo de que se trate, se realizan diferentes procesos de adecuación; entre ellos:

- Ajustes técnicos: aplicar los lineamientos contemplados en las especificaciones de validación, de consistencia, de cuadros de salida, etc.
- Corrección de estilo: aplicar los lineamientos del “Manual de Normas Básicas para la Elaboración de Documentos” producido por la Dirección de Difusión, Mercadeo y Cultura Estadística de la entidad.

### 2.5.4 Edición de datos

Para controlar e identificar los datos faltantes, inválidos o inconsistentes y además, identificar qué registros tienen potenciales problemas, se aplican algunas especificaciones de validación y consistencia a los archivos en los diferentes procesos de la investigación.

A fin de determinar los potenciales valores extremos de acuerdo con la conceptualización y definir la importancia e interrelación de las variables se aplican procesos de análisis y realización de ejercicios y comparaciones con información de años anteriores, con información de otras investigaciones y con el contexto económico del país y de otros países

Adicionalmente, los documentos técnicos elaborados anualmente con los resultados arrojados por la investigación en su versión preliminar son revisados por el secretario técnico, el coordinador, el asistente y el director de de la Dirección de Producción y Metodología Estadística – DIMPE; para finalmente pasar a ser revisados por el Subdirector, el equipo de asesores de la Dirección y el Director de la entidad.

### 2.5.5 Métodos de imputación

Para la imputación de registros en estado de deuda, se utiliza la razón de crecimiento de los datos, en la serie, o variación de los datos presentada en la metodología de imputación de Andrés Lozano titulada “Estimación de novedades en estado de deuda”. Como se describe en el numeral anterior (1.2.3).



### **2.5.6 Clasificación de variables**

Las variables que entran en el análisis de la información son las siguientes: Personal ocupado, Sueldos y salarios causados, Prestaciones sociales causadas, Ventas, Producción bruta, Consumo intermedio (gastos de comercialización), Valor agregado, Inversión bruta, Inversión neta, Activos fijos tangibles.

Para tener información detallada remítase al ítem 2.6.4. Análisis de estadísticas producidas

### **2.5.7 Imputación de unidades de observación**

La imputación se realiza de acuerdo con el diseño de la investigación, remítase al numeral 1.2.3. Diseño de Tratamiento de la Información: Diseño de Métodos de procesamiento e imputación.

### **2.5.8 Ponderadores y/o factores de expansión y ajustes**

Se realiza de acuerdo con el diseño de la investigación. Para tener información detallada remítase al numeral 1.2.2 Diseño Muestral: Estimadores y factores de expansión

### **2.5.9 Integración de datos**

La información recolectada y criticada en cada dirección territorial es capturada en el aplicativo diseñado en Visual Fox Pro; posteriormente se envía a DANE central para su consolidación y verificación de consistencia. Una vez se cuenta con la información nacional se realiza el cargue de la base y su procesamiento en SAS, generando una base de datos consolidada que permite obtener posteriormente los cuadros de salida requeridos para su divulgación. La información es entregada a los usuarios en formato Excel, a fin de facilitar el acceso y el uso a la misma.

## **2.6 ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

### **2.6.1 Análisis descriptivo**

Se observan los indicadores por dominios de estudio para promedios y varianzas. Se analiza la estructura de la población a partir de la distribución de frecuencias y se detectan valores atípicos. Se realiza un análisis de sensibilidad para los procesos estadísticos como el de imputación.

### **2.6.2 Análisis inferencial**

Recibida la información en DANE Central, se realiza un análisis estadístico a las bases de datos y se efectúan aplicaciones de validación y consistencia. Concluida esta etapa, se inicia un análisis económico y de estructura a la información consolidada. Este proceso comprende las siguientes etapas:

- Estimación de fuentes en deuda
- Chequeos de consistencia
- Correcciones de inconsistencias que sean necesarias



- Cálculo de factores de expansión para empresas de inclusión probabilística
- Cálculo de escalas de personal y de producción
- Análisis de la información de variables generales a nivel de grupos y agrupaciones
- Análisis de la evolución y desarrollo de la estructura sectorial nacional, a nivel de grupos y agrupaciones.
- Comparación de resultados con otras investigaciones
- Selección de datos que alimentarán los cuadros de salida
- Preparación de documentos para divulgación de la información

### 2.6.3 Análisis de coherencia

Para realizar el análisis macroeconómico el equipo de Temática Económica, revisa los rangos para los coeficientes de variación - cve, las variaciones entre variables principales, las participaciones de las variables y coeficientes técnicos, también la consistencia con los resultados históricos. Cuando se encuentran comportamientos atípicos, se solicita la revisión al equipo de Logística de Autodiligenciamiento y Registros - (LAR), que determina la necesidad de ajustes ó justificaciones de los datos entregados previamente. Finalizada la revisión se generan los cuadros de salida.

### 2.6.4 Análisis de estadísticas producidas

El informe de avance presenta a nivel general el comportamiento del comercio mayorista, el minorista y el de vehículos automotores, combustibles y lubricantes, el número de empresas investigadas, y las principales variables observadas por la investigación: ventas y costo de ventas, empleo y remuneración, producción bruta, consumo intermedio, valor agregado y productividad.

#### ▪ **Personal ocupado**

La información se refiere al personal ocupado promedio durante el año por la empresa en su actividad comercial, desagregado por género (mujeres y hombres), de acuerdo con el tipo de contratación. Esto es, *propietarios, socios y familiares sin remuneración, personal permanente*, personal temporal contratado directamente por la empresa y personal temporal contratado a través de empresas y aprendices (ley 789 de 2002).

No deben contabilizarse dentro del personal ocupado aquellos trabajadores en licencia ilimitada y no remunerada, en servicio militar, pensionados, miembros de la junta directiva de la empresa a quienes se paga únicamente por la asistencia a las reuniones, los propietarios, socios y familiares que no trabajen en la empresa, ni los vendedores a domicilio o comisionistas que no son empleados de la empresa.

#### ▪ **Sueldos y salarios causados**

Se consideran como sueldos y salarios a la remuneración fija u ordinaria que recibe el trabajador, en dinero o en especie, en forma periódica o diferida, como retribución por los servicios que presta a la empresa comercial, antes de que sean deducidos los descuentos por retención en la fuente, contribuciones a la seguridad social, al sindicato y a los fondos o cooperativas de empleados.

#### ▪ **Prestaciones sociales causadas**



Comprende el valor causado en el año, en miles de pesos, por concepto de cesantías y sus intereses, vacaciones, primas y bonificaciones legales y extralegales (semestrales, de vacaciones, de Navidad, etc.) y todos los demás rubros estipulados como prestación social en el Código Sustantivo del Trabajo y en el Régimen Laboral Colombiano.

- **Ventas**

Se investiga el valor de las ventas, en miles de pesos corrientes sin incluir impuestos indirectos (IVA y consumo) para cada grupo de mercancías comercializadas, teniendo en cuenta su agrupación de acuerdo con el formulario y los conceptos de mayorista y minorista. Igualmente se registran las ventas por Internet durante el año de la Encuesta.

- **Producción bruta**

Persigue obtener el margen comercial, el cual consiste en las ventas menos el costo de la mercancía vendida.

- **Consumo intermedio (gastos de comercialización)**

Se define como la sumatoria de todos aquellos gastos (sin incluir impuestos indirectos ni ajustes por inflación) en que incurre la empresa para el desarrollo de su actividad comercial y por lo tanto, solo son imputables a ésta.

- **Valor agregado**

Corresponde al valor de los ingresos recibidos por el uso de los factores productivos participantes en el proceso de comercialización durante el período estudiado. El Valor Agregado, se obtiene deduciendo del valor de la producción bruta o margen comercial, el valor del consumo intermedio.

- **Inversión bruta**

Corresponde al valor de las inversiones por la empresa en activos fijos (nuevos o usados), sean éstos no depreciables (terrenos, construcciones en curso, maquinaria y equipo en montaje) o, depreciables (edificios y estructuras, maquinaria y equipo, equipo de transporte, equipo de oficina y de sistemas).

La inversión bruta corresponderá a la sumatoria del valor de las adquisiciones de bienes nuevos más las mejoras y reformas más la utilidad en venta de activos fijos menos la pérdida en venta de activos fijos más el ajuste de depreciación por ventas.

Los valores correspondientes a valorizaciones, desvalorizaciones y ajustes por inflación no deben tenerse en cuenta para el cálculo de la inversión bruta.

- **Inversión neta**

La inversión neta se calculará sustrayendo del valor de la inversión bruta el valor de la depreciación causada en el año. Los valores correspondientes a valorizaciones, desvalorizaciones y ajustes por inflación no deben tenerse en cuenta para el cálculo de la inversión neta. En el Sistema de Cuentas Nacionales la inversión Neta se define como la Inversión bruta menos el consumo de capital fijo, CCF, entendido éste como el valor del desgaste por el uso y obsolescencia, valorados los activos a precios de mercado del año en referencia. Entonces una aproximación contable al CCF sería, la sumatoria de la depreciación causada en el año después de ajustado el activo más los ajustes por inflación a la depreciación acumulada.



La inversión neta, se define entonces como: inversión bruta menos la depreciación causada en el año, incluyendo los ajustes por inflación a la depreciación acumulada.

- **Activos fijos tangibles**

Corresponde al valor contable (en libros) que tienen los activos fijos de la empresa al finalizar el año, una vez se ha descontado la depreciación causada en el año.

Es importante garantizar no solo la precisión y calidad de la información básica que interviene en el cálculo de los indicadores más relevantes del sector, sino también la información de aquellas variables que permiten la obtención de información referente a los costos y gastos generados por la empresa que completen la visión clara y objetiva de la gestión empresarial. En este sentido, el formulario contiene explícitamente requerimientos sobre:

Gastos de administración de la empresa; variación de las existencias; costo de la mercancía vendida y compras.

### 2.6.5 Análisis de calidad de resultados

- **Índice de Calidad de Crítica y captura**

Para llevar a cabo el control de calidad de los procesos de crítica y captura, el número de formularios a calificar corresponde una muestra del 13% de las empresas depuradas en la dirección territorial o subselección antes de cada envío de información, con éste porcentaje se obtiene un 95% de confiabilidad y un error de muestra del 2%; la calificación está a cargo del responsable de la investigación, Asistente Técnico en las Direcciones Territoriales, y Jefe de Oficina en las subselecciones, la selección de las empresas a calificar, la captura y el cálculo del indicador se realiza por medio del aplicativo de captura de la investigación.

Para cada empresa seleccionada se califica la crítica y digitación utilizando los campos de la Ficha de variaciones; la conformidad asignada a cada proceso tiene un valor de cero (0): conforme cuando se valida correcta la crítica ó digitación realizada en cada variable y no conformidad uno (1), cuando es deficiente, es decir no existen las observaciones suficientes para validar las variaciones fuera de rango, o existe error en la digitación de información, la valoración de cada proceso es el resultado de multiplicar el peso de cada variable por el valor de la conformidad, el resultado del indicador de cada proceso de crítica y captura corresponde a la diferencia entre 100 y el resultado de las inconformidades ó suma de las valoraciones de cada proceso

Finalizada la calificación de las empresas seleccionadas, el programa de captura calcula el indicador de calidad por formulario, mediante el promedio aritmético de los puntajes de cada uno de los formularios calificados. Finalizada la captura es posible realizar consultas por dirección territorial, por envío y total nacional.

### Índice de Calidad de Crítica y captura por Dirección Territorial IC

- $(I)_i$  = Puntaje obtenido para el i-ésimo formulario revisado
- $n$  Es igual al número de empresas revisadas.

$$IC = \frac{\sum_{i=1}^n (I)_i}{n}$$



Entonces el indicador de calidad (IC) por proceso para la Dirección Territorial, es calculado como el promedio de los indicadores de cada formulario calificado.

### **Índice de Calidad Crítica y captura por Dirección Territorial**

El Indicador de calidad total por Direcciones Territoriales corresponderá al promedio simple de los indicadores obtenidos de los procesos

$$\text{Indicador de calidad por Dir Territorial} = \frac{\sum \text{indicadores ( crítica + captura)}}{\# \text{ de indicadores}} \times 100$$

Nota: El número de indicadores es igual a (2) (crítica y captura)

#### ▪ **Indicador de Confiabilidad**

**Indicador de confiabilidad (ICFA):** Promedio simple de todos los indicadores de los procesos de la cadena que permite producir los resultados de la investigación. Desde los calculados en las Direcciones Territoriales hasta los cálculos en el nivel central.

La forma de cálculo para el índice ICFA es:

$$\text{ICFA} = (\text{TRF} + \text{INIC} + \text{IDCL} + \text{IDCC}) / 4$$

Donde:

**TRF=** Tasa de Respuesta o Cobertura

**TRR =** Tasa de respuesta o cobertura por registro.

**INIC=** Índice de No Imputación Central

**IDCL=** Índice de Calidad Local (Aplica en cada envío de información.)

**IDCC =** Índice de Calidad Central

**Tasa de respuesta por fuente (TRF):** Es el número de empresas recolectadas incluyendo: las empresas que rinden información y las novedades verificadas, diferentes de las empresas en deudas (novedad 5); dividido en el total de empresas enviadas a campo.

La forma de cálculo para el índice TRF es:

$$\% \text{TRF} = [(\text{TD} - \text{FD}) / \text{TD}] * 100 \%$$

Donde:

**FD=** Fuentes en deuda

**TD=** Total directorio enviado a campo

**Tasa de respuesta o cobertura por registros (TRR):** Es la relación porcentual de la sumatoria de las variables diligenciadas por las empresas recolectadas con información contra el total de registros mínimos esperados de las empresas enviadas a campo recolectadas con información en cada operativo.



La forma de cálculo para el índice TRR es

$$\%TRR = [ ( TRER/ TRED) * 100 \%$$

Donde:

**TRER** = Total registros de las empresas recolectadas con información incompleta (Número de empresas con información incompleta \* # de registros diligenciados según tabla)

**TRED** = Total registros mínimos esperados de empresas con información (Número de empresas con información completa \* # de registros diligenciados según tabla).

**Índice de no imputación central (INIC): la imputación:** se define como la relación porcentual del total de empresas a las que fue necesario aplicar el proceso de imputación que consiste en asignar el mejor valor posible mediante un procedimiento estadístico, cuando se presentan datos missing (faltantes), outliers (atípicos) ó inconsistentes ya sea información parcial o total, contra el total de empresas enviadas a campo

$$INIC= ( TD - FNC ) / FES * 100\%$$

**TD** = Total directorio o fuentes esperadas enviadas a campo.

**FNC** = Fuentes de No Cobertura (Total fuentes con información imputada)

**Índice de calidad central (IDCL):** indicador de la calidad de los procesos operativos que permite la depuración de información en Direcciones Territoriales, generado mediante la verificación de la calidad del trabajo en las etapas de crítica y captura. Calculado a partir de la detección de los errores u omisiones penalizándolos al nivel de la mínima unidad de información objeto de medición (fuentes), considerando el volumen de trabajo bien hecho al máximo nivel de medición.

$$IDCL= ( ICC + ICCA ) / 2$$

**IDCL**= Índice de calidad local

**ICC** = Índice de calidad de la crítica

**ICCA** = Índice de calidad de la captura

**Índice de calidad central (IDCC):** indicador de la calidad de los procesos productivos que hacen parte de la investigación. Se genera mediante la sumatoria de errores y omisiones detectadas en el nivel central.

$$IDCC = [ ( RES - TPNC ) / RES ] * 100\%$$

**TPNC** = Sumatoria de omisiones y errores detectados en el proceso de producción central (Número de empresas a las que se realizó ajustes de información en DANE Central \* # de registros según tabla)

**RES** = Registros esperados (Número de empresas con información \* # de registros diligenciados según tabla)

La precisión de los resultados Se mide a través del coeficiente de variación o error relativo del estimador (cv) basado en la proporción de desviación estándar (error estándar) y la estimación del parámetro; es decir, el total de cada una de las variables de estudio.



## 3. DIFUSIÓN

### 3.1 ADMINISTRACIÓN DE REPOSITORIO DE DATOS

Temática elabora el boletín de prensa de las ocho actividades investigadas, Los documentos editados con las especificaciones de forma y estilo, son aprobados por la Coordinación de Temática Económica.

- ✓ Edición de los cuadros en formato Excel de acuerdo con las especificaciones establecidas para publicación; los cuales, constituirán el anexo estadístico del boletín.
- ✓ Elaboración de los cuadros de indicadores y gráficos respectivos.
- ✓ Análisis de las principales variables e indicadores y comparación con los datos publicados por otras fuentes.

### 3.2 PRODUCTOS E INSTRUMENTOS DE DIFUSIÓN

En la Encuesta Anual de Comercio – EAC se presentan cuadros de salida como productos de difusión entre los que figuran: (Ver anexo B)

- Para empresas de inclusión forzosa, los cuadros:
  1. se presentan por variables principales y personal empleado, ambos según actividad comercial;
  2. escalas, que presentan organización jurídica, de ventas y de personal.
- Cuadros Personal  
Presentan valores absolutos y participación.
- Escalas Organización jurídica

Según variables principales, se presentan únicamente valores absolutos

- Escala de ventas  
Se presentan a precios corrientes
- Cuadros De Salida Empresas De Inclusión Probabilística

En estos cuadros se presenta la información del total nacional, expandida y con los coeficientes de variación en una columna aparte, al lado de la variable respectiva. Estas variables están clasificadas por clases comerciales. Los cuadros de salida que se presentan en el anuario son los siguientes:

Anuario de Comercio Total Nacional

- Colombia. Resumen de las principales variables, según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Resumen de las principales variables, según escala de personal ocupado. Total nacional



- Colombia. Resumen de las principales variables, según grupos y clases comerciales y escala de personal ocupado. Total nacional
- Colombia. Resumen de las principales variables, según escala del valor de las ventas. Total nacional
- Colombia. Resumen de las principales variables, según grupos y clases comerciales y escala del valor de las ventas. Total nacional
- Colombia. Resumen de las principales variables, según organización jurídica de las empresas comerciales. Total nacional
- Colombia. Resumen de las principales variables, según organización jurídica de las empresas comerciales y divisiones comerciales. Total nacional
- Colombia. Personal ocupado promedio por tipo de contratación y género según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Remuneración del personal ocupado (salarios y prestaciones sociales) por tipo de contratación según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Valor de los componentes del consumo intermedio, según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Valor de las inversiones en activos fijos por clases, según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Valor de los retiros, traslados y ventas de activos fijos por clases, según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Depreciación causada en el año por clase (edificios y estructuras, maquinaria y equipo de oficina, transporte y otros depreciables), según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Valor en libros de los activos fijos por clases, según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Valor de la inversión neta e inversión bruta, según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Valor de las existencias de mercancía, según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Ingresos operacionales y no operacionales, según grupos y clases comerciales. Total nacional
- Colombia. Costos y gastos operacionales y no operacionales, según grupos y clases comerciales. Total nacional

Los resultados de esta investigación se pueden consultar a través del Banco de Datos y página Web.

Las publicaciones con que cuenta el DANE para dar a conocer las cifras del comercio en forma anual son:

- ✓ Boletín de prensa, a partir de 1996 hasta la fecha
- ✓ Página Web ([www.dane.gov.co](http://www.dane.gov.co) - variables principales actualizadas)
- ✓ Serie reprocesada años 2003 – 2005.

### **3.3 PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE PRODUCTOS**

Una vez recibido el aval de publicación por parte del Director del DANE, Temática económica envía la documentación a la Dirección de Prensa quienes elaboran los comunicados de prensa y actualizan la información publicada en la página WEB del DANE, donde se encuentran los boletines y la serie de las principales variables para cada una de las actividades.



## 4. DOCUMENTACIÓN RELACIONADA

Para esta investigación se diseñaron los siguientes documentos y formularios:

### Diseño temático

- Metodología de Diseño Temático Encuesta Anual de Comercio - EAC: describe el proceso metodológico de la EAC. En él se muestran los procedimientos que hacen parte de los procesos de producción, análisis y difusión, cada uno con sus respectivos sub-procesos. Esta información se ha compilado a partir de las publicaciones existentes y del conocimiento de quienes se encuentran directamente comprometidos con la investigación.
- Ficha Metodológica Encuesta Anual de Comercio - EAC: presenta un resumen de los aspectos descriptivos y metodológicos relevantes de la investigación EAC esta se encuentra disponible al público en general en la página Web.
- Especificaciones de Validación y Consistencia: contemplan las especificaciones técnicas básicas para el diseño del aplicativo de captura que se emplea en la investigación.
- Especificaciones de Cuadros de Salida: este documento recoge los requerimientos sobre los cuadros de salida para la Encuesta. Estos cuadros resumen la información obtenida en el proceso de captura y presentan los agregados de cada variable. Son los tabulados que sirven para preparar la información que se va a suministrar al público a través del boletín de prensa.

### Manuales de Crítica, codificación, captura y del sistema

- Manual de Diligenciamiento Encuesta Anual de Comercio - EAC: contiene los lineamientos básicos para el diligenciamiento del formulario de la investigación.
- Manual de Crítica y Codificación Encuesta Anual de Comercio EAC: este documento contiene las pautas a seguir para una correcta crítica y codificación del formulario de la Encuesta. En él se encuentran las pautas a seguir, para el correcto diligenciamiento del formato y la realización del primer filtro de revisión a la información, aplicando las especificaciones de consistencia y validación establecidas para finalmente, contar con una base de información consistente, coherente y consolidada, que está disponible en el sistema documental de procesos DANENET.
- Manual sobre el Manejo de Novedades Encuesta Anual de Comercio – EAC: con el propósito de unificar criterios en el manejo de novedades, actualizar marcos y directorios, los equipos de trabajo de las investigaciones económicas, junto con diseños muestrales, han realizado un estudio de casos que se presentan con cierta frecuencia durante la distribución y recolección de los formularios en las unidades estadísticas en estudio; los cuales se contemplan y codifican en este manual.
- Manual de Diligenciamiento de la Carátula Única Encuesta Anual de Comercio – EAC: contiene los lineamientos básicos para el diligenciamiento de la Carátula Única.



- Manual de Instalación Encuesta Anual de Comercio – EAC: en él se encuentran las instrucciones para instalar el aplicativo de captura que se utiliza en el operativo de campo y en el proceso de análisis y depuración de la información.
- Manual del sistema EAC 2004: su objetivo es dar un conocimiento técnico acerca del funcionamiento del sistema de información de la Encuesta Anual de Comercio, contiene: descripción de tablas, pantallas, índices, etc., con fin de servir como referencia y soporte para ajustes, modificaciones y mantenimiento. Se debe actualizar en la medida en que se adicionan nuevas tablas o cambia la relación de las mismas.
- Manual para la asignación de la actividad comercial: presenta los elementos conceptuales básicos que contextualizan y sustentan las pautas para la determinación precisa de la actividad comercial que realizan las unidades estadísticas investigadas. En este documento se incluye la metodología para la asignación del cálculo de la actividad económica, incluidos ejemplos, que permiten la asignación correcta del código CIIU a 4 dígitos, tomando en cuenta el tipo de mercancías principalmente comercializadas por las empresas

### **Metodología de diseño de indicadores**

- Guía para la obtención de Indicadores de calidad en direcciones territoriales y subsedes: contienen los lineamientos para el cálculo de los indicadores de calidad.
- Guía para la Obtención del Indicador de Confiabilidad: presenta los pasos y las características técnicas que se deben aplicar en el cálculo del indicador de confiabilidad.

### **Documentos metodológicos de Sistemas**

- Especificaciones de Sistemas: presenta los procesos y la plataforma tecnológica que se aplica en el proceso de sistematización electrónica de la información.
- Metodología de Diseño de Sistemas: contiene definiciones básicas, así como el alcance del sistema de captura y de procesamiento, las áreas involucradas en el proyecto y el menú de captura.

### **Metodología y especificaciones de diseño estadístico**

- Metodología de diseño muestral: presenta el tipo de diseño a utilizar, el procedimiento de selección de la muestra, fórmulas de cálculo para los factores de expansión, la metodología de estimación y el cálculo de errores muestrales, así como el tratamiento de las novedades y la actualización del marco y de la muestra.
- Especificaciones de imputación de novedades: contiene el marco conceptual y la metodología general de imputación de datos faltantes.
- Especificaciones de estimación y varianza: contiene información referente a los parámetros a estimar, los dominios de estudio y los tipos de estimación que se realizan.



## **Modelo Funcional**

- Levantamiento de Procesos: presenta los diferentes diagramas diseñados para los procesos de la investigación, denominados: diagrama jerárquico funcional, diagrama de contexto, diagrama de nivel cero, diagrama de nivel uno.
- Modelo Funcional: presenta el esquema de cada uno de los procesos, la dependencia responsable y los productos obtenidos en la cadena productiva de la investigación.

## **Procedimientos**

- Procedimiento producir y analizar resultados: este procedimiento tiene como objetivo Proporcionar una visión general de la actividad de producir y analizar los resultados de la investigación ejecutada a través de la consolidación, validación, depuración, revisión y análisis de la información de la encuesta anual de comercio.
- Procedimiento planear y coordinar: tienen por objeto planear y coordinar las diferentes actividades metodológicas y de tipo operativo tanto en DANE Central como en las Direcciones Territoriales para lograr el óptimo desarrollo y funcionamiento de la Encuesta Anual de Comercio - EAC, de acuerdo a la dinámica que se presente en el sector económico, en particular en el sector de servicios, de tal manera que la investigación responda eficazmente a las necesidades de información.
- Procedimiento elaborar productos: especifica el proceso que se debe llevar a cabo para Elaborar los diferentes productos a través de los cuales se realiza la difusión de los resultados generados por la investigación
- Procedimiento de análisis temático y generación de boletín de prensa: Ofrece una visión general de la actividad de análisis y generación del boletín de prensa de la Encuesta.
- Procedimiento de análisis de contexto: tiene como objetivo brindar lineamientos sobre la manera en que se deben contextualizar los resultados de la Encuesta Anual de Comercio, teniendo en cuenta las condiciones económicas, políticas, sociales, etc. de la economía nacional e internacional.

## **Tablas de Control y de Información**

- Glosario de términos contempla el significado de los términos técnicos utilizados en los diferentes procesos de la investigación.
- Tratamiento de producto no conforme: presenta las actividades en las que podrían surgir productos que no se ajustan a los lineamientos técnicos de la investigación y las disposiciones que se deben adoptar en el evento de que se presenten; así como los responsables y el registro que evidencia la medida que se adoptó.
- Plan de Control: busca determinar las actividades que pueden prevenir la ocurrencia de una acción o producto no conforme a los requerimientos técnicos de la investigación; especificando la frecuencia en que se debe hacer seguimiento y controlar dichas actividades.



## 5. CRONOGRAMA

El cronograma de actividades de la Encuesta Anual de Comercio - EAC, se elabora anualmente, para las etapas de preparación, recolección, crítica, captura y producción de resultados. En su elaboración se tiene en cuenta la evaluación de las actividades programadas y ejecutadas en el año anterior, con el fin de hacer los ajustes pertinentes e incorporarlos dentro de las labores del siguiente año.

### Cronograma anual de actividades técnicas de la Encuesta Anual de Comercio, por meses

Actividad	Vigencia de la operación por meses												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Preparación y Planificación	■												
Ejecución						■							
Análisis y Resultados											■		
Difusión												■	

Fuente: Grupo Técnico (Operación estadística respectiva)



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

*Actividad principal:* de un ente económico es la que más contribuye a su valor agregado, o la actividad cuyo valor agregado supera el de cualquier otra actividad de la entidad. Los productos que resultan de la actividad principal son productos principales o productos asociados.

*Actividad CIIU Rev.3 A.C:* se encarga de establecer una estructura dentro de la cual deben presentarse las estadísticas de las actividades económicas de los diferentes sectores productivos del país. El término *actividad* utilizado en este contexto, se refiere a un proceso productivo, es decir, a la combinación de acciones que conduce a la obtención de un conjunto dado de bienes o servicios.

*Actividad CIIU Rev.3 División 50:* esta división incluye el comercio al por mayor y al por menor de vehículos automotores, motocicletas y trineos motorizados nuevos y usados, así como su mantenimiento y reparación; el comercio de partes, piezas (autopartes), y accesorios (lujos) para vehículos automotores; las actividades de los agentes de venta de vehículos en comisión o por contrata; el lavado, lustramiento (polichado), despinchado, etc.

También se incluye el comercio al por menor de combustible para vehículos automotores y de los productos de lubricación, refrigeración, limpieza, etc.

*Actividad CIIU Rev.3 División 51:* esta división incluye la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos o usados a minoristas, usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales; a otros mayoristas; y a quienes actúan en calidad de agente o corredor en la compra o venta de mercancías en nombre de dichas personas o empresas.

Las principales actividades abarcadas son las de mayoristas comerciales, a saber, mayoristas que adquieren la propiedad de las mercancías para comercializarlas, como revendedores o intermediarios al por mayor, distribuidores de productos industriales, exportadores, importadores, ensiladores de granos, cooperativas de compra y sucursales y oficinas de venta (excepto los establecimientos de venta al por menor) de empresas manufactureras o mineras cuando son entidades mantenidas como unidades de gestión separadas de la fábrica o mina propiamente dicha para que comercialicen sus productos y que no se limitan a tomar pedidos de tales productos para su envío desde la fábrica o mina.

También incluye a los corredores de mercancías y productos básicos, los comisionistas, agentes, centrales de compra, compradores itinerantes, y las cooperativas de comercialización de productos agropecuarios.

Con frecuencia los mayoristas agrupan, seleccionan y clasifican las mercancías en grandes lotes, que luego fraccionan para reempacarlas y distribuir las en lotes más pequeños (por ejemplo, productos farmacéuticos); almacenan, refrigeran entregan e instalan las mercancías; y se encargan de promover las ventas de sus clientes y de diseñar las etiquetas

*Actividad CIIU Rev.3 División 52:* esta división incluye la reventa (venta sin transformación), al público en general, realizada en almacenes por departamentos, tiendas, supermercados, comisariatos, o cooperativas de consumidores, vendedores ambulantes, sistemas de ventas por teléfono o correo, etc.; de productos nuevos, para su consumo y uso personal o doméstico.



La mayoría de los minoristas adquieren la propiedad de las mercancías que venden, pero algunos actúan en calidad de agentes de un principal y venden dichas mercancías en consignación o en comisión.

En esta división se clasifican los establecimientos que venden al público en general mercancías a la vista, tales como máquinas de escribir, útiles de escritorio, pinturas y madera, aunque esas mercancías no estén destinadas exclusivamente al consumo o al uso personal o doméstico.

Por razones evidentes, las mercancías cuyo comercio se incluye en esta división se limitan a los denominados bienes de consumo. Por lo tanto, como ejemplos de mercancías que normalmente no forman parte del comercio al por menor se pueden mencionar los cereales, granos y minerales, el petróleo crudo, las sustancias químicas para uso industrial, el hierro y el acero, y la maquinaria y el equipo industriales.

En algunos casos, las mercancías pueden ser objeto de cierta elaboración, pero esta elaboración debe tener lugar solo a efectos de la venta.

En esta división también se incluyen la reparación e instalación de efectos personales y enseres domésticos, estén o no combinadas con la venta al por menor.

Los establecimientos incluidos en esta división se pueden organizar en especializados y no especializados:

*Adición de muestra:* Hace referencia a las unidades estadísticas seleccionadas después de la selección inicial utilizando para ello un método de selección probabilístico, con el fin de conservar los niveles de precisión requeridos en la muestra original.

*Aportes patronales:* son los pagos que no constituyen sueldos y salarios y que el establecimiento efectuó durante el mes. Este valor corresponde a las obligaciones que tiene el empleador para con el seguro social y/o cajas de compensación.

*CIIU REV.3 A.C.:* Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, revisión 3, adaptada para Colombia.

*Clasificación:* agrupamiento de objetos en conjuntos homogéneos de acuerdo con criterios preestablecidos y en función del uso que tendrá la clasificación. Los conjuntos conformados son además exhaustivos, cubren la totalidad de los elementos del universo, mutuamente excluyentes, un objeto pertenece a una y sólo una categoría de un mismo nivel. .

*Codificación:* asignación de símbolos alfanuméricos para identificar las distintas categorías de una clasificación. Para la Encuesta Anual de Comercio se presenta una codificación a cuatro dígitos, donde cada uno de ellos corresponde a la sección, división, grupo y clase respectivamente.).

*Comercio:* para efectos de las investigaciones económicas que realiza el DANE, se define comercio como “*la reventa (venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados, ya sea que ésta se realice al por menor o al por mayor. Incluye las actividades de los corredores, agentes, subastadores y comisionistas dedicados a la compra y venta de mercancías a nombre y por cuenta de terceros*”.

Comercio al por menor Actividad económica de reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados al público en general, para uso personal o doméstico.



**Comercio al por mayor:** actividad económica de reventa (compra y venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados a minoristas, usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales, otros mayoristas o a quienes actúan como agentes o intermediarios en la compra o la venta de mercancías para esas personas o compañías.

**Contrato de aprendizaje:** forma especial dentro del derecho laboral, mediante la cual una persona natural (aprendiz – alumno) recibe formación en una entidad autorizada, con el patrocinio de una empresa (empleador persona natural jurídica).

**Directorio:** hace referencia al archivo magnético que contiene los datos de identificación (NIT, nombre comercial razón social), ubicación (departamento, municipio, dirección teléfono, correo electrónico) y otras variables adicionales (actividad económica, ventas, personal ocupado) de todos los establecimientos económicos (industria, comercio o servicios) que el DANE tiene registrados por algún medio, Confecámaras, encuestas, mini encuestas, operativo telefónico, directorios de gremios, revistas, etc.

**Empresa comercial:** es la unidad estadística a la que se refiere los datos solicitados en las investigaciones del sector comercio y se define como: toda unidad económica o combinación de unidades económicas, propietaria o administradora que actuando bajo una denominación jurídica única abarca y controla directa o indirectamente todas las funciones y actividades necesarias para el desarrollo y realización del objeto social para el que fue creada.

Operativamente, se define como “la combinación de actividades y recursos que de manera independiente realiza una empresa o una parte de la empresa, para la reventa (venta sin transformación) del grupo más homogéneo posible de bienes nuevos o usados, en un emplazamiento o desde un emplazamiento o zona geográfica y de la cual se llevan registros independientes sobre compras y ventas de mercancías, costos y gastos, remuneraciones, personal ocupado, inversiones en activos fijos y demás recursos físicos que se utilizan en el proceso de comercialización y en las actividades auxiliares o complementarias a ésta, entendiéndose como actividades auxiliares las que proveen servicios a la empresa y que se toman como parte de sus labores y recursos”.

**Emplazamiento:** lugar físico o combinación de lugares no contiguos que forman parte de una empresa, dentro de una zona geográfica.

**Establecimiento:** empresa o parte de una empresa que, de manera independiente, se dedica exclusivamente a un tipo de actividad económica en un emplazamiento o desde un emplazamiento o dentro de una zona geográfica y respecto de la cual, como unidad estadística de observación, existen o pueden recopilarse con alguna precisión datos que permiten calcular la producción y sus costos.

**Establecimientos especializados:** son aquellos que comercializan, única, exclusiva o principalmente, una clase homogénea de mercancías, correspondientes a las descritas en las clases de la CIIU rev.3 adaptada para Colombia

**Establecimientos no especializados:** son aquellos que comercializan una gama heterogénea de mercancías, correspondiente a diferentes clases de la CIIU Rev.3 adaptada para Colombia.

**Estimación:** es el procedimiento mediante el cual a partir de una muestra, seleccionada por un procedimiento probabilístico y utilizando técnicas estadísticas, se obtiene información de la población de la cuál provino la muestra.

**Imputación:** es el procedimiento estadístico mediante el cual se le asigna algún valor a las variables de los registros que no tienen completa la información solicitada en los formularios y que no fue posible obtenerla directamente de la fuente, este procedimiento



se aplica a una cantidad muy reducida de casos no superior al 2% y utilizando metodologías específicas en cada caso.

*Mantenimiento de muestra:* es el proceso por el cual se realiza una revisión periódica de los coeficientes de variación en los parámetros estimados y de la pérdida de muestra, con el fin de mantener la precisión de las estimaciones que se entregan en una investigación. De acuerdo con la magnitud de estos indicadores se toman los correctivos necesarios para hacer ese mantenimiento, entre otros la adición de muestra.

*Marco muestral:* es un subconjunto del directorio en el cual se extraen los registros de los establecimientos de interés para una investigación en especial, los cuales conforman el universo de estudio. Para la Encuesta Anual de Comercio, el marco de muestreo está conformado por las empresas ubicadas en el país, dedicadas al comercio.

*Año de referencia:* es el lapso de tiempo del cual se desea obtener la información. Comprende el año investigado.

*Muestra:* es un subconjunto de una población cuyo objetivo es observar algunas características en las unidades de dicha población.

*Muestra probabilística:* es una parte de un universo, obtenida mediante selección aleatoria, usando un diseño muestral, el cual asegura que todos y cada uno de los elementos, tengan una probabilidad conocida, mayor de cero, de ser incluidos en la muestra. El objetivo de seleccionar una muestra es conocer a través de ella características de la población que se desconocen, como frecuencias de ocurrencia de un suceso, promedios, totales, proporciones, etc.

*Novedades:* las novedades son estados que registran las unidades económicas de la muestra en la captura de la información y que afectan la estimación de los parámetros. El manejo de novedades se debe tener en cuenta en dos momentos: en el procedimiento de estimaciones (continuamente) y en el procedimiento de mantenimiento de la muestra.

*Personal ocupado:* corresponde al personal promedio ocupado en la empresa, hombres y mujeres, contratado en forma directa por ésta o a través de agencias de empleo diferenciando de estos a los propietarios, socios y familiares con remuneración fija, vendedores a domicilio y comisionistas que no sean empleados de la empresa. En la Encuesta Anual de Comercio se solicita esta información teniendo en cuenta el tipo de vinculación así:

1. Propietarios, socios y familiares sin remuneración
2. Personal permanente
3. Personal temporal contratado directamente por la empresa
4. Personal temporal contratado con agencias de empleo

*Prestaciones sociales:* son las remuneraciones obligatorias y/o voluntarias diferentes a los sueldos y salarios, que el empleador efectuó a su personal ocupado durante el mes. Incluye los aportes patronales al seguro social y/o cajas de compensación; primas legales y extralegales; pago de vacaciones; subsidio familiar, de alimentación, de transporte, asistencia médica y gastos funerarios; viáticos y comisiones ocasionales; seguros de vida y riesgo pagados directamente por la empresa; indemnizaciones por enfermedad profesional y despido de trabajo; auxilio de vivienda; cesantías pagadas; becas a hijos de trabajadores y otras a favor del empleado.

No se incluye el pago a pensionados y el valor de los honorarios por servicios profesionales a la empresa.

*Sueldos y salarios:* es la remuneración fija u ordinaria que devenga el personal durante el mes, en dinero o en especie, como retribución por los servicios prestados, sin incluir



descuentos como retención en la fuente, seguro social, fondos de empleados, cooperativas y similares.

*Unidad informante:* la unidad informante es la empresa comercial, definida como “la unidad económica, que bajo una denominación jurídica única, en uno o más establecimientos, abarca, controla y dirige, directa o indirectamente, el conjunto de actividades y recursos de su propiedad, necesarios para el desarrollo de la función económica u objeto social motivo de su constitución”.

*Ventas:* es el intercambio de un bien o servicio por un valor monetario establecido de acuerdo con las características del mismo. Para efectos de la EAC se investigan las ventas totales por agrupación comercial efectuadas durante el año por el (los) establecimiento(s) cualquiera sea el plazo o la forma de pago (a crédito o al contado/efectivo, cheque o tarjeta de crédito), sin incluir impuestos indirectos (IVA y consumo).



## BIBLIOGRAFÍA

Código de comercio. El pensador Editores Ltda. Segunda Edición, Bogotá, 1999. Bogotá

Grupo Directivo. Sistema de Gestión de Calidad (SGC) Manual de Calidad – DANE, basado en los requisitos del modelo internacional ISO 9001 – 2000, Bogotá, 2003

Hidiroglou, M.A The construction of a self Representing Stratum of Laerge Units in Survey Design”, The American Statistician, Vol. 40, No. 1 PP. 27, 1986

Ley 789 de 2002 (diciembre 27) Reforma laboral. Publicación de Legis Editores S.A. Pág. 20 – 50

Metodología de la Muestra Mensual de Comercio al por Menor. Dirección de metodología y Producción Estadística – DIMPE. Impreso en la Dirección de Mercadeo y Ediciones del DANE, Bogotá, 2002

Régimen Laboral Colombiano. Publicación de Legis Editores S.A. Bogotá, D.C., 2002

Resolución No. 243 del 29 de abril de 2002

SENT, Sistema Estadístico Nacional y Territorial. Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, revisión 3 adaptada para Colombia (CIIU REV. 3 AC) Impreso en la división de Ediciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. Bogotá D.C., Colombia 1998

TDDE – Técnicas de diseño y desarrollo de encuestas. DANE. Informe Final. Bogotá, D.C., 1996

Clasificación Industrial Internacional Uniforme – CIIU, revisión 3, Adaptada para Colombia, DANE



## ANEXOS

### Anexo A. Formulario de Recolección Encuesta Anual de Comercio –EAC. 2007<sup>7</sup>



#### ENCUESTA ANUAL DE COMERCIO –EAC 2007 CARÁTULA ÚNICA EMPRESARIAL

<b>Numeral 1. Identificación</b>		Registro mercantil / sin ánimo de lucro / de proponentes	
Número de orden	NIT <input type="text"/>	C.C. <input type="text"/> <input type="text"/>	C.E. <input type="text"/> <input type="text"/>
USO EXCLUSIVO DEL DANE	Nro. _____ D.V. _____		Matrícula/registro <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
			Renovación <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
		Cámara <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>	Matrícula/registro _____

Reporte cualquier cambio que se produzca en los datos prediligenciados

**Numeral 2. Ubicación y datos generales**

1. Razón social de la empresa \_\_\_\_\_ LGGR

2. Nombre comercial \_\_\_\_\_ 3. Sigla \_\_\_\_\_

4. Domicilio principal o dirección de la gerencia \_\_\_\_\_

5. Municipio \_\_\_\_\_  6. Departamento \_\_\_\_\_

7. Teléfono \_\_\_\_\_ 8. Fax \_\_\_\_\_ 9. A.A. \_\_\_\_\_

10. E-mail \_\_\_\_\_ 11. Página Web \_\_\_\_\_

12. Dirección para notificación \_\_\_\_\_ LGPN

13. Municipio \_\_\_\_\_  14. Departamento \_\_\_\_\_

15. Teléfono \_\_\_\_\_ 16. Fax \_\_\_\_\_ 17. A.A. \_\_\_\_\_

18. E-mail \_\_\_\_\_ 19. Página Web \_\_\_\_\_

**Numeral 3. Tipo de organización**

Sociedad colectiva <input type="text"/> 01 <input type="text"/>	Sociedad en comandita simple <input type="text"/> 02 <input type="text"/>	Sociedad en comandita por acciones <input type="text"/> 03 <input type="text"/>	Sociedad limitada <input type="text"/> 04 <input type="text"/>
Sociedad anónima <input type="text"/> 05 <input type="text"/>	Sociedad de economía mixta <input type="text"/> 06 <input type="text"/>	Sucursal de sociedad extranjera <input type="text"/> 07 <input type="text"/>	Empresa industrial y comercial del Estado <input type="text"/> 08 <input type="text"/>
Empresa unipersonal <input type="text"/> 09 <input type="text"/>	Sociedad de hecho <input type="text"/> 10 <input type="text"/>	Persona natural <input type="text"/> 11 <input type="text"/>	
	Cooperativa <input type="text"/> 12.1 <input type="text"/>	Precooperativa <input type="text"/> 12.2 <input type="text"/>	Inst. auxiliares de economía solidaria <input type="text"/> 12.3 <input type="text"/>
Organizaciones de economía solidaria <input type="text"/> 12 <input type="text"/>	Empresas de servicios en forma administración pública cooperativa <input type="text"/> 12.4 <input type="text"/>	Fondo de empleados <input type="text"/> 12.5 <input type="text"/>	Cooperativa de trabajo asociado <input type="text"/> 12.6 <input type="text"/>
	Asociación mutual <input type="text"/> 12.7 <input type="text"/>	Empresa solidaria de salud <input type="text"/> 12.8 <input type="text"/>	Empresa comunitaria <input type="text"/> 12.9 <input type="text"/>
	Federación y confederación <input type="text"/> 12.10 <input type="text"/>	Empresa asociativa de trabajo <input type="text"/> 12.11 <input type="text"/>	
Entidades sin ánimo de lucro <input type="text"/> 13 <input type="text"/>	¿Cuál? _____	Otro <input type="text"/> 99 <input type="text"/>	¿Cuál? _____

**Numeral 4. Fecha de constitución**

Desde  a

Hasta  a

**Numeral 5. Composición de capital social**

1. Nacional	1.1 Público _____ %	2. Extranjero	2.1 Público _____ %
_____ %	1.2 Privado _____ %	_____ %	2.2 Privado _____ %

**Numeral 6. Estado actual de la empresa**

Activa <input type="text"/> 01 <input type="text"/>	Etapa preoperativa <input type="text"/> 02 <input type="text"/>	En concordato <input type="text"/> 03 <input type="text"/>
Intervenida <input type="text"/> 04 <input type="text"/>	En liquidación <input type="text"/> 05 <input type="text"/>	Acuerdo de reestructuración <input type="text"/> 06 <input type="text"/>
Otro <input type="text"/> 07 <input type="text"/>	¿Cuál? _____	

Impreso en la Dirección de Difusión, Mercado y Cultura Estadística del DANE

<sup>7</sup> Formulario aplicado en el operativo de la EAC 2008; la información recolectada corresponde a 2007, el operativo se realizó en 2008.





**Anexo A. (Continuación)**  
**Formulario de Recolección Encuesta Anual de Comercio –EAC. 2007**



**ENCUESTA ANUAL DE COMERCIO –EAC 2007**

PARA USO EXCLUSIVO DEL DANE

Número de orden	Código de actividad	Número de registro

**IMPORTANTE:** los datos que el DANE solicita en este formulario son estrictamente confidenciales y en ningún caso tienen fines fiscales ni pueden utilizarse como prueba judicial. Ley 079 de 1993, Art. 5.º.


**CAPÍTULO 2- INGRESOS NETOS CAUSADOS POR EL COMERCIO DE MERCANCIAS (COMPRA Y VENTA) EN EL AÑO**

En los valores parciales no incluya impuestos indirectos (IVA y consumo), impuesto global ni sobretasa a los combustibles

**Numeral 1. Ingresos netos por ventas (en miles de pesos)**

Grupos de mercancías comercializadas	Porcentaje de ventas a usuarios industriales, comerciales, institucionales o profesionales (1)	Porcentaje de ventas al público en general (2)	Valor de ventas (3)	Porcentaje de ventas por Internet, correo o teléfono (4)
1. Frutas, legumbres, hortalizas, tubérculos y verduras en general (secos y frescos)				
2. Productos lácteos y huevos				
3. Carnes, productos cárnicos, pescados y mariscos				
4. Otros productos alimenticios				
5. Bebidas alcohólicas y no alcohólicas, cigarrillos y productos del tabaco				
6. Prendas de vestir, sus accesorios y artículos de peletería				
7. Calzado de todo tipo, incluido el calzado para la práctica de deportes				
8. Artículos de cuero y sucedáneos del cuero				
9. Productos farmacéuticos, medicinales y odontológicos; drogas y artículos veterinarios				
10. Aseo personal, cosméticos y perfumería				
11. Textiles, artículos confeccionados de uso doméstico, excepto vestuario				
12. Muebles y mobiliario de todo tipo para uso doméstico (incluye colchones y somieres)				
13. Equipos de radio, televisión, sonido y aparatos telefónicos (incluye reproductores y grabadores de audio y video)				
14. Electrodomésticos y gasodomésticos				
15. Computadoras, equipo de informática, sus partes, piezas, accesorios. Incluye reproductores y grabadores de audio y video				
16. Libros, periódicos, revistas, papelería en general, útiles escolares y de escritorio				
17. Productos de entretenimiento y deporte				
18. Menaje doméstico				
19. Productos para el aseo del hogar				
20. Artículos para los hogares no incluidos previamente				
21. Materiales y equipo de construcción y reparaciones caseras; ferretería y pintura				
22. Alfombras, tapetes y revestimientos para pisos y paredes				
23. Gasolina, lubricantes y aditivos para automotores y motocicletas, combustibles sólidos, líquidos y gaseosos				
24. Motocicletas y similares, sus partes, piezas y accesorios; incluye su mantenimiento y reparación				
25. Vehículos automotores				
26. Repuestos, partes y accesorios para vehículos automotores, excepto para motocicletas				
27. Máquinas y equipos agrícolas, industriales, mineros, etc., sus partes y piezas				
28. Equipos, aparatos e instrumentos para cirugía, odontología y ortopedia				
29. Materias primas agropecuarias, cueros, pieles y animales vivos				
30. Productos químicos industriales básicos				
31. Otras materias primas industriales				
32. Otras mercancías no especificadas previamente (especifique en observaciones)				
33. Servicios de mantenimiento y reparación de vehículos automotores				
34. Ingresos derivados de la instalación, reparación o mantenimiento de las mercancías comercializadas por la empresa				
35. Otros ingresos netos relacionados con la actividad comercial. Incluye: comisiones por ventas, apoyo publicitario, eventos patrocinados, etc. (especifique en observaciones)				
36. TOTAL ( renglones 1 al 35)				
37. TOTAL IVA CAUSADO EN EL AÑO				

La no presentación oportuna de este informe acarreará las sanciones establecidas en la Ley 079 del 20 de octubre de 1993.



## Anexo A. (Continuación) Formulario de Recolección Encuesta Anual de Comercio –EAC. 2007

Número de orden

Numeral 2. Grupos con mayores ventas. Describa las mercancías del(los) grupo(s) del numeral 1 con mayores ventas en el año					
Primer grupo (mayores ventas)	Código de la actividad	Porcentaje de ingresos por ventas	Segundo grupo (mayores ventas)	Código de la actividad	Porcentaje de ingresos por ventas
1.			1.		
2.			2.		
3.			3.		
4.			4.		
		100%			100%

**Numeral 3. Causales de variaciones en ventas.** Señale según corresponda las razones a las que atribuye el incremento o la disminución en el valor de las ventas respecto a lo informado el año anterior.

*1. Causas del incremento*

1 Aumento del área de ventas     
  2 Publicidad     
  3 Licitaciones  
 4 Promociones     
  5 Nuevas líneas de comercialización     
  6 Apertura de nuevos locales comerciales  
 7 Inyección de capital     
  8 Otras \_\_\_\_\_  
 (Especifique)

*2. Causas de la disminución*

1 Competencia     
  2 Cierre de locales o reducción del área de ventas     
  3 Falta de capital de trabajo  
 4 Contrabando o comercio ilegal     
  5 Menor participación en licitaciones o contratos     
  6 Sinistros (robo, incendios, etc.)  
 7 Otras \_\_\_\_\_  
 (especifique)

### CAPÍTULO 3 - TOTAL METROS CUADRADOS DEDICADOS AL ÁREA DE VENTAS, AL CIERRE DEL AÑO

\_\_\_\_\_ m<sup>2</sup> (No incluya concesiones, bodegas, oficinas, zonas de parqueo, restaurantes, baños y demás áreas de servicios)

### CAPÍTULO 4 - INGRESOS DERIVADOS DE ACTIVIDADES DIFERENTES AL COMERCIO CAUSADOS EN EL AÑO (en miles de pesos). En los valores parciales no incluya impuestos indirectos (IVA y consumo)

1. Venta de productos manufacturados por la empresa		8. Construcción y obras civiles	
2. CERT causados en el año		9. Transporte y almacenamiento	
3. Actividades agropecuarias, silvícola y piscícolas		10. Servicios de <i>outsourcing</i>	
4. Explotación de minas y canteras		11. Hospedaje y expendio de comidas y bebidas	
5. Actividades inmobiliarias. Incluye: alquiler de góndolas, arriendos, subarriendos, arriendo por concesiones, etc.		12. Otras actividades económicas. Incluye: codificación de productos, comisiones por venta de: loterías, tarjetas y pines telefónicos, cobro de servicios públicos, etc. (relacione en observaciones)	
6. Descuentos en compras o por pronto pago			
7. Actividades financieras: intereses causados, diferencia en cambio, utilidad por venta de activos, etc. (relacione en observaciones)		13. TOTAL (renglones 1 al 12)	

### CAPÍTULO 5 - PERSONAL PROMEDIO OCUPADO POR LA EMPRESA EN DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL

Tipo de contratación	Mujeres (1)	Hombres (2)	Total (3) = (1+2)
1. Propietarios, socios y familiares sin remuneración			
2. Personal permanente (contratado a término indefinido)			
3. Personal temporal contratado directamente por la empresa (a término fijo)			
4. Personal temporal contratado a través de empresas			
5. Aprendices (Ley 789 de diciembre de 2002)			
6. TOTAL (renglones 1 al 5)			

### OBSERVACIONES

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## Anexo A. (Continuación) Formulario de Recolección Encuesta Anual de Comercio –EAC. 2007

Número de orden

### CAPÍTULO 6 - GASTOS CAUSADOS POR EL PERSONAL OCUPADO EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL (en miles de pesos)

1. Salario integral para personal permanente		6. Aportes sobre la nómina (SENA, cajas de compensación familiar, ICBF)	
2. Sueldos y salarios del personal permanente (en dinero y especie, horas extras, dominicales, comisión por ventas, viáticos permanentes)		7. Aportes voluntarios a compañías de seguros de vida o de sistemas de salud prepagada	
3. Prestaciones sociales del personal permanente (vacaciones, primas legales y extralegales, cesantías e intereses de cesantías)		8. Gastos causados por el personal temporal contratado a través de empresas	
4. Sueldos, salarios y prestaciones sociales del personal temporal contratado directamente por la empresa		9. Apoyo de sostenimiento a aprendices (Ley 789 de diciembre de 2002)	
5. Cotizaciones patronales obligatorias (salud, ARP y pensión) del personal permanente, temporal directo y aprendiz		10. Otros gastos de personal no incluidos antes (incluya auxilio de transporte) (relacione en observaciones)	
		11. TOTAL (renglones 1 al 10)	

### CAPÍTULO 7 - COSTOS Y GASTOS CAUSADOS EN EL AÑO (en miles de pesos)

**Numeral 1. Costos y otros gastos relacionados con la actividad comercial. No incluya impuestos indirectos (IVA y Consumo), global, ni sobretasa a los combustibles**

1. Costo de la mercancía vendida		11. Otros servicios públicos (acueducto, alcantarillado, aseo y gas natural)	
2. Costos de insumos y materiales utilizados en la prestación de servicios de instalación, reparación y mantenimiento		12. Transportes, fletes y acarreos	
3. Empaques y embalajes		13. Propaganda y publicidad	
4. Honorarios y servicios técnicos		14. Mantenimiento, reparaciones, adecuación e instalaciones	
5. Gastos de ventas por comisiones a terceros		15. Regalías causadas (marcas, patentes, derechos de autor, etc.)	
6. Arrendamiento de bienes inmuebles y muebles (leasing sin opción de compra o leasing operativo)		16. Impuestos municipales (industria y comercio, predial, vehículos) y 4 por mil (no incluya impuesto de renta, timbre, ni sobretasas)	
7. Seguros, excepto los de prestaciones sociales		17. Costos y gastos por servicios contratados con terceros (outsourcing) por conceptos diferentes a los anteriores	
8. Aseo y vigilancia		18. Otros gastos inherentes a la actividad comercial (relacione en observaciones)	
9. Energía eléctrica comprada		19. TOTAL (renglones 1 al 18)	
10. Comunicaciones (correo, teléfono, fax, beeper, celular, radioteléfono e internet)			

#### Numeral 2. Otros gastos causados en el año

1. Intereses causados		3. Otros gastos (relacione en observaciones)	
2. Gastos para provisión de cartera, inventarios y otros		4. TOTAL (renglones 1 al 3)	

### CAPÍTULO 8 - COMPRAS E INVENTARIOS DE MERCANCÍAS DURANTE EL AÑO (sin incluir impuestos indirectos IVA y consumo) (en miles de pesos)

Compras de mercancías				Inventario inicial de mercancías (5)	Inventario final de mercancías (6)
Total compras (1)	% nacional (2)	% extranjero (3)	100% = 2+3 (4)		

### CAPÍTULO 9 - IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES REALIZADAS EN EL AÑO

La empresa efectuó operaciones de compra o venta con otro(s) país(es) de: Bienes   Servicios   Ninguna

### CAPÍTULO 10 - INVERSIONES REALIZADAS EN EL AÑO Y VALOR DE LOS ACTIVOS FIJOS DE LA EMPRESA UTILIZADOS EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL (en miles de pesos)

Conceptos	Terrenos (1)	Construcciones en curso (2)	Edificios y estructuras (3)	Maquinaria y equipo (4)	Equipo de informática, comunicaciones y de oficina (5)	Software (relacione en observaciones) (6)	Equipo de transporte (7)	Total columnas 1 al 7 (8)
1. VALOR AL INICIO DEL AÑO								
2. Compra de activos								
3. Valor causado por mejoras y reformas a los activos								
4. Total inversiones en activos fijos (2 + 3)								
5. Valorización causada en el año								
6. Desvalorización causada en el año								
7. Retiros causados								
8. Valor en libros de los activos vendidos								
9. VALOR AL FINAL DEL AÑO (1+4+5-6-7-8)								
10. Depreciación causada en el año								



**Anexo A. (Conclusión)**

**Formulario de Recolección Encuesta Anual de Comercio –EAC. 2007**

Número de orden

CAPÍTULO 11 - INFORMACIÓN DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL POR CIUDADES, DURANTE EL AÑO (en miles de pesos)				Número de establecimientos en cada ciudad (1)	Personal promedio ocupado en el año (2)	Ingresos por venta sin impuestos indirectos IVA y consumo (3)	Costos y gastos de la actividad comercial		
Ciudades con establecimientos comerciales		Del personal ocupado (4)	Otros gastos (5)						
Departamento	Municipio								
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									
21									
22									
23									
24									
25									
26									
27									
28									
29									
30									
31									
32									
33									
Columna 1 (debe ser igual a carátula única numeral 7, ítem 6) Columna 2 (debe ser menor o igual a capítulo 5, renglón 6, columna 3) Columna 3 (debe ser igual a capítulo 2, numeral 1, renglón 36) Columna 4 (debe ser inferior o igual a capítulo 6, renglón 11) Columna 5 (debe ser inferior o igual a capítulo 7, renglón 19)				<b>TOTALES</b>					

PARA USO EXCLUSIVO DEL DANE			Funcionario que recibe el formulario <input type="text"/>	Funcionario que crítica el formulario <input type="text"/>
			Nombre: _____	Nombre: _____
Fecha de recepción				
Día	Mes	Año		
			Firma y cédula de ciudadanía	
			Firma y cédula de ciudadanía	







## Anexo B. (continuación)

### Cuadros de Salida

#### 1.1. Resumen de las variables principales – Continuación



1.1 Colombia. Resumen de las principales variables,  
Según grupos y clases comerciales  
Sector Comercio  
Total nacional  
2006

Grupos, clases comerciales CIU Rev.3A.C.	Descripción	Número de empresas		Personal ocupado <sup>a</sup>							
		Total		Remunerado <sup>b</sup>			No remunerado <sup>c</sup>				
		Número	% <sup>d</sup>	Número	% <sup>d</sup>	% <sup>e</sup>	Total remunerado <sup>f</sup>	Permanente	Total no remunerado <sup>g</sup>	Socios	
<b>TOTAL NACIONAL</b>											
501	Vehículos automotores										
503	Partes, piezas y accesorios										
504	Motocicletas y sus partes										
505	Combustibles, lubricantes y aditivos										
<b>Subtotal 50</b>	<b>Automotores, combustibles y lubricantes</b>										
512	Materias primas agropecuarias										
513	Productos de uso doméstico										
514	Materiales de construcción, vidrio y fontanería										
515	Productos intermedios no agrop. desperd. y desechos										
516	Maquinaria y equipo excepto automotores										
<b>Subtotal 51</b>	<b>Comercio mayorista</b>										
5211 - 5219	No especializados										
522	Especializado (alimentos)										
5231	Productos farmacéuticos, perfumería y de tocador										
5232	Textiles										
5233	Prendas de vestir y sus accesorios										
5234	Calzado, artículos de cuero y sucedáneos del cuero										
5235 - 36 - 37	Artículos de uso doméstico										
5239	Diversos										
5241	Ferretería, cerrajería y productos de vidrio										
5242	Pintura										
5244	Libros, periódicos y artículos de papelerías										
5243-45-46-49	Resto										
<b>Subtotal 52</b>	<b>Comercio minorista</b>										
	No especializados										
	Especializados										

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Comercio - EAC 2006

<sup>a</sup> El personal ocupado no incluye aprendices

<sup>b</sup> Corresponde a la participación de las empresas de comercio minorista especializado dentro del total comercio especializado

<sup>c</sup> El personal remunerado incluye el personal permanente y el temporal directo

<sup>d</sup> El personal no remunerado incluye los socios y el temporal contratado a través de empresas

<sup>e</sup> Coeficiente de variación superior a 15%



## Anexo B. (continuación) Cuadros de Salida 1.2. Escala de personal



1.2 Colombia. Resumen de las principales variables.  
Según escala de personal ocupado  
Sector Comercio  
Total nacional  
2006

Grupo	Escala de personal	Número de empresas	%	Ventas	%	Costos	%	Valores en miles de			es en miles de peso			(continuación)									
								Producción bruta	Consumo intermedio	Valor agregado	Sueldos y salarios causados	Prestaciones sociales	Remuneración	Total	Personal ocupado <sup>a</sup>		No remunerado						
														Total	%	Total remunerado <sup>b</sup>	%	Permanente	%	Total no remunerado <sup>c</sup>	%	Socios	%
<b>TOTAL NACIONAL</b>																							
1	1-9																						
2	10-19																						
3	20-49																						
4	50-99																						
5	100-199																						
6	200-499																						
7	500 y más																						

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Comercio - EAC

<sup>a</sup> El personal ocupado no incluye aprendices

<sup>b</sup> El personal remunerado incluye el personal permanente y el temporal directo

<sup>c</sup> El personal no remunerado incluye los socios y el temporal contratado a través de empresas

\* Coeficiente de variación superior a 15%



## Anexo B. (continuación)

### Cuadros de Salida

#### 1.3. Escala de ventas



1.3 Colombia. Resumen de las principales variables,  
Según escala del valor de las ventas  
Sector Comercio  
Total nacional  
2006

Valores en miles de pesos

Grupo	Escala de ventas	Número de empresas	Ventas %	Costos %	Producción bruta %	Consumo intermedio %	Valor agregado	Sueldos y salarios causados %	Prestaciones sociales %	Remuneración %	Personal ocupado <sup>1</sup>								
											Total	Remunerado		No remunerado		Socios %			
												Total remunerado <sup>2</sup> %	Permanente %	Total no remunerado <sup>3</sup> %					
<b>TOTAL NACIONAL</b>																			
1																			
2																			
3																			
4																			
5																			
6																			
7																			
8																			
9																			
10																			
11																			
12																			

Fuente: DANE, Encuesta Anual de Comercio - EAC

<sup>1</sup> El personal ocupado no incluye aprendices

<sup>2</sup> El personal remunerado incluye el personal permanente y el temporal directo

<sup>3</sup> El personal no remunerado incluye los socios y el temporal contratado a través de empresas

\* Coeficiente de variación superior a 15%



## Anexo B. (continuación) Cuadros de Salida 1.4. Organización jurídica



1.4 Colombia. Resumen de las principales variables.  
Según organización jurídica de las empresas comerciales  
Sector Comercio

Total nacional  
2006

Organización jurídica	Número de empresas	% Ventas	% Costos	Valores en miles de			Valores en miles de pesos			(continuación)								
				Producción bruta	Consumo intermedio	% Valor agregado	Sueldos y salarios causados	Prestaciones sociales	% Remuneración	Personal ocupado <sup>5</sup>								
										Total	%	Total remunerado	Total no remunerado	% Socios				
<b>TOTAL NACIONAL</b>																		
2 Comandita simple																		
3 Comandita acciones																		
4 Soc. limitada																		
5 Soc. anónima																		
7 Sucursal sociedad extranjera																		
8 Empresa industrial y comercial del estado																		
9 Empresa unipersonal																		
10-11 Sociedad de hecho y persona natural																		
12 Precooperativa																		
13 Entidades sin ánimo de lucro																		
99 Otras <sup>6</sup>																		

Fuente: DANE. Encuesta Anual de Comercio - EAC

<sup>4</sup> Incluye sociedad colectiva (código 1 en series anteriores) y otras.

<sup>5</sup> El personal ocupado no incluye aprendices

<sup>6</sup> El personal remunerado incluye personal permanente y temporal directo

<sup>7</sup> El personal no remunerado incluye socios y el temporal contratado a través de empresas

<sup>8</sup> Coeficiente de variación superior a 15%