

Nacional de Estadística



Diseño  
DSO

Dirección de Metodología y Producción  
Estadística DIMPE

**Ficha Metodológica Encuesta Anual de  
Comercio - EAC**

Octubre 2017

CRITERIO	DESCRIPCIÓN
<b>NOMBRE DE OPERACIÓN ESTADÍSTICA</b>	Encuesta Anual de Comercio
<b>SIGLA DE LA OPERACIÓN ESTADÍSTICA</b>	EAC
<b>ANTECEDENTES</b>	<p>La Encuesta Anual de Comercio surgió como una etapa posterior y complementaria del Censo Económico Multisectorial de 1.990, 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 brindara ampliamente a los usuarios, cifras y datos que permitieran tanto el conocimiento de la estructura y evolución, como su análisis económico. La primera encuesta se realizó en el año 1.994, sirviendo de prueba piloto para los diferentes ajustes, especialmente de diseño y de formulario. Luego, en 1.996 se realizó la primera publicación y de ahí en adelante se viene desarrollando en forma continua.</p> <p>A partir del 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</p> <p>En la recolección de las cifras correspondientes a 2008 se implementó el aplicativo de captura vía Web para optimizar las labores de recolección y depuración de la información.</p> <p>En el año 2012 se vio la necesidad de rediseñar la investigación teniendo en cuenta que se realizaba a partir de muestreo y se presentaban dificultades para contar con un directorio de fuentes de calidad para la selección de empresas en operativo, que brindará mayor robustez a las cifras generadas, adicionalmente se requería eliminar el traslape existente con la investigación a Microestablecimientos.</p> <p>Es así como con las cifras de 2013 se publica información con medición exhaustiva de las fuentes con 20 o más personas ocupadas o con \$3.050 millones de ingresos por ventas al año y se continúa con los estudios tendientes a bajar los parámetros de inclusión de la investigación, logrando pasar de realizarla a partir de muestreo a una medición exhaustiva para las fuentes que cumplen con los nuevos parámetros de inclusión.</p> <p>En este contexto y después de realizar un juicioso análisis del directorio, de realizar mesas técnicas y de contar con la información de las empresas con los nuevos parámetros de inclusión (10 o más personas ocupadas o ingresos por ventas a partir de \$1.500 millones del año 2014), se publicó la EAC 2014 rediseñada con 2.917 empresas adicionales.</p> <p>Con miras a mejorar la oportunidad de entrega de resultados, se publicaron cifras definitivas de la EAC 2015 en diciembre del 2016, anticipando la entrega al público casi un semestre respecto a las publicaciones realizadas hasta el año 2015.</p>
<b>OBJETIVO GENERAL</b>	Conocer la estructura y el comportamiento económico del sector comercio a nivel nacional permitiendo el análisis del sector y la conformación de agregados económicos
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Generar estadísticas básicas para el cálculo de los agregados económicos del sector y para las cuentas nacionales.</li> <li>➤ Obtener 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.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Cuantificar los principales agregados macroeconómicos como: producción bruta, consumo intermedio, valor agregado, personal ocupado, sueldos y salarios, prestaciones sociales, por organización jurídica, actividad comercial, y escalas de personal,</li> </ul>
<p><b>ALCANCE TEMÁTICO</b></p>	<p>Todas las empresas que comercializan mercancías o productos nuevos, mayoristas y minoristas, con 10 o más personas promedio ocupadas o ingresos por ventas anuales a partir de \$1.500 millones del año 2015 (dato actualizado cada año de acuerdo con el IPC).</p>
<p><b>CONCEPTOS BÁSICOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Comercio:</b> venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos nuevos y/o usados y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía. La venta al por mayor y al por menor son los pasos finales en la distribución de mercancía y cumplen una función integradora entre la producción y el consumo. Se considera que la venta sin transformación comprende las operaciones habituales (o de manipulación) asociadas con el comercio; por ejemplo: selección, clasificación y montaje de productos, mezcla de productos (ejemplo: mezcla de pinturas) excepto de combustibles, envase (con o sin la limpieza previa de las botellas), empaque, división de las mercancías a granel y reempaque para distribución en lotes más pequeños, almacenamiento (sea o no en congeladores o cámaras frigoríficas), limpieza y secado de productos agrícolas, y cortado de tableros de fibra de madera o de láminas de metal por cuenta propia. (Fuente: Conceptos Armonizados de Colombia - DANE).</li> <li>- <b>Comercio al por mayor:</b> es “la reventa (venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados), a industriales, otros comerciantes mayoristas o minoristas, instituciones o empresas, cooperativas y cajas de compensación, profesionales, revendedores, igualmente aquellas realizadas por medio de licitaciones. Incluye las actividades de los corredores, agentes, subastadores y comisionistas dedicados a la compra y venta al por mayor de mercancías a nombre y por cuenta de terceros”. (Fuente: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas – CIIU Rev. 4. A.C.).</li> <li>- <b>Comercio al por menor</b> o minorista, es “la reventa (venta sin transformación) de mercancías o productos nuevos o usados, a la vista del público en general, destinados exclusivamente para su consumo o uso personal o doméstico”. (Fuente: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas – CIIU Rev. 4. A.C.).</li> <li>- <b>Empresa:</b> entidad institucional en su calidad de productora de bienes y servicios. Es un agente económico con autonomía para adoptar decisiones financieras y de inversión y con autoridad y responsabilidad para asignar recursos a la producción de bienes y servicios y que puede realizar una o varias actividades productivas. La empresa es la unidad estadística para la que se compilan las estadísticas financieras de las cuentas de ingresos y gastos y de financiación de capital, en el Sistema de Cuentas Nacionales - SCN. (Fuente: Conceptos Armonizados de Colombia - DANE)</li> <li>- <b>CIIU Rev. 4 A. C.:</b> Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas, revisión 4, Adaptada para Colombia. Es la clasificación internacional de referencia de las actividades productivas. Su objetivo principal es proporcionar un conjunto de categorías de actividades que puedan utilizarse para la recopilación y presentación de informes estadísticos de acuerdo con esas</li> </ul>

	<p>actividades. (Fuente: Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas – CIIU Rev. 4. A.C.).</p>
<b>FUENTE DE DATOS (Tipo de operación)</b>	<p>Encuesta exhaustiva de las empresas con 10 o más personas promedio ocupadas o ingresos por ventas anuales a partir de \$1.500 millones del año 2015 (dato actualizado cada año de acuerdo con el IPC).</p>
<b>VARIABLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Variables de clasificación: actividad CIIU Rev. 4 A. C., escalas de personal y organización jurídica.</li> <li>- Variables de estudio: ingreso por ventas, gastos de personal (sueldos y prestaciones), costos de la mercancía vendida, gastos de operación, personal ocupado, inventarios, movimientos de activos fijos.</li> <li>- Variables calculadas: producción bruta, consumo intermedio, valor agregado, remuneración, relación costo ventas y coeficiente técnico.</li> </ul>
<b>INDICADORES</b>	<p><b>Producción Bruta</b> = Total del valor de ingresos por ventas – Costo de la mercancía vendida – Costos de insumos y materiales para la prestación de los servicios de instalación, reparación y mantenimiento.</p> <p><b>Consumo Intermedio</b> = Gastos en empaques, honorarios, arrendamiento, seguros, aseo y vigilancia, energía eléctrica y gas, comunicaciones, otros servicios públicos, transporte, fletes y acarreos, propaganda y publicidad, mantenimiento, reparaciones, adecuaciones, gasto en outsourcing, gasto en personal suministrado a través de empresas especializadas en el suministro del personal.</p> <p><b>Total Sueldos y Salarios causados en el año</b> = Sueldos y salarios del personal permanente + 70% del salario integral + sueldos y salarios del personal temporal contratado directamente por la empresa + valor apoyo de sostenimiento a aprendices.</p> <p><b>Total Prestaciones Sociales causadas en el año</b> = Prestaciones sociales del personal permanente + 30% del salario integral + Prestaciones del personal temporal contratado directamente por la empresa + Cotizaciones patronales obligatorias + aportes sobre la nómina.</p> <p><b>Personal Total</b> = Propietarios, socios y familiares sin remuneración + Personal permanente + personal temporal contratado directamente por la empresa + Temporales contratados a través de empresas + aprendices.</p> <p><b>Total Remuneración</b> = Sueldos y salarios causados en el año + Prestaciones causadas en el año</p> <p><b>Coeficiente Técnico</b> = Consumo Intermedio / Producción Bruta.</p> <p><b>Relación Costo Ventas</b> = Indica el peso que tiene el costo de la mercancía vendida y los insumos utilizados en los servicios de instalación y mantenimiento, respecto a los ingresos por ventas y por servicios de instalación y mantenimiento.</p> <p><b>Predominio por sexo:</b> Clasificación de las actividades comerciales según el grado de participación de los sexos en el empleo generado.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Indicador de calidad:</b> 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.</li> <li>- <b>Tasa de respuesta por fuente (TRF):</b> relación porcentual entre el número de empresas recolectadas que corresponde a: las que rinden información y las novedades verificadas, diferentes de las empresas en deuda (novedad 5) imputadas y sin imputar; dividido en el total de empresas enviadas a campo.</li> <li>- <b>Índice de no imputación central (INIC):</b> se define como la relación porcentual del total de empresas a las que no fue necesario aplicar el proceso de imputación.</li> <li>- <b>Índice de calidad local (IDCL):</b> generado Con el fin de determinar el nivel de calidad del proceso de crítica o análisis de la información de la investigación.</li> <li>- <b>Índice de calidad central (IDCC):</b> busca determinar el nivel de calidad del proceso de producción de la investigación, con el fin de establecer el grado en que el producto no conforme afecta sus resultados.</li> </ul>
<p><b>PARÁMETROS A ESTIMAR O CALCULAR</b></p>	<p>Se calculan totales para las variables de estudio, participación y variación respecto al año anterior</p>
<p><b>NOMENCLATURAS Y CLASIFICACIONES</b></p>	<p>Se utiliza la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas, revisión 4, adaptada para Colombia (CIIU Rev. 4 A. C.).</p> <p>División Político Administrativa de Colombia – DIVIPOLA, para la clasificación de los municipios y departamentos en los que se ubica la empresa. Se utiliza la última versión actualizada por la Dirección de Geoestadística – DIG.</p>
<p><b>UNIVERSO DE ESTUDIO</b></p>	<p>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, siempre y cuando estas no se encuentren relacionadas con la actividad comercial.</p> <p>También se excluyen las compraventas, puestos de chance, loterías y rifas, telemercadeo o ventas por catálogo (multinivel).</p> <p>No se incluye el comercio de mercancías usadas, excepto las de vehículos automotores, siempre y cuando no sea la actividad principal de la empresa, sino que sea conexas a la venta de vehículos nuevos.</p>
<p><b>POBLACIÓN OBJETIVO</b></p>	<p>Son las unidades económicas formalmente establecidas, ubicadas en el territorio nacional, dedicadas a las actividades de comercio (al por mayor, al por menor y de vehículos automotores) que cumplen con los parámetros de inclusión.</p>

<b>UNIDADES ESTADÍSTICAS DE OBSERVACIÓN, MUESTREO Y ANÁLISIS</b>	<p><b>Unidad de muestreo</b> No aplica por tratarse de una medición exhaustiva</p> <p><b>Unidad de información:</b> Empresa</p>
<b>MARCO ESTADÍSTICO</b>	<p>Se identifican las empresas objeto de estudio a partir de un marco estadístico que se obtiene a partir de los directorios entregado por el Directorio Estadístico de la Dirección de Geoestadística – DIG, se realizan labores de verificación a través de consultas en internet, consultas del Registro Único Empresarial – RUES, llamadas telefónicas, etc.</p> <p>Adicionalmente el personal de la encuesta monitorea el sector para identificar las empresas que pueden llegar a cumplir parámetros de inclusión para ingresarlas a la medición.</p> <p>Otro proceso que busca depurar el marco de la investigación es el proceso de minicuenta, que consiste en que las empresas diligencien un formulario más corto, con las variables principales como ventas, personal ocupado e identificación de la actividad económica principal, según la Clasificación Industrial Internacional de todas las actividades económicas – CIIU. Este procedimiento es importante porque permite obtener todas las variables necesarias para determinar si la empresa cumple con los parámetros de inclusión de la encuesta, las cuales son difíciles de obtener en consultas web u operativos telefónicos.</p> <p>Una vez se cuenta con el directorio estadístico depurado, se seleccionan para envío a operativo de campo las empresas que cumplen con los parámetros de inclusión establecidos.</p>
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIA Y/O SECUNDARIA</b>	Alrededor de 11.000 empresas en operativo de campo.
<b>DISEÑO MUESTRAL</b>	No aplica por tratarse de una medición exhaustiva
<b>TAMAÑO DE MUESTRA</b>	No aplica por tratarse de una medición exhaustiva
<b>PRECISIÓN REQUERIDA</b>	No aplica por tratarse de una medición exhaustiva
<b>MANTENIMIENTO DE LA MUESTRA</b>	No aplica por tratarse de una medición exhaustiva
<b>COBERTURA GEOGRÁFICA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Geográfica:</b> Nacional.</li> <li>- <b>Temática:</b> Las unidades económicas formalmente establecidas ubicadas en el territorio nacional, dedicadas a las actividades de comercio (al por mayor, al por menor y de vehículos).</li> </ul>
<b>PERIODO DE REFERENCIA</b>	El año anterior.
<b>PERIODO DE RECOLECCIÓN</b>	Cuatro meses y medio en el año siguiente al de referencia, iniciando entre los meses de abril y junio
<b>PERIODICIDAD DE RECOLECCIÓN</b>	Anual.
<b>MÉTODO DE RECOLECCIÓN</b>	

	<p>Formulario electrónico sobre ambiente Web, con posibilidad de diligenciamiento de formulario físico, para las empresas que lo requieran.</p> <p>Autodiligenciamiento, con posibilidad de asesoría en los casos que se requiera.</p> <p>Para los formularios físicos, la Sede o la Subsele realiza la distribución de los formularios personalmente, vía correo certificado o a través de correo electrónico, dependiendo de la ubicación de la empresa.</p>
<b>DESAGREGACIÓN DE RESULTADOS</b>	La información se publica para las variables principales, entre ellas: número de empresas, valor de las ventas, costo de la mercancía, producción bruta, consumo intermedio, valor agregado, sueldos y salarios causados, prestaciones sociales causadas, remuneración, relación costo/ventas, coeficiente técnico; por actividad comercial CIU rev.4 A. C., escalas de personal ocupado y organización jurídica.
<b>FRECUENCIA DE ENTREGA DE RESULTADOS</b>	Anual
<b>AÑOS Y PERÍODOS DISPONIBLES</b>	Información desde el año 1.996 hasta la fecha con un rezago cercano a los doce meses. Se continúa publicando información anualmente
	Microdatos anonimizados: a partir de 2003 y hasta la fecha con un rezago cercano a los doce meses
	Metadato: Metodología y Ficha Metodológica Encuesta Anual de Comercio - EAC <a href="http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/EAC.pdf">http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/EAC.pdf</a> <a href="http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/comercio_servicios/ficha_eac.pdf">http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/fichas/comercio_servicios/ficha_eac.pdf</a>
<b>MEDIOS DE DIFUSIÓN</b>	Boletines de prensa, tabulados, anexos y presentación en página web, celular y consultas en el Banco de Datos.